



**THM**

TECHNISCHE HOCHSCHULE MITTELHESSEN

**CAMPUS  
GIESSEN**

**MNI**

Mathematik, Naturwissenschaften  
und Informatik

## Bachelorarbeit

# **Die Auswirkungen von Chatbots auf die Kundenkommunikation und -bindung in E-Commerce-Unternehmen**

zur Erlangung des akademischen Grades  
Bachelor of Science (B.Sc.)

vorgelegt dem  
Fachbereich Mathematik, Naturwissenschaften und Informatik  
der Technischen Hochschule Mittelhessen

im Februar 2024

Vorgelegt von: Madeline Schmidt

Matrikelnummer: 5092369

Referent: Prof. Dr. Harald Ritz

Korreferent: Prof. Dr. Armin Wagenknecht

## **Abstract**

Durch das steigende Wachstum im globalen E-Commerce gilt es für Unternehmen, die Wettbewerbsfähigkeit sicherzustellen, da der Konkurrenzdruck fortlaufend zunimmt (vgl. HDE 2023). Die Wechselbereitschaft der Kunden ist durch die große Anbietersauswahl erhöht und wird durch den digitalen Wandel vereinfacht (vgl. Töpfer 2020: 237). Daher ist die richtige Kundenkommunikation sowie die Kundenbindung von zunehmender Bedeutung für Unternehmen. Durch die fortschreitende Digitalisierung ergeben sich durch den Einsatz von Chatbot-Technologien neue Möglichkeiten im Bereich der Kundenkommunikation, welche die Kundenbindung beeinflussen. Die vorliegende Arbeit zeigt die Auswirkungen der Integration von Chatbots auf die Kundenkommunikation und -bindung in E-Commerce-Unternehmen auf. Das Ziel der vorliegenden Bachelorarbeit ist es, die Möglichkeiten und Herausforderungen der Integration zu analysieren und deren Einfluss auf die Kundenbeziehung zu bewerten. Durch eine Literaturrecherche wurde ein Grundverständnis im Bereich Künstlicher Intelligenz und E-Commerce hergestellt. Des Weiteren wurden die Chatbot-Technologien voneinander abgegrenzt und ein Bezug zur Kundenkommunikation und -bindung hergestellt. Dabei wurde der Unterschied zwischen menschlicher und künstlicher Intelligenz in der Kundenkommunikation aufgezeigt. Durch eine Vergleichsanalyse von Chatbots der größten E-Commerce-Unternehmen wurden Stärken und Schwächen aktueller Technologien untersucht. Dabei wurden Kriterien wie Funktionalität, Benutzerfreundlichkeit und Datenschutzaspekte betrachtet. Die Ergebnisse dieser Arbeit haben gezeigt, dass die Qualität von Chatbots wichtig für die Nutzerakzeptanz ist. Die Akzeptanz stellt die Grundvoraussetzung für eine Kundenzufriedenheit dar, welche die Basis für eine langfristige Kundenbindung ist.

## **Gender-Disclaimer**

In dieser Arbeit wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechteridentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint, soweit es für die Aussage erforderlich ist.