

Bosch setzt auf Mensch und KI im Kundenservice Hybrides Modell sorgt für mehr Kundenzufriedenheit und bessere Produkte

1. September 2025

PI 12001 DW/Bär

- ▶ 2 500 Stunden anstrengende manuelle Nacharbeit gespart: KI sortiert und klassifiziert bei Bosch Power Tools Servicetickets fast immer richtig.
- ▶ Hohes Skalierungspotential: Agentische KI unterstützt in Echtzeit bei der Bearbeitung von 1,2 Millionen schriftlichen Anfragen bei Bosch Power Tools.
- ▶ Gestiegene Kundenzufriedenheit: Chatbot mit generativer KI bei Bosch Smart Home ermöglicht Self-Service.
- ▶ Servicetechniker von BSH Hausgeräte kommt in 80 Prozent der Fälle nur einmal: KI hilft bei Lagerhaltung von Ersatzteilen und Vorbereitung von Serviceeinsätzen.
- ▶ Auswertung von Kundenfeedbacks: KI hört millionenfach die „Stimmen der Kunden“ und hilft, Produkte und Services besser zu machen.

Gerlingen / Berlin – KI: zwei Buchstaben, die in aller Munde sind – und Einzug in Leben und Alltag der Menschen gefunden haben. Auf der IFA in Berlin zeigt Bosch Produkte, die mit KI entwickelt oder produziert worden sind oder KI mit dem Ziel nutzen, das Leben der Menschen komfortabler, nachhaltiger und sicherer zu machen. Dafür investiert Bosch bis Ende 2027 mehr als [2,5 Milliarden Euro](#). KI hilft beim Kochen und Backen, aber sie ist in den konsumentennahen Bereichen von Bosch auch „hinter den Kulissen“ im Einsatz. Dort wertet KI beispielsweise millionenfach Kundenfeedbacks aus, hilft im Kundenservice beim Übersetzen und Finden einer Antwort und macht letztendlich auch Bosch-Produkte noch besser. „KI ist für uns kein Trend, sondern ein strategischer Erfolgsfaktor“, sagt Christian Fischer, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung von Bosch und unter anderem zuständig für Consumer Goods. „Durch datenbasierte Entscheidungen können wir Umsatzpotentiale erschließen und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit steigern“. Die Bedeutung von Kundenfeedbacks lässt sich in zwei Zahlen ausdrücken: 93 Prozent der Verbraucher lesen vor dem Kauf online Bewertungen. 94 Prozent der Verbraucher kaufen kein schlecht bewertetes

Produkt.¹ Gerade in den Bereichen Kundenservice sowie Marketing & Sales liefert KI einen großen Mehrwert.² Auf dem IFA-Stand von Bosch in Halle 1.1 rückt dieses Jahr der BSH-Kundenservice mit einem eigenen Bereich buchstäblich ins Rampenlicht.

Hybrides Modell im Kundenservice: Mensch und KI arbeiten Hand in Hand

Der Umgang mit den „Nullen und Einsen“ will gelernt sein und bis sich Menschen daran gewöhnt haben, braucht es Zeit. Rund zwei Drittel der Menschen stehen KI im Kundenservice laut unabhängigen Marktbeobachtern skeptisch gegenüber und wollen lieber mit einem Servicemitarbeiter interagieren.³ Deshalb setzt Bosch auf ein hybrides Modell: Mensch und KI arbeiten sozusagen Hand in Hand. In den konsumentennahen Bereichen von Bosch gehen jährlich über 30 Millionen Kontaktforderungen ein. Die Bandbreite reicht von Produktfragen und Jobangeboten bis hin zu allgemeinen Informationen, die in bis zu 40 Sprachen beantwortet werden. Im Kundenservice wird KI vor allem bei wiederkehrenden, für Menschen ermüdenden und zeitintensiven Prozessen eingesetzt – etwa beim Übersetzen, Sortieren, Klassifizieren und Weiterleiten von Servicetickets. Servicemitarbeiter gewinnen wertvolle Zeit und können sich gezielter und persönlicher um Kundenanliegen kümmern.

KI liegt fast immer richtig: 2 500 Stunden händische Nacharbeit gespart

KI-Technologien wie Chatbots, virtuelle Assistenten und automatisierte Analysen läuten jetzt eine neue Ära der Kundenkommunikation ein – mit erstaunlichem Erfolg. Bei Bosch Power Tools helfen KI-Agenten beim Kategorisieren von rund 120 000 Servicetickets, die jährlich im After Sales am deutschen Standort in Willershausen eingehen – und lösen ein regelbasiertes, auf Machine Learning beruhendes System ab. Nicht einmal ein Jahr später werden die Tickets nun mit über 90 Prozent Genauigkeit kategorisiert. Damit konnte Bosch Power Tools durchschnittlich rund 2 500 Stunden mühevoller händischer Nacharbeiten im Jahr einsparen. Ein überragendes Ergebnis, sodass der Service nun weltweit auf die 23 Service-Standorte von Power Tools ausgerollt werden soll, die 40 Länder und rund 1,5 Millionen Serviceanfragen abdecken. In Willershausen wurden darüber hinaus Servicemitarbeiter qualifiziert, die sogenannte Prompts – Befehle oder Anweisungen für die KI – konfigurieren. Denn die KI ist nur so klug, wie sie entsprechend trainiert und von Menschen angelernt wird.

¹ <https://trustmary.com/reviews/online-reviews-statistics-that-will-blow-your-mind/>.

² <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-economic-potential-of-generative-ai-the-next-productivity-frontier>.

³ <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2024-07-09-gartner-survey-finds-64-percent-of-customers-would-prefer-that-companies-didnt-use-ai-for-customer-service>.

Neue Ära: Agentische KI analysiert schriftliche Kundenanfragen in Echtzeit

In einem weiteren globalen Projekt bei Power Tools hilft agentische KI im Zusammenspiel mit mehreren vernetzten Systemen, den Kundenservice auf ein neues Niveau zu heben: Seit Juni unterstützt eine intelligente Plattform die Servicemitarbeiter, die jährlich mehr als 1,2 Millionen eingehenden schriftlichen Anfragen in Echtzeit zu analysieren, relevante Informationen aus CRM- und Wissenssystemen zu durchsuchen und kontextbasierte Antwortvorschläge zu erstellen – schnell, zuverlässig und individuell anpassbar. Zusätzlich wird durch eine intelligente Übersetzungsfunktion auch der Kundenkontakt für Sprachen mit kleinem Volumenaufkommen deutlich verbessert. In einer weiteren Ausbaustufe soll der Service auch auf Telefonanrufe ausgeweitet werden, wobei die KI mit Einverständnis des Anrufers Gespräche verfolgt und den Servicemitarbeiter mit Antwort- und Handlungsvorschlägen unterstützt. Das Projekt hat großes Skalierungspotential: Der Service soll Anfang nächsten Jahres auf weitere Bosch-Einheiten ausgerollt werden. Dabei helfen auch standardisierte Tools und IT-Lösungen – bereitgestellt von der Bosch-internen IT sowie Servicebereichen.

Hohe Kundenzufriedenheit: Chatbot bei Bosch Smart Home hilft fast immer

Auch der Bereich Bosch Smart Home konnte von standardisierten Lösungen aus der Bosch-IT profitieren. Nur sechs Monate vergingen von der Idee bis zur ersten Nutzung eines Chatbots mit generativer KI auf der Webseite des Bereichs. Seit gut einem Jahr unterstützt dieser nun den Kundenservice bei Bosch Smart Home – und das mit großem Erfolg: Mehr als 97 Prozent der Chatbot-Nutzer, die eine Bewertung abgeben, sind zufrieden mit der Antwort. Darüber hinaus werden zusätzlich ebenfalls über 95 Prozent der Kundenanfragen mit dem Chatbot gelöst und nicht in dieser Instanz an einen Servicemitarbeiter weitergeleitet. Mittlerweile werden rund 20 Prozent des eingehenden Volumens über den Chatbot abgewickelt und ein strategisches Ziel des Bereichs erreicht: Den Kunden die Möglichkeit zum Self-Service geben, um Fragen schneller selbst zu klären. Zusätzlich unterstützt ein interner KI-Copilot die Servicemitarbeiter, indem er Antworten vorschlägt. Der Copilot kommt bereits bei rund 12 Prozent der Anfragen zum Einsatz und übernimmt bei über 6 Prozent der Kontakte die Übersetzung internationaler Tickets. Diese Kombination aus Self-Service und Unterstützung der Servicemitarbeiter ermöglicht es dem Team, sich auf komplexe Fälle zu konzentrieren und die Servicequalität weiter zu steigern.

In über 80 Prozent der Fälle reicht ein einziger Kundenservice-Termin

Bosch Hausgeräte sind auf Langlebigkeit ausgelegt. Eine Grundlage dafür ist die freiwillige Bevorratung von Ersatzteilen für bis zu 15 Jahre. Um diese Logistik effizient zu gestalten, optimiert eine prädiktive KI die Lagerhaltung und hilft, Serviceeinsätze vorzubereiten – von der Fahrzeugbestückung bis zur

Routenplanung. Gepaart mit der Kompetenz der Servicetechniker führt dies dazu, dass über 80 Prozent der Reparaturen beim ersten Besuch abgeschlossen werden und Teile ohne Wartezeit zur Verfügung stehen. Zusätzlich unterstützt generative KI die Mitarbeiter im Servicecenter von BSH Hausgeräte, Kundenanfragen schneller und präziser zu beantworten. Sie agiert als intelligentes Werkzeug, das Mitarbeiter unterstützt, aber nicht ersetzt. Das Ergebnis ist eine hohe Kundenzufriedenheit durch schnellen Service und kompetente Beratung bei optimierten Prozessen.

KI hört die „Stimmen der Kunden“ und wertet millionenfach Reviews aus

Kundenzentrierte Produktentwicklung ist seit Jahren fest in der Unternehmensstrategie der beiden größten Endkonsumentenbereiche von Bosch – BSH Hausgeräte und Power Tools – verankert. Bereits 2018 liefen erfolgreiche Piloten, in denen mit KI-Methoden öffentlich verfügbare Produktbewertungen und Konsumentenfeedbacks systematisch erfasst und daraus Verbesserungspotenziale für Produktentwicklung, Marketing, Vertrieb und Kundenservice abgeleitet wurden. Ohne KI fast ein unmenschliches Unterfangen aufgrund der Masse an unstrukturierten Daten. Bei Bosch Power Tools wurden beispielsweise 3,4 Millionen online verfügbare Kundenfeedbacks im Jahr 2024 ausgewertet. Seit Beginn 2024 kommt nun generative KI zum Einsatz und liefert zum Beispiel bei der BSH wichtige Informationen über alle BSH-Hausgerätemarken, alle Produktkategorien, und Datenquellen für Produktbewertungen sowie NPS-Feedbacks. Sie kann jetzt auch tausende vorab nicht definierte Themen erkennen. Damit ist eine sehr granulare Suche nach Spezialthemen bei einzelnen Produkten möglich, was den Mehrwert für die Unternehmensbereiche steigert. Aktuell wird die KI-basierte Konsumentenfeedback-Analyse in 45 Ländern in potenziell allen Sprachen – die bei Bedarf übersetzt werden – genutzt. Als Ergebnis wurden beispielsweise bei einem großen deutschen Handelspartner Produktbeschreibungen in deren Webshop verbessert und Informationen zu Zubehör ergänzt, was zu mehr Absatz und besseren Produktbewertungen führte. In einem weiteren Beispiel bemängelten Kunden den fehlenden Kontrast der Symbolbeschriftungen auf dem Bedienfeld eines Herdes – das Designteam hat bei dem Launch einer neuen Backofenserie nachgebessert. Zudem wurde bei Kochfeldern, die über einen großen Onlinehändler verkauft werden, Verpackung sowie Logistik- und Transportprozess verbessert – ohne datengetriebene Einsicht wäre dies möglicherweise unentdeckt geblieben.

Die Pressekonferenz von Bosch auf der IFA findet am 3. September um 12:00 Uhr am Bosch-Stand in Halle 1.1 statt.

Pressebilder finden Sie im Bosch Media Service unter www.bosch-presse.de.

Journalistenkontakt:

Dörthe Warnk,

Telefon: +49 711 811-55508

E-Mail: doerthe.warnk@bosch.com

Die Bosch-Gruppe ist ein international führendes Technologie- und Dienstleistungsunternehmen mit weltweit rund 418 000 Mitarbeitenden (Stand: 31.12.2024). Sie erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2024 einen Umsatz von 90,3 Milliarden Euro. Die Geschäftsaktivitäten gliedern sich in die vier Unternehmensbereiche Mobility, Industrial Technology, Consumer Goods sowie Energy and Building Technology. Mit seiner Geschäftstätigkeit will das Unternehmen übergreifende Trends wie Automatisierung, Elektrifizierung, Digitalisierung, Vernetzung sowie die Ausrichtung auf Nachhaltigkeit technologisch mitgestalten. Die breite Aufstellung über Branchen und Regionen hinweg stärkt die Innovationskraft und Robustheit von Bosch. Mit seiner ausgewiesenen Kompetenz bei Sensorik, Software und Services ist das Unternehmen in der Lage, Kunden domänenübergreifende Lösungen aus einer Hand anzubieten. Zudem setzt Bosch sein Know-how in den Bereichen Vernetzung und künstliche Intelligenz ein, um intelligente, nutzerfreundliche und nachhaltige Produkte zu entwickeln und zu fertigen. Bosch will mit „Technik fürs Leben“ dazu beitragen, die Lebensqualität der Menschen zu verbessern und natürliche Ressourcen zu schonen. Die Bosch-Gruppe umfasst die Robert Bosch GmbH sowie ihre rund 490 Tochter- und Regionalgesellschaften in mehr als 60 Ländern. Inklusive Handels- und Dienstleistungspartnern erstreckt sich der weltweite Fertigungs-, Entwicklungs- und Vertriebsverbund von Bosch über fast alle Länder der Welt. Basis für künftiges Wachstum ist die Innovationskraft des Unternehmens. Bosch beschäftigt weltweit rund 87 000 Mitarbeitende in Forschung und Entwicklung an 136 Standorten.

Das Unternehmen wurde 1886 als „Werkstätte für Feinmechanik und Elektrotechnik“ von Robert Bosch (1861–1942) in Stuttgart gegründet. Die gesellschaftsrechtliche Struktur der Robert Bosch GmbH sichert die unternehmerische Selbstständigkeit der Bosch-Gruppe. Sie ermöglicht dem Unternehmen langfristig zu planen und in bedeutende Vorleistungen für die Zukunft zu investieren. Die Kapitalanteile der Robert Bosch GmbH liegen zu 94 Prozent bei der gemeinnützigen Robert Bosch Stiftung GmbH. Die übrigen Anteile halten eine Gesellschaft der Familie Bosch und die Robert Bosch GmbH. Die Stimmrechte liegen mehrheitlich bei der Robert Bosch Industrietreuhand KG. Diese hat die durch den Firmengründer Robert Bosch testamentarisch verfügte Aufgabe, für den langfristigen Bestand des Unternehmens und speziell für dessen finanzielle Unabhängigkeit zu sorgen.

Mehr Informationen unter www.bosch.com, www.bosch-presse.de.