



Ralf Mühlenhöver

ist Betriebswirt mit einer Leidenschaft für Software und Kundenservice. Seit über 25 Jahren betreut er Unternehmen und hat die Entwicklung und Nutzung leistungsfähiger Kommunikations- und KI-Software in Deutschland vorangetrieben, er hat zwei Tech-Unternehmen mitgegründet und zwei erfolgreiche Exits realisiert. Die perfekte Customer Experience ist für ihn das Ergebnis des Zusammenspiels von Mensch, Prozess und Technologie. Er ist als Berater, Moderator, Autor, Sprecher und Dozent aktiv und leitet den Arbeitskreis KI und Robotics beim Callcenter- und Kundenservice-Verband CCV.

„Es werden zwei Drittel der Agenten-Jobs verschwinden – und zahlreiche neue Rollen entstehen.“

„Wenn wir über KI im Kundenservice sprechen, denken die meisten immer noch an simple Chatbots, die FAQs beantworten. Mittlerweile müssen wir feststellen, dass dieses Bild so veraltet ist wie ein Wählscheibentelefon. Wir stehen nicht vor einer leichten Optimierung der Prozesse und der damit verbundenen Technologie, sondern vor dem Ende des Kundenservices, wie wir ihn kennen. Der Grund dafür sind zwei revolutionäre Kräfte: Generative KI und Agentische KI“, sagt Ralf Mühlenhöver. **In seinem Beitrag für TeleTalk erklärt er, warum wir vor der größten Veränderung in der Geschichte der Kundenservicebranche stehen, warum Technologie bis zu 90% der heutigen Serviceanfragen eliminieren kann und auch die Rolle des Menschen neu gedacht werden muss.**

Generative KI

Sie beantwortet nicht nur Fragen wie die deterministische KI, die noch oft in Chatbots zum Einsatz kommt – sie kreiert Informationen, Antworten und Content. Sie kann natürliche Sprache tiefgehend verstehen und formulieren, komplexe Sachverhalte in Sekunden zusammenfassen und auf Basis von Mustern und Eingaben neue, originäre Inhalte erschaffen. Diese Inhalte können vielfältig sein: von logisch strukturierten Texten über kreative Entwürfe, Bilder und Audio bis hin zu funktionalem Programmcode. Die Einsatzzwecke im Kundenservice sind heute schon klar: Erstellung von Gesprächszusammenfassungen, das Verfassen von Antwortentwürfen, die Echtzeit-Analyse der Kundenstimmung und die intelligente Unterstützung der Mitarbeiter durch sofortige Wissensbereitstellung.

Agentische KI

Agere kommt aus dem Lateinischen und bedeutet handeln. Ein Agent ist also wörtlich "ein Handelnder". Im amerikanischen Geschäftsglossar ist ein "Agent" fast immer jemand, der die Befugnis (agency) hat, im Auftrag eines anderen zu handeln. Er oder sie ist ein Stellvertreter, Vermittler oder Bevollmächtigter – egal ob im Reisebüro (Travel Agent), am Flughafen (Ticket Agent) oder beim Immobilienkauf (Real Estate Agent).

Der KI-Agent macht das gleiche – diese neue Form von Künstlicher Intelligenz handelt eigenständig, mit konkretem Ziel und hoher Autonomie. Sie kann selbstständig Multi-Schritt-Prozesse ausführen: eine Retoure bearbeiten, einen Techniker buchen, einen Gutschein im Kundenkonto hinterlegen. Oder: Eine eingehende Mail einer Kundin in drei Teile zerlegen, jeden Teil einzeln (synchron oder asynchron, je nach Aufgabe) bearbeiten und nach und nach fallabschließend erledigen. Durch Zugriff auf Backendsysteme kann Agentische KI einen Schritt weitergehen als reine Generative KI: Sie wartet nicht auf den nächsten Kundenkontakt – sie handelt, bevor es klingelt bzw. die E-Mail oder der Chat eingeht. Umgesetzt wird diese mittels MCP-Servern und LLMs, die gemeinsam in der Lage sind, komplexe Aufgaben autonom zu planen, in logische Teilschritte zu zerlegen und diese dann über die Server-Infrastruktur als konkrete Aktionen in den Backendsystemen (z.B. im CRM, ERP oder Logistik-Tool) auszuführen. Das Zusammenspiel dieser Technologien wird 70, 80, 90% der heutigen Serviceanfragen eliminieren – verschiedenste erfolgreiche Anwendungsfälle in der DACH-Region beweisen dies bereits. Es wird sie nicht nur beantworten, sondern durch vorhersagendes und proaktives Handeln verhindern, dass sie überhaupt entstehen – "Prediction" ist das neue Zauberwort.

Kundenservice neu denken

Das ist die größte Veränderung in der Geschichte der Kundenservicebranche. Und sie zwingt uns, die Rolle des Menschen völlig neu zu denken, weg vom reinen Problemlöser, hin zum Architekten,

Dirigenten und ethischen Wächter eines hochintelligenten, autonomen Systems. Daraus entstehen verschiedenste Jobprofile der Zukunft. Diese sind keine bloßen Updates zu heutigen Rollen – sie orientieren sich an der kompletten Neuausrichtung der Wertschöpfung im Kundenservice.

Nachfolgend werden diese neuen Rollen im Detail beschrieben, jeweils mit der Logik "Wer macht was mit wem?"

1. Neuro-Erlebnis-Spezialistin

Die Kern-Mission: Die Gestaltung von Kundenerlebnissen, die nicht nur zufriedenstellen, sondern auf einer tiefen emotionalen Ebene eine positive, bleibende Erinnerung schaffen.

Was sie im Detail tut: Sie analysiert mithilfe von KI-gestützter Sentiment- und Emotionsanalyse Tausende von Kundeninteraktionen, um unbewusste "Pain Points" und "Moments of Magic" zu identifizieren. Sie nutzt psychologische Modelle (z.B. Peak-End-Rule, die besagt, dass vor allem das Ende einer Interaktion die Erinnerung prägt), um kritische Momente in der Customer Journey gezielt zu optimieren. Sie arbeitet mit Generativer KI, um Kommunikationsbausteine zu entwickeln, die je nach emotionaler Lage des Kunden dynamisch angepasst werden (z.B. tröstend, motivierend, beruhigend). Sie konzipiert A/B-Tests für emotionale Reaktionen auf neue Service-Prozesse oder KI-Dialoge.

Wichtigste Schnittstellen: Marketing (zur Ausrichtung auf die Markenpersönlichkeit), UX/UI-Design (für die Gestaltung der digitalen Touchpoints), Produktentwicklung (um emotionale Aspekte ins Produktdesign einfließen zu lassen), Data Science.

2. Omnichannel-Orchestrator

Die Kern-Mission: Die Schaffung einer einzigen, kontextbewussten Konversation mit dem Kunden, egal wie oft dieser den Kanal wechselt.

Was er im Detail tut: Er designt die komplexen Workflows für Agentische KI, die sich über verschiedene Systeme (CRM, ERP, Logistik) erstrecken, innerhalb der ACD bzw. der Orchestrations-Software. Er definiert die "State-Management"-Protokolle, damit der Kontext einer Interaktion (z.B. "Kunde war auf Produktseite X, hat dann den Chatbot gefragt, ruft jetzt an") niemals verloren geht. Er stellt sicher, dass Daten in Echtzeit zwischen allen Kanälen

synchronisiert werden, von der App oder der Website über die (durch GenAI unterstützte) Telefon-Hotline bis zum menschlichen Experten. Er ist der "Troubleshooter" für Brüche in der Customer Journey.

Wichtigste Schnittstellen: IT-Infrastruktur und Architektur, CRM-Management, Prozessmanagement, die Leiter der einzelnen Kanäle (z.B. Social Media, Callcenter).

3. Digitale Zwillinge-Koordinatorin

Die Kern-Mission: Die Umwandlung von Kundendaten in präzise, vorausschauende und proaktive Service-Aktionen.

Was sie im Detail tut: Sie überwacht die KI-Modelle, die für jeden Kunden einen dynamischen "digitalen Zwilling" erstellen und pflegen. Sie definiert die Trigger und Geschäftsregeln, wann und wie eine Agentische KI basierend auf dem Zwilling proaktiv handeln soll, beispielsweise:

IF: "Datenmuster deuten auf eine baldige Kündigung hin"
THEN: "Initiiere proaktives Lösungsangebot"

Sie ist die Hüterin der Datenqualität und arbeitet eng mit dem Datenschutz zusammen, um sicherzustellen, dass alle Aktionen ethisch und rechtlich einwandfrei sind. Sie übersetzt die Erkenntnisse aus den Datenmodellen in konkrete Handlungsempfehlungen für Marketing und Vertrieb.

Wichtigste Schnittstellen: Data Science und Analytics, Legal und Compliance (EU-DSGVO, EU-KIVO, ...), CRM- und Datenbank-Management, Strategisches Marketing.

4. Deeskalations-Designer

Die Kern-Mission: Die meisterhafte Lösung der emotional komplexesten und geschäftskritischsten Kundenprobleme, die eine KI nicht bewältigen kann.

Was er im Detail tut: Er analysiert systematisch eskalierte Fälle und KI-Fehler, um Muster zu erkennen und präventive Strategien zu entwickeln. Er entwickelt anspruchsvolle Schulungsprogramme (inklusive Simulationen) für die menschlichen Top-Experten in Verhandlungsführung, angewandter Psychologie und Konfliktlösung. Er erstellt und pflegt Masterpläne für Krisenszenarien (z. B. Datenlecks, große Serviceausfälle). Er gibt dem KI-Team Feedback, um die emotionalen Sensoren und Reaktionen der KI zu verbessern.

Wichtigste Schnittstellen: Recht und PR/Unternehmenskommunikation (bei kritischen Fällen), Training und Personalentwicklung, Human-in-the-Loop-Team, Qualitätsmanagement.

5. AI-Experience-Designerin

Die Kern-Mission: Die KI zu einem intuitiven, hilfreichen und markenkonformen Gesprächspartner zu machen, den Kunden gerne nutzen.

Was sie im Detail tut: Sie ist die Chef-Architektin für "Prompt Engineering" und definiert die Grundpersönlichkeit, den Tonfall ("Tone of Voice") und die Wissensbasis der Generativen KI. Sie entwirft die Dialog-Strukturen und Konversationsflüsse, testet sie auf Verständlichkeit und Natürlichkeit. Sie kuratiert und pflegt die Inhalte, mit denen die KI trainiert wird, um sicherzustellen, dass sie korrekte und markenkonforme Informationen liefert. Sie analysiert Konversationsabbrüche, um die User Experience der KI kontinuierlich zu verbessern.

Wichtigste Schnittstellen: Brand Management und Marketing, UX-Writing und Content-Strategie, Produktentwicklung (insbesondere bei Integration in Apps/ Software), IT.

6. KI-Ethik-Manager

Die Kern-Mission: Die Sicherstellung, dass KI-Systeme fair, unvoreingenommen und im besten Sinne des Wortes "menschlich" agieren.

Was er im Detail tut: Er führt regelmäßige ethische Audits der KI-Interaktionen durch, um versteckte Vorurteile (Bias) in den Algorithmen aufzudecken und zu korrigieren. Er definiert die ethischen Leitplanken und "No-Go-Areas" für die autonome KI. Was darf sie entscheiden, was nicht? Er managt den Feedback-Loop von Kunden und Mitarbeitern zur emotionalen Qualität der KI-Antworten, auch unter Einsatz moderner QM-Tools. Er dient als Eskalationspunkt für ethische Dilemmata und ist der Ansprechpartner für den Betriebsrat und die Geschäftsführung bei diesen Themen.

Wichtigste Schnittstellen: Legal, Compliance, Data Science, Geschäftsführung und Unternehmensstrategie.



Das Artificial Intelligence Competence Center (AICC)

Die Aufbau- und Ablauforganisation von Kundenservice-Einheiten wird sich ändern, die neuen Rollenbilder werden sich dabei ihren Ort noch suchen müssen. Wichtig ist dabei die enge Zusammenarbeit mit dem Artificial Intelligence Competence Center (AICC). Es übernimmt die Governance von KI im Gesamtunternehmen und synchronisiert die Unternehmensstrategie mit der operativen Umsetzung. Im AICC finden sich neben der Unternehmensführung für die Strategie auch die technischen Experten wie Data Scientists und KI-Architekten sowie zahlreiche andere Abteilungen und Funktionen. Unverzichtbar ist die Einbindung von Change Management und HR, die den Wandel der Belegschaft aktiv gestalten, von Ethik-Beauftragten, die die menschenzentrierte Perspektive wahren, sowie von Recht und Compliance für die rechtliche Absicherung (DSGVO, KIVO). Die Führungskräfte der operativen Fachbereiche, in unserem Beispiel Kundenservice Leiter und Leiterinnen, werden auf Projektbasis dazu geholt und sind für die erfolgreiche Umsetzung von KI-Projekten in der Praxis entscheidend.

7. Agentischer KI-Coach

Die Kern-Mission: Die Befähigung der menschlichen Mitarbeiter, KI als einen extrem leistungsfähigen Co-Piloten zu nutzen und so ihre eigene Produktivität und Job-Zufriedenheit zu steigern.

Was er im Detail tut: Er schult Mitarbeiter nicht in der Bedienung von Systemen, sondern in der Kollaboration mit KI. Wie stelle ich die richtigen Fragen (Prompts)? Wie interpretiere ich KI-Vorschläge kritisch? Er entwickelt Best-Practice-Beispiele, wie menschliche Empathie und Kreativität die analytische Stärke der KI ergänzen können.

Er hilft den Mitarbeitern, ihre Angst vor der Technologie abzubauen und sie als Werkzeug zur persönlichen Weiterentwicklung zu sehen. Er sammelt Feedback aus dem Team, um die KI-Tools noch besser auf die Bedürfnisse der menschlichen Experten zuzuschneiden.

Wichtigste Schnittstellen: Personalentwicklung und Training, Teamleiter der Fachabteilungen, Change Management, IT-Support.

8. Human-in-the-Loop-Expertin

Die Kern-Mission: Das Design der perfekten Symbiose aus maschineller Effizienz und unersetzlicher menschlicher Urteilskraft.

Was sie im Detail tut: Sie analysiert datenbasiert, bei welchen Prozessen eine vollständige Automatisierung sinnvoll ist und wo menschliche Intervention weiterhin zwingend erforderlich ist, um Qualität, Sicherheit oder Kundenzufriedenheit zu gewährleisten. Sie definiert die präzisen Geschäftsregeln und Schwellenwerte für die Eskalation von einer KI zu einem Menschen (z.B. bei bestimmter Wortwahl, hoher Sentimentalität oder einem bestimmten Kundenwert). Sie optimiert die Übergabeprozesse, sodass der Mensch sofort den gesamten Kontext von der KI erhält und nahtlos weitermachen kann. Sie führt Kosten-Nutzen-Analysen für jeden menschlichen "Loop" durch, um die Effizienz der gesamten Organisation zu maximieren.

Wichtigste Schnittstellen: Operations Management, Prozessmanagement, Finanzen und Controlling, IT-Architektur, Qualitätsmanagement.

Und weitere Rollen rund um diese neuen Kernfunktionen im Kundenservice sind schon im Anmarsch: die KI-Qualitätsarchitektin, der Leiter KI-basierte Vertriebssysteme und die KI-Controlling-Analystin warten darauf, ihre Bewerbung einzureichen.

Das Wichtigste zum Schluss: Diese Zukunft ist keine ferne Fiktion. Möglicherweise werden diese Berufsbezeichnungen zuerst in den USA auftauchen, bevor sie sich auch bei uns etablieren, doch die Entwicklung selbst ist unumkehrbar. Die Vorbereitung auf diese Zukunft ist die strategische Notwendigkeit für jedes Unternehmen, das in den nächsten Jahren relevant bleiben will. Es geht nicht primär darum, Kosten zu senken, indem wir Menschen entlassen. Es geht darum, die Wettbewerbsfähigkeit und den Wert unseres Unternehmens zu steigern, indem wir unsere Mitarbeitenden zu den "Architekten" der intelligentesten, proaktivsten und prädiktivsten Kundenerfahrung machen, die die Welt je gesehen hat. Hört sich pathetisch an, ist aber so!