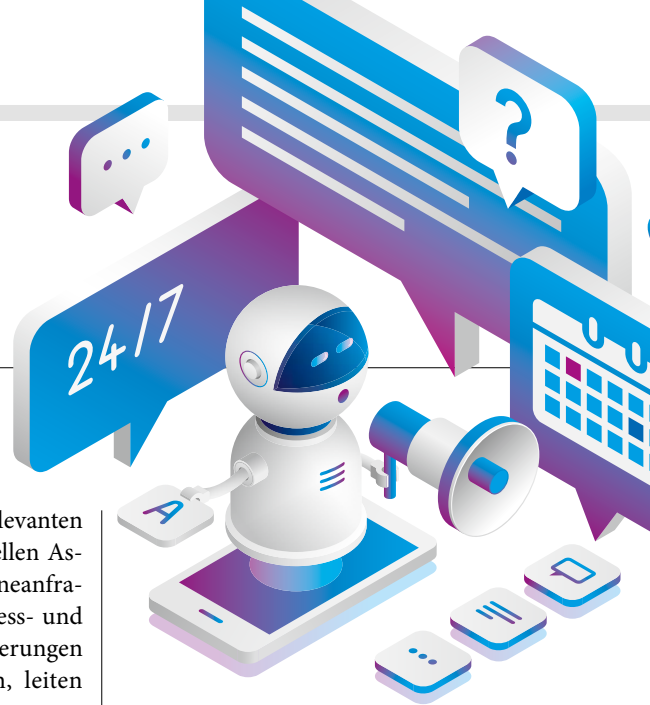


Stimme mit Köpfchen



Seit der legendären Telefon-Bandauskunft „Kein Anschluss unter dieser Nummer“ sind uns Sprachfunktionen von Maschinen längst vertraut. Inzwischen sind sprechfähige Systeme im Einsatz, die Sprache in akustischer und geschriebener Form aufnehmen. Sie verstehen und analysieren, leiten sinnvolle Antworten ab und können diese akustisch oder schriftlich an den Gesprächspartner übermitteln. Derartige Chatbots finden in einer Vielzahl von Anwendungen vor allem der Kundenkommunikation wachsende Verbreitung.

Chatbots sind attraktiv, wo es um die Automatisierung von Kommunikationsprozessen geht – beispielsweise im IT-Backoffice, im Finanz- und Human-Resources-Bereich und nicht zuletzt bei der Kundenbetreuung. Sie sind letztlich Computerprogramme, die mittels Künstlicher Intelligenz Sprache verarbeiten und Nachrichten analysieren. Gefüttert mit

dem für die jeweilige Aufgabe relevanten Know-how, werden sie zu virtuellen Assistenten. Diese bearbeiten Routineanfragen wie Mängelmeldungen, Adress- und Kontoänderungen oder Terminierungen mit automatisierten Antworten, leiten Wünsche weiter und Aktionen ein.

Chatbots wickeln kommunikativ komplette Prozessketten ab

Die Immobilien- und Wohnungswirtschaft kann ganz besonders von diesen digitalen Kommunikationssystemen profitieren. Verwalter, Vermieter, Mieter und Dienstleister sind hier auf vielfältige Weise durch Kommunikationsprozesse miteinander verflochten, die zahlreiche standardisierbare Elemente enthalten, welche sich gut für die Nutzung von Chat-

bots eignen. Mit ihnen lassen sich diese Prozesse vereinfachen und beschleunigen. Chatbots als virtuelle Assistenten können per Sprach- oder Textkommunikation komplette Prozessketten abwickeln. Das gilt beispielsweise für das Platzieren von Angeboten auf Mieterbörsen, die Beauftragung von Handwerksbetrieben oder Maklern. Auch die Abrechnung von Nebenkosten, die Ausfertigung von Mietverträgen, Buchungsvorgänge sowie die Terminierung von Besichtigungen schafft der digitale Assistent bereits. Dass eine Automatisierung dieser Vorgänge ein hohes Effizienzsteigerungspotenzial birgt,

Foto: gettyimages/maklevy

Experten



„Ein Großteil der eingehenden Kundenanfragen sind Standardanfragen. Ein integrierter Chatbot, der diese automatisch beantwortet, leistet Mehrwert.“

Alf Tomalla, Geschäftsführer Digital Solutions Aareon Deutschland



„Bots kommunizieren heute schon selbstständig. Bei einem Schaden benachrichtigen sie unkompliziert die passenden Handwerker.“

Susanne Vieker, Mitglied der Geschäftsführung und Prokuristin bei Haufe-Lexware Real Estate



„Komplexere Dienstleistungen können in Bots integriert werden. Diese werden weit über die derzeitigen Ticketsystemfunktionen hinausgehen.“

Till Eichenauer, Leiter des Teams Digitale Transformation & Innovation bei der Wisag Facility Service Holding



„Die Suchmaske von Immobilienscout24 kann ich natürlich durch Chatbots ersetzen. Ist es dagegen sinnvoll, etwas abzulösen, das sich als gut und nützlich erwiesen hat?“

Jens Kramer, CEO von Promos consult

KI-unterstützte Chatbots verbreiten sich auch auf dem Immobilienmarkt. Gefüttert mit relevantem Know-how, werden sie zu virtuellen Assistenten. Sie können bereits Routineanfragen mit automatisierten Antworten bearbeiten, Wünsche weitergeben und Aktionen einleiten.

bestätigt Alf Tomalla, Geschäftsführer Digital Solutions bei Aareon Deutschland: „Nach Kundenportalen und Apps sind Chatbots der nächste logische Schritt. Ein Großteil der eingehenden Kundenanfragen sind Standardanfragen. Ein integrierter Chatbot, der diese automatisch beantwortet, leistet Mehrwert. Der Kunde erhält schnell eine Antwort. Das entlastet die Mitarbeiter von Routineaufgaben. Sie können sich intensiver um komplexere Anliegen kümmern.“

Susanne Vieker, Mitglied der Geschäftsführung und Prokuristin bei Haufe-Lexware Real Estate, sieht die Branche beim Einsatz dieser Technologie noch im Rückstand: „Aktuell wird die Bot-Technologie von Wohnungsunternehmen und Verwaltern nur punktuell genutzt. Dabei ist sie durchaus sinnvoll: Die mittlerweile ziemlich ausgereiften Sprach- oder Textroboter können das Service-Angebot an die Mieter entscheidend verbessern. Im Gegensatz

zum menschlichen Pendant sind sie rund um die Uhr erreichbar. Das ist natürlich nicht nur positiv für die Mieter, sondern auch für das Unternehmen selbst.“

Ganz entscheidend für den Effizienzgewinn, den Chatbots ermöglichen, ist der Faktor Künstliche Intelligenz. Till Eichenauer, Leiter des Teams Digitale Transformation & Innovation bei der Wisag Facility Service Holding, betont die Zukunftsorientierung des firmeneigenen Botsystems Ellie, das im Gebäudemanagement von Büro- und Wohnimmobilien eingesetzt wird: „Derzeit ist Ellie eine leistungsfähige 24/7-Assistenzkraft, die Prozesse kategorisiert und automatisierte Lösungsschritte für aktuelle Anforderungen einleitet oder selbstständig durchführt. Die Fähigkeit zum maschinellen Lernen macht dabei jede Interaktion wertvoll. Deren Analyse trägt dazu bei, den Service stetig zu verbessern – insbesondere dadurch, dass sich das jeweilige Anliegen der Mieter

immer schneller und genauer erkennen lässt, auch wenn diese keine Fachbegriffe kennen. Prinzipiell bietet Künstliche Intelligenz im Umfeld des Kundenkontakts vielfältige Möglichkeiten, die längst noch nicht ausgeschöpft sind.“

Hilfreich ist oft eine Art sprachgesteuerter Pförtner

Nun ist es ja nicht so, dass jedes als Speerspitze der Digitalisierung verkaufte IT-System überall und immer einen überbordenden Segen garantiert. Jeder potenzielle Chatbot-Anwender wird sich daher zunächst die Frage stellen, in welchen Wertschöpfungsprozessen im Unternehmen der Einsatz sinnvoll – sprich besonders profitabel – ist. Jens Kramer, CEO von Promos consult: „Ich muss nichts „



„In naher Zukunft wird es möglich sein, dass Systeme auf individuelle Anfragen von Mietern reagieren können.“

Christian Westphal,
CEO von Crem Solutions



„Bevor wir Chatbots im operativen Geschäft einsetzen konnten, haben wir unsere Prozesse und internen Abläufe vollständig digitalisiert.“

Tristan Hinseler,
Pressesprecher der Vonovia



„Eine Unterhaltung mit dem Chatbot per Computer auf einer Webseite kann nahtlos auf ein Mobiltelefon übertragen werden.“

Matthias Münch, Regional Manager
für den D-A-CH-Bereich bei Yardi
Systems



„Beim Thema Chatbot haben wir schnell festgestellt, dass diese die Bedürfnisse – insbesondere in Sachen Preis/Leistung – nicht besonders gut abbilden können.“

Benjamin Rheinheimer, Senior
Marketing Manager bei Allthings

durch eine KI ersetzen, das in der Praxis gut funktioniert. Insbesondere Gelegenheitsnutzern fällt es jedoch häufig schwer, sich in neuen Anwendungen auf Anhieb zurechtzufinden. Hier ist es sinnvoll, eine KI als eine Art sprachgesteuerten Pförtner zwischenschalten. Ich teile meine Frage über Sprache mit und erhalte eine gesprochene Antwort, um eine Orientierung in der Fülle von Funktionen zu erhalten. Ein weiterer Anwendungsbereich ist die KI-gestützte Verifizierung von Nutzern. Eine deutliche Unterstützungsmöglichkeit durch KI erwarten wir zudem im Bereich von Entscheidungsprozessen.“

Für die meisten Botsysteme im Einsatz sind solche Funktionalitäten allerdings noch Zukunftsmusik. Doch es gibt

immerhin einige Funktionen, die sich bereits etabliert haben, wie auch Christian Westphal, CEO von Crem Solutions, anmerkt: „Mieter können heute Schadensmeldungen online absetzen und erhalten automatisierte Infos über Fortgang und Abschluss der Maßnahme.“

Effizienzgewinne sind der Beschleuniger für einen Bot-Einsatz

Die einzelnen Unternehmen der Branche nutzen Chatbots in ganz unterschiedlichem Ausmaß. Logischerweise leisten sich große Unternehmen, für die

sich Effizienzgewinne zu erheblichen Beträgen summieren können, schneller einen virtuellen Assistenten als kleinere Betriebe. Nicht zu unterschätzen ist auch, dass als Vorarbeit für die Nutzung der Technologie ein kritischer Blick auf die unternehmenseigenen Prozesse nottut. Wer in einer fest verankerten, auf Papierdokumenten basierenden Prozesswelt lebt und diese Prozesse nicht fit für die Digitalisierung macht, wird von Chatbots wenig profitieren. Tristan Hinseler, Pressesprecher der Vonovia, schildert das Vorgehen seines Unternehmens so: „Über unsere Chatbots werden beispielsweise Besichtigungstermine gebucht oder es werden konkrete Fragen rund um das laufende Mietverhältnis platziert.“

HAUFE.





Die ursprünglich noch rudimentären Chatbot-Fähigkeiten werden permanent verbessert. Heute lassen sie sich von so gut wie jedem Endgerät aus nutzen, und die Assistenten können Sprache in Text umwandeln und umgekehrt. Und es gibt auch die Möglichkeit, das Gerät mitten im Prozess zu wechseln, wie Matthias Münch, Regional Manager für den D-A-CH-Bereich bei Yardi Systems, erläutert: „Eine Unterhaltung mit dem Chatbot per Computer auf einer Webseite kann nahtlos auf ein Mobiltelefon übertragen werden. Dies kommt dem Kunden zugute, der sich weiterhin verbunden und unterstützt fühlt. Und auch die Organisation, mit der er zusammenarbeitet, verfolgt das Engagement weiterhin ohne Brüche.“

Mit wachsender Nutzungserfahrung dürfte auch bei den Kunden der Branche die noch verbreitete Zurückhaltung beim Umgang mit den sprechenden Maschinen abnehmen. Zur Annahme der Technologie bei Vonovia-Nutzern erklärt Tristan Hinseler: „Die Akzeptanz der Chatbots hängt stark von der Komplexität ab. Bei einfacheren Themen, die komplett im Self-Service gelöst werden können, ist der Chatbot ein gern genutzter Kanal. Je individueller und komplexer der Sachverhalt wird, desto geringer ist die Akzeptanz.“

Eine eigene Alternative zum Bot verfolgt deshalb Allthings mit einem speziell entwickelten intelligenten Webformular. Mit einer Folge von Klicks auf Bild-elemente kann der Nutzer sein Anliegen

kategorisieren und mit fallspezifischen Zusatzangaben anreichern. Benjamin Rheinheimer, Senior Marketing Manager bei Allthings, zu Motivation und Akzeptanz dieser Bot-Alternative: „Chatbots konnten Bedürfnisse – insbesondere in Sachen Preis/Leistung – nicht besonders gut abbilden. Aus diesem Grund haben wir eine smarte Webform entwickelt. Die entfernte Verwandtschaft mit Computerspielerfahrung sorgt für einen gewissen Spaßfaktor, den ein Bot nicht bietet.“

Hinsichtlich der Digitalisierung der Prozesse in der Wohnungswirtschaft gilt also auch: Es muss nicht immer Chatbot sein. «

Dr. Hans-Dieter Radecke, Tiefenbach