

# Kundenkommuni- kation der Zukunft

Vom Status quo zur Vision

### Herausgeber

Bitkom e. V.  
Albrechtstraße 10  
10117 Berlin  
Tel.: 030 27576-0  
bitkom@bitkom.org  
www.bitkom.org

### Ansprechpartner

Nils Britze | Bereichsleiter Digitale Geschäftsprozesse  
T 030 27576-201 | n.britze@bitkom.org

### Autorinnen und Autoren

Christian Gericke (bitkasten AG), Khaled Daftari (BCT Deutschland GmbH), Klaus Ganter (kühn & weyh Software GmbH), Marc Drögsler (inovoo GmbH), Matthias Fertig (Retresco GmbH), Melanie Ringhut (brainsphere informationworks GmbH), Dr. Monika Plum (Francotyp-Postalia Holding AG) und Nils Britze (Bitkom e. V.)

### Verantwortliche Bitkom-Gremien

AK Business Communication Solutions (BCS)

### Layout

Katrin Krause | Bitkom

### Copyright

Bitkom 2023

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im Bitkom zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom.

# Kundenkommunikation der Zukunft: Vom Status quo zur Vision

## **Kommunikation – Zieldefinition**

»Kommunikation ist der sichere, digitale Austausch von Informationen mithilfe von Sprache oder Zeichen nachhaltig und ohne Medienbruch zwischen einem eindeutig identifizierten Sender und einem oder mehreren Empfängern bei gegenseitigem Vertrauen.«

- »Sicher und digital« bedeutet DSGVO-konform und verschlüsselt, aber auch bedienbar, barrierefrei und, je nach Anwendungsfall, rechtssicher.
- »Austausch« bedeutet bi-direktional und gegebenenfalls in Echtzeit.
- »Nachhaltig und ohne Medienbruch« setzt einen geringen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, weniger Drucken und physische Zustellung, sowie integrierte, automatisierte Prozesse unter Einbeziehung einer Legacy IT voraus.

Die vermehrte Nutzung digitaler Identitäten mit einer einfachen Identifizierung und Authentifizierung ermöglicht die Kommunikation auf gegenseitigem Vertrauen, macht sie nachvollziehbar und verhindert Medienbrüche, wenn Prozesse durchgehend betrachtet werden.

## **Kundenkommunikation – Vision**

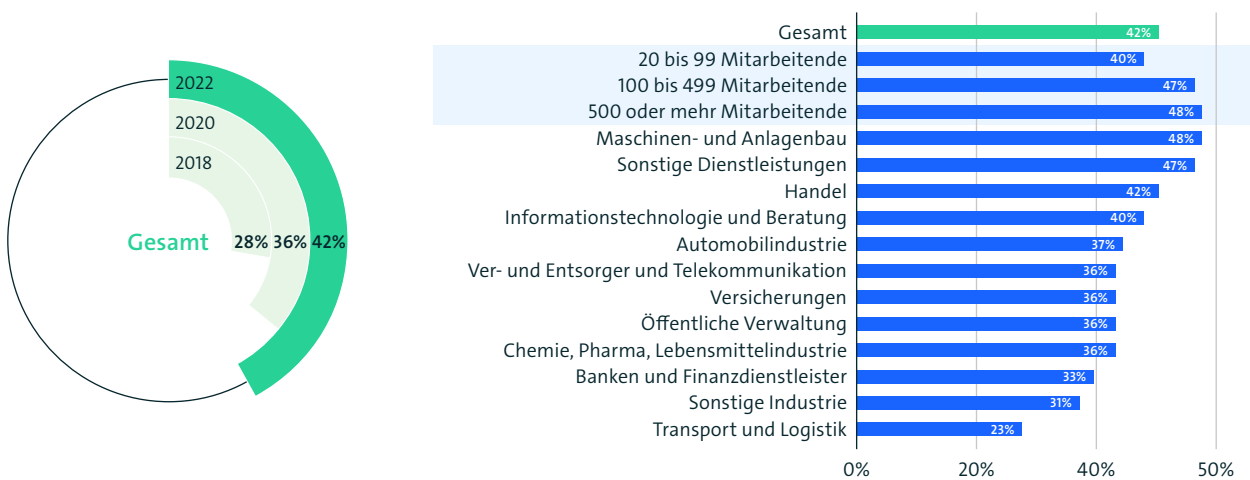
Kundenkommunikation ist in Zukunft barrierefrei, regelkonform, informationssicher sowie weitestgehend automatisiert. Dabei werden analoge, hybride und vor allem digitale Kanäle zum Einsatz kommen, um individualisiert und kundenzentriert zu kommunizieren.

Kommunikation und Interaktion mit Kundinnen und Kunden sind zentrale Aufgaben des Geschäftsalltags eines jeden Unternehmens und die effiziente Verarbeitung von eingehenden und ausgehenden Informationen ist ein entscheidender Faktor der Wettbewerbsfähigkeit. Kundinnen und Kunden erwarten heute eine personalisierte Ansprache über alle Kommunikationskanäle hinweg und entscheiden, wie sie Informationen erhalten möchten.

Die Geschwindigkeit bei der digitalen Transformation von Kommunikationskanälen hängt stark von Branchen- und Unternehmensspezifika ab. Sicherlich gehört der digitalen Kommunikation die Zukunft. Wie schnell einzelne Organisationen im Transformationsprozess voranschreiten, ist allerdings offen. So arbeiten in der Praxis einige Unternehmen vollständig papierfrei, wohingegen bei anderen das Papier allgegenwärtig ist. Die folgende Grafik zeigt, dass 42 Prozent der Unternehmen mittlerweile größtenteils papierarm arbeiten. Der Anteil variiert allerdings stark mit der Branche. Führend sind der Maschinen- und Anlagenbau, große Potenziale gibt es im Transport und der Logistik.

## Papierarmes Arbeiten: Das digitale Büro macht Fortschritte

Unternehmen, die größtenteils papierlos arbeiten



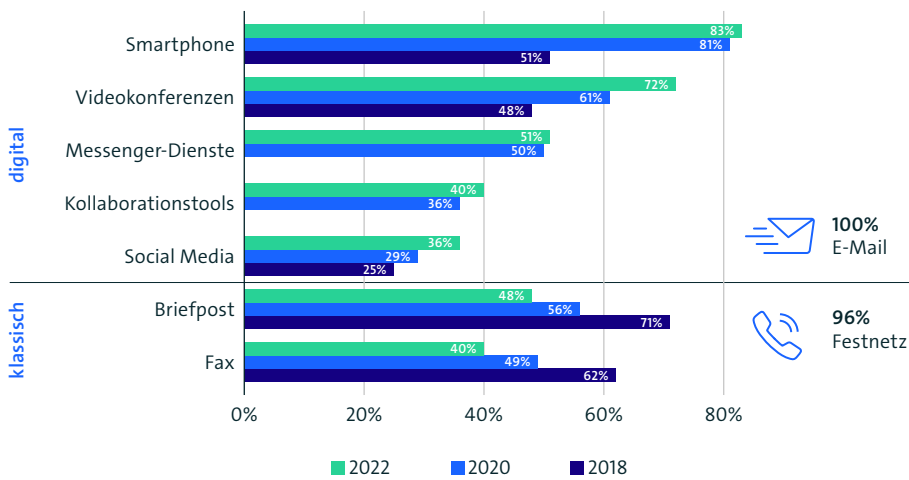
Basis: Unternehmen/Organisationen ab 20 Mitarbeitenden (2022: n=1.102; ÖV n=101 | 2020: n=1.104 | 2018: n=1.106) | Angaben für »Alle Geschäfts- und Verwaltungsprozesse laufen papierlos ab.« und »Etwa ein Viertel ist papierbasiert.«  
Quelle: Bitkom Research 2022

Abbildung 1: Papierarmes Arbeiten

Eine weitere Entwicklung ist, dass die Vielfalt an Kommunikationskanälen kontinuierlich steigt, wobei der Trend auch hier in Richtung digital geht. Analoge Kommunikationskanäle verlieren zwar stetig an Bedeutung, sind aber immer noch ein bedeutendes Element im Mix der Kommunikationskanäle. Unternehmen stehen daher vor der Herausforderung, eine Vielzahl von Kanälen bedienen zu müssen und diese möglichst medienbruchfrei in ihren Geschäftsprozessen und ihrer Systemlandschaft abzubilden.

## Unternehmenskommunikation: Die Vielfalt wächst

Welche Kanäle für die interne und externe Kommunikation nutzt Ihr Unternehmen?



Basis: Alle Unternehmen (n=1.102; 2020: n=1.104; 2018: n=1.106) | Angaben für »sehr häufig« und »häufig«  
 Quelle: Bitkom Research 2022

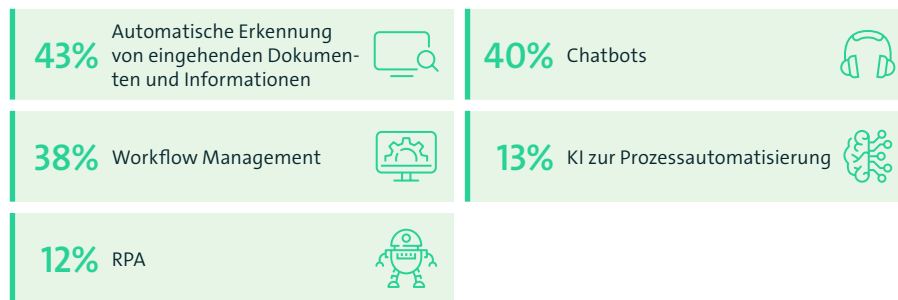
Abbildung 2: Status quo der Unternehmenskommunikation

Ein wesentlicher Treiber bei der Digitalisierung der Kundenkommunikation ist seit 2020 die Corona-Pandemie, die den Trend in Richtung digitaler Kommunikation noch einmal verstärkt hat. Zum Standard der internen und externen Kommunikation von Unternehmen gehören wie in der Vergangenheit E-Mail und Festnetz-Telefone. Videokonferenzen gehören in 72 Prozent der Unternehmen zum Alltag, 2020 waren es noch 61 Prozent und 2018 nur 48 Prozent. Kollaborationstools setzt jedes vierte Unternehmen ein und in knapp jedem dritten Unternehmen wird inzwischen häufig über Social Media kommuniziert. Zugleich werden klassische Kommunikationsmittel seltener verwendet. Erstmals nutzt weniger als die Hälfte der Unternehmen die Briefpost häufig oder sehr häufig, und auch das Fax verliert langsam, aber sicher an Bedeutung. Die Entwicklung zeigt, dass die Digitalisierung der Kommunikationswege einen kräftigen Schub erfahren hat. War etwa der Einsatz von Videokonferenzen und Kollaborationstools durch die Pandemie in vielen Unternehmen zunächst erzwungen oder aus der Not geboren, so haben die vielfältigen Vorteile inzwischen auch Zweifler überzeugt und das hybride Arbeiten ist zum Standard geworden.

Kommunikation wird durch die Digitalisierung allerdings nicht nur elektronisch, sondern auch automatisiert. Die folgende Abbildung zeigt, dass Automatisierung bereits heute eine wichtige Rolle spielt und die Potenziale groß sind. In Zeiten des allgegenwärtigen Fachkräftemangels können durch automatisierte Prozesse knappe Ressourcen stärker für Kernprozesse eingesetzt werden.

## Großes Potenzial bei der Automatisierung

Welche der folgenden Lösungen zur Automatisierung von Geschäfts- und Verwaltungsprozessen setzen Sie ein bzw. planen Sie?



Basis: Unternehmen ab 20 Mitarbeitenden (2022: n=1.102)  
Quelle: Bitkom Research 2022

Abbildung 3: Einsatz von Automatisierungslösungen

Im Umfeld der externen Unternehmenskommunikation gibt es hierfür spannende Einsatzszenarien. So kann die automatisierte Posteingangsklassifizierung und Datenextraktion von Inhalten aus Dokumenten Medienbrüche beheben und Informationen direkt in den richtigen Eingangskanal des Unternehmens steuern. Chatbots nehmen bereits heute eine wichtige Rolle ein, um Lastspitzen in verschiedensten Servicebereichen zu bewältigen oder bei der Informationssuche zu unterstützen. Der Trend der Personalisierung und Individualisierung, der über die letzten Jahrzehnte entscheidend die Kundenkommunikation beherrscht hat, wird heute durch neue technologische und innovative sowie kreative Möglichkeiten der Informationsübermittlung verstärkt. Mithilfe der Künstlichen Intelligenz lassen sich Texte automatisiert verfassen, um Kundinnen und Kunden über verschiedene Kommunikationskanäle zu erreichen.

Vom Status quo ist es allerdings noch ein weiter Weg zu der Vision, dass Kundenkommunikation weitestgehend automatisiert, barrierefrei, informationssicher und kundenzentriert läuft. Die rein digitale Kundenkommunikation sollte aufgrund des Bedarfs an einem nachhaltigen Umgang mit Rohstoffen, der Bereitstellung von Information in Echtzeit, sowie aus Prozess- und Kostengründen das Zielbild für Organisationen sein. Die hybride Kundenkommunikation ist auf dem Weg zu diesem Ziel ein wichtiger Zwischenschritt. Derzeit lässt sich Unternehmenskommunikation aufgrund gesetzlicher Vorgaben oder spezifischer Kundenanforderungen nur bedingt durch ausschließlich digitale Kommunikationskanäle abdecken. 52 Prozent der Unternehmen nennen rechtliche und regulatorische Bestimmungen als die größte Hürde bei der Digitalisierung (Bitkom Digital Office Index 2022). Die meisten Kundinnen und Kunden möchten jedoch bereits heute digital kommunizieren, allerdings auch nicht alle. Bei der Kommunikation mit Behörden wollen 33 Prozent der Bürgerinnen und Bürger bereits ausschließlich digital kommunizieren, 20 Prozent allerdings noch ausschließlich analog. Daher ist es wichtig, dass hybride Kundenkommunikation sowohl die gängigen analogen als auch die jeweils aktuellen digitalen Kanäle in den unterschiedlichsten Formaten bedient. Durch die Automatisierung von Prozessen im In- und Output lässt sich hier

eine digitale Brücke bauen. Ist die manuelle Bearbeitung eines Kommunikationsprozesses notwendig, ist es wichtig, dass sich die Mitarbeitenden auf Inhalte konzentrieren können und durch technische Lösungen unterstützt werden, wo immer es möglich ist. Idealerweise sollten die hybriden Kanäle so aufeinander abgestimmt sein, dass sie Omnichannel ermöglichen, d.h. dass Kundinnen und Kunden jederzeit ihren zum Unternehmen aufgebauten Kommunikationskanal ohne Informationsverlust wechseln können. Durch Omnichannel-Management wird sowohl die Effizienz im Unternehmen als auch die Kundenzufriedenheit und -bindung erhöht. Laut Bitkom Digital Office Index sehen zwei Drittel der Unternehmen eine höhere Kundenzufriedenheit durch die Digitalisierung von Geschäfts- und Verwaltungsprozessen.

Der Bitkom-Arbeitskreis Business Communication Solutions (BCS) steht als Netzwerk bereit, um Wissen zur Transformation der Kundenkommunikation auszutauschen und den Weg vom Status quo zur Vision gemeinsam zu gestalten.

Bitkom vertritt mehr als 2.000 Mitgliedsunternehmen aus der digitalen Wirtschaft. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.

**Bitkom e.V.**

Albrechtstraße 10  
10117 Berlin  
T 030 27576-0  
bitkom@bitkom.org

[bitkom.org](https://www.bitkom.org)

**bitkom**