*Presseinformation*

**KI im Kundenservice: Eine Chance für lokale Unternehmen**

**Aktuelle Studie von Greven Medien zeigt zunehmende Verbraucherakzeptanz gegenüber KI-gestützten Anwendungstools**

**Köln, 27. August 2025.** Für lokale Unternehmen ist guter Kundenservice der Schlüssel zum Erfolg, vor allem wenn sich die angebotenen Produkte oder Dienstleistungen wenig unterscheiden. Wer sich vom Wettbewerb differenzieren und den Erwartungen anspruchsvoller Konsument:innen gerecht werden möchte, stellt die Kundenbedürfnisse in den Mittelpunkt und agiert schnell und zuverlässig. Jedoch treffen wirtschaftliche Herausforderungen, verbunden mit dem anhaltenden Fachkräftemangel, kleine und mittelständische Unternehmen vor allem im Kundenservicemanagement hart. Um die Zufriedenheit der Kund:innen zu erhöhen und gleichzeitig die Arbeitslast der Mitarbeiter:innen zu reduzieren, werden digitale Tools und immer häufiger auch KI-gestützte Assistenten eingesetzt.

Für Unternehmen liegen die Vorteile auf der Hand, schließlich können sie interne Abläufe dank leistungsstarker KI-Anwendungen optimieren und eine Rund-um-die-Uhr-Verfügbarkeit mit schneller Reaktionszeit gewährleisten, während Kosten effektiv gesenkt werden. Doch wie reagieren Verbraucher:innen auf einen Kundenservice, der zunehmend von der KI übernommen wird?

**Klare Vorteile für Kund:innen durch KI-gestützte Serviceleistungen**

Laut einer aktuellen Umfrage von Greven Medien haben mehr als 44 Prozent der Befragten bereits Erfahrung mit KI-gestütztem Kundenservice bei lokalen Anbietern gesammelt. Den Kontakt mit einem intelligenten Servicemanagement, zum Beispiel in Praxen, Restaurants, Shops, Friseur- oder Kosmetiksalons, empfinden 18- bis 40-Jährige heute noch selbstverständlicher als über 50-Jährige, die im Gegensatz dazu angaben, bisher wenig Berührungspunkte mit KI-Tools gehabt zu haben.

Ebenso zeigen sich Erwachsene mit Kindern technikaffiner und offener in Bezug auf KI-gesteuerte Werkzeuge als Erwachsene ohne Kinder: 56 Prozent der Eltern haben diese bereits genutzt – seien es intelligente Sprachassistenten, automatisierte Rückmeldungen, digitale Terminbuchungen, Online- Bewertungssysteme oder sogar umfassende Produktberatungen. Als besonders nützlich werden Terminbuchungen inklusive Kalendereintragungen (51 %), Online-Tischreservierungen in der Gastronomie (47,3 %) sowie KI-basierte Textantworten per E-Mail oder SMS (31,9 %) gesehen.

Aber nicht nur das Alter, sondern auch die Herkunft scheint einen Einfluss auf die Akzeptanz gegenüber technologiegestütztem Kundenservice zu haben: Menschen, die in größeren Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern leben, finden neue Tools in der Kommunikation tendenziell nutzbringender als Personen, die in kleineren Orten wohnen.

**Das Vertrauen in KI wächst**

Grundsätzlich lässt sich in der Bevölkerung eine steigende Akzeptanz hinsichtlich KI-gesteuerten Systemen feststellen, wie die Studie von Greven Medien eindeutig zeigt. Ein Großteil der Nutzer:innen nimmt erhebliche Vorteile durch die digitalen Fortschritte im Kundenservice wahr: Mehr als die Hälfte der Befragten (50,2 %) lobt die einfach gewordene Terminvereinbarung, für knapp 50 Prozent (49,9 %) ist die Rund-um-die-Uhr-Erreichbarkeit der Geschäfte auch außerhalb offizieller Öffnungszeiten ein enormer Gewinn und 43 Prozent der Verbraucher:innen sind von der schnellen Bearbeitung von Kundenanfragen begeistert. Auffallend ist zudem, dass ein Viertel der Befragten (24,6 %) es bereits jetzt begrüßt, wenn Buchungen oder Aufträge dank KI direkt und verlässlich zum Abschluss gebracht werden können.

Die Umfrage verdeutlicht: Konsument:innen erkennen mehranteilig (52,1 %), dass guter KI-Service in der Lage ist, den Geschäftsalltag zu optimieren und die Zufriedenheit der Kunden:innen signifikant zu steigern. Dennoch gibt es nach wie vor Skepsis gegenüber KI-basierten Assistenten, insbesondere weil eine mangelnde, persönliche Betreuung (51,3 %), eingeschränkte Ergebnisse bei komplexen Anliegen (49,4 %) oder Probleme beim Datenschutz (40,2 %) befürchtet werden. Aus diesem Grund ist es unabdingbar, dass Unternehmen beim Einsatz von KI für Transparenz sorgen und Nutzer:innen darüber aufklären, welche Daten gesammelt und weiterverarbeitet werden.

**KI mit persönlichem Service fördert Kundenbindung**

Trotz objektiver Vorteile durch den Einfluss digitaler Technologien bleiben Nahbarkeit und der persönliche Kontakt für die Kunden- und Markenbindung somit essenziell wichtig. Automatisierte Services, virtuelle Ansprechpartner und intelligente Chatbots helfen Unternehmen zwar, ihre Prozesse spürbar zu vereinfachen und die Profitabilität zu erhöhen, nichtsdestotrotz möchten Verbraucher:innen nicht vollständig auf den Austausch mit empathischen Mitarbeiter:innen verzichten. „Die Servicequalität entscheidet maßgeblich darüber, wie – insbesondere lokale – Unternehmen wahrgenommen werden. Um in puncto Geschwindigkeit, Zuverlässigkeit und Kostenstruktur mittelfristig nicht abgehängt zu werden, sind sie demnach gut beraten, eine Kombination aus beiden Ansätzen zu realisieren“, ist sich Joachim Gassmann, Geschäftsführer bei Greven Medien, sicher. Denn mit einem professionellen Mix aus digitalem und persönlichem Kundenservice verbessern Unternehmen ihre Wettbewerbsfähigkeit und haben gleichzeitig die Möglichkeit, Kund:innen durch eine persönliche, vertrauensvolle Beratung an sich zu binden.

**Über diese Studie**

Im Auftrag von Greven Medien wurde in der Zeit zwischen dem 03.07. und 07.07.2025 eine GfK-Umfrage mit NIQ eBUS durchgeführt. Die Gesamtheit der Untersuchung umfasst deutschsprachige Frauen und Männer im Alter von 18 bis 74 Jahren in Deutschland.  
Aus dem Gesamtumfang von ca. 59.318.000 Personen wurde eine repräsentative Stichprobe von etwa 1.000 Personen gezogen.

**Über die Greven Medien GmbH & Co. KG**

Greven Medien ist einer der führenden Anbieter für lokales Marketing im Rheinland und betreut Kund:innen in ganz Deutschland. Seit fast 200 Jahren unterstützt das Kölner Medienhaus kleine und mittelständische Unternehmen dabei, ihre Zielgruppen wirksam zu erreichen – digital und vor Ort. Das Produktportfolio deckt die gesamte Bandbreite moderner Kommunikation ab: von reichweitenstarker Sichtbarkeit in Suchmaschinen und Online-Portalen über professionelle Webseiten bis hin zu Social Media- und Recruiting-Lösungen. Darüber hinaus eröffnet Greven Medien seinen Kund:innen neue Werbewege durch innovative Formate wie Audio Ads auf Spotify und Online-Radioplattformen, Performance- und TV-Banner sowie digitale Außenwerbung (DOOH). So erhalten Unternehmen alles aus einer Hand, um lokal und regional erfolgreich zu wachsen – persönlich, partnerschaftlich und zukunftsorientiert.

**Weitere Informationen finden Sie online unter:**

Greven_Logo_RZ_4C [www.greven.de](http://www.greven.de)

Ein Bild, das Objekt enthält.

Automatisch generierte Beschreibung [www.facebook.com/grevens](http://www.facebook.com/grevens)

Ein Bild, das Vektorgrafiken enthält.

Automatisch generierte Beschreibung [www.linkedin.com/company/greven-medien](http://www.linkedin.com/company/greven-medien)

Ein Bild, das Grafiken, Farbigkeit, Kreis, Grafikdesign enthält.

Automatisch generierte Beschreibung [www.instagram.com/greven\_medien](http://www.instagram.com/greven_medien)

**Medienkontakt:**

Counterpart Group GmbH · Juliane Dahlhoff · Kamekestr. 21 · 50672 Köln   
Tel.: 0221 95 14 41 - 47 · E-Mail: [juliane.dahlhoff.extern@counterpart.de](mailto:juliane.dahlhoff.extern@counterpart.de)