

Kundenservice revolutionieren mit KI

Ein Lernbuch mit Handlauf

Modul 7 der BDS KI-Akademie Bayern

Vorwort: Warum dieses Handbuch?

Stellen Sie sich vor, Sie sitzen an einem Montagmorgen im Büro. Die ersten drei E-Mails sind Kundenanfragen: „Wann kommt meine Rechnung?“, „Können Sie mir nochmal die Öffnungszeiten schicken?“ und „Ich habe eine Frage zu meinem letzten Auftrag.“ Sie kennen die Antworten auswendig. Sie haben sie schon hundertmal gegeben. Trotzdem kostet jede Antwort Zeit – Zeit, die Sie eigentlich für Ihr Kerngeschäft bräuchten.

Genau hier setzt dieses Handbuch an. Es zeigt Ihnen, wie künstliche Intelligenz Ihnen diese Routineaufgaben abnehmen kann, ohne dass Sie zum IT-Experten werden müssen. Keine Buzzwords, keine leeren Versprechen – nur praxiserprobte Lösungen, die bayerische Unternehmer bereits erfolgreich einsetzen.

Für wen ist dieses Handbuch?

Dieses Buch richtet sich an Selbstständige und kleine bis mittlere Unternehmen, die:

- Täglich mit Kundenanfragen konfrontiert sind
- Keine Zeit (oder kein Budget) für eine eigene IT-Abteilung haben
- Ihre Kunden besser betreuen wollen, ohne mehr Personal einzustellen
- Bereit sind, neue Werkzeuge auszuprobieren

Egal, ob Sie Handwerker, Berater, Einzelhändler oder Dienstleister sind – wenn Sie regelmäßig die gleichen Fragen beantworten, ist dieses Handbuch für Sie.

Was Sie hier lernen

In den nächsten 20 Seiten erfahren Sie:

1. Wie Sie in 15 Minuten einen Chatbot aufsetzen, der 50-70% Ihrer Routineanfragen beantwortet
2. Wie automatisierte Ticketsysteme Ihnen 2-3 Stunden täglich sparen
3. Wie Sie FAQ-Bereiche erstellen, die Ihre Kunden UND Google lieben
4. Wie Sie Kundenfeedback automatisch auswerten und daraus lernen

Jedes Kapitel endet mit einer konkreten 5-Minuten-Übung, die Sie sofort umsetzen können.

Wie Sie dieses Buch nutzen

Dieses Handbuch folgt dem **Dual-Track-Prinzip**:

Spur A (Einsteiger): Sie haben noch nie mit KI-Tools gearbeitet? Folgen Sie den Schritt-für-Schritt-Anleitungen und starten Sie mit kostenfreien Tools.

Spur B (Fortgeschrittene): Sie kennen sich bereits aus? Springen Sie direkt zu den Profi-Tipps und fortgeschrittenen Integrationen.

Mein Tipp: Lesen Sie das Buch nicht von vorne bis hinten durch. Suchen Sie sich das Kapitel aus, das Ihr größtes Problem löst, und starten Sie dort. Erfolg motiviert – und Motivation bringt Sie zum nächsten Kapitel.

Kapitel 1: Der 20.800€-Zeitfresser

Wo bin ich?

Wir starten mit einer einfachen Rechnung, die vielen die Augen öffnet: Was kostet Sie Ihr Kundenservice wirklich?

Was lerne ich?

Sie erkennen, wie viel Zeit (und Geld) Sie aktuell in Routineaufgaben investieren – und welches Einsparpotenzial in Ihrem Unternehmen schlummert.

Die Geschichte von Markus

Markus betreibt einen Elektrobetrieb in München. Drei Mitarbeiter, solide Auftragslage, zufriedene Kunden. Eigentlich läuft alles gut. Bis er eines Tages seine Zeiterfassung genauer anschaut.

„Ich habe festgestellt, dass ich pro Tag etwa zwei Stunden nur mit E-Mails und Telefonaten verbringe. Immer die gleichen Fragen: Wann können Sie kommen? Was kostet ein Notdienst? Haben Sie Zeit für einen Termin? Das sind 10 Stunden pro Woche. 40 Stunden pro Monat. Fast 500 Stunden pro Jahr.“

Markus rechnet weiter: Sein interner Stundensatz liegt bei 45€ (Gehalt plus Lohnnebenkosten). 500 Stunden mal 45€ macht **22.500€ pro Jahr**, die er mit Routineanfragen verbringt.

„Das hat mich wachgerüttelt. Für dieses Geld könnte ich einen Azubi einstellen. Oder in besseres Werkzeug investieren. Oder einfach mehr Zeit mit meiner Familie verbringen.“

Die Rechnung für Ihr Unternehmen

Nehmen Sie sich jetzt fünf Minuten Zeit und rechnen Sie selbst:

Schritt 1: Wie viele Kundenanfragen erhalten Sie pro Tag?

Beispiel: 15 Anfragen

Schritt 2: Wie lange dauert eine durchschnittliche Antwort?

Beispiel: 10 Minuten

Schritt 3: Berechnen Sie Ihre tägliche Zeit

15 Anfragen \times 10 Minuten = 150 Minuten = 2,5 Stunden

Schritt 4: Hochrechnung aufs Jahr

2,5 Stunden \times 250 Arbeitstage = 625 Stunden

Schritt 5: Was ist Ihr interner Stundensatz?

Beispiel: 40€ (Ihr Gehalt + Lohnnebenkosten \div Arbeitsstunden)

Schritt 6: Die Jahresrechnung

*625 Stunden \times 40€ = **25.000€***

Spur A (Einsteiger): Die Grundfrage

Wenn Sie diese Rechnung zum ersten Mal machen, ist das Ergebnis oft erschreckend. Aber sehen Sie es positiv: Sie haben gerade Ihr größtes Einsparpotenzial identifiziert.

Fragen Sie sich:

- Welche Anfragen wiederholen sich ständig?
- Welche Antworten gebe ich immer wieder gleich?
- Wo verliere ich die meiste Zeit?

Spur B (Fortgeschrittene): Die Differenzierung

Sie kennen diese Rechnung bereits? Dann gehen Sie einen Schritt weiter:

Kategorisieren Sie Ihre Anfragen:

- **Typ 1:** Einfache FAQ (Öffnungszeiten, Preise, Verfügbarkeit) → 60-70% automatisierbar
- **Typ 2:** Standardprozesse (Terminvereinbarung, Rechnungskopie) → 50-60% automatisierbar
- **Typ 3:** Komplexe Beratung (individuelle Lösungen) → 10-20% automatisierbar

Tipp: Konzentrieren Sie sich zuerst auf Typ 1. Hier holen Sie die schnellsten Erfolge.

Übung (5 Minuten)

Öffnen Sie Ihr E-Mail-Postfach oder Ihre Anrufliste der letzten Woche. Notieren Sie die 10 häufigsten Kundenanfragen. Diese Liste ist Gold wert – Sie werden sie in den nächsten Kapiteln brauchen.

Beispiele:

1. Wann haben Sie geöffnet?
2. Was kostet [Dienstleistung]?
3. Können Sie morgen vorbeikommen?
4. Ich brauche eine Rechnungskopie
5. Wie lange dauert [Prozess]?
6. ...

Das nehme ich mit

Kernbotschaft: Kundenservice kostet mehr, als Sie denken – aber das Einsparpotenzial ist enorm. Mit der richtigen Automatisierung können Sie 50-70% Ihrer Routinezeit zurückgewinnen.

Nächster Schritt: Im nächsten Kapitel zeige ich Ihnen, wie Sie in 15 Minuten einen Chatbot aufsetzen, der genau diese Routineanfragen beantwortet.

Kapitel 2: Ihr erster Chatbot in 15 Minuten

Wo bin ich?

Jetzt wird es praktisch. Sie lernen, wie Sie ohne Programmierkenntnisse einen Chatbot erstellen, der Ihre häufigsten Fragen beantwortet.

Was lerne ich?

Am Ende dieses Kapitels haben Sie einen funktionierenden Chatbot, der auf Ihrer Website, per WhatsApp oder über Facebook Messenger Kundenanfragen beantwortet.

Die Chatbot-Revolution

„Chatbots? Das ist doch nur was für große Konzerne!“ Das habe ich früher auch gedacht. Bis ich gesehen habe, wie ein Steuerberater aus Nürnberg mit einem einfachen Chatbot 40% seiner E-Mails eingespart hat.

Der Trick: Moderne Chatbots sind keine komplizierten Programmierprojekte mehr. Tools wie Landbot, Tidio oder ManyChat machen es so einfach wie das Erstellen einer

PowerPoint-Präsentation.

Schritt-für-Schritt: Ihr erster Chatbot

Schritt 1: Tool auswählen

Für den Einstieg empfehle ich drei Tools:

Tool	Kosten	Einrichtung	Best für
ChatGPT Custom GPT	Kostenfrei	10 Min	Einfache FAQ, Testen
Tidio	Ab 19€/Monat	20 Min	Website-Integration
Landbot	Ab 40€/Monat	15 Min	Multi-Channel (Web, WhatsApp, Messenger)

Spur A: Starten Sie mit ChatGPT Custom GPT. Kostenfrei, einfach, perfekt zum Ausprobieren.

Spur B: Wenn Sie bereits wissen, dass Sie WhatsApp oder Messenger integrieren wollen, gehen Sie direkt zu Landbot.

Schritt 2: Account erstellen

Gehen Sie auf die Website Ihres gewählten Tools (z.B. landbot.io) und erstellen Sie einen Account. Die meisten Tools bieten eine kostenfreie Testphase von 7-14 Tagen.

Schritt 3: Ihren ersten Bot bauen

Hier kommt der magische Moment: Moderne Tools haben **KI-Assistenten**, die Ihnen beim Aufbau helfen.

Bei Landbot:

1. Klicken Sie auf "Create new bot"
2. Wählen Sie "AI Agent" (KI-Assistent)
3. Geben Sie ein: "Erstelle einen Chatbot für einen [Ihre Branche]-Betrieb, der folgende Fragen beantwortet: [Ihre Top-10-Liste aus Kapitel 1]"
4. Klicken Sie auf "Generate"

Das Tool erstellt jetzt automatisch:

- Einen Begrüßungstext
- Antworten auf Ihre häufigsten Fragen

- Einen Gesprächsfluss mit Verzweigungen
- Einen Fallback für unbekannte Fragen

Schritt 4: Anpassen und verfeinern

Jetzt kommt Ihre Expertise ins Spiel. Gehen Sie die generierten Antworten durch und passen Sie sie an:

- **Ton:** Duzen oder Siezen? Förmlich oder locker?
- **Inhalt:** Stimmen die Fakten? (Öffnungszeiten, Preise, etc.)
- **Rechtliches:** DSGVO-Hinweis hinzufügen (siehe unten)

Schritt 5: DSGVO-konform machen

Wichtig: Chatbots verarbeiten personenbezogene Daten. Sie müssen:

- ☐ Einen Datenschutzhinweis einblenden: "Dieser Chat wird von KI unterstützt. Antworten sind nicht verbindlich."
- ☐ Auf Ihre Datenschutzerklärung verlinken
- ☐ Keine sensiblen Daten erfragen (Gesundheit, Finanzen)
- ☐ Ein Opt-in für Datenverarbeitung einbauen (falls Sie E-Mails/Namen speichern)

Tipp: Nutzen Sie die DSGVO-Vorlage aus dem Anhang dieses Handbuchs.

Schritt 6: Testen

Bevor Sie den Bot live schalten, testen Sie ihn ausgiebig:

- Stellen Sie die 10 häufigsten Fragen
- Probieren Sie absurde Fragen aus (Was antwortet der Bot?)
- Lassen Sie Kollegen oder Freunde testen

Schritt 7: Live schalten

Bei Landbot und Tidio bekommen Sie einen Code-Schnipsel, den Sie auf Ihrer Website einbinden. Keine Angst – das ist ein einfaches Copy-Paste. Ihr Webdesigner oder Ihre Website-Plattform (WordPress, Jimdo, etc.) hat dafür eine Funktion.

Bei WhatsApp: Sie benötigen eine Business-Nummer und verbinden diese mit dem Tool. Anleitungen finden Sie direkt im Tool.

Praxisbeispiel: Der Handwerker-Chatbot

Ein Sanitärbetrieb aus Regensburg hat seinen Chatbot so konfiguriert:

Begrüßung: "Hallo! Ich bin der digitale Assistent von Müller Sanitär. Wie kann ich Ihnen helfen?"

Häufige Fragen:

- "Wann haben Sie geöffnet?" → Öffnungszeiten + Notdienst-Hinweis
- "Was kostet ein Notdienst?" → Preisliste + Hinweis auf Kostenvoranschlag
- "Können Sie heute noch kommen?" → Terminkalender-Link oder "Bitte rufen Sie uns an"

Fallback: "Das kann ich leider nicht beantworten. Möchten Sie mit einem Mitarbeiter sprechen? Hinterlassen Sie Ihre Nummer, wir rufen zurück."

Ergebnis: 60% weniger Anrufe, 3 Stunden pro Woche gespart.

Spur A (Einsteiger): Häufige Fehler vermeiden

Fehler 1: Zu komplexe Fragen einbauen

Lösung: Starten Sie mit 5-10 einfachen FAQ. Erweitern Sie später.

Fehler 2: Keine menschliche Alternative anbieten

Lösung: Immer eine Option "Mit Mitarbeiter sprechen" einbauen.

Fehler 3: Bot klingt wie ein Roboter

Lösung: Schreiben Sie, wie Sie sprechen. Freundlich, nicht steif.

Spur B (Fortgeschrittene): Profi-Tipps

Tipp 1: Multi-Channel-Strategie

Verbinden Sie Ihren Bot mit mehreren Kanälen gleichzeitig (Website + WhatsApp + Facebook). So erreichen Sie Kunden dort, wo sie sind.

Tipp 2: Integration mit Ihrem CRM

Tools wie Landbot können mit Zapier oder Make.com verbunden werden. So landen Anfragen automatisch in Ihrem CRM (z.B. HubSpot, Pipedrive).

Tipp 3: A/B-Testing

Testen Sie verschiedene Begrüßungstexte und Gesprächsflüsse. Welche Version führt zu mehr Conversions?

Tipp 4: Analytics nutzen

Die meisten Tools zeigen Ihnen, welche Fragen am häufigsten gestellt werden. Nutzen Sie diese Daten, um Ihren Bot (und Ihre FAQ) zu verbessern.

Übung (5 Minuten)

Erstellen Sie jetzt Ihren ersten Chatbot-Prototyp. Nutzen Sie ChatGPT (kostenfrei) und geben Sie ein:

"Erstelle einen Chatbot-Dialog für einen [Ihre Branche]-Betrieb. Der Bot soll diese Fragen beantworten: [Ihre Top-5-Fragen]. Schreibe den Dialog als Frage-Antwort-Paare."

Kopieren Sie das Ergebnis und speichern Sie es. Das ist Ihr Chatbot-Grundgerüst.

Das nehme ich mit

Kernbotschaft: Chatbots sind keine Raketenwissenschaft. Mit modernen Tools erstellen Sie in 15 Minuten einen funktionierenden Bot, der 50-70% Ihrer Routineanfragen beantwortet.

Nächster Schritt: Im nächsten Kapitel zeige ich Ihnen, wie Sie mit Ticketsystemen auch komplexere Anfragen automatisieren.

Kapitel 3: Ticketsysteme – Ordnung im Chaos

Wo bin ich?

Sie haben einen Chatbot, der einfache Fragen beantwortet. Aber was ist mit den komplexeren Anfragen? Hier kommen Ticketsysteme ins Spiel.

Was lerne ich?

Sie erfahren, wie automatisierte Ticketsysteme Anfragen kategorisieren, priorisieren und an die richtige Person weiterleiten – ohne dass Sie einen Finger rühren müssen.

Das Ticket-Dilemma

„Ticketsysteme? Das ist doch nur was für große IT-Firmen!“ Das dachte Lisa, Steuerberaterin aus Würzburg, auch. Bis sie eines Tages 47 ungelesene E-Mails in ihrem Postfach hatte. Manche dringend, manche weniger. Manche für sie, manche für ihre Assistentin.

„Ich habe Stunden damit verbracht, E-Mails zu sortieren, weiterzuleiten und zu priorisieren. Das war der Moment, wo ich dachte: Es muss einen besseren Weg geben.“

Heute nutzt Lisa ein einfaches Ticketsystem. Jede Anfrage wird automatisch kategorisiert, priorisiert und an die richtige Person weitergeleitet. Sie spart 2 Stunden pro Tag.

Wie funktioniert ein Ticketsystem?

Ein Ticketsystem ist im Grunde eine intelligente E-Mail-Verwaltung. Statt dass alle Anfragen in einem Postfach landen, werden sie:

1. **Erfasst:** Kunde schreibt E-Mail oder nutzt Kontaktformular
2. **Kategorisiert:** KI erkennt, worum es geht (Rechnung, Termin, Beratung)

3. **Priorisiert:** Dringend? Normal? Kann warten?
4. **Zugeordnet:** Wer ist zuständig?
5. **Beantwortet:** Automatisch (bei Standardfragen) oder manuell

Der Vorteil: Transparenz. Jeder weiß, wo sein Ticket steht. Kein „Habe ich schon geantwortet?“ mehr.

Schritt-für-Schritt: Ihr erstes Ticketsystem

Schritt 1: Tool auswählen

Tool	Kosten	Einrichtung	Best für
Freshdesk	Ab 15€/Monat	25 Min	KMU, einfache Bedienung
Zendesk	Ab 49€/Monat	30 Min	Mittelstand, viele Features
HubSpot Service Hub	Ab 50€/Monat	40 Min	Integration mit CRM/Marketing

Spur A: Starten Sie mit Freshdesk. Günstig, einfach, DSGVO-konform.

Spur B: Wenn Sie bereits HubSpot für Marketing nutzen, bleiben Sie im Ökosystem und nehmen Sie den Service Hub.

Schritt 2: E-Mail-Weiterleitung einrichten

Die meisten Ticketsysteme geben Ihnen eine spezielle E-Mail-Adresse (z.B. support@ihr-unternehmen.freshdesk.com). Leiten Sie Ihre normale Support-Adresse dorthin weiter.

Oder: Nutzen Sie ein Kontaktformular auf Ihrer Website, das direkt ins Ticketsystem schreibt.

Schritt 3: Kategorien definieren

Legen Sie fest, welche Arten von Anfragen Sie haben. Beispiele:

- Rechnung/Abrechnung
- Terminanfrage
- Technischer Support
- Allgemeine Frage
- Beschwerde

Tipp: Halten Sie die Kategorien einfach. 5-7 reichen für den Anfang.

Schritt 4: KI-Kategorisierung aktivieren

Moderne Ticketsysteme haben eingebaute KI, die Anfragen automatisch kategorisiert. Bei Freshdesk heißt das Feature "Freddy AI".

So funktioniert's:

- KI liest die E-Mail
- Erkennt Schlüsselwörter ("Rechnung", "Termin", "Problem")
- Ordnet automatisch die richtige Kategorie zu
- Schlägt sogar Antworten vor

Genauigkeit: 70-80% bei guter Konfiguration.

Schritt 5: Automatische Antworten einrichten

Für häufige Anfragen können Sie Vorlagen erstellen:

Beispiel: Rechnungskopie

Betreff: Ihre Rechnung

"Guten Tag,

vielen Dank für Ihre Anfrage. Anbei finden Sie die gewünschte Rechnungskopie.

Bei weiteren Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

[Ihr Team]"

Die KI erkennt "Rechnung" in der Anfrage und schlägt diese Vorlage vor. Sie müssen nur noch die Rechnung anhängen und auf "Senden" klicken.

Schritt 6: Zuständigkeiten festlegen

Wenn Sie im Team arbeiten, legen Sie fest, wer für welche Kategorie zuständig ist:

- **Rechnung** → Buchhaltung
- **Termin** → Sekretariat
- **Technischer Support** → IT-Verantwortlicher

Das System leitet Tickets automatisch an die richtige Person weiter.

Schritt 7: SLA (Service Level Agreement) definieren

Legen Sie fest, wie schnell Sie antworten wollen:

- **Dringend:** 2 Stunden
- **Normal:** 24 Stunden

- **Niedrig:** 48 Stunden

Das System erinnert Sie automatisch, wenn eine Frist abläuft.

Praxisbeispiel: Die Zeitersparnis-Rechnung

Ein IT-Dienstleister aus Augsburg hat vor und nach der Einführung eines Ticketsystems gemessen:

Vorher:

- 20 Anfragen pro Tag
- Durchschnittlich 10 Minuten pro Anfrage (inkl. Suchen, Weiterleiten, Antworten)
- **Gesamt: 200 Minuten = 3,3 Stunden pro Tag**

Nachher:

- 20 Anfragen pro Tag
- 12 davon automatisch kategorisiert und mit Vorlage beantwortet (2 Min/Ticket)
- 8 manuell bearbeitet (10 Min/Ticket)
- **Gesamt: 24 + 80 = 104 Minuten = 1,7 Stunden pro Tag**

Ersparnis: 1,6 Stunden pro Tag = 8 Stunden pro Woche = 400 Stunden pro Jahr

Bei einem Stundensatz von 50€ sind das **20.000€ Ersparnis pro Jahr**.

Kosten: Freshdesk 15€/Monat = 180€/Jahr

ROI: 20.000€ - 180€ = 19.820€ Netto-Ersparnis

Spur A (Einsteiger): Die ersten Schritte

Wenn Sie noch nie mit einem Ticketsystem gearbeitet haben, kann es überwältigend wirken. Mein Tipp:

Woche 1: Nur E-Mails ins System leiten. Noch keine Automatisierung.

Woche 2: Kategorien manuell zuordnen. Lernen Sie die Muster kennen.

Woche 3: KI-Kategorisierung aktivieren. Prüfen Sie die Vorschläge.

Woche 4: Erste Antwortvorlagen erstellen.

Geduld: Es dauert 2-4 Wochen, bis das System "eingelernt" ist.

Spur B (Fortgeschrittene): Profi-Tipps

Tipp 1: Integration mit Chatbot

Verbinden Sie Ihren Chatbot mit dem Ticketsystem. Wenn der Bot eine Frage nicht beantworten kann, erstellt er automatisch ein Ticket.

Tipp 2: Makros für Wiederholungen

Erstellen Sie Makros (= Automatisierungen) für wiederkehrende Aufgaben. Beispiel: "Rechnung senden" → Vorlage auswählen, Rechnung anhängen, Status auf "Erledigt" setzen – alles mit einem Klick.

Tipp 3: Kundenzufriedenheit messen

Die meisten Ticketsysteme haben eingebaute Umfragen. Nach jeder gelösten Anfrage fragt das System: "Wie zufrieden waren Sie?" (1-5 Sterne). So sehen Sie sofort, wo es hakt.

Tipp 4: Reporting nutzen

Erstellen Sie monatliche Reports:

- Wie viele Tickets wurden bearbeitet?
- Wie lange dauerte die durchschnittliche Antwortzeit?
- Welche Kategorien kommen am häufigsten vor?

Diese Daten helfen Ihnen, Prozesse zu optimieren.

Übung (5 Minuten)

Gehen Sie Ihr E-Mail-Postfach der letzten Woche durch. Kategorisieren Sie jede Anfrage manuell:

- Rechnung: ____ Anfragen
- Termin: ____ Anfragen
- Support: ____ Anfragen
- Sonstiges: ____ Anfragen

Welche Kategorie kommt am häufigsten vor? Das ist Ihr erster Automatisierungskandidat.

Das nehme ich mit

Kernbotschaft: Ticketsysteme bringen Ordnung ins Chaos. Mit KI-Kategorisierung und Antwortvorlagen sparen Sie 50-70% der Zeit, die Sie bisher mit E-Mail-Verwaltung verbracht haben.

Nächster Schritt: Im nächsten Kapitel zeige ich Ihnen, wie Sie FAQ-Bereiche erstellen, die Ihre Kunden UND Suchmaschinen lieben.

Kapitel 4: FAQ-Automation – Wissen verfügbar machen

Wo bin ich?

Sie haben einen Chatbot und ein Ticketsystem. Jetzt geht es darum, Ihr Wissen so aufzubereiten, dass Kunden sich selbst helfen können.

Was lerne ich?

Sie erfahren, wie Sie mit KI in 30 Minuten einen FAQ-Bereich erstellen, der nicht nur Kunden hilft, sondern auch Ihr Google-Ranking verbessert.

Das FAQ-Paradox

„Warum sollte ich einen FAQ-Bereich erstellen? Die Leute rufen doch sowieso an!“ Das höre ich oft. Aber die Wahrheit ist: Viele Kunden WOLLEN sich selbst helfen. Sie googeln, bevor sie anrufen.

Studie: 67% der Kunden bevorzugen Self-Service gegenüber dem Gespräch mit einem Mitarbeiter. (Quelle: Zendesk Customer Experience Trends Report 2024)

Ein guter FAQ-Bereich:

- Reduziert Anfragen um 30-40%
- Verbessert Ihr Google-Ranking (mehr dazu gleich)
- Macht Ihr Unternehmen professioneller

Schritt-für-Schritt: FAQ in 30 Minuten

Schritt 1: Fragen sammeln

Nutzen Sie Ihre Liste aus Kapitel 1. Die 10 häufigsten Fragen sind Ihr Startpunkt.

Erweitern Sie die Liste:

- Fragen aus Ihrem Ticketsystem (welche kommen am häufigsten vor?)
- Fragen, die Ihr Chatbot nicht beantworten konnte
- Fragen, die Sie in persönlichen Gesprächen immer wieder hören

Ziel: 20-30 Fragen

Schritt 2: Antworten mit KI erstellen

Hier kommt der Trick: Lassen Sie KI die Arbeit machen.

Prompt für ChatGPT:

"Ich betreibe einen [Ihre Branche]-Betrieb. Erstelle für folgende Fragen kurze, verständliche Antworten (2-3 Sätze pro Frage). Zielgruppe: Endkunden ohne Fachwissen.

Fragen:

1. [Frage 1]
2. [Frage 2] ...
3. [Frage 20]"

Ergebnis: ChatGPT liefert Ihnen 20 Frage-Antwort-Paare in 2 Minuten.

Wichtig: Prüfen Sie jede Antwort. KI macht Fehler. Passen Sie an, wo nötig.

Schritt 3: Struktur schaffen

Gruppieren Sie Ihre FAQ nach Themen:

Beispiel: Handwerksbetrieb

- **Allgemeine Fragen** (Öffnungszeiten, Anfahrt, Kontakt)
- **Preise & Kosten** (Stundensatz, Anfahrt, Notdienst)
- **Termine & Verfügbarkeit** (Wie lange Wartezeit? Notdienst?)
- **Ablauf & Prozesse** (Wie läuft ein Auftrag ab?)

Schritt 4: SEO-optimieren

Hier wird es spannend: Google liebt FAQ. Warum? Weil Google selbst Fragen beantwortet.

Beispiel: Wenn jemand googelt "Was kostet ein Elektriker Notdienst München", zeigt Google Seiten an, die genau diese Frage beantworten.

So optimieren Sie:

1. **Fragen als Überschriften:** Nutzen Sie die Frage als H2- oder H3-Überschrift

Beispiel: `## Was kostet ein Elektriker-Notdienst in München?`

2. **Antwort direkt darunter:** Kurz und präzise

Beispiel: "Ein Elektriker-Notdienst kostet in München zwischen 80€ und 150€ pro Stunde, je nach Tageszeit und Dringlichkeit."

3. **Schema-Markup:** Wenn Sie technisch versiert sind (oder einen Webdesigner haben), nutzen Sie FAQ-Schema-Markup. Das sorgt dafür, dass Google Ihre FAQ direkt in den Suchergebnissen anzeigt.

Schritt 5: Auf Website einbinden

Erstellen Sie eine eigene Seite "Häufige Fragen" auf Ihrer Website. Die meisten Website-Baukästen (WordPress, Jimdo, Wix) haben dafür Templates.

Tip: Verlinken Sie die FAQ von Ihrer Startseite und Ihrer Kontaktseite.

Schritt 6: Chatbot und Ticketsystem verbinden

Integrieren Sie Ihre FAQ in Ihren Chatbot:

"Ich habe eine Frage zu [Thema]" → Chatbot zeigt relevante FAQ-Einträge

Auch im Ticketsystem können Sie FAQ verlinken:

"Kunde fragt nach Öffnungszeiten" → System schlägt FAQ-Link vor

Praxisbeispiel: Der SEO-Boost

Ein Beratungsunternehmen aus Nürnberg hat einen FAQ-Bereich mit 25 Fragen erstellt.
Fokus: Fragen, die potenzielle Kunden bei Google eingeben.

Ergebnis nach 3 Monaten:

- 40% mehr organischer Traffic (= mehr Besucher über Google)
- 15% weniger Anfragen per E-Mail/Telefon
- 3 neue Kunden, die über FAQ-Seite gekommen sind

Investition: 2 Stunden Arbeit + 0€ Kosten

Spur A (Einsteiger): Einfach starten

Wenn Sie noch keine FAQ haben, starten Sie klein:

Woche 1: 5 Fragen erstellen

Woche 2: Auf Website einbinden

Woche 3: 5 weitere Fragen hinzufügen

Woche 4: SEO-Optimierung (Überschriften, Keywords)

Tipp: Nutzen Sie Tools wie AnswerThePublic.com. Geben Sie Ihr Thema ein und sehen Sie, welche Fragen Menschen bei Google stellen.

Spur B (Fortgeschrittene): Profi-Tipps

Tipp 1: Video-FAQ

Erstellen Sie kurze Videos (1-2 Min) zu häufigen Fragen. Menschen lieben Videos. Und Google auch.

Tipp 2: Interaktive FAQ mit KI

Tools wie Perplexity oder Notion AI können Ihre FAQ durchsuchbar machen. Kunde tippt Frage ein, KI findet passende Antwort.

Tipp 3: FAQ-Analytics

Nutzen Sie Google Analytics, um zu sehen, welche FAQ am häufigsten aufgerufen werden. Optimieren Sie diese weiter.

Tipp 4: Mehrsprachige FAQ

Wenn Sie internationale Kunden haben, lassen Sie Ihre FAQ von ChatGPT übersetzen. Kostet 5 Minuten, bringt neue Zielgruppen.

Übung (5 Minuten)

Öffnen Sie ChatGPT und geben Sie ein:

"Erstelle 10 häufige Fragen und Antworten für einen [Ihre Branche]-Betrieb. Format: Frage (fett) + Antwort (2-3 Sätze)."

Kopieren Sie das Ergebnis. Das ist Ihr FAQ-Grundgerüst.

Das nehme ich mit

Kernbotschaft: FAQ sind nicht nur für Kunden hilfreich – sie sind auch ein mächtiges SEO-Werkzeug. Mit KI erstellen Sie in 30 Minuten einen FAQ-Bereich, der Anfragen reduziert und Ihr Google-Ranking verbessert.

Nächster Schritt: Im nächsten Kapitel zeige ich Ihnen, wie Sie Kundenfeedback automatisch auswerten und daraus lernen.

Kapitel 5: Feedback-Analyse – Was Ihre Kunden wirklich sagen

Wo bin ich?

Sie haben Tools, die Anfragen beantworten. Jetzt geht es darum, aus den Antworten zu lernen.

Was lerne ich?

Sie erfahren, wie Sie mit KI Kundenfeedback automatisch auswerten, Stimmungen erkennen und konkrete Verbesserungspotenziale identifizieren.

Das Feedback-Dilemma

„Ich habe 50 Google-Bewertungen. Manche positiv, manche negativ. Aber was soll ich daraus lernen?" Das fragte mich ein Einzelhändler aus Bamberg.

Die Antwort: Einzelne Bewertungen sind Anekdoten. Aber wenn Sie alle Bewertungen zusammen analysieren, erkennen Sie Muster.

Beispiel:

- 15 Bewertungen erwähnen "langsame Lieferung"

- 8 Bewertungen loben "freundlichen Service"
- 5 Bewertungen kritisieren "unklare Preise"

Erkenntnis: Lieferung ist Ihr größtes Problem. Service ist Ihre Stärke. Preistransparenz muss verbessert werden.

Schritt-für-Schritt: Feedback automatisch auswerten

Schritt 1: Feedback sammeln

Wo finden Sie Kundenfeedback?

- **Google-Bewertungen**
- **E-Mails** (Ticketsystem)
- **Chat-Protokolle** (Chatbot)
- **Umfragen** (z.B. nach Ticketlösung)
- **Social Media** (Facebook, Instagram)

Tipp: Exportieren Sie alle Bewertungen/E-Mails in eine Textdatei.

Schritt 2: KI-Analyse mit ChatGPT

Kopieren Sie alle Bewertungen in ChatGPT und geben Sie folgenden Prompt ein:

"Analysiere diese Kundenbewertungen. Erstelle:

1. Sentiment-Analyse (% positiv, neutral, negativ)
2. Top 3 Themen (was wird am häufigsten erwähnt?)
3. Top 3 Verbesserungspotenziale
4. Top 3 Stärken

Bewertungen: [Hier Bewertungen einfügen]"

Ergebnis: ChatGPT liefert Ihnen in 30 Sekunden eine strukturierte Analyse.

Beispiel-Output:

Sentiment:

- 68% positiv
- 24% neutral
- 8% negativ

Top 3 Themen:

1. Lieferung (45% der Bewertungen)
2. Produktqualität (30%)

3. Kundenservice (25%)

Verbesserungspotenziale:

1. Lieferzeit verkürzen
2. Preistransparenz erhöhen
3. Rückgabeprozess vereinfachen

Stärken:

1. Freundlicher Service
2. Gute Produktqualität
3. Schnelle Antwortzeiten

Schritt 3: Konkrete Maßnahmen ableiten

Jetzt kommt der wichtigste Schritt: Was tun Sie mit diesen Erkenntnissen?

Beispiel:

Problem: Lieferzeit zu lang

Maßnahme: Lieferanten wechseln ODER Erwartungen managen (FAQ: "Lieferung dauert 5-7 Tage")

Problem: Preise unklar

Maßnahme: Preisliste auf Website ODER Chatbot mit Preisauskunft

Stärke: Freundlicher Service

Maßnahme: In Marketing hervorheben ("Unser Team wird von Kunden als besonders freundlich bewertet")

Schritt 4: Regelmäßige Analyse

Machen Sie die Feedback-Analyse zur Routine:

- **Monatlich:** Alle neuen Bewertungen analysieren
- **Quartalsweise:** Trends vergleichen (wird es besser/schlechter?)
- **Jährlich:** Große Strategieentscheidungen basierend auf Feedback

Praxisbeispiel: Die Deeskalation

Ein IT-Dienstleister aus München hatte ein Problem: Viele negative Bewertungen wegen "langer Wartezeiten".

Analyse: ChatGPT zeigte, dass 80% der negativen Bewertungen sich auf Wartezeiten bei Supportanfragen bezogen.

Maßnahme: Ticketsystem mit automatischen Statusupdates eingeführt. Kunde bekommt alle 24 Stunden ein Update: "Ihr Ticket wird bearbeitet. Voraussichtliche Lösung: Morgen."

Ergebnis: Negative Bewertungen sanken um 60%. Kunden waren zufriedener, obwohl die tatsächliche Bearbeitungszeit gleich blieb. Warum? Weil sie informiert wurden.

Spur A (Einsteiger): Einfach starten

Wenn Sie noch nie Feedback analysiert haben:

Schritt 1: Sammeln Sie 20-30 Bewertungen (Google, E-Mails, etc.)

Schritt 2: Kopieren Sie sie in ChatGPT

Schritt 3: Nutzen Sie den Prompt von oben

Schritt 4: Wählen Sie EINE Verbesserungsmaßnahme und setzen Sie sie um

Tipp: Fangen Sie klein an. Eine Verbesserung pro Monat reicht.

Spur B (Fortgeschrittene): Profi-Tipps

Tipp 1: Automatisierte Sentiment-Analyse

Tools wie MonkeyLearn oder Freshdesk Freddy analysieren Feedback automatisch in Echtzeit. Sie bekommen Alerts, wenn die Stimmung kippt.

Tipp 2: Negatives Feedback proaktiv nutzen

Wenn jemand eine negative Bewertung hinterlässt, kontaktieren Sie ihn persönlich. "Wir haben Ihre Bewertung gelesen. Können wir das Problem lösen?" Oft ändern Kunden danach ihre Bewertung.

Tipp 3: Feedback in FAQ einbauen

Wenn viele Kunden die gleiche Frage stellen (erkennbar in Feedback), fügen Sie sie Ihrer FAQ hinzu.

Tipp 4: Benchmark mit Wettbewerbern

Analysieren Sie auch die Bewertungen Ihrer Konkurrenten. Was loben Kunden dort? Was kritisieren sie? Lernen Sie daraus.

Übung (5 Minuten)

Gehen Sie auf Ihr Google-Business-Profil (oder eine andere Bewertungsplattform). Kopieren Sie die letzten 10 Bewertungen. Fügen Sie sie in ChatGPT ein und nutzen Sie den Analyse-Prompt von oben.

Was ist Ihre größte Stärke? Was Ihr größtes Verbesserungspotenzial?

Das nehme ich mit

Kernbotschaft: Kundenfeedback ist Gold wert – wenn Sie es richtig auswerten. Mit KI erkennen Sie in Minuten Muster, die Ihnen sonst entgehen würden.

Nächster Schritt: Im nächsten Kapitel zeige ich Ihnen, wie Sie alles zusammenbringen und einen konkreten Umsetzungsplan erstellen.

Kapitel 6: Datenschutz & DSGVO – Sicher automatisieren

Wo bin ich?

Sie haben gelernt, wie Sie Chatbots, Ticketsysteme und FAQ nutzen. Jetzt geht es um das wichtigste Thema: Datenschutz.

Was lerne ich?

Sie erfahren, wie Sie KI-Tools DSGVO-konform einsetzen, welche Fallstricke es gibt und wie Sie sich rechtlich absichern.

Das DSGVO-Gespenst

„KI und Datenschutz – das passt doch nicht zusammen!“ Das höre ich oft. Aber die Wahrheit ist: KI-Tools können DSGVO-konform sein, wenn Sie ein paar Regeln beachten.

Wichtig: Ich bin kein Anwalt. Dieses Kapitel gibt Ihnen Orientierung, ersetzt aber keine rechtliche Beratung.

Die 5 goldenen DSGVO-Regeln für KI

Regel 1: Transparenz

Ihre Kunden müssen wissen, dass sie mit KI kommunizieren.

Beispiel Chatbot:

"Hallo! Ich bin der KI-Assistent von [Ihr Unternehmen]. Meine Antworten sind automatisch generiert und rechtlich nicht verbindlich."

Beispiel Ticketsystem:

"Ihre Anfrage wird automatisch kategorisiert. Bei sensiblen Themen werden Sie an einen Mitarbeiter weitergeleitet."

Regel 2: Datenminimierung



Erfassen Sie nur Daten, die Sie wirklich brauchen.

Chatbot:

-  Name, E-Mail (für Rückmeldung)

-  Geburtsdatum, Adresse, Telefonnummer (außer nötig)

Ticketsystem:

-  E-Mail, Betreff, Nachricht
-  IP-Adresse speichern (außer technisch nötig)

Regel 3: Zweckbindung

Nutzen Sie Daten nur für den angegebenen Zweck.

Beispiel:

Kunde schreibt wegen Support-Anfrage → Sie dürfen die E-Mail NICHT für Marketing nutzen (außer er hat zugestimmt).

Regel 4: Speicherbegrenzung

Löschen Sie Daten, wenn Sie sie nicht mehr brauchen.

Empfehlung:

- **Chat-Protokolle:** 30-90 Tage
- **Tickets:** 6-12 Monate (je nach Branche)
- **Bewertungen:** Unbegrenzt (öffentlich)

Tipp: Die meisten Tools haben automatische Löschfunktionen. Aktivieren Sie sie.

Regel 5: Auftragsverarbeitungsvertrag (AVV)

Wenn Sie ein KI-Tool nutzen (z.B. ChatGPT, Tidio, Freshdesk), verarbeitet der Anbieter Ihre Kundendaten. Sie brauchen einen AVV.

Wo finden Sie den AVV?

Die meisten Anbieter haben ihn in ihren Einstellungen oder auf ihrer Website. Suchen Sie nach "Data Processing Agreement" oder "Auftragsverarbeitungsvertrag".

Wichtig: Unterschreiben Sie den AVV VOR dem Go-Live.

Checkliste: DSGVO-konforme KI-Nutzung

- ☐ **Datenschutzhinweis** im Chatbot sichtbar
- ☐ **Datenschutzerklärung** auf Website aktualisiert (KI-Nutzung erwähnen)
- ☐ **Impressum** verlinkt
- ☐ **Opt-in** für personenbezogene Daten (falls Sie E-Mails/Namen speichern)
- ☐ **Auftragsverarbeitungsvertrag** mit Tool-Anbieter abgeschlossen
- ☐ **Löschfristen** definiert und automatisiert
- ☐ **Keine sensiblen Daten** erfragen (Gesundheit, Finanzen, politische Meinung)

Häufige DSGVO-Fehler vermeiden

Fehler 1: Chatbot fragt nach sensiblen Daten

Problem: "Bitte geben Sie Ihre Sozialversicherungsnummer ein."

Lösung: Sensible Daten nur per sicherem Kanal (Telefon, verschlüsselte E-Mail).

Fehler 2: Kein Haftungsausschluss

Problem: Chatbot gibt falsche rechtliche/medizinische Ratschläge.

Lösung: Disclaimer "KI-generiert, nicht verbindlich" + Haftungsausschluss.

Fehler 3: Daten werden ewig gespeichert

Problem: Chat-Protokolle von 2020 sind noch im System.

Lösung: Automatische Löschung nach 90 Tagen.

Fehler 4: Kein AVV

Problem: Tool-Anbieter hat keinen AVV abgeschlossen.

Lösung: AVV vor Go-Live unterschreiben lassen. Wenn Anbieter keinen anbietet, Tool wechseln.

Praxisbeispiel: Der DSGVO-Check

Ein Beratungsunternehmen aus Erlangen wollte einen Chatbot einführen. Vor dem Go-Live haben sie einen DSGVO-Check gemacht:

Gefunden:

- Chatbot fragte nach Telefonnummer (nicht nötig)
- Kein Hinweis auf KI-Nutzung
- Daten wurden unbegrenzt gespeichert

Gelöst:

- Telefonnummer-Feld entfernt
- Hinweis "KI-Assistent" hinzugefügt
- Automatische Löschung nach 60 Tagen aktiviert

Ergebnis: DSGVO-konform und keine Abmahnung.

Spur A (Einsteiger): Die Basics

Wenn Sie zum ersten Mal mit DSGVO und KI arbeiten:

Schritt 1: Nutzen Sie die DSGVO-Vorlage aus dem Anhang

Schritt 2: Prüfen Sie, ob Ihr Tool einen AVV anbietet

Schritt 3: Aktivieren Sie automatische Löschung

Schritt 4: Lassen Sie Ihre Datenschutzerklärung von einem Anwalt prüfen (einmalig)

Tipp: Viele Anwälte bieten DSGVO-Checks für 200-500€ an. Das ist gut investiertes Geld.

Spur B (Fortgeschrittene): Profi-Tipps

Tipp 1: Privacy by Design

Bauen Sie Datenschutz von Anfang an ein. Nicht nachträglich.

Tipp 2: Datenschutz-Folgenabschätzung

Bei risikoreichen Tools (z.B. Gesundheitsdaten) brauchen Sie eine DSFA. Lassen Sie sich beraten.

Tipp 3: EU-Server bevorzugen

Tools mit Servern in der EU sind DSGVO-freundlicher als US-Tools (Stichwort: Privacy Shield).

Tipp 4: Regelmäßige Audits

Prüfen Sie quartalsweise, ob Ihre Tools noch DSGVO-konform sind. Anbieter ändern manchmal ihre Bedingungen.

Übung (5 Minuten)

Gehen Sie auf die Website Ihres Chatbot- oder Ticketsystem-Anbieters. Suchen Sie nach "Data Processing Agreement" oder "Auftragsverarbeitungsvertrag". Laden Sie ihn herunter und lesen Sie ihn.

Wenn Sie keinen finden, schreiben Sie den Support an: "Wo finde ich Ihren AVV?"

Das nehme ich mit

Kernbotschaft: DSGVO und KI sind kein Widerspruch. Mit Transparenz, Datenminimierung und einem AVV sind Sie auf der sicheren Seite.

Nächster Schritt: Im Abschluss zeige ich Ihnen, wie Sie alles zusammenbringen und einen konkreten Umsetzungsplan erstellen.

Abschluss: Ihr 7-Tage-Sprint

Wo stehen Sie jetzt?

Sie haben in diesem Handbuch gelernt:

- Wie Sie Ihr Zeitfresser-Problem erkennen und beziffern

- Wie Sie in 15 Minuten einen Chatbot erstellen
- Wie Ticketsysteme Ordnung ins Chaos bringen
- Wie Sie FAQ erstellen, die Kunden UND Google lieben
- Wie Sie Feedback automatisch auswerten
- Wie Sie DSGVO-konform automatisieren

Jetzt geht es um die Umsetzung.

Der 7-Tage-Sprint

Ich empfehle Ihnen, mit einem konkreten 7-Tage-Plan zu starten. Nicht alles auf einmal, sondern Schritt für Schritt.

Tag 1 (Montag): Analyse

- Rechnen Sie Ihren Zeitfresser aus (Kapitel 1)
- Sammeln Sie Ihre Top-10-Fragen
- Entscheiden Sie: Chatbot, Ticketsystem oder FAQ zuerst?

Tag 2 (Dienstag): Tool auswählen

- Recherchieren Sie 2-3 Tools
- Starten Sie kostenfreie Testversionen
- Legen Sie Account an

Tag 3 (Mittwoch): Einrichten

- Chatbot: Erste Fragen einpflegen
- Ticketsystem: E-Mail-Weiterleitung einrichten
- FAQ: Erste 5 Fragen mit ChatGPT erstellen

Tag 4 (Donnerstag): DSGVO-Check

- Datenschutzhinweise hinzufügen
- AVV unterschreiben
- Löschfristen aktivieren

Tag 5 (Freitag): Testen

- Intern testen (Kollegen, Freunde)
- Fehler beheben
- Antworten verfeinern

Tag 6 (Samstag): Live schalten

- Tool auf Website einbinden
- Erste Kunden nutzen lassen
- Beobachten und lernen

Tag 7 (Sonntag): Messen

- Wie viele Anfragen wurden automatisch beantwortet?
- Wie viel Zeit haben Sie gespart?
- Was muss verbessert werden?

Was kommt danach?

Woche 2-4: Optimieren

Verfeinern Sie Antworten, fügen Sie neue Fragen hinzu, messen Sie Erfolg.

Monat 2: Erweitern

Fügen Sie ein zweites Tool hinzu (z.B. erst Chatbot, dann Ticketsystem).

Monat 3: Automatisieren

Verbinden Sie Tools miteinander (Chatbot → Ticketsystem → FAQ).

Ihre Erfolgskontrolle

Messen Sie monatlich:

- **Zeitersparnis:** Wie viele Stunden pro Woche spare ich?
- **Kundenzufriedenheit:** Wie sind die Bewertungen?
- **ROI:** Lohnt sich die Investition?

Beispiel-Ziel:

"In 3 Monaten will ich 5 Stunden pro Woche einsparen und meine Google-Bewertung von 4,2 auf 4,5 Sterne verbessern."

Wenn Sie nicht weiterkommen

Problem 1: "Ich habe keine Zeit für die Einrichtung."

Lösung: Blocken Sie sich 2 Stunden in Ihrem Kalender. Behandeln Sie es wie einen wichtigen Kundentermin.

Problem 2: "Das Tool ist zu kompliziert."

Lösung: Nutzen Sie YouTube-Tutorials oder buchen Sie einen Freelancer (Fiverr, Upwork) für 50-100€.

Problem 3: "Meine Kunden wollen keinen Chatbot."

Lösung: Bieten Sie immer eine Alternative an ("Mit Mitarbeiter sprechen"). Die meisten Kunden schätzen die Wahlfreiheit.

Ressourcen & Unterstützung

BDS KI-Akademie:

Weitere Webinare, Materialien und Community-Austausch unter bds-akademie-bayern.de

Kontakt:

Bei Fragen: info@arno-schimmelpfennig.de

Nächstes Webinar:

Branchenspezifische KI-Lösungen (Termin siehe Website)

Anhang: Werkzeuge & Vorlagen

Tool-Übersicht

Chatbots:

- ChatGPT Custom GPT (kostenfrei)
- Tidio (ab 19€/Monat)
- Landbot (ab 40€/Monat)
- ManyChat (ab 15€/Monat)

Ticketsysteme:

- Freshdesk (ab 15€/Monat)
- Zendesk (ab 49€/Monat)
- HubSpot Service Hub (ab 50€/Monat)

FAQ-Tools:

- ChatGPT (kostenfrei)
- Notion AI (ab 10€/Monat)
- Perplexity (kostenfrei)

Feedback-Analyse:

- ChatGPT (kostenfrei)
- MonkeyLearn (ab 299€/Monat)
- Google Business (kostenfrei)

Glossar

Chatbot: Automatisiertes Dialogsystem, das Kundenanfragen beantwortet

Ticketsystem: Software zur Verwaltung von Kundenanfragen

FAQ: Frequently Asked Questions (Häufig gestellte Fragen)

Sentiment-Analyse: Automatische Erkennung von Stimmungen in Texten

AVV: Auftragsverarbeitungsvertrag (DSGVO-Pflicht bei Datenverarbeitung durch Dritte)

ROI: Return on Investment (Rendite einer Investition)

SEO: Search Engine Optimization (Suchmaschinenoptimierung)

Weiterführende Links

- BDS KI-Akademie: bds-akademie-bayern.de
- DSGVO-Infos: datenschutz.bayern.de
- Tool-Vergleiche: capterra.de, getapp.de
- KI-News: heise.de/ki, t3n.de/tag/kuenstliche-intelligenz

Viel Erfolg bei der Umsetzung!

Ihr Arno Schimmelpfennig

BDS KI-Akademie Bayern

Hinweis: Dieses Handbuch wurde im Rahmen der BDS KI-Akademie Bayern erstellt. Alle Beispiele sind anonymisiert. Ähnlichkeiten mit realen Personen oder Unternehmen sind zufällig.

Stand: Oktober 2025