

C.4 Online-Panel: Conversational Platforms als strategisches Digitalisierungsinstrument

David Wagner¹, Ben Ellermann², Eva-Maria Schön³, Malte Kosub⁴

¹ Munich Business School

² MUUUH! Next! GmbH

³ HAW Hamburg

⁴ Future of Voice GmbH

1 Bedeutung von Conversational Platforms

Chatbots sind text- oder sprachbasierte Dialogautomatismen, die von Organisationen für eine Vielzahl von Use Cases, wie z. B. der Änderungen von Kundendaten oder dem Abrufen von FAQs, eingesetzt werden können. Eine spannende strategische Dimension, die sich aus der immer stärkeren Verbreitung von Chatbots ergibt, liegt in der Nutzung sogenannter Conversational Platforms (CP). Letztere sind Technologien für text- und sprachbasierte Konversationen, die sich den einfachen aber vielfältigen Standard “Dialog” zunutze machen (zur Erläuterung siehe auch Abbildung 1).

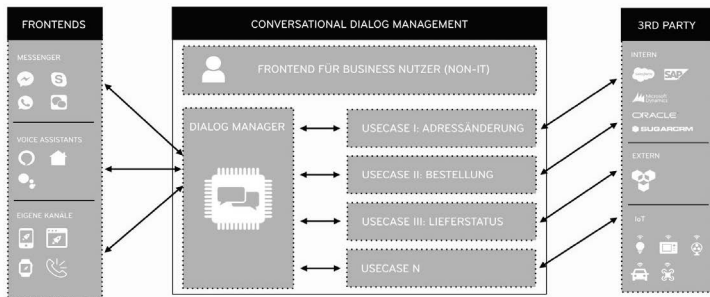


Abbildung 1: Conversational Platform (Quelle: Ellermann, im Erscheinen)

Durch die Abstraktion eines kanalspezifischen Dialogs auf einen Standarddialog entsteht in den – zumeist in Form von Software-as-a-Service-Anwendungen bereitgestellten – Conversational Platforms echte Kanalagnostizität. Das bedeutet, die Conversational Platforms werden zu Hubs für eine Vielzahl von Kanälen wie WhatsApp, Amazon Alexa, Google Assistant, telefonischen Voicebots uvm. Sogenannte Low-Code-Capabilities erlauben es Business-Nutzern mit fachlichem Know-How in den Plattformen Dialoge zu modellieren.

Die Nutzung dieser Plattformen erfolgt nicht top down durch die IT-Abteilung, sondern durch Fachkräfte in den entsprechenden Abteilungen (z. B. Service-Mitarbeiter), ohne dass hierfür Programmierkenntnisse erforderlich sind, daher auch die Bezeichnung Low-Code-Capabilities. Solche Plattformen sind bereits in anderen Bereichen weit verbreitet, wie z. B. bei Redaktionssystemen, die im E-Commerce für die Erstellung von Kampagnen eingesetzt werden.

Da Textbots (und über Umwege auch Voicebots) einen Nutzerdialog ohne Friktion an den Mitarbeiter eines Unternehmens weitergeben können, entstehen in Kombination mit der Kanalagnostizität und den Low-Code-Capabilities eine Reihe von strategischen Fragen für Unternehmen, die in diesem Online Panel diskutiert werden sollen.

2 Ziele der Diskussion

Im Rahmen der Paneldiskussion sollen folgende Fragen diskutiert werden:

- Wie schnell können neue Touchpoints unter Anwendung einer Conversational Platform technisch aufgebaut bzw. verändert werden? Entstehen Geschwindigkeitsvorteile im Vergleich zu anderen Touchpoints?
- Ist der Aufbau bzw. die Veränderung von Touchpoints mit einer Conversational Platform im Vergleich zu anderen Touchpoints ressourcenschonend?
- Lässt sich die Customer Experience durch die Verwendung einer Conversational Platform verbessern? Welche Rolle spielt die Low-Code-Capability hierbei?
- Welche Auswirkungen haben Conversational Platforms für die Organisationsstruktur und IT Governance von Organisationen?
- Können Kunden unter Anwendung von Conversational Platforms besser in den Entwicklungsprozess von Touchpoints integriert werden?
- Welche Rolle spielen ethische Aspekte wie Vertrauen und Datenschutz bei der Nutzung dieser neuen Technologien?

3 Format des Beitrags

Bei diesem Beitrag handelt es sich um eine offene Online-Paneldiskussion. Das bedeutet, die Beitragenden werden per Videokonferenz (z. B. MS Teams) zusammenschaltet und nehmen nicht zwangsläufig vom Konferenzort, also von Dresden aus, teil. Neben den Teilnehmern der GeNeMe-Konferenz wird die Teilnahme für das Panel geöffnet, so dass auch externe Interessenten (z. B. Studierende verschiedener Hochschulen, interessierte Praktiker) die Möglichkeit haben, der Diskussion zu folgen.

4 Struktur und Ablauf

Für die Paneldiskussion sind 90 Minuten vorgesehen. Dabei wird die Veranstaltung wie folgt ablaufen: Begrüßung & Einführung

- Vorstellung der Mitglieder des Panels
- Eröffnungsrunde
- Moderierte Diskussion
- Öffnung des Podiums (Fragen von GeNeMe- und virtuellen Teilnehmern)
- Schlussrunde
- Fazit

5 Teilnehmer und Rollen

Die Teilnehmer des Panels sind einschlägige Experten im Bereich Chatbots und Human Computer Interaction. Sie waren und sind in ihren Unternehmen verantwortlich für deren Einführung, Adoption und Weiterentwicklung bzw. beforschen deren Einsatz (siehe auch Literaturliste als Grundlage zur Diskussion). Sie sind also Treiber dieser Entwicklung und können Erfahrungen aus erster Hand liefern.

David Wagner/Moderator: David Wagner ist Professor für International Management & Digital Business an der Munich Business School und Associate Director bei der MUUUH! Next GmbH. Er leitet den Forschungsausschuss des Bundesverbands für Community Management e. V. In seinen Arbeiten befasst er sich mit neuen, technologiegestützten Formen der Kollaboration und Organisation. David Wagner ist Autor von diversen Fachartikeln, Buchkapiteln und Konferenzbeiträgen. Er ist regelmäßig als Gutachter für internationale Konferenzen und Journale aktiv. Mehr Informationen: <https://kpsquared.org/>.

Ben Ellermann/Panelist: Ben Ellermann ist Managing Director von MUUUH! Next und Geschäftsführer des Partnerunternehmens Future of Voice. Er verfügt über 12 Jahre Berufserfahrung in verschiedenen Fach- und Führungsrollen des Metiers Digitalisierung. Stationen von Ellermann waren das Soziale Netzwerk stayblue.de in der Pre-Facebook-Era, der Kundenmanagement Dienstleister buw und die IT des Talanx Konzerns als Leiter der Digitalisierung. Ellermann ist als Autor, Speaker, Dozent und Panelist in der deutschen Digitalszene aktiv. Seine Spezialgebiete sind der humanoide und automatisierte digitale Dialog und die Digitalstrategie.

Eva-Maria Schön/Panelistin: Eva-Maria Schön erhielt 2014 ihren M.Sc. in Medieninformatik von der Hochschule Emden/Leer (Deutschland). Sie promovierte 2017 im Bereich Informatik an der Universität Sevilla (Spanien). Seit 2019 ist sie Professorin für Wirtschaftsinformatik an der HAW Hamburg (Deutschland). Ihre Forschungsinteressen umfassen Bereiche wie Agile Produktentwicklung, Mensch-Computer-Interaktion und Requirements Engineering.

Darüber hinaus verfügt sie über langjährige praktische Erfahrung in der Entwicklung digitaler Produkte und eine breite Erfahrung in der Schulung und Beratung verschiedener Unternehmen in der Wirtschaft.

Malte Kosub/Panelist: Malte Kosub ist Mitgründer und Geschäftsführer der Future of Voice GmbH. In dieser Tätigkeit berät er Kunden wie bspw. Vodafone, die Allianz, die ERGO, den SPIEGEL oder Unilever zum Thema Sprachassistenten. Vor seiner Tätigkeit bei Future of Voice gründete er das E-Commerce Start-Up Wandnotiz, das Anfang 2017 an ein mittelständisches Druckereinetzwerk verkauft wurde. Darüber hinaus wurde der größte Musikwettbewerb für Schulen in Deutschland - Talented - von Malte ins Leben gerufen. Für sein außerordentliches ehrenamtliches Engagement erhielt er mehrere Auszeichnungen, u.a. vom Bundeswirtschaftsministerium und der Hermann Ehlers Stiftung. Er ist Fakultätsmitglied des Futur/io Instituts sowie Fellow der Kairos Society. Malte hat sein BWL-Studium an der Universität Hamburg, in Harvard und am MIT absolviert.

Literatur

- Bitkom (2018). Neun von zehn Internetnutzern verwenden Messenger. Bitkom. Retrieved from <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Neun-von-zehn-Internetnutzern-verwenden-Messenger.html>
- Batish, R. (2018). Voicebot and Chatbot Design. Birmingham: Packt Publishing.
- Clauss, A., Collet, S., Laub, T., Lämmer, S., Schnurr, J.-M., & Wagner, D. (2019). Social Media and Community Management 2018. Nordkirchen: Bundesverband Community Management e. V. für digitale Kommunikation und Social Media. Retrieved from <https://www.bvcm.org/bvcm-studie-2018/>
- Corves, A., & Schön, E.-M. (2020). Digital Trust für KI-basierte Mensch-Maschine-Schnittstellen. In Boßow-Thies, S., Hofmann-Stöltig, C., Jochims, H. (Eds.), Data-driven Marketing – Insights aus Wissenschaft und Praxis (pp. 257–281). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-29995-8_12
- Ellermann, B. (im Erscheinen). Chatbots – Operative und strategische Facetten von Text- und Sprachautomatisierung. In Holland, H. (Ed.), Digitales Dialogmarketing – Grundlagen, Strategien, Instrumente (2nd ed.). Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Gentsch, P. (2019). Conversational Commerce: Bots, Messaging, Algorithmen und Artificial Intelligence. In P. Gentsch (Ed.), Künstliche Intelligenz für Sales, Marketing und Service: Mit AI und Bots zu einem Algorithmic Business – Konzepte und Best Practices (pp. 91–139). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-25376-9_6

- Mortensen, D. (2020). Natural User Interfaces – What are they and how do you design user interfaces that feel natural? Interaction Design Foundation. Retrieved from <https://www.interaction-design.org/literature/article/natural-user-interfaces-what-are-they-and-how-do-you-design-user-interfaces-that-feel-natural>
- Oswald, G., & Krcmar, H. (Eds.). (2018). Digitale Transformation: Fallbeispiele und Branchenanalysen. Gabler Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-22624-4>
- Otto, K. (2019). “Der Voice-Trend macht Branding wichtiger denn je”. Retrieved from https://www.wuv.de/wuvplus/der_voice_trend_macht_branding_wichtiger_denn_je
- Paperlein, J. (2018). Future of Voice: Worauf es bei der Nutzung von Sprachassistenten ankommt. Retrieved from <https://www.horizont.net/medien/nachrichten/future-of-voice-worauf-es-bei-der-nutzung-von-sprachassistenten-ankommt-169247>
- Perez, S. (2020). Smart speaker sales reached new record of 146.9M in 2019, up 70% from 2018. Retrieved from <https://techcrunch.com/2020/02/17/smart-speaker-sales-reached-new-record-of-146-9m-in-2019-up-70-from-2018/>
- Pfeiffer, T., Hellmers, J., Schön, E.-M., & Thomaschewski, J. (2016). Empowering User Interfaces for Industrie 4.0. Proceedings of the IEEE, 104(5), 986–996. <https://doi.org/10.1109/JPROC.2015.2508640>
- Symeonaki, E., Arvanitis, K., Piromalis, D., & Papoutsidakis, M. (2020). Conversational User Interface Integration in Controlling IoT Devices Applied to Smart Agriculture: Analysis of a Chatbot System Design. In Y. Bi, R. Bhatia, & S. Kapoor (Eds.), Intelligent Systems and Applications (pp. 1071–1088). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-29516-5_80
- Völkle, C., & Planing, P. (2019). Digital Automation of Customer Contact Processes – an Empirical Research on Customer Acceptance of different Chatbot Use-cases. In A. Lochmahr, P. Müller, P. Planing, & T. Popović (Eds.), Digitalen Wandel gestalten: Transdisziplinäre Ansätze aus Wissenschaft und Wirtschaft (pp. 217–229). Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-658-24651-8_6.4