



Siebte Ausgabe

State of Service

Einblicke von über 6500 Kundenservice-Mitarbeiter:innen



Executive Letter



Für den Kundenservice beginnt ein neues Zeitalter. Unser letzter „State of Service“-Bericht hat gezeigt, dass die Kundenerwartungen höher sind als je zuvor. Heute trägt Künstliche Intelligenz (KI) zu Produktivitätssteigerungen bei, ermöglicht eine schnellere Problemlösung und bietet Service-Teams umfassende Unterstützung – bei gleichzeitiger Reduzierung der Kosten. Die KI-Revolution hat mit dem Versprechen begonnen, den Kundenservice zu transformieren. Und das ist ihr auf beeindruckende Weise gelungen.

Wir haben 6500 Kundenservice-Mitarbeiter:innen befragt, um herauszufinden, was – jetzt, da die Technologie Einzug in den Arbeitsalltag gehalten hat – für sie funktioniert. Während KI branchenweit verstärkt zum Einsatz kommt, sind derzeit aller Augen auf KI-Agents gerichtet: autonome Systeme, die nicht nur Informationen bereitstellen, sondern Seite an Seite mit menschlichen Teams handeln können. Unsere Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die meisten Führungskräfte im Kundenservice (79 %) die Investition in KI-Agents für unerlässlich halten, um aktuelle Geschäftsanforderungen zu erfüllen.

Die Unternehmen, die besonders erfolgreich sind, nutzen aber nicht nur KI-Agents. Sie setzen auf echte Zusammenarbeit zwischen menschlichen Mitarbeiter:innen und KI-Agents auf allen digitalen Kanälen. Die Vereinheitlichung von Daten sorgt dafür, dass diese Art von Partnerschaft auch in großem Maßstab funktioniert. Der vorliegende Bericht befasst sich näher mit ihren Erfolgen und Herausforderungen und zeigt, wie die Zusammenarbeit zwischen Menschen und KI Unternehmen und Kundenservice-Mitarbeiter:innen dabei unterstützt, sich in diesem neuen Umfeld zurechtzufinden.

Die Sichtweisen der heutigen Führungskräfte im Kundenservice – die Menschen und KI in ihren täglichen Abläufen zusammenbringen – weisen uns den Weg in die Zukunft. Wir hoffen, dass die hier vorgestellten Ergebnisse Ihnen dabei helfen, die Zukunft Ihres Kundenservice zu gestalten – eine Zukunft, in der Menschen und KI-Agents Hand in Hand arbeiten, um beispiellosen Erfolg zu erzielen.

Kishan Chetan

Kishan Chetan

EVP & GM
Salesforce Service Cloud

Themen in diesem Bericht

Für die siebte Ausgabe des „State of Service“-Berichts hat Salesforce 6500 Kundenservice-Mitarbeiter:innen befragt, um mehr über folgende Themen zu erfahren:

- Wie begrenzte Ressourcen Investitionen in KI fördern
- Wie neue Arten von KI Einzug in Serviceorganisationen halten
- Wie Führungskräfte KI im Außendienst nutzen

Die Daten in diesem Bericht stammen aus einer doppelt-anonymisierten Umfrage, die vom 25. April bis zum 6. Juni 2025 durchgeführt wurde. Die Befragten kommen aus 40 Ländern auf fünf Kontinenten. Keine der befragten Personen arbeitet bei Salesforce. Weitere Details zu den Befragten finden Sie auf Seite 37.



6500 Kundenservice-Mitarbeiter:innen weltweit befragt

[†]Einzelne Stichprobengruppe

Flaggensymbole: Getty Images



Salesforce Research unterstützt Unternehmen mit datengestützten Erkenntnissen, den Kundenerfolg effektiv und nachhaltig zu steigern.

Wen wir befragt haben

In diesem Bericht beziehen wir uns auf die folgenden untersuchten Gruppen:

Kundenbetreuer:innen

Mitarbeiter:innen mit Kundenkontakt, die Kund:innen von zu Hause, im Geschäft oder im Büro unterstützen.

Außendiensttechniker:innen

Mitarbeiter:innen mit Kundenkontakt, die Kund:innen vor Ort – zu Hause oder am Unternehmensstandort – unterstützen, persönlich oder virtuell.

Service Operations

Mitarbeiter:innen, die den Betrieb überwachen und interne Teams mit Tools, Systemen und Prozessen ausstatten.

Führungskräfte im Kundenservice

Vice Presidents, Directors und Teamleiter:innen, die sowohl Außendiensttechniker:innen als auch Kundenbetreuer:innen beaufsichtigen.

- **Führungskräfte im Außendienst**
Führungskräfte im Kundenservice, die ausschließlich den Außendienst beaufsichtigen.
- **Führungskräfte in der Kundenbetreuung**
Führungskräfte im Kundenservice, die ausschließlich Kundenbetreuer:innen beaufsichtigen.

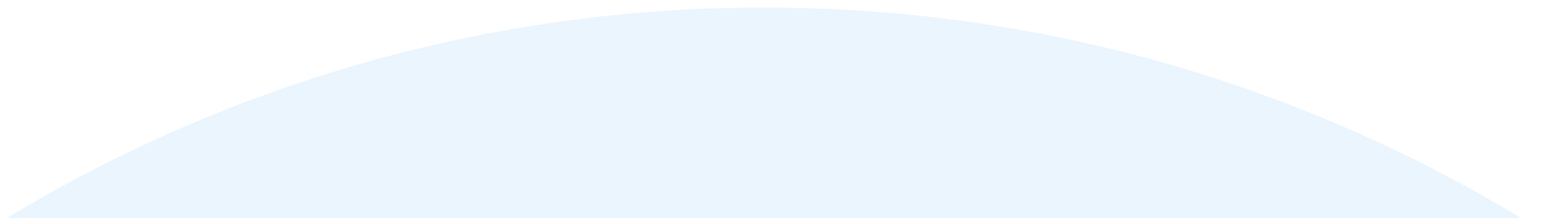
Kundenservice-Mitarbeiter:innen

Sämtliche Umfrageteilnehmer:innen, einschließlich aller zuvor genannten Gruppen.



Inhalt

Zusammenfassung	06
Kapitel 1: Teams stellen sich den Herausforderungen der KI-Implementierung	07
Kapitel 2: KI-Agents definieren den Kundenservice neu	13
Kapitel 3: Multimodale Konversations-KI ermöglicht natürliche Gespräche.....	19
Kapitel 4: Agentenbasierte KI sorgt für mehr Sicherheit und Effizienz im Field Service.....	25
Ihre Roadmap für den Erfolg mit KI-Agents.....	30
Anhang	32
Details zu den Befragten	36



Zusammenfassung

Unternehmen sind bestrebt, eine hervorragende Customer Experience zu bieten. In diesem Kontext hat sich KI als echter Gamechanger erwiesen. Obwohl KI viele Vorteile für den Kundenservice bietet, ist ihre Einführung nicht frei von Herausforderungen. Indem sie die Hindernisse für die KI-Implementierung verstehen und sich das Potenzial der Technologie zunutze machen, können Unternehmen Kundeninteraktionen verbessern, Betriebsabläufe optimieren und Wachstum fördern – und letztendlich selbst zu einem agentenbasierten Unternehmen werden.

01 Teams stellen sich den Herausforderungen der KI-Implementierung

Service-Teams stehen vor Herausforderungen wie dem Erfüllen der Kundenerwartungen mit begrenzten Ressourcen, dem Fachkräftemangel oder der erfolgreichen Implementierung von KI. **Unternehmen, die ihre Servicekanal-Daten in eine zentrale Plattform integriert haben, geben im Vergleich zu Unternehmen mit isolierten Systemen jedoch mit 1,4-mal höherer Wahrscheinlichkeit an, KI „sehr erfolgreich“ implementiert zu haben.**

02 KI-Agents definieren den Kundenservice neu

Unternehmen integrieren prädiktive, generative und agentenbasierte KI in ihre Betriebsabläufe, um schnellere, präzisere und hochgradig personalisierte Interaktionen zu ermöglichen. Führungskräfte erwarten, dass KI-Agents zu noch besseren Ergebnissen führen werden als herkömmliche KI, und investieren entsprechend großzügig in die Technologie. **79 % der Führungskräfte im Kundenservice halten die Investition in KI-Agents für unerlässlich, um Geschäftsanforderungen zu erfüllen.**

03 Multimodale Konversations-KI ermöglicht natürliche Gespräche

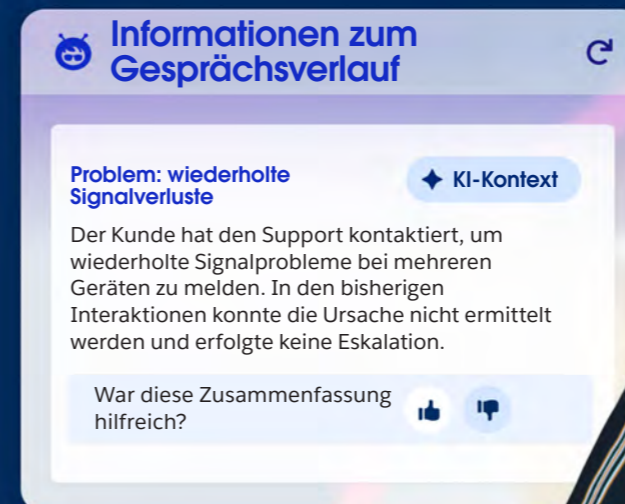
Conversational AI verändert die Kundenkommunikation über digitale Kanäle wie SMS und Chat und erhöht die Problemlösungsrate mithilfe von Self-Service-Optionen. Und ist doch einmal menschliches Eingreifen gefragt, bewahren die richtigen KI-Tools den Kontext. **85 % der Kundenservice-Mitarbeiter:innen mit Audio-KI sagen, dass Überleitungen zu menschlichen Mitarbeiter:innen für Kund:innen nahtlos erfolgen.**

04 Agentenbasierte KI sorgt für mehr Sicherheit und Effizienz im Field Service

Serviceorganisationen im Außendienst leiden unter Ineffizienzen aufgrund von Verwaltungsaufgaben, Terminproblemen und langen Wartezeiten auf Ersatzteile. KI kann Abhilfe schaffen. **85 % der Führungskräfte im Field Service gehen davon aus, dass sich ihre Investitionen in KI für den Field Service im kommenden Jahr erhöhen werden.**

1

Teams stellen sich den Herausforderungen der KI-Implementierung



Informationen zum Gesprächsverlauf

Problem: wiederholte Signalverluste ◆ KI-Kontext

Der Kunde hat den Support kontaktiert, um wiederholte Signalprobleme bei mehreren Geräten zu melden. In den bisherigen Interaktionen konnte die Ursache nicht ermittelt werden und erfolgte keine Eskalation.

War diese Zusammenfassung hilfreich? 👍 👎



01

Service-Teams können nur schwer mit den Erwartungen Schritt halten

82 % der Kundenservice-Mitarbeiter:innen stimmen der Aussage zu, dass die Kundenerwartungen im Vergleich zu früher gestiegen sind. Und Kund:innen erwarten sehr viel – von rund um die Uhr verfügbarem Support bis hin zu maßgeschneiderten Interaktionen.

Obwohl 81 % der Kundenbetreuer:innen sagen, dass der Aufbau von Kundenbeziehungen ein wichtiger Aspekt ihrer Arbeit ist, verbringen sie weniger als die Hälfte ihrer Arbeitszeit (46 %) mit Kund:innen. Dies ist zum Teil auf Verwaltungsaufgaben und interne Verantwortlichkeiten zurückzuführen.

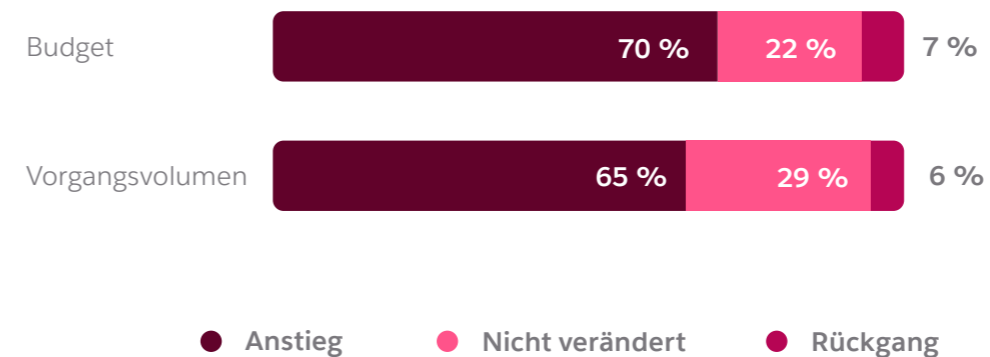
In Verbindung mit dem zu erwartenden Anstieg der Anfrage oder Anliegen im kommenden Jahr sind ausgebrannte Kundenbetreuer:innen und unzufriedene Kund:innen also quasi vorprogrammiert. Zum Glück erwarten Führungskräfte im Kundenservice aber auch Budgeterhöhungen, die der Verbesserung der Betriebsabläufe zugute kommen können.

43 % der Verbraucher:innen sagen, dass schlechter Kundenservice sie davon abhält, erneut bei einem Unternehmen zu kaufen.¹

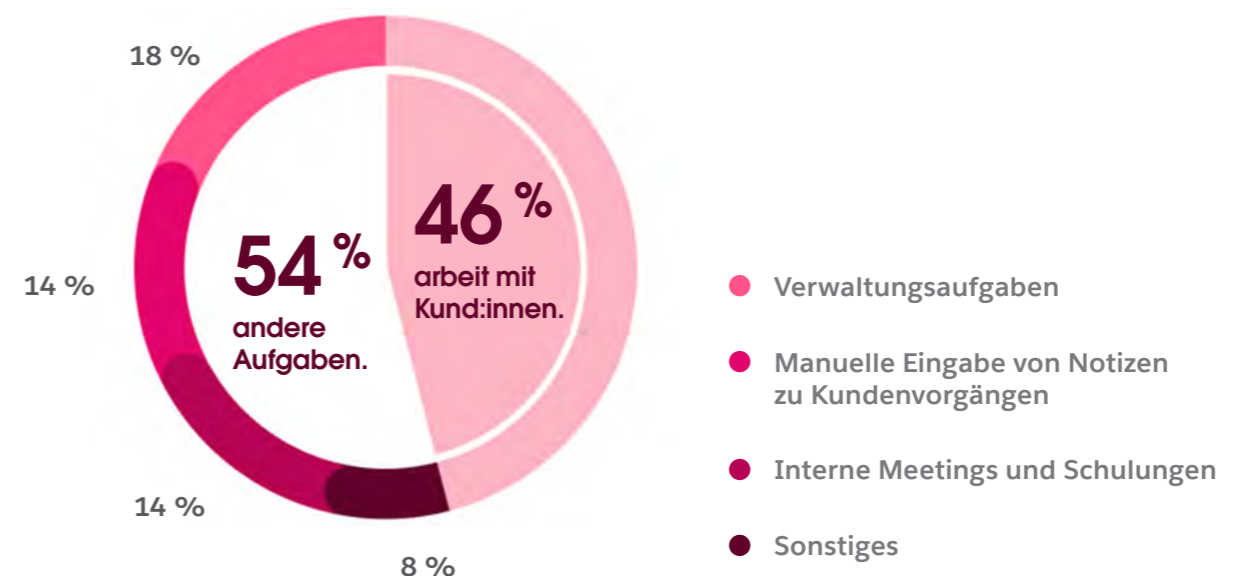
¹ Salesforce State of the AI Connected Customer, 2024.

Der Kundenservice kämpft mit hohen Erwartungen und steigenden Anfrage oder Anliegen

Welche Veränderungen Führungskräfte im Kundenservice für das kommende Jahr erwarten



So verbringen Kundenbetreuer:innen ihre Zeit in einer typischen Arbeitswoche



01

Der Fachkräftemangel trifft auch Service-Teams

Neben der Schwierigkeit, mit veränderten Kundenerwartungen Schritt zu halten, stufen Führungskräfte im Kundenservice auch das Anwerben und Binden von Mitarbeiter:innen als besonders große Herausforderung ein.

Zwölf Prozent der Kundenservice-Mitarbeiter:innen haben ihr Unternehmen im vergangenen Jahr verlassen und es ist häufig schwierig, diese gut ausgebildeten Fachkräfte zu ersetzen. Mehr als ein Drittel der Service-Teams haben Schwierigkeiten, die Erwartungen der Bewerber:innen an eine bessere Work-Life-Balance und höhere Gehälter zu erfüllen und/oder Mitarbeiter:innen mit den geeigneten Qualifikationen zu finden.

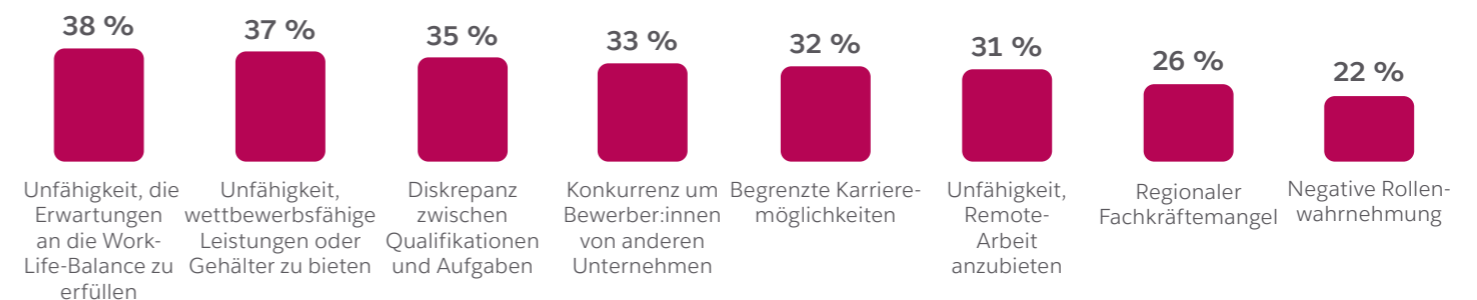
Zu den effektivsten Taktiken, um den Anforderungen an die Servicekapazität gerecht zu werden, zählen laut Führungskräften die Ausweitung von Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie die Einführung von Self-Service-Optionen für Kund:innen. Führungskräfte bei Unternehmen, die KI nutzen, nennen KI für den Kundengebrauch als zweitwichtigste Taktik.

Die Mitarbeitergewinnung und -bindung wird schwieriger

Die größten Herausforderungen im Kundenservice

- 1 Mit den Erwartungen des Kunden Schritt halten
- 2 Hohe Betriebskosten
- 3 Schwierigkeiten, Mitarbeiter:innen zu finden und/oder zu halten

Die folgenden Herausforderungen erschweren nach Angabe von Führungskräften die Einstellung neuer Mitarbeiter:innen



Die effektivsten Taktiken von Führungskräften zur Optimierung der Servicekapazität

- 1 Ausweitung von Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen
- 2 Self-Service für Kund:innen
- 3 Förderung des beruflichen Weiterkommens

Sicherheitsbedenken verzögern die Einführung von KI

Mit zunehmender Komplexität der Technologie werden auch die Cybersicherheits-Bedrohungen immer raffinierter. Dabei reichen die Angriffe von Data Poisoning bis hin zu Datenschutzverletzungen in der Cloud.

IT-Sicherheitsexpert:innen räumen ein, dass KI die Situation zusätzlich verkompliziert – und daran wird sich mit zunehmender Verbreitung und Autonomie der Technologie voraussichtlich nichts ändern.

75 % der IT-Sicherheitsexpert:innen gehen davon aus, dass KI-gestützte Cyberbedrohungen schon bald dazu in der Lage sein werden, herkömmliche Schutzmaßnahmen zu umgehen.¹

Tatsächlich **nennen Führungskräfte im Kundenservice Sicherheitsbedenken als größte Herausforderung bei der Implementierung von KI.** Und mehr als die Hälfte gibt an, dass es dadurch zu Verzögerungen oder Einschränkungen bei diesen Initiativen gekommen ist. Um dem entgegenzuwirken, sind 86 % bereit, mehr für Technologien auszugeben, die den Datenschutz gewährleisten.

¹ [Salesforce State of IT: Security, 2025.](#)

Sicherheit hat bei der KI-Revolution im Kundenservice oberste Priorität

Die größten Herausforderungen bei der Implementierung von KI

- 1 Sicherheitsbedenken
- 2 Bedenken hinsichtlich der Genauigkeit und Erklärbarkeit von KI
- 3 Fehlendes KI-Fachwissen
- 4 Hohe Kosten
- 5 Fehlende Akzeptanz auf Kundenseite

Datenbasis: Führungskräfte im Kundenservice mit KI.

Führungskräfte im Kundenservice, die folgenden Aussagen zustimmen

Wir sind bereit, mehr für Technologien auszugeben, die Daten schützen

86 %

Wir sind bereit, mehr für zuverlässige Technologien auszugeben

86 %

Sicherheitsbedenken haben unsere KI-Initiativen verzögert oder eingeschränkt

51 %

Im Fokus: Integration steigert die Effektivität von KI

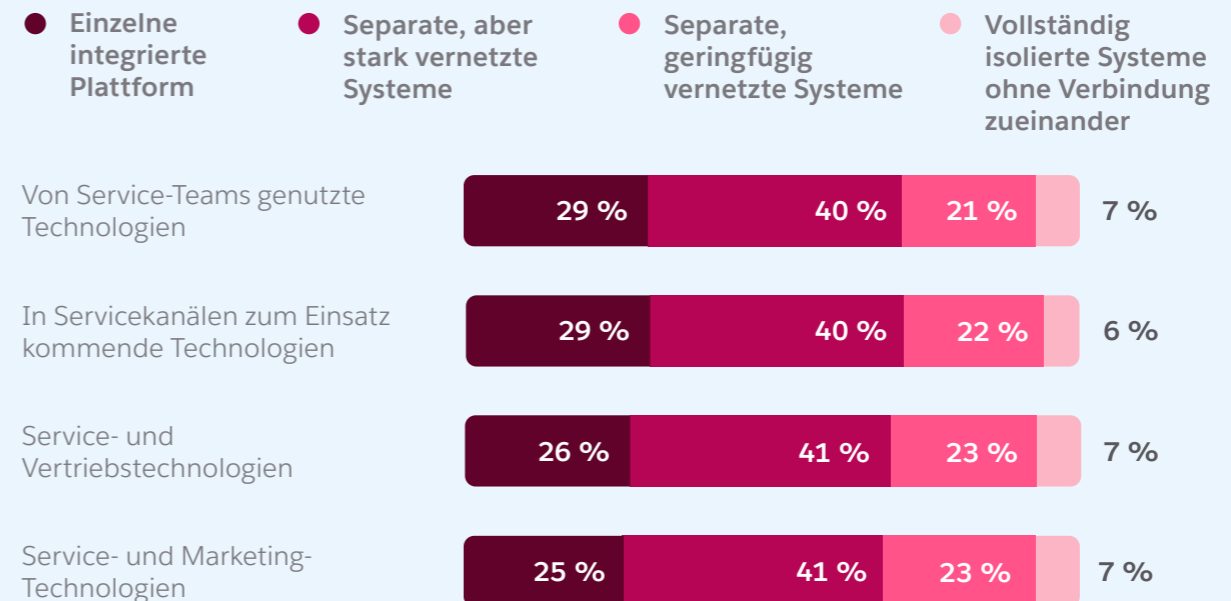
Isolierte Teams und Technologien behindern viele Tätigkeiten – und die Implementierung von KI ist diesbezüglich keine Ausnahme. **44 % der Führungskräfte im Kundenservice mit KI berichten von Verzögerungen oder Einschränkungen ihrer KI-Initiativen durch technologische Silos.**

Der überwiegende Teil der Organisationen ist jedoch bemüht, seine Technologien über verschiedene Kanäle und Teams hinweg zu vernetzen. Dabei berichten Unternehmen mit vernetzter Technologie von größerem Erfolg bei der KI-Implementierung. **88 % der Führungskräfte im Kundenservice sagen, dass sie die technologische Integration priorisieren, um ihre KI-Initiativen zu unterstützen.**

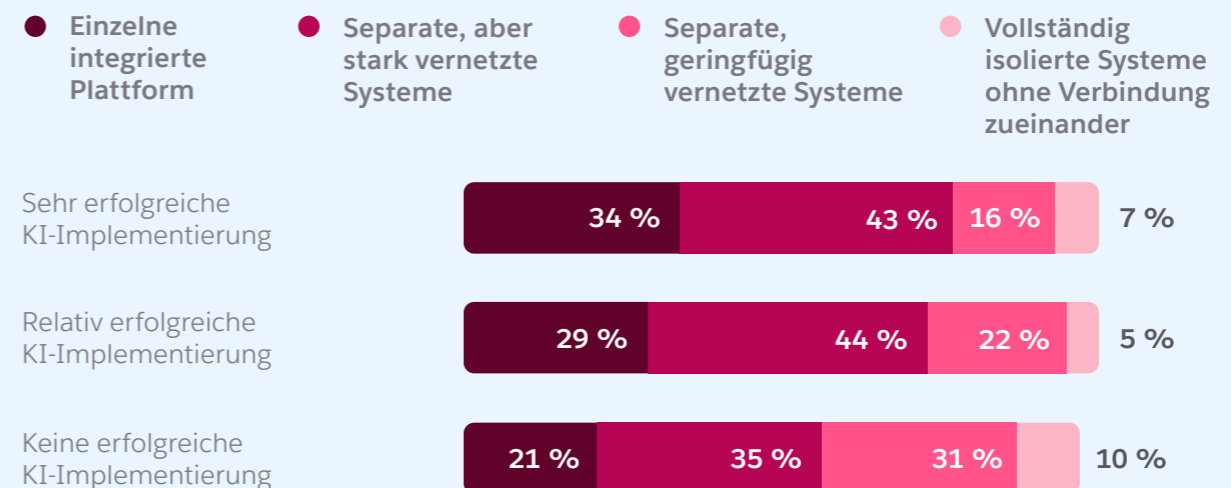
Organisationen, die Servicekanal-Daten in eine zentrale Plattform integrieren, geben im Vergleich zu Organisationen mit isolierten Systemen mit 1,4-mal höherer Wahrscheinlichkeit an, KI „sehr erfolgreich“ implementiert zu haben.

Vernetzte Systeme erhöhen den KI-Erfolg

Grad der Vernetzung der folgenden Systeme



Organisationen mit integrierter Servicekanal-Technologie erzielen größeren KI-Erfolg



Datenbasis: Kundenservice-Mitarbeiter:innen mit KI.



Generative KI hilft unserem Team, sich besser auf Kund:innen zu konzentrieren.“



Tim Gough

Chief Technology Officer, Simplyhealth

Simplyhealth ist ein Anbieter von Kranken- und Zahnversicherungen mit fast drei Millionen Kund:innen. Das Unternehmen hat KI in den Mittelpunkt seiner Strategie gestellt, um durch digitale Abläufe mehr Menschen weiterhelfen zu können. Das Ergebnis sind Produktivitätssteigerungen sowie eine hervorragende Customer Experience.

[Erfolgsgeschichte lesen](#)

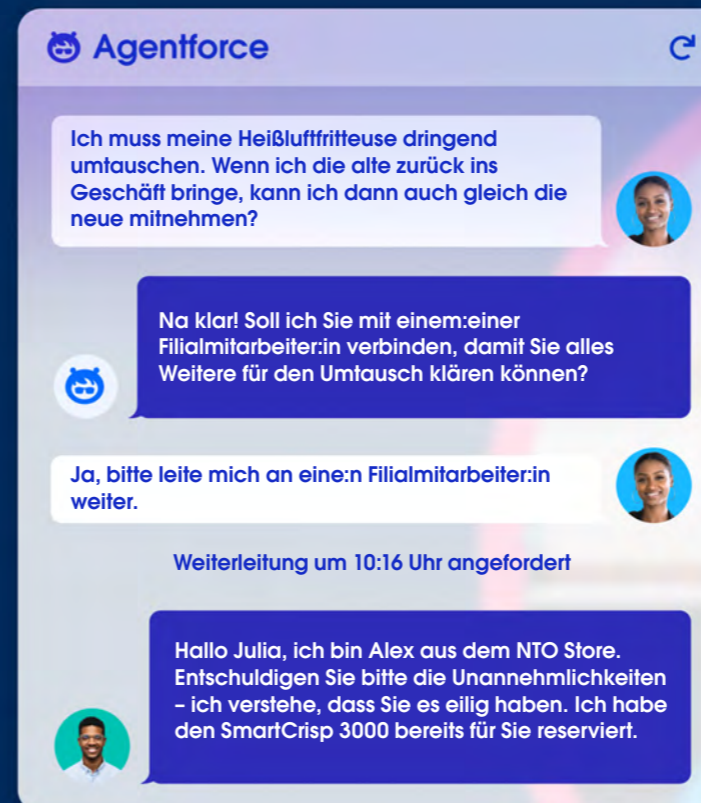
90%
schnellere Bearbeitung
von E-Mails

30%
der Anfragen werden
durch Conversational
AI geklärt

90+
Stunden
Produktivitätsgewinn
pro Woche mit
generativer KI

2

KI-Agents definieren den Kundenservice neu



Unternehmen investieren verstärkt in KI und Agents

Unternehmen investieren in alle drei Formen von KI: prädiktive, generative und agentenbasierte KI.

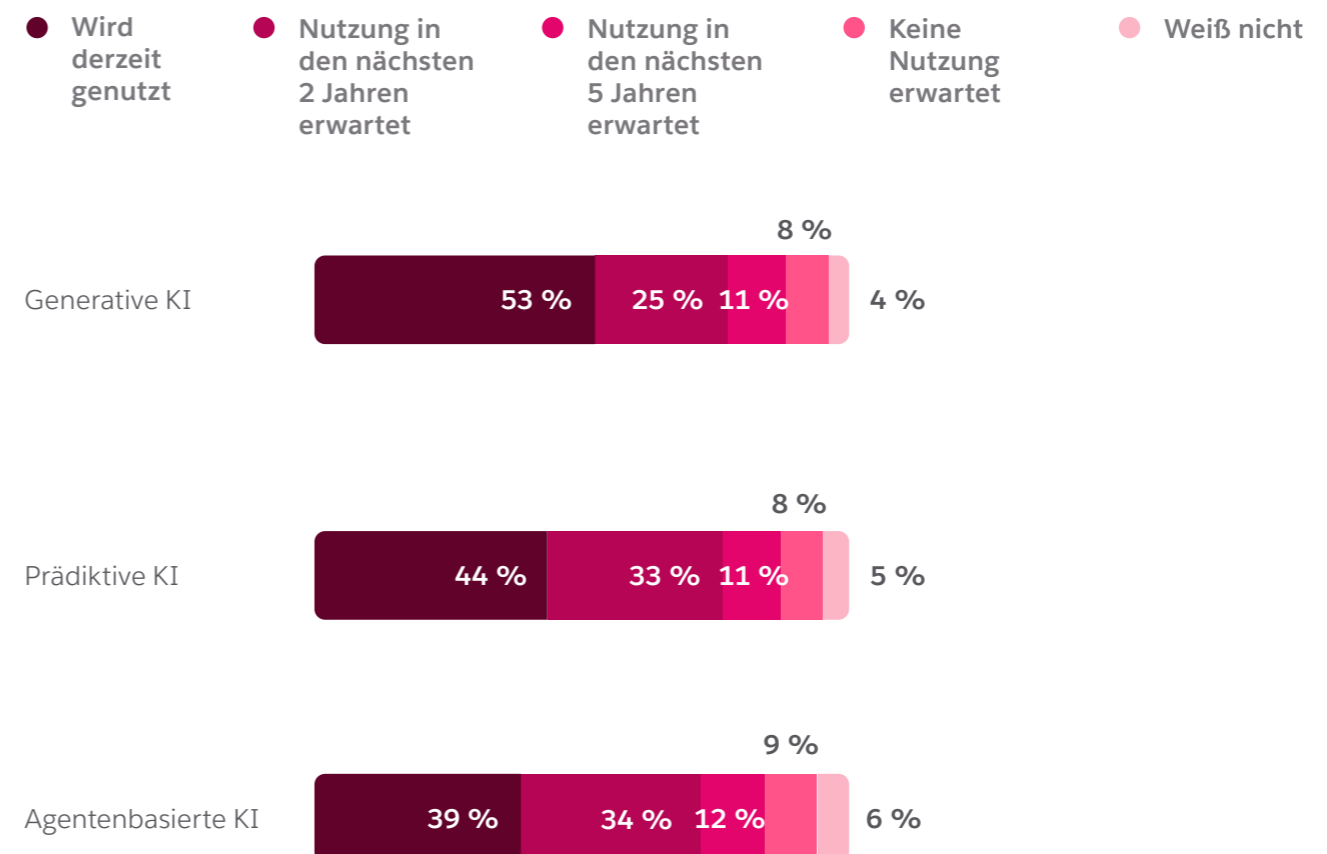
69 % der Kundenservice-Mitarbeiter:innen sagen, dass ihre Organisation mindestens eine Form von KI nutzt, wobei 39 % agentenbasierte KI nutzen.

Prädiktive KI sieht Probleme voraus (z. B. wenn ein:e Kund:in voraussichtlich Probleme mit einem Produkt oder Service haben wird), generative KI erstellt neue Inhalte (wie automatische Antworten auf Kundenanfragen) und agentenbasierte KI kann eigenständig handeln (z. B. indem sie Routineaufgaben erledigt, Empfehlungen in Echtzeit gibt oder mit Kundenbetreuer:innen zusammenarbeitet, um komplexe Kundenprobleme zu lösen).

Nur 6 % der Führungskräfte im Kundenservice gehen davon aus, agentenbasierte KI innerhalb der nächsten fünf Jahre nicht zu nutzen – ein einleuchtendes Ergebnis, wenn man bedenkt, dass 79 % die Investition in KI-Agents als unerlässlich für das Erfüllen von Geschäftsanforderungen betrachten.

Serviceorganisationen bleiben bezüglich der Einführung von KI am Ball

Nutzung verschiedener Arten von KI in Serviceorganisationen



KI-Agents liefern messbare Ergebnisse

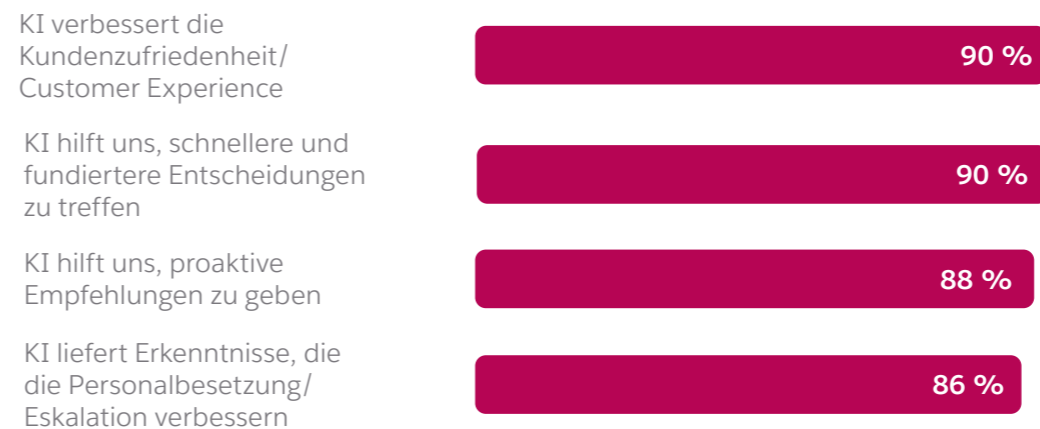
KI befähigt Teams zu schnelleren und präziseren Interaktionen. Von proaktiven Empfehlungen für Kund:innen bis hin zur Unterstützung von Führungskräften mit Echtzeit-Einblicken: KI ermöglicht eine völlig neue Art von Kundenservice.

Das Ergebnis: bessere Entscheidungen, gesteigerte Effizienz und zufriedener Kund:innen. Unternehmen, die KI-Agents nutzen, erwarten darüber hinaus bessere Ergebnisse bei allen KPIs – vom CSAT, der den Grad der Kundenzufriedenheit misst, bis hin zur Case Deflection Rate (Fälle, in denen Kund:innen dank KI selbst eine Lösung gefunden haben).

Service-Operations-Teams und Führungskräfte, die KI-Agents nutzen, erwarten eine Reduzierung der Servicekosten und Problemlösungszeit um durchschnittlich 20 %.

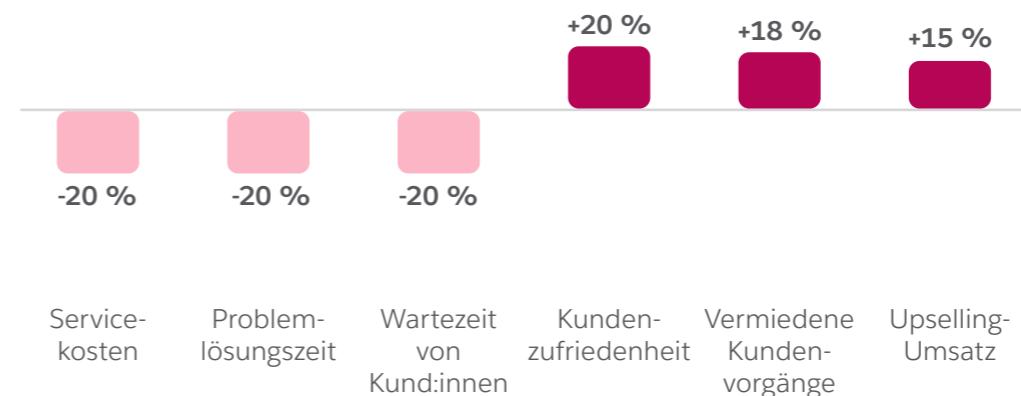
Sowohl Kund:innen als auch Unternehmen profitieren von KI

Führungskräfte im Kundenservice, die folgenden Aussagen über KI zustimmen



Datenbasis: Führungskräfte im Kundenservice mit KI.

Erwartete Auswirkungen von KI-Agents nach der vollständigen Implementierung



Datenbasis: Service-Operations-Teams und Führungskräfte, die KI-Agents nutzen oder dies vorhaben.

Gemeinsam erreichen Menschen und KI-Agents mehr

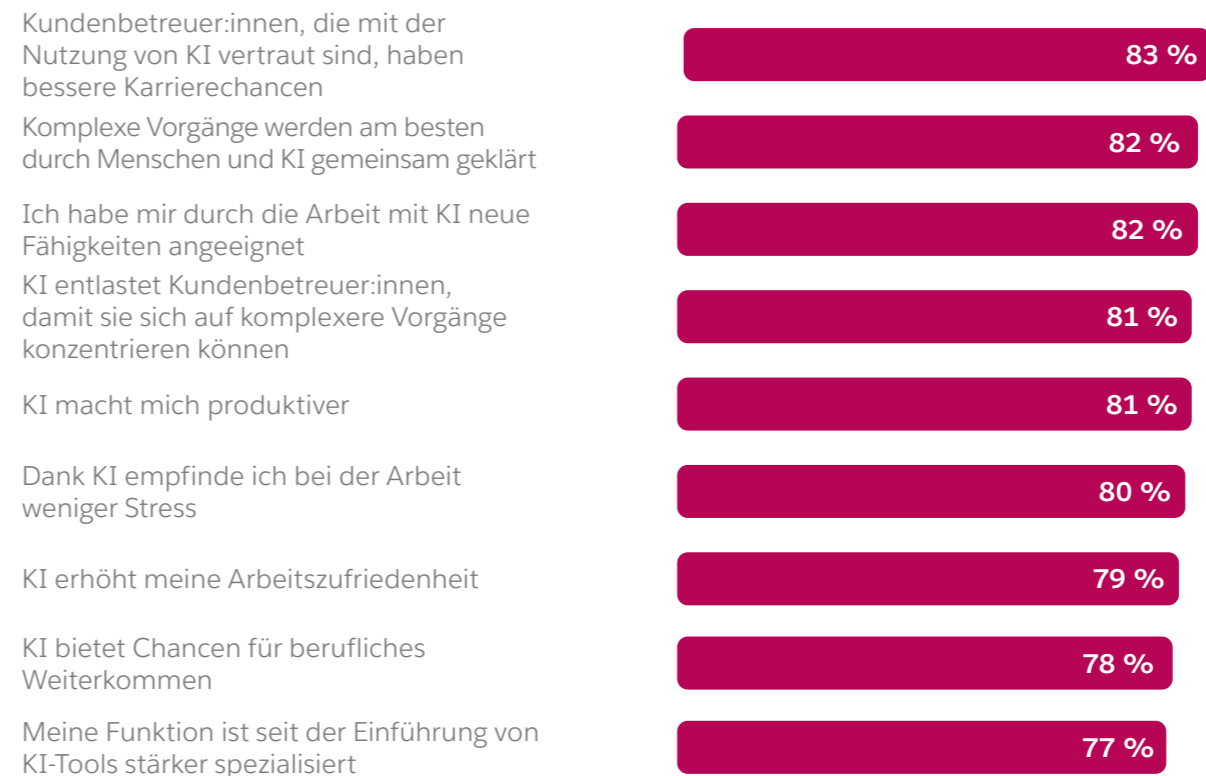
Die Zusammenarbeit von Menschen und KI im Kundenservice bietet erhebliche Vorteile. So berichten 83 % der Kundenbetreuer:innen bei Organisationen mit KI, dass sie dank der Technologie von besseren Karrierechancen profitieren. Und 82 % sagen, sich durch die Arbeit mit KI neue Fähigkeiten angeeignet zu haben. Außerdem arbeiten sie produktiver und empfinden weniger Stress bei der Arbeit.

Bei Organisationen mit KI-Agents können sich Kundenbetreuer:innen zudem um die schwierigeren Fälle kümmern. Gemeinsam erreichen Kundenbetreuer:innen und KI mehr. Das gilt auch für das Erfüllen von – sowohl einfachen als auch komplexen – Kundenbedürfnissen.

Indem sie ihr Self-Service-Angebot mit KI erweitern, sparen Organisationen außerdem wertvolle Ressourcen. So haben ihre Kundenbetreuer:innen beispielsweise mehr Zeit für höherwertige Vorgänge.

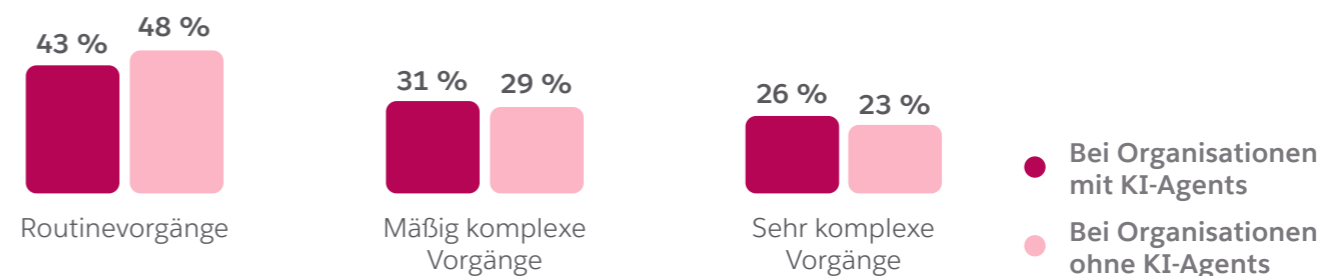
KI verbessert die Arbeit von Kundenbetreuer:innen

Kundenbetreuer:innen, die folgenden Aussagen über KI zustimmen



Datenbasis: Kundenservice-Mitarbeiter:innen mit KI.

Anteil der Vorgänge von Kundenbetreuer:innen nach Kategorie



Datenbasis: Kundenbetreuer:innen sowie deren Führungskräfte.

Im Fokus: Agentenbasierter Self-Service verbessert die Bearbeitung der Anfragen

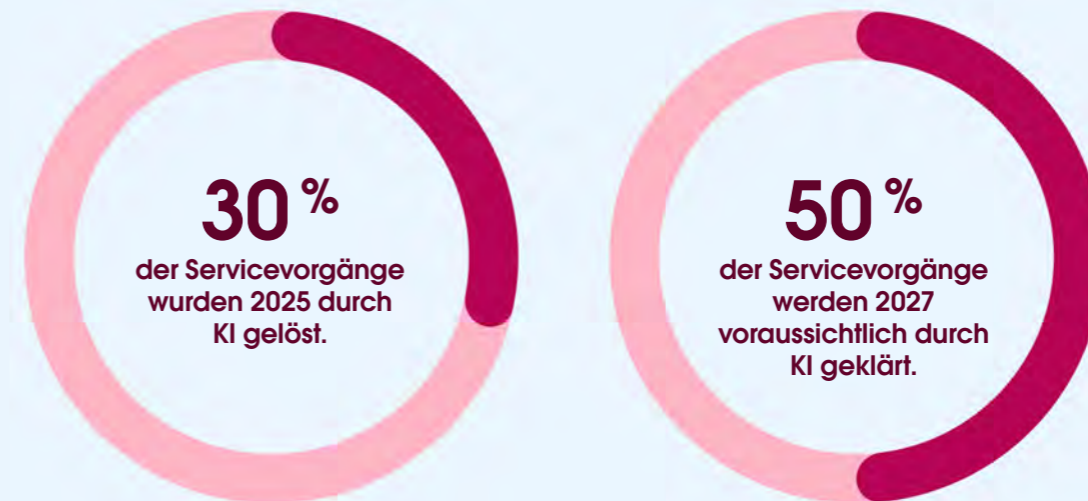
Angesichts der zunehmenden Verbreitung von KI-Agents gehen Kundenservice-Mitarbeiter:innen davon aus, dass der Anteil KI-gelöster Kundenvorgänge schnell steigen wird. **Bis 2027 werden voraussichtlich 50 % der Servicevorgänge durch KI geklärt – gegenüber 30 % in 2025.**

Vor diesem Hintergrund kristallisieren sich Kunden-FAQs als wichtigster Anwendungsfall für KI-Agents heraus – was angesichts ihrer Rolle bei der eigenständigen Problemlösung wenig überrascht.

Weitere wichtige Einsatzgebiete sind beispielsweise die Beantwortung von Fragen zum Bestellstatus oder personalisierte Produktempfehlungen, die die Bedürfnisse, Vorlieben und bisherigen Käufe der Kund:innen berücksichtigen.

Der Aufstieg agentenbasierter KI schafft neue Self-Service-Möglichkeiten

Durch KI geklärte Servicevorgänge



Die wichtigsten Anwendungsfälle von KI-Agents im Kundenservice

- 1 Kunden-FAQ
- 2 Fragen zur Bestellung
- 3 Gesprächszusammenfassungen
- 4 Finden von Informationen für Kundenbetreuer:innen/Techniker:innen
- 5 Personalisierte Produktempfehlungen

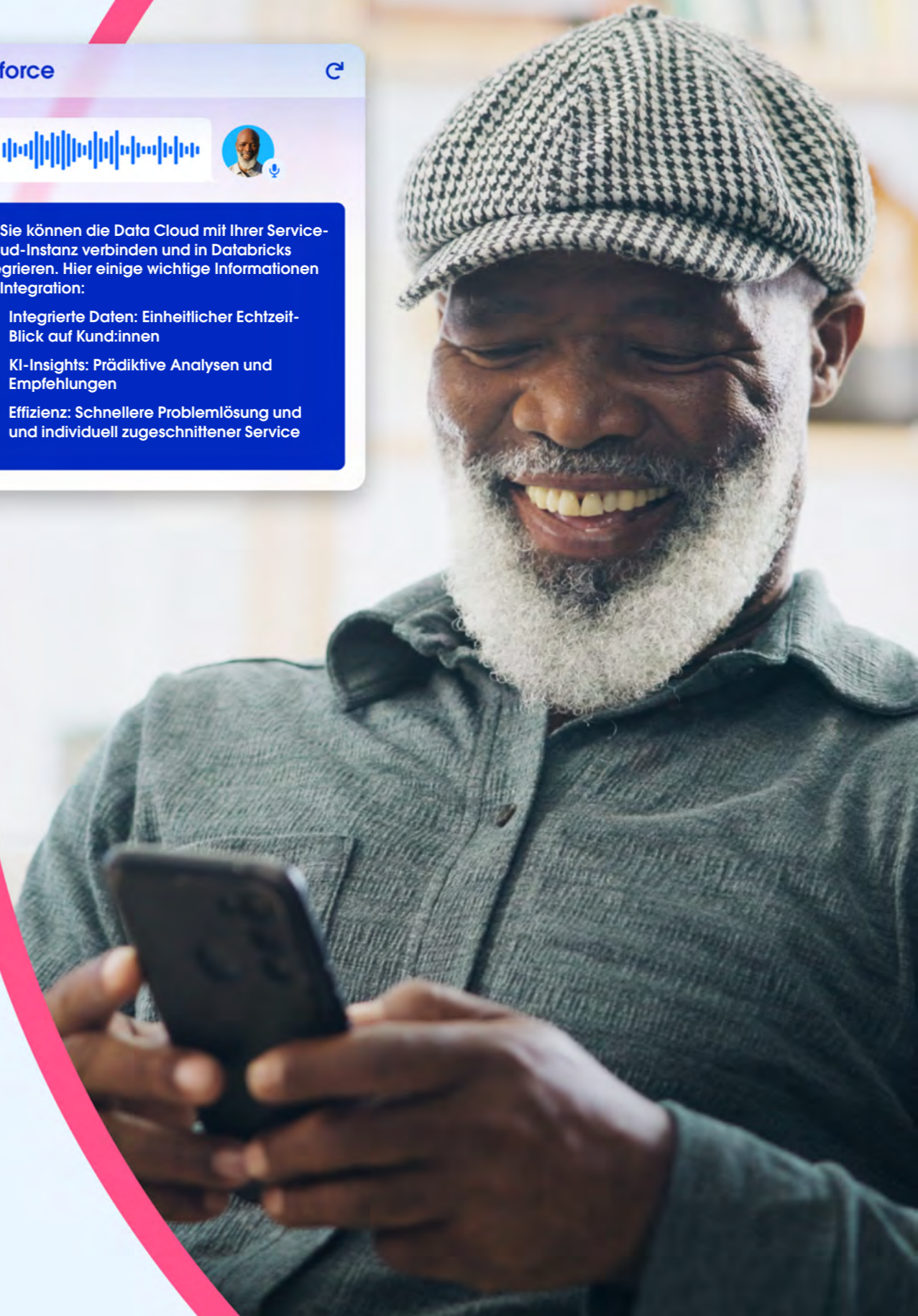
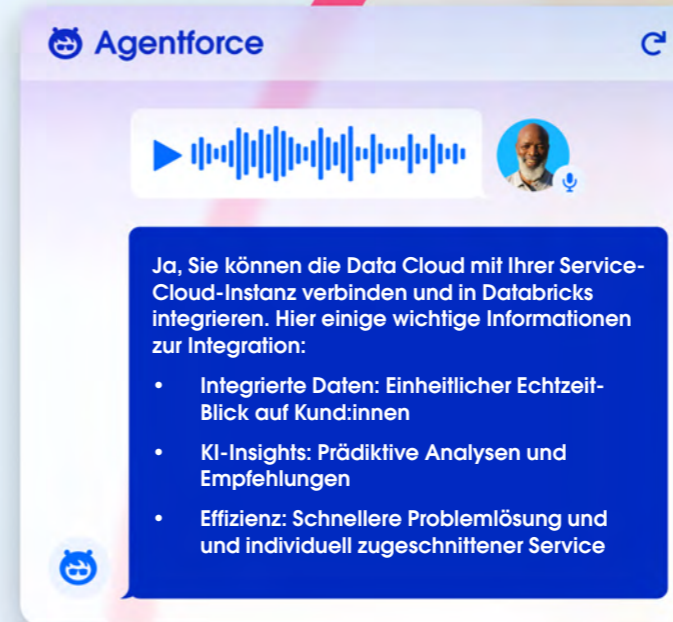
”

Mit dieser neuen Technologie können wir unseren Kund:innen eine reibungslose und professionelle Erfahrung auf einem völlig neuen Niveau bieten.“

**Jim Roth**

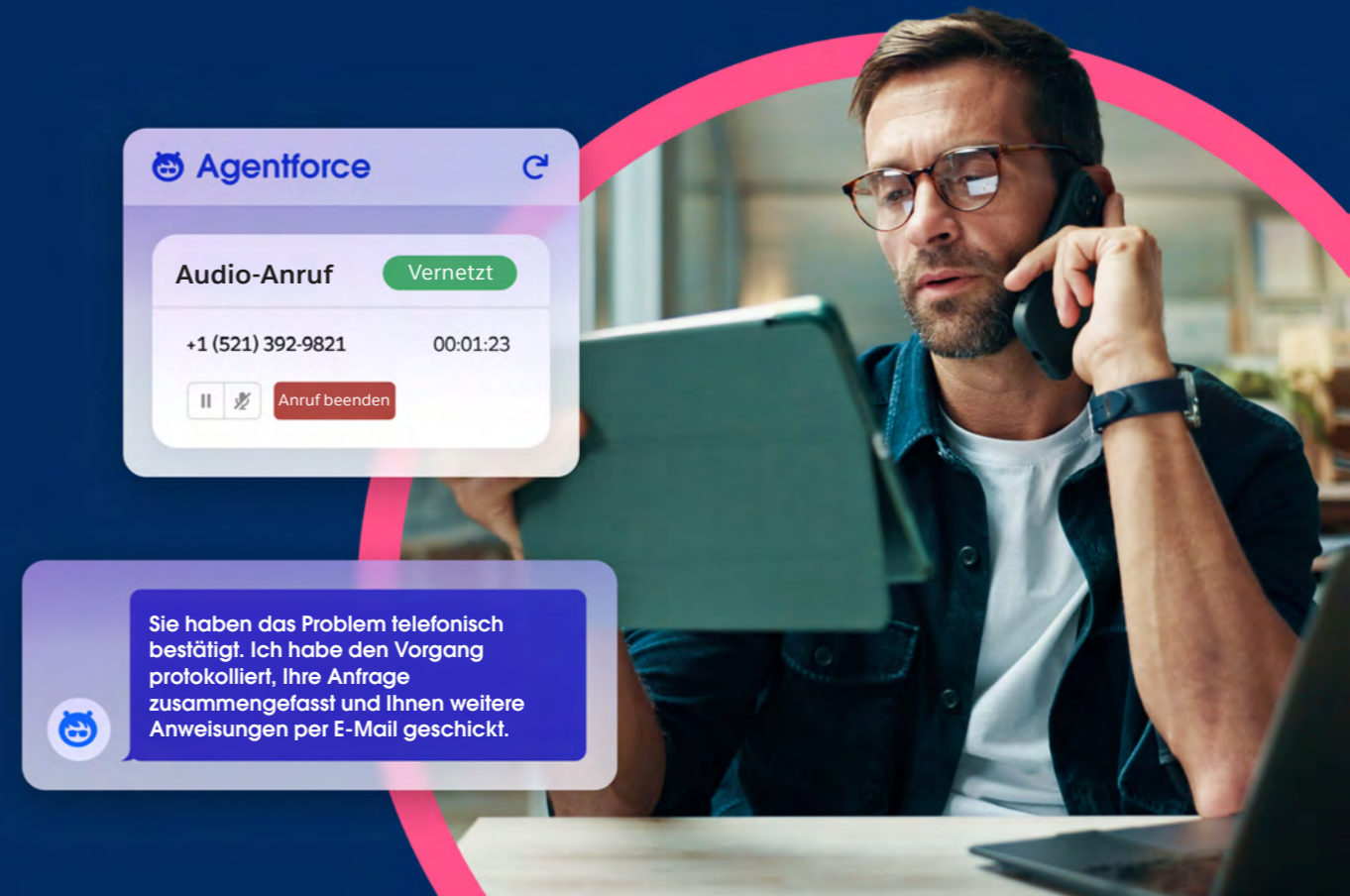
President, Customer Success, Salesforce

Erfahren Sie, wie Salesforce Besucher unserer Hilfe-Seite mit agentenbasiertem Self-Service unterstützt- beispielsweise beim Finden von Antworten oder beim Klären von Anfragen, die alles vom Zurücksetzen des Passworts bis hin zu Entwicklersupport umfassen können.

[Erfolgsgeschichte lesen](#)

3

Multimodale Konversations-KI ermöglicht natürliche Gespräche



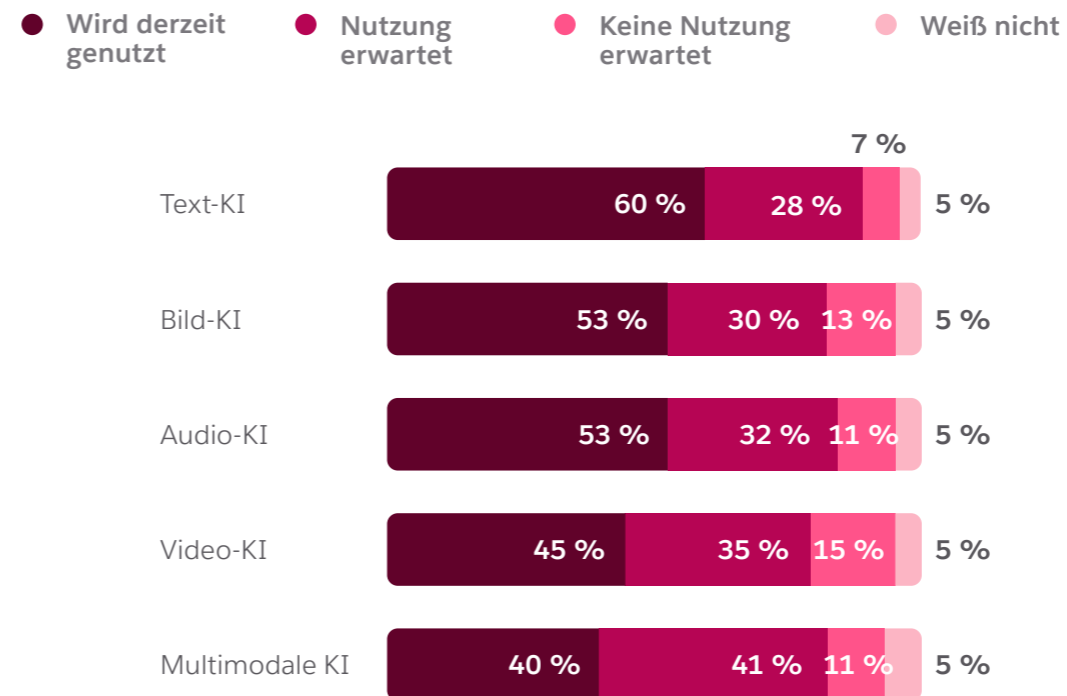
Conversational AI berücksichtigt Kundenvorlieben

Multimodale KI ist eine Technologie, die verschiedene Arten von Eingaben – gesprochene Sprache, Text, Chat und visuelle Inhalte – in einem einzigen System verarbeiten kann. KI-Agents verwandeln diese Touchpoints in Dialoge in natürlicher Sprache.

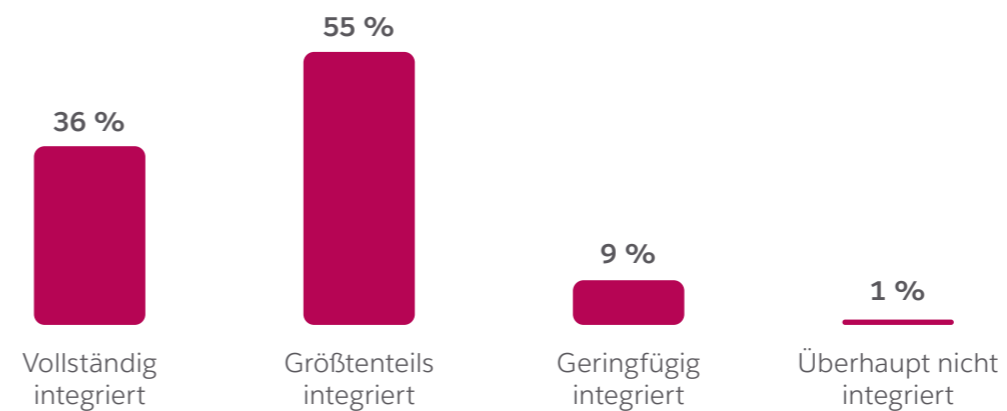
Echte multimodale Interaktionen bewahren den Verlauf und Kontext über sämtliche Touchpoints hinweg. Dadurch können Kund:innen reibungslos zwischen verschiedenen Kanälen und Gesprächsmodi wechseln. 36 % der Organisationen, die sowohl Audio- als auch Text-KI nutzen, haben diese Modi bereits integriert.

Organisationen setzen zunehmend auf Conversational AI.

Einsatz verschiedener Formen von KI in Serviceorganisationen



Grad der Integration von Audio-KI und Text-KI in Serviceorganisationen



Datenbasis: Kundenservice-Mitarbeiter:innen, die sowohl Audio-KI als auch Text-KI nutzen.

Conversational AI bringt Vorteile für Unternehmen und Kund:innen

Conversational AI funktioniert am besten, wenn sie auf Ihren Unternehmensdaten basiert. So stellen Sie sicher, dass sie präzise Antworten liefert und gleichzeitig die Stimme und den Ton Ihrer Marke beibehält. Außerdem macht sie sich Kundendaten zunutze, um jede einzelne Interaktion zu personalisieren. Die KI spricht die Sprache Ihrer Kund:innen, imitiert ihre Sprechweise und passt sich an ihre Kommunikationsbedürfnisse an.

Unternehmen, denen es gelingt, Gespräche reibungslos von KI-Agents an menschliche Mitarbeiter:innen zu übergeben, erhalten gute Bewertungen. Die reibungslosen Übergänge verbessern die Kundenzufriedenheit und ermöglichen Mitarbeiter:innen, sich von Anfang an auf die Problemlösung zu konzentrieren, statt zuerst Hintergrundinformationen zusammentragen zu müssen.

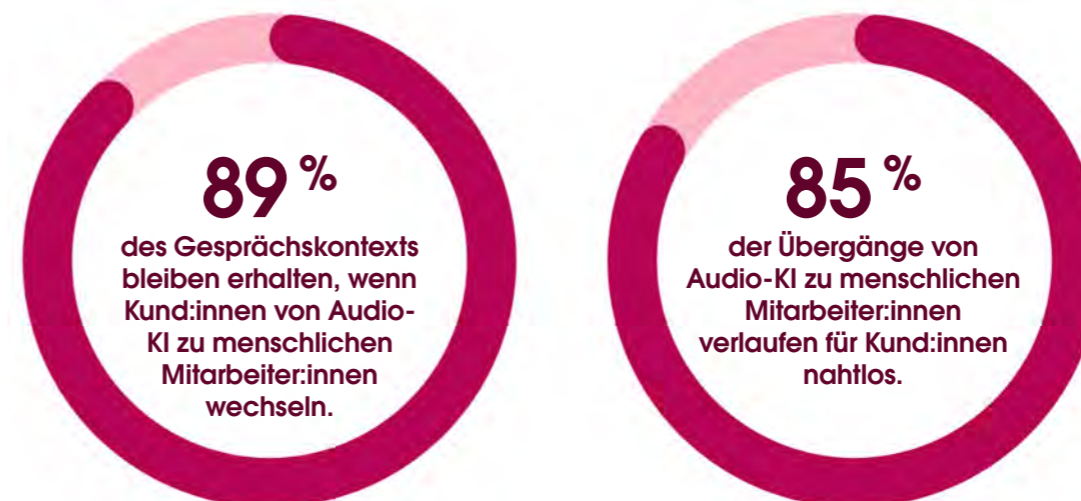
Conversational AI überzeugt auf ganzer Linie

Kundenservice-Mitarbeiter:innen, die Conversational AI folgende Vorteile bescheinigen



Datenbasis: Nutzt KI.

Kundenservice-Mitarbeiter:innen mit Audio-KI, die folgenden Aussagen zustimmen



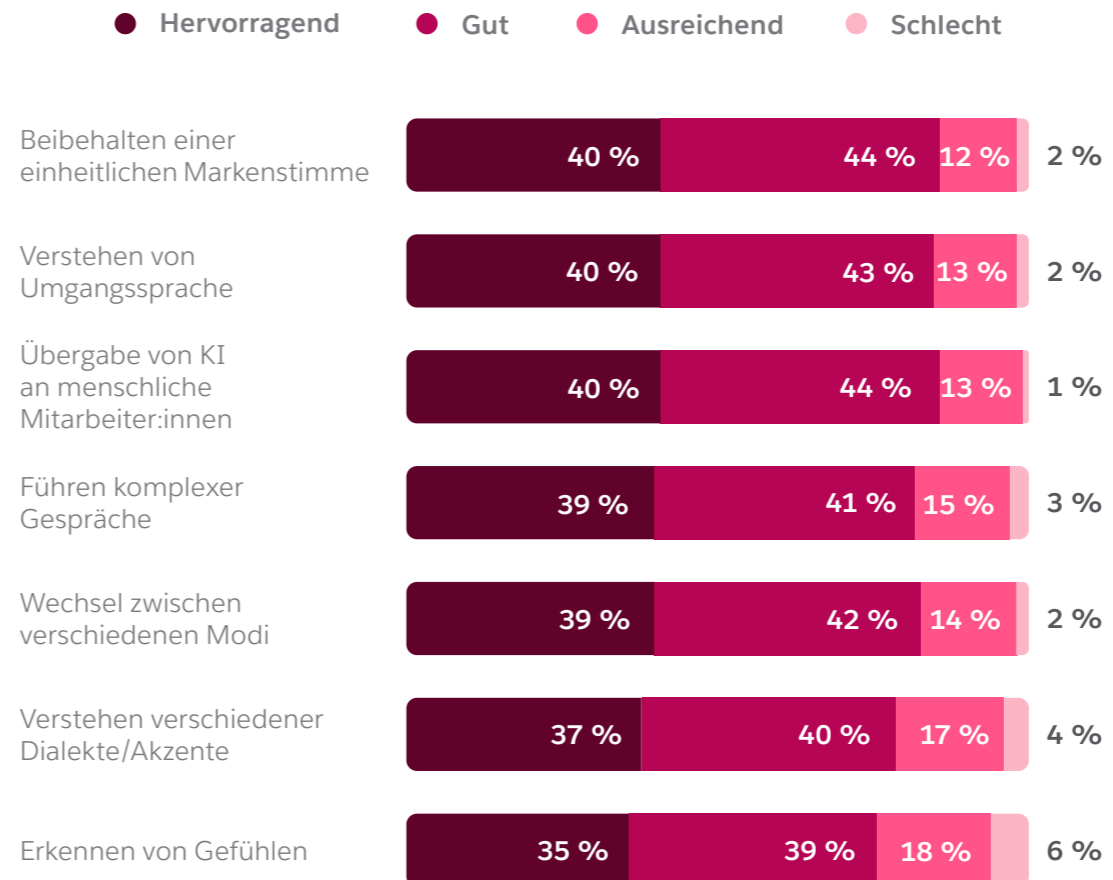
Die richtige KI versteht Kund:innen und kommuniziert markenkonform

Kundenservice-Mitarbeiter:innen, die Conversational AI nutzen, sind von deren Leistung beeindruckt. Die Technologie hat in allen Bereichen gut abgeschnitten. 88 % der Unternehmen geben an, dass sie bei der Wahrung einer konsistenten Markenstimme gut oder sehr gut ist. Dennoch besteht weiterhin Verbesserungsbedarf.

Ein Bereich mit Verbesserungsbedarf ist das Verstehen von Dialekt- und Gefühlsnuancen. Während 35 % der Kundenservice-Mitarbeiter:innen angeben, dass ihre KI Gefühle sehr gut erkennt, sind andere weniger überzeugt. Insgesamt ist das dennoch ein wichtiger Schritt Richtung natürlicherer KI-Interaktionen.

Conversational AI schafft Verbindungen

Effektivität von KI bei folgenden Aufgaben



Datenbasis: Kundenservice-Mitarbeiter:innen mit KI.

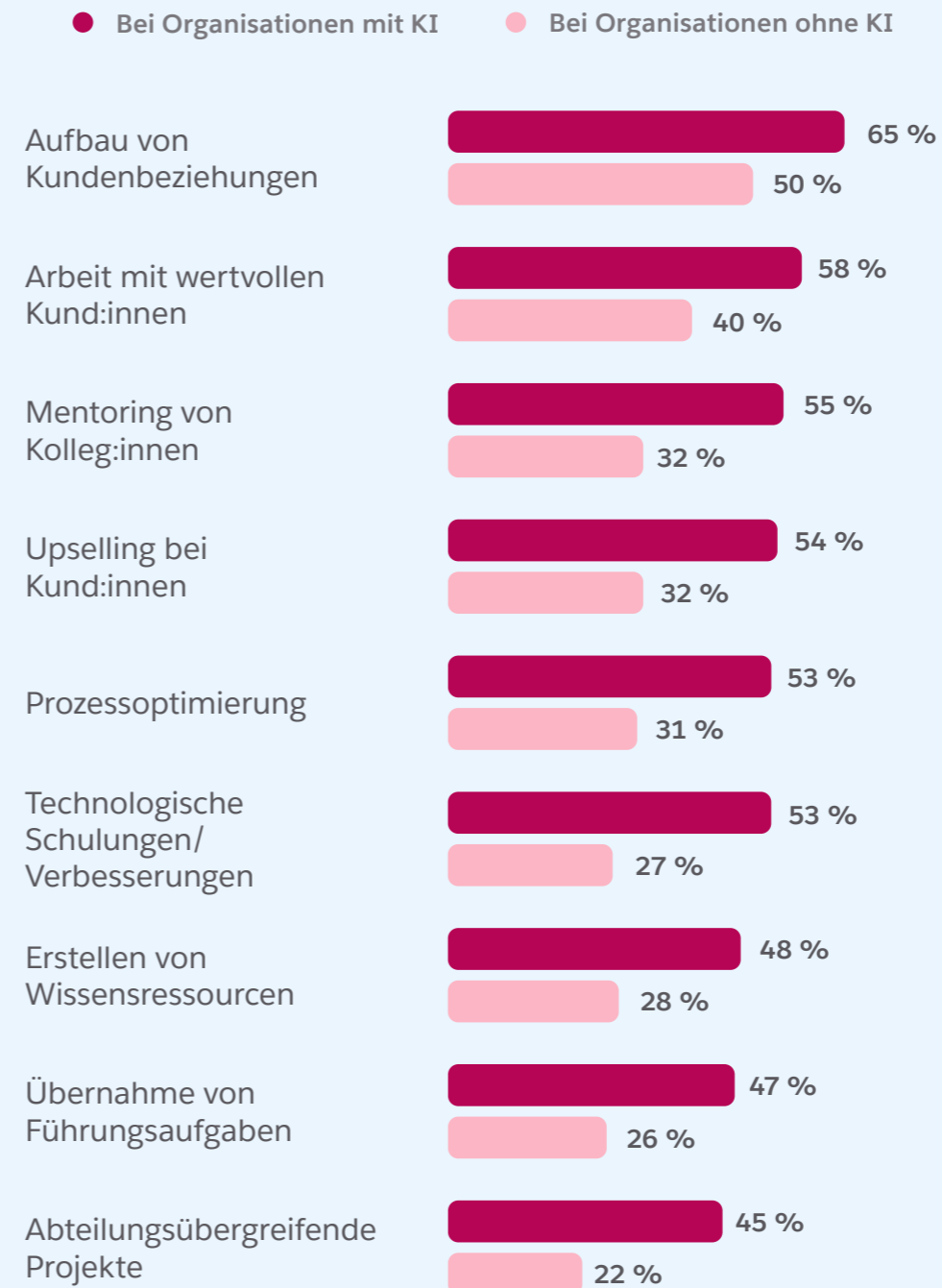
Im Fokus: KI hilft Menschen, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren

Die Partnerschaft zwischen Mensch und Maschine hat spürbare Auswirkungen auf die Arbeitsweise von Service-Teams. Wenn KI Routineaufgaben übernimmt, können sich Teams auf wichtigere Geschäftsanforderungen konzentrieren. **65 % der Teams, die KI einsetzen, berichten von mehr Gelegenheiten, sich auf den Aufbau von Kundenbeziehungen zu konzentrieren.**

54 % der Teams, die KI nutzen, haben dadurch nach eigenen Angaben mehr Möglichkeiten, an der Verbesserung von Prozessen mitzuwirken. Die Zahlen sprechen für sich: Teams, die KI nutzen, haben mehr Möglichkeiten, Kund:innen, Kolleg:innen und das Unternehmen insgesamt besser zu unterstützen.

Kundenbetreuer:innen mit KI haben mehr Zeit für höherwertige Aufgaben

Anteil der Kundenbetreuer:innen, die umfassende Möglichkeiten haben, Folgendes zu tun:





Wenn wir bei einem 10-minütigen Anruf nur zwei Minuten sparen, können sich unsere Kundenbetreuer:innen stärker auf die Kundenbeziehungen konzentrieren.“



George Pokorny
SVP, Global Customer Success, OpenTable

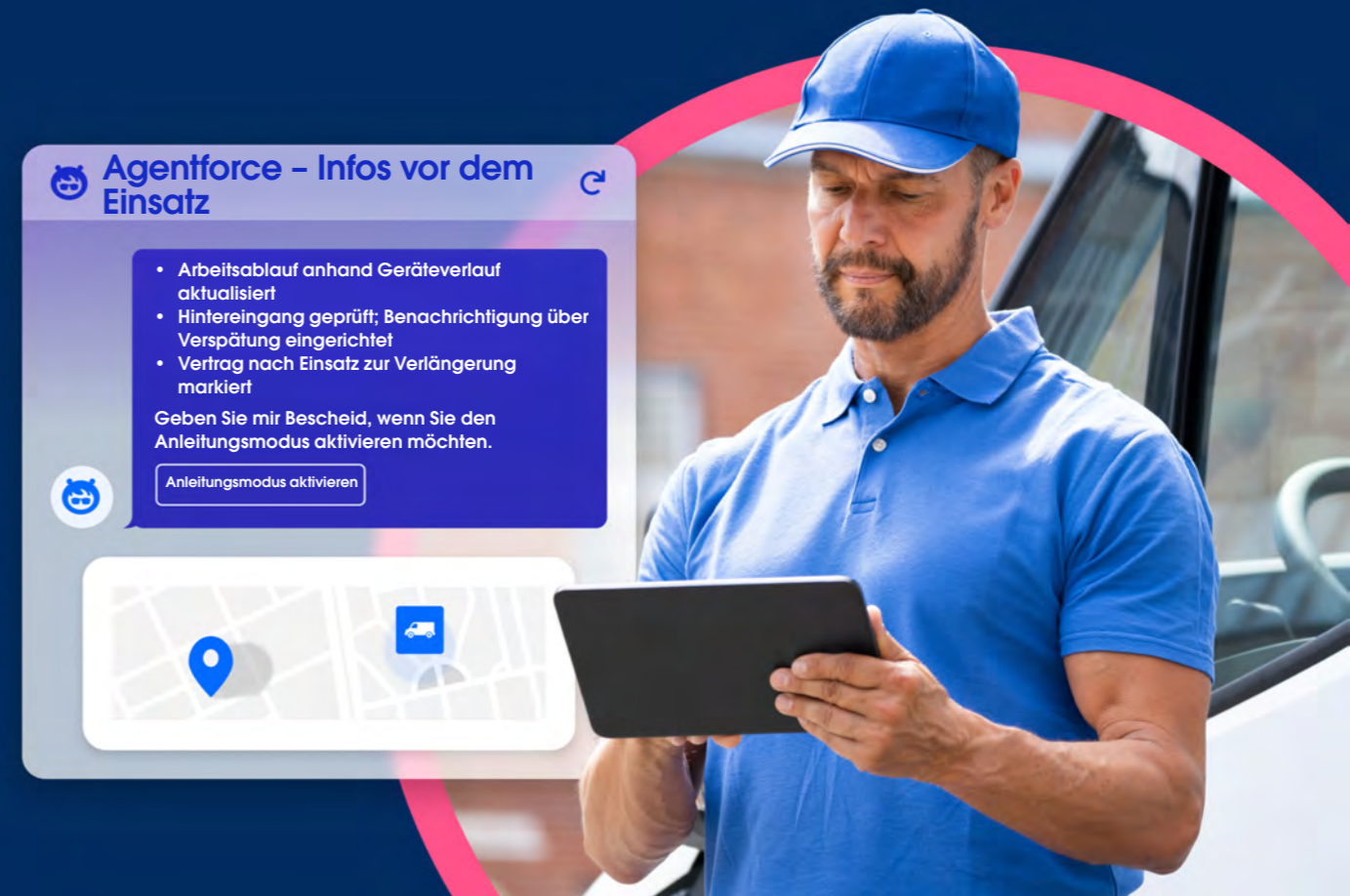
Dank eines zentralen, integrierten Systems kann OpenTable einen schnelleren, effektiveren Support bieten und die Zufriedenheit der Kund:innen weltweit deutlich steigern.

[Erfolgsgeschichte lesen](#)



4

Agentenbasierte KI sorgt für mehr Sicherheit und Effizienz im Außendienst



Außendienstorganisationen kämpfen mit Ineffizienzen

Außendienstmitarbeiter:innen haben mit Ineffizienz zu kämpfen, die zum Teil auf Verwaltungsaufgaben zurückzuführen ist. Mobile Arbeitskräfte verbringen nach eigener Einschätzung 18 % ihrer Arbeitszeit – d. h. mehr als sieben Stunden in einer typischen Arbeitswoche – mit Verwaltungstätigkeiten wie dem Ausfüllen von Formularen oder der Suche nach Informationen. Zeit, die ihnen für das Lösen von Kundenproblemen fehlt.

Anlässlich der Frage nach Produktivitätshindernissen hoben sowohl Außendiensttechniker:innen als auch deren Führungskräfte Probleme mit der Terminplanung sowie dem Warten auf Ersatzteile hervor. Dies sind keine zu vernachlässigenden Störungen, sondern allgemeine Produktivitätsskiller.

37 % der Techniker:innen geben an, dass Verwaltungsaufgaben sie von ihrer eigentlichen Arbeit abhalten.¹

¹ Salesforce Snapshot Survey: Field Service, 2025.

Verwaltungsaufgaben und Terminplanung beeinträchtigen die Produktivität

Stunden, die mit geringwertigen Aufgaben verbracht werden



Die wichtigsten Produktivitätshindernisse im Außendienst



04

KI erbringt deutliche Vorteile für Außendienstorganisationen

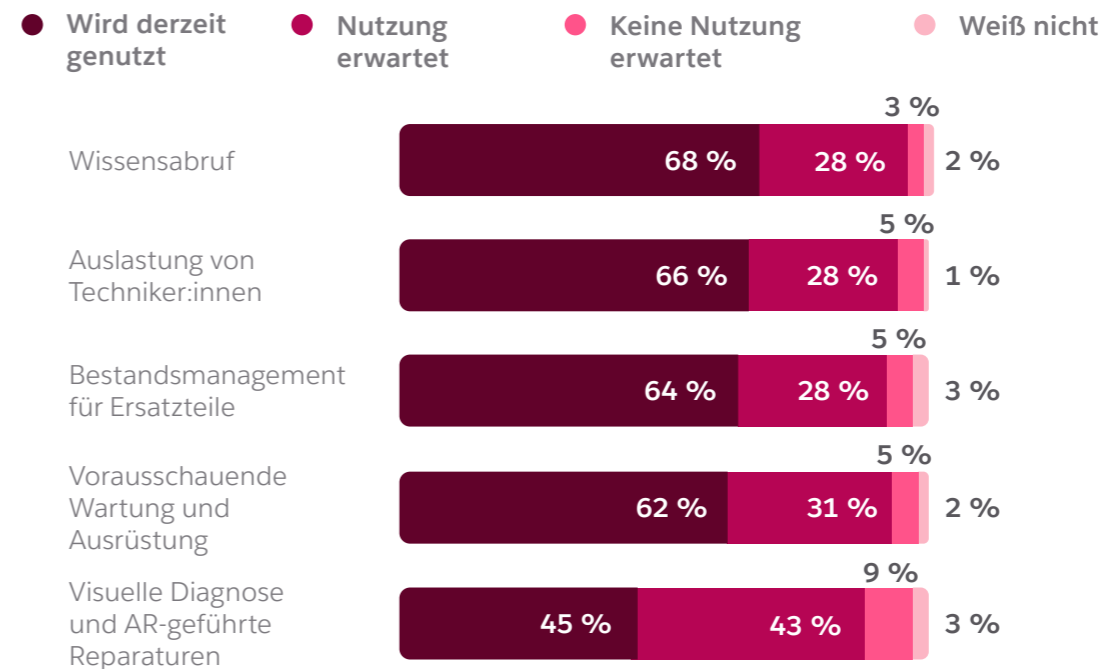
Führungskräfte im Außendienst experimentieren nicht nur mit KI – sie sind von ihren Vorteilen überzeugt. 96 % der Außendienst-Teams planen, KI für den sofortigen Zugriff auf Informationen im Rahmen des Wissensabrufs (Knowledge Retrieval) zu nutzen – denn sie wollen ihre Zeit mit dem Lösen von Problemen statt mit der Suche nach Informationen verbringen. Viele Teams erwägen außerdem AR-gestützte Diagnose- und Reparaturabläufe. 45 % nutzen derzeit KI für AR-geführte Reparaturen und weitere 43 % haben dies vor.

Techniker:innen zufolge könnte KI 35 % der Verwaltungsaufgaben übernehmen und ihnen damit zwei Arbeitsstunden pro Woche sparen. 88 % berichten von einer mindestens moderaten Verbesserung der Auslastung von Techniker:innen und 85 % von einer mindestens moderaten Verbesserung der Disponenten-Produktivität.

85 % der Führungskräfte im Außendienst erwarten, dass ihre KI-Investitionen im kommenden Jahr steigen werden.

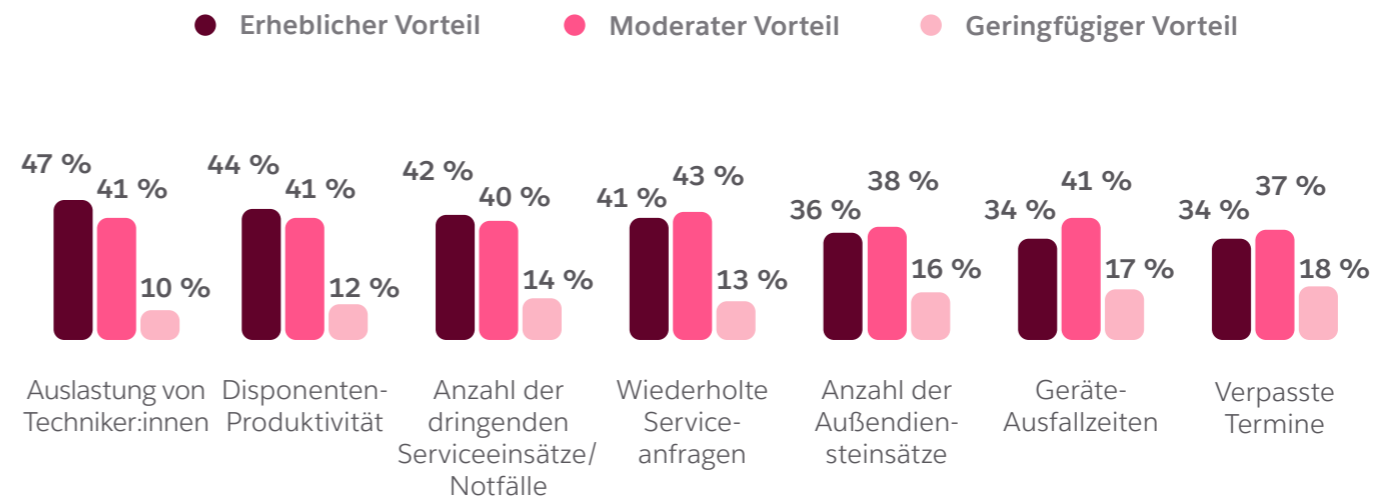
Verwaltungsaufgaben und Terminplanung beeinträchtigen die Produktivität

Nutzung von KI im Außendienst für folgende Aufgaben



Datenbasis: Führungskräfte im Außendienst.

Erwähnte Vorteile durch KI



Datenbasis: Führungskräfte im Außendienst mit KI.

Im Fokus: Auch Techniker:innen möchten von KI profitieren

Techniker:innen sind offen für neue Tools, die ihre Arbeit erleichtern. Wer könnte es ihnen verdenken? Immerhin besteht die Möglichkeit, dass KI-Agents in Zukunft die Terminvereinbarungen und den Papierkram übernehmen, während sie selbst sich ganz auf das konzentrieren können, wofür sie ausgebildet wurden – ohne Unterbrechungen während komplexer Reparaturen oder die Notwendigkeit, mit verschiedenen Terminen zu jonglieren.

Techniker:innen können es kaum erwarten. 80 % möchten weniger Zeit mit Verwaltungsaufgaben und mehr Zeit mit den wirklich wichtigen Dingen verbringen. Die Zahlen sprechen eine eindeutige Sprache: 87 % sind der Ansicht, dass KI ihre Arbeitszufriedenheit erhöhen würde, 83 % erwarten eine bessere Terminplanung und 82 % wünschen sich einfach mehr Zeit fürs Wesentliche.

Techniker:innen gehen davon aus, dass KI-Agents 35 % der Verwaltungsaufgaben übernehmen könnten, wodurch sie rund 14 Stunden pro Woche sparen würden.

Die Daten auf dieser Seite stammen aus einer [ähnlichen Umfrage](#) unter Geschäftsleuten und Techniker:innen in den USA.

Mitarbeiter:innen sind optimistisch bezüglich KI-Agents

Techniker:innen sind der Ansicht, dass KI-Agents sie bei Folgendem unterstützen könnten



”

Es geht darum, wie KI Menschen unterstützen kann, damit sie ihr Bestes geben und ihren Kund:innen zum Erfolg verhelfen.“

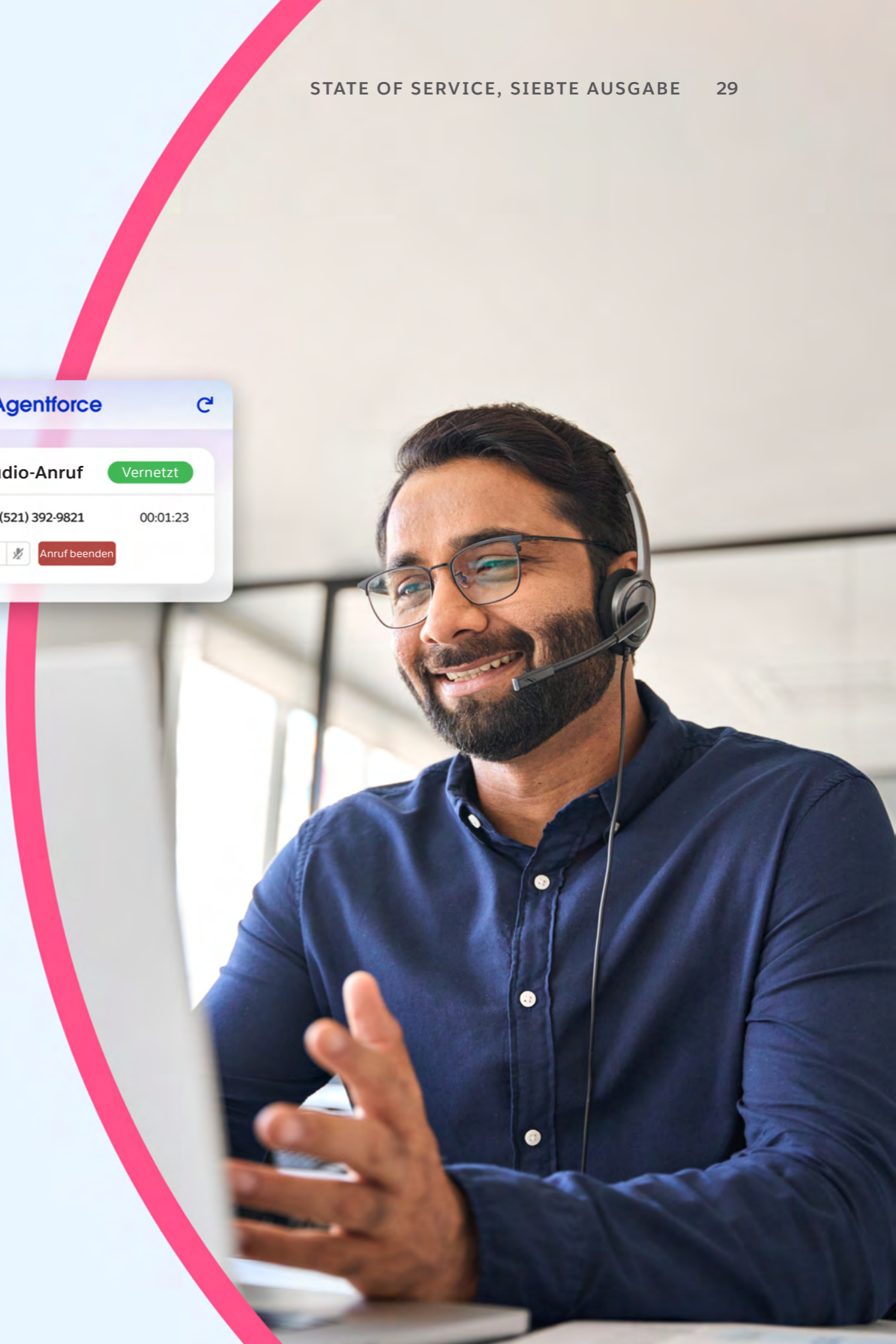
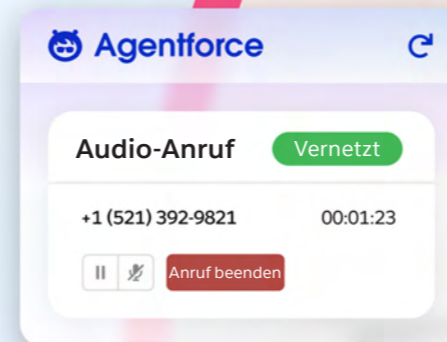


Christopher Battles

SVP, Product Management,
Salesforce Field Service

Unsere neueste Außendienststudie befasst sich mit den aktuellen Trends in der Branche – u. a. Terminplanungsprobleme, Verwaltungsaufwand und Budgetsorgen.

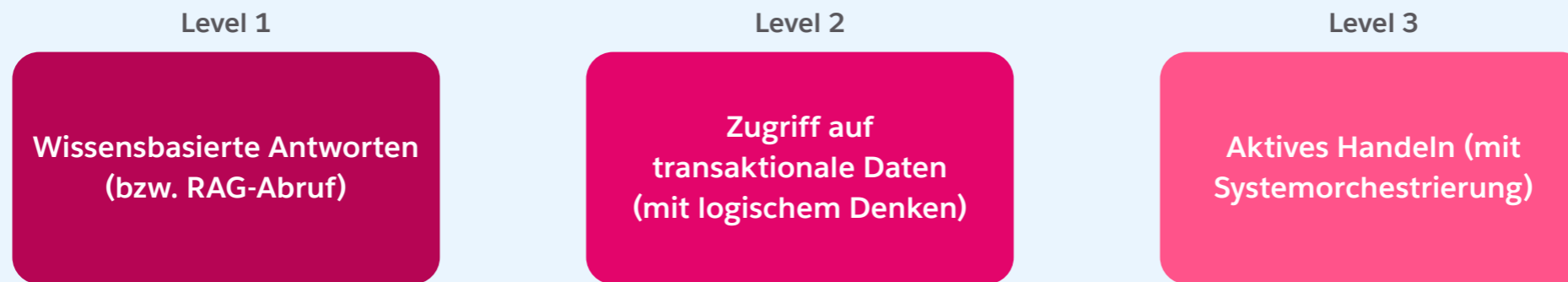
Sehen Sie sich die Trends an



Ihre Roadmap für den Erfolg mit KI-Agents

Ihr Weg zum Erfolg mit KI-Agents führt von „gut“ zu „ausgezeichnet“ – und darüber hinaus. „Ausgezeichnet“ bedeutet, dass die Agents einfache Interaktionen eigenständig bewältigen können, während sie gleichzeitig ihre menschlichen Kolleg:innen bei komplexen Kundenanfragen unterstützen.

Agenten-Reifegrad-Modell



Die Ziele im Kundenservice verändern sich ständig. Was gestern noch als ‚hervorragend‘ galt, ist angesichts des technologischen Fortschritts heute oft nur noch ‚gut‘. Ihre Strategie muss sich weiterentwickeln – und KI-Agents sind neue Schlüssel zum Erfolg.“



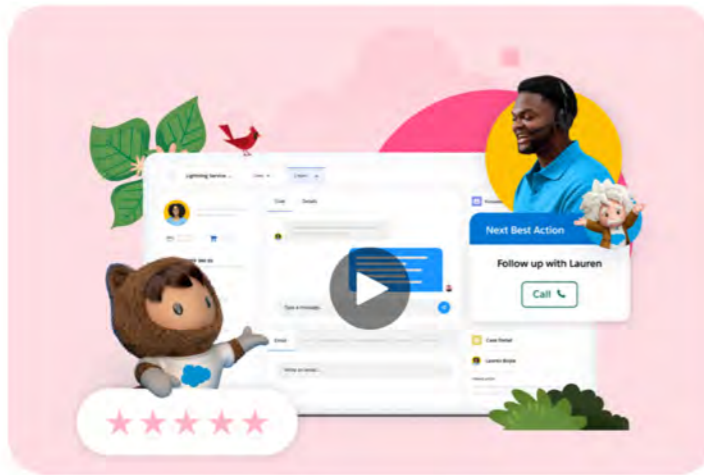
Matt Kravitz

VP, Product Management, Salesforce Service Cloud



Sind Sie bereit, Ihre Arbeitsabläufe mit KI zu optimieren? In unserem Leitfaden zum Thema digitale Arbeit erfahren Sie mehr. [Zum Leitfaden.](#)

Möchten Sie mehr zu diesem Thema erfahren?



KI mit der Service Cloud nutzen

Ihre KI ist nur so stark wie die Daten, auf denen sie basiert. Die Service Cloud beruht auf vertrauenswürdigen, geschützten Daten, um die Leistung der KI sicher zu maximieren.

[Service Demo](#)


Verbessern Sie jede Field Service Erfahrung

Bieten Sie Ihren Kund:innen von Anfang bis Ende einen schnellen und umfassenden Service. Das beginnt mit der richtigen KI-Lösung für das Field Service Management.

[Field Service Demo](#)


Werden Sie Teil der preisgekrönten Serviceblazer Community

Die Serviceblazer Community ist ein exklusiver Treffpunkt nur für Serviceprofis. Hier können Profis gemeinsam wachsen, lernen und alle Themen vom Kundenservice bis zum Field Service besprechen.

[Blogartikel lesen](#)

Weitere Ressourcen erkunden

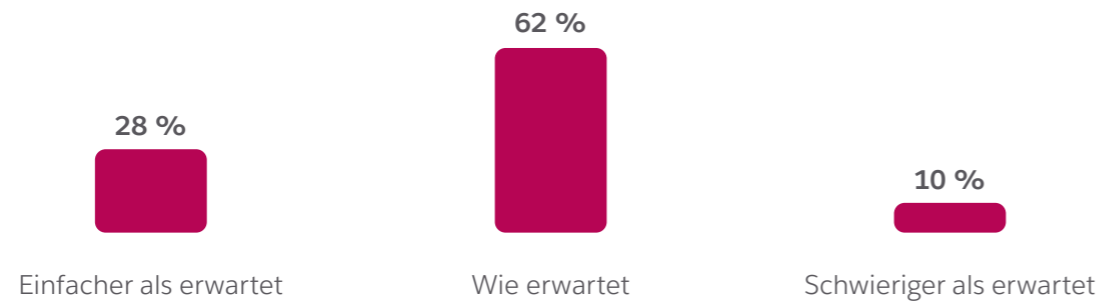
Erkunden Sie die Service Cloud und Field Service.

[Service Cloud](#)
[Field Service](#)

Anhang



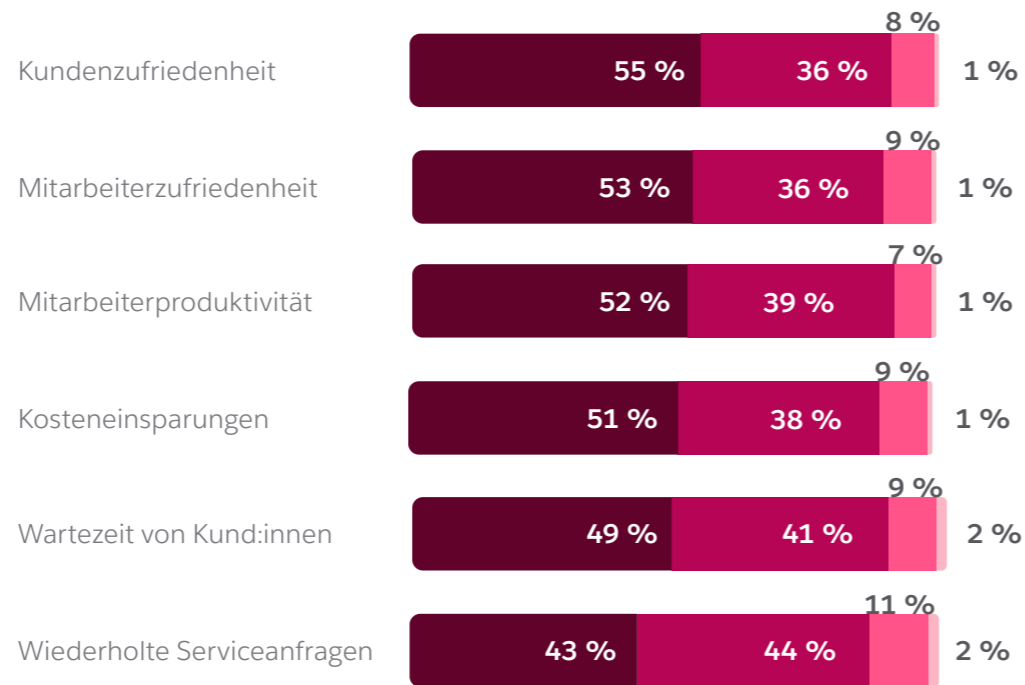
Erfahrung mit der Implementierung von KI für den Kundenservice



Datenbasis: Service Operations und Führungskräfte mit KI.

Vorteil von KI in Bezug auf folgende Punkte

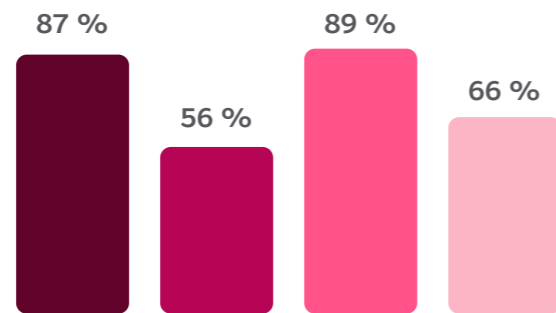
● Erheblicher Vorteil ● Moderater Vorteil ● Geringfügiger Vorteil ● Kein Vorteil



Datenbasis: Führungskräfte im Kundenservice mit KI.

Mitarbeiter:innen, die ihre Chancen auf beruflichen Aufstieg positiv einschätzen

● Bei Organisationen mit KI ● Bei Organisationen ohne KI ● Bei Organisationen mit KI-Agents ● Bei Organisationen ohne KI-Agents



Branchen für den beruflichen Aufstieg von Kundenbetreuer:innen

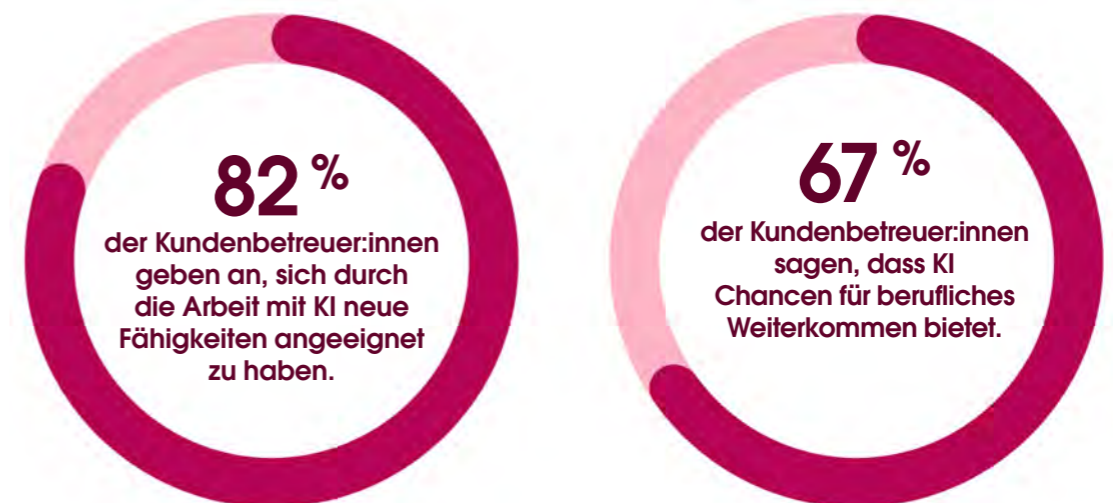
Die wichtigsten Branchen für den beruflichen Aufstieg von Kundenbetreuer:innen

- 1 Medien und Unterhaltung
- 2 Life Sciences und Biotechnologie
- 3 Energie und Versorgung

Unterrepräsentierte Branchen für den beruflichen Aufstieg von Kundenbetreuer:innen

- 1 Öffentlicher Sektor
- 2 Tourismus und Gastgewerbe
- 3 Technologie

Branchen für den beruflichen Aufstieg von Kundenbetreuer:innen



Zeiten im Außendienst

Laut Führungskräften dauert es	Laut Techniker:innen dauert es	
16 Minuten	17 Minuten	einen Termin zu vereinbaren
13 Minuten	15 Minuten	einen Termin zu ändern
11 Minuten	12 Minuten	einen Termin zu stornieren

Die wichtigsten Anwendungsfälle von KI-Agents im Außendienst

- 1 Ausfüllen von Formularen
- 2 Zusammenfassen von Terminen
- 3 Erstellen von Arbeitsaufträgen/Auftrags-Briefings
- 4 Fehlerbehebung mit KI-Text- und Bilderkennung
- 5 Finden benötigter Ersatzteile oder Geräte

Datenbasis: Führungskräfte im Außendienst.

Details zu den Befragten



Details zu den Befragten

Land

Argentinien	N=150, 2 %	Portugal.....	N=100, 2 %
Australien	N=250, 4 %	Saudi-Arabien.....	N=100, 2 %
Österreich	N=100, 2 %	Singapur	N=100, 2 %
Belgien.....	N=100, 2 %	Südafrika	N=100, 2 %
Brasilien.....	N=300, 5 %	Südkorea	N=200, 3 %
Kanada	N=300, 5 %	Spanien	N=200, 3 %
Chile.....	N=100, 2 %	Schweiz.....	N=100, 2 %
Kolumbien	N=150, 2 %	Thailand	N=200, 3 %
Tschechische Republik	N=100, 2 %	Türkei.....	N=100, 2 %
Frankreich	N=300, 5 %	Vereinigte Arabische Emirate ..	N=100, 2 %
Deutschland	N=300, 5 %	Vereinigtes Königreich.....	N=300, 5 %
Griechenland	N=100, 2 %	USA	N=500, 8 %
Indien	N=300, 5 %		
Indonesien.....	N=150, 2 %		
Irland	N=100, 2 %		
Israel.....	N=100, 2 %		
Italien.....	N=200, 3 %		
Japan	N=300, 5 %		
Mexiko.....	N=250, 4 %		
Niederlande.....	N=150, 2 %		
Neuseeland	N=50, 1 %		
Nordische Länder (DK, FI, NO, SE)	N=150, 2 %		
Peru	N=100, 2 %		
Philippinen.....	N=200, 3 %		
Polen	N=100, 2 %		

Funktion

Führungskraft im Kundenservice*	N=2558, 39 %
• Führungskraft im Außendienst	N=1258, 19 %
• Führungskraft in der Kundenbetreuung.....	N=2296, 35 %
Kundenbetreuer:in	N=2720, 42 %
Service Operations	N=1222, 19 %

*Einige Führungskräfte beaufsichtigen Teams, denen sowohl Außendiensttechniker:innen als auch Kundenbetreuer:innen angehören.

Details zu den Befragten

Branche

Automobil.....	N=377, 6 %
Kommunikation	N=220, 3 %
Konsumgüter.....	N=509, 8 %
Energie und Versorgung	N=224, 3 %
Maschinen- und Anlagenbau, Bauwesen und Immobilien	N=228, 4 %
Finanzdienstleistungen	N=821, 13 %
• Banken.....	N=389, 6 %
• Versicherungen	N=261, 4 %
• Vermögensverwaltung	N=171, 3 %
Öffentlicher Sektor	N=234, 4 %
Gesundheitsdienstleistungen	N=375, 6 %
Kostenträger im Gesundheitswesen	N=116, 2 %
Life Sciences und Biotechnologie.....	N=185, 3 %
Fertigung.....	N=510, 8 %
Medien und Unterhaltung.....	N=239, 4 %
Gemeinnützige Organisationen.....	N=166, 3 %
Professionelle und Unternehmensdienstleistungen	N=456, 7 %
Einzelhandel	N=688, 11 %
Lieferkette und Logistik.....	N=195, 3 %
Technologie	N=479, 7 %
Tourismus und Gastgewerbe	N=359, 6 %
Sonstige.....	N=119, 2 %

Unternehmensgröße

Klein (21–200 Mitarbeiter:innen)	N=1273, 20 %
Mittel (201–3500 Mitarbeiter:innen).....	N=3865, 59 %
Groß (ab 3501 Mitarbeiter:innen)	N=1362, 21 %



Die in diesem Bericht enthaltenen Informationen sollen unsere Kund:innen unterstützen und sind rein informativer Natur. Eine Veröffentlichung durch Salesforce stellt keine Empfehlung dar. Salesforce garantiert weder die Fehlerfreiheit noch die Vollständigkeit der Informationen, Texte, Grafiken, Links und sonstigen Inhalte in diesem Leitfaden. Salesforce garantiert nicht, dass Sie durch Befolgung der Tipps aus dem Report bestimmte Ergebnisse erzielen. Für Ihre ganz spezifischen Fragestellungen ist es unter Umständen empfehlenswert, Expert:innen aus dem jeweiligen Fachgebiet zurate zu ziehen (z. B. Rechtsberatung, Buchhaltung, Systemarchitektur, Unternehmensberatung oder Technik).

© Copyright 2025, Salesforce, Inc. Alle Rechte vorbehalten.