

Chatbots sind heute noch keine universellen Gesprächspartner. Sie stoßen vor allem inhaltlich schnell an ihre Grenzen. Dies liegt nicht an einer technischen Limitation, sondern vielmehr daran, dass die Konzeption eines Chatbots aufwändig ist. Wer einen Chatbot entwirft, muss sich im Voraus Gedanken über die möglichen Fragen der User machen, passende Antwortmöglichkeiten formulieren und in das System einpflegen. Für den Nutzer wiederum ist es wünschenswert, wenn er sofort erkennen kann, bei welchem Problem, bei welcher Frage bzw. bei welchem Anwendungsfall ihm der Chatbot Unterstützung bieten kann.

**Einen Alleskönner muss niemand entwickeln.** Das erwarten weder die User noch ist dies leistbar. Aus diesem Grund sollte der Fokus deutlich auf einem Chatbot-Typen liegen. Diese lassen sich in fünf verschiedene Hauptkategorien unterteilen:

► **Wichtig**

1. **Conversion/Shopping:** Ein Chatbot kann als Vertriebskanal genutzt werden. Ein Beispiel hierfür ist Lufthansa Mildred, über den Flüge gebucht werden können. Es muss nicht der einzige Vertriebskanal natürlich sein. Sinnvoll sind in der Regel Multi-Channel-Strategien.
2. **Branding:** Durch den Chatbot kann eine Marke erlebbar gemacht werden. Beispiele sind der Chatbot des Sparkassen-Bezahldienstes Kwitt oder der Chatbot der Bundeswehr, bei dem User in die Rolle eines Rekruten im Einsatz in Mali schlüpfen.

3. **Concierge:** Nutzer werden Schritt für Schritt angeleitet. Ein Beispiel hierfür ist Heek ([www.heek.com](http://www.heek.com)), der einen dabei unterstützt, sich eine Website aufzubauen.
4. **Customer Service:** Der Chatbot hilft einem Unternehmen oder Verlag dabei, seinen Kundendienst zu entlasten. Ein Beispiel ist hierfür Amelia, ein Chatbot der SEB-Bank.
5. **Media:** Durch einen Chatbot kann ein neuer Medienkanal aufgebaut werden. „The Guardian“ lässt so zum Beispiel durch sein Archiv navigieren. Auch die bereits erwähnte „Resi“-App fällt unter diese Kategorie.

**Einer dieser fünf Hauptkategorien** lassen sich Chatbots meist zuordnen. Anschließend stellt sich die Frage, wo der Chatbot überhaupt implementiert werden soll: auf der eigenen Website, in einem Social-Media-Messenger wie WhatsApp oder Facebook oder gar nicht als klassischer Chatbot, sondern zum Beispiel als Voice-Assist-System wie in Amazons Alexa. Natürlich ist es auch möglich, seinen Chatbot auf mehreren Kanälen zu integrieren. Die meisten einfachen technischen Lösungen sind allerdings noch nicht für diesen Einsatz geeignet.

Der Chatbot sollte an der Stelle eingesetzt werden, wo ihn der User auch erwartet und auf die (Medien)marke trifft. Es ist nicht empfehlenswert, jemandem von Facebook auf die Website umzuleiten, um ihm dort einen automatisierten Kundenservice anzubieten. Anders herum sollten User, die auf der Website Unterstützung zum Beispiel in Form eines Concierge-Service erwarten, nicht erst zu Facebook oder anderen Social-Media-Kanälen wechseln müssen. Es sollte dem User so einfach wie nur möglich gemacht werden, mit dem Chatbot in Kontakt zu treten. Der Kunde sollte zudem schnell merken, welche Fragen man dem jeweiligen Bot stellen kann. Manchmal wird ihm dies dadurch erleichtert, dass Fragemöglichkeiten bereits vorgegeben sind.

Selbst wenn der eigene Chatbot klar einer Hauptkategorie zuzuordnen ist und damit das Unternehmen eine klare Zielsetzung definiert hat sowie auch der optimale Medienkanal gewählt worden ist, ist der Erfolg nicht garantiert. Zu groß ist die Gefahr, einen Chatbot an der Zielgruppe vorbei zu konzipieren. Um dieses Problem zu umgehen, bietet es sich an, während der Konzeption eines Chatbots bereits die anvisierte Zielgruppe miteinzubinden.

**Design Thinking bzw. ein Design Sprint** sind mögliche Methoden, um passgenaue und akzeptierte Chatbots zu entwickeln. Nur wenn man das Problem versteht, das ein Nutzer hat, kann man eine Lösung dafür entwickeln – und diese Lösung kann (muss es aber nicht zwingend) in einem Chatbot bestehen. Diese

-----

**Auszug aus dem Buch Journalistische Praxis: Chatbots**  
von Markus Kaiser, Aline-Florence Buttkeireit, Johanna Hagenauer.  
<https://www.gelbe-reihe.de/essentials/chatbots/>