

Contact-Center Investitionsstudie

2025



Welche Investitionsschwerpunkte setzt die Contact-Center-Wirtschaft in 2025?



1. Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

Im Jahr 2025 steht die Contact-Center-Branche erneut vor tiefgreifenden Veränderungen. Die KI wird immer leistungsfähiger. Personalmangel prägt seit längerer Zeit die Branche. Mit unserer aktuellen Investitionsstudie führen wir die seit 2010 bestehende Tradition fort, die strategischen Prioritäten und Herausforderungen der Branche zu beleuchten. Die Ergebnisse basieren auf den Einschätzungen von mehr als 130 Führungskräften aus der D-A-CH-Region. Die Studie bietet wertvolle Einblicke in die dynamische Entwicklung des Kundenservices.

Automatisierung und Künstliche Intelligenz (KI) dominieren die Agenda: 65 Prozent der Befragten sehen die Automatisierung von Kundendialogen als größte Herausforderung, während KI mit 63,3 Prozent an der Spitze der Investitionsziele steht. Gleichzeitig bleibt die Mitarbeiterzufriedenheit mit 52 Prozent ein zentraler Erfolgsfaktor – ein Hinweis darauf, dass technologische Fortschritte nur im Zusammenspiel mit einem motivierten Team ihre volle Wirkung entfalten können.

Trotz des technologischen Fortschritts zeigen die Ergebnisse auch, dass klassische Themen wie Datenschutz und Arbeitsplatzgestaltung an Priorität verlieren. Dies wirft Fragen auf: Nutzen wir Technologien effizient, ohne die Bedürfnisse der Mitarbeitenden und des Kunden zu vernachlässigen? Und wie sichern wir

die Balance zwischen Innovation und Stabilität? Führungskräfte stehen vor der Herausforderung, den Kundendialog effizienter zu gestalten und gleichzeitig die Mitarbeiterbindung zu stärken. Die Ergebnisse der Studie zeigen Wege auf, wie moderne Technologien wie KI, Selfservice-Lösungen und datengetriebene Prozesse erfolgreich integriert werden können. Entscheidend wird sein, diese Trends strategisch zu nutzen, um langfristige Wettbewerbsvorteile zu sichern.

Wir danken allen Teilnehmenden und Experten für ihre wertvollen Beiträge. Die Studie zeigt, wie wichtig das Zusammenspiel von Technologie und menschlicher Expertise ist – ein Balanceakt, der auch 2025 und darüber hinaus die Richtung der Branche bestimmt.

Anregende Gedanken wünscht

Ihr Markus Grutzeck

Vorstandsvorsitzender
Contact-Center-Network e.V.



PS: Am 25. Februar 2025 erscheint die CCN-Studie – ein Datum mit Symbolkraft, denn es ist zugleich der Geburtstag von Mark Rothko (1903). Seine unverkennbare Farbwelt diente als Inspiration für die visuelle Gestaltung der Studie.

Inhalt

1.	Vorwort	3	7.6	Sprachportale	24
2.	Executive Summary	6	7.7	Schriftgut	26
3.	Herausforderungen	9	7.8	E-Mail	27
4.	Investitionsziele 2025	10	7.9	Text-Chat	27
5.	Kommunikation und Akustik	13	7.10	Social Networks	29
5.1	Telefonanlage	13	7.11	Customer Relationship Management	30
5.2	Headsets	14	7.12	Wissensmanagement	30
5.3	Raumakustik und Schallschutz	15	7.13	Workforce Management	31
6.	Controlling und Monitoring	17	8.	Personal	33
6.1	Sprachaufzeichnung	17	8.1	Personalbeschaffung	33
6.2	Quality Monitoring	18	8.2	Personalschulung und -entwicklung	34
6.3	Business Intelligence	19	8.3	Beratung	34
7.	Dialogkanäle	21	8.4	Arbeitsplatzgestaltung	35
7.1	Anrufverteilung	21	9.	Künstliche Intelligenz	37
7.2	Mobile Apps	22	10.	Abbildungsverzeichnis	40
7.3	Videoberatung	22	11.	Quellenverzeichnis	41
7.4	Dialer	23	12.	Das Contact-Center-Network auf der CCW 2025	42
7.5	Selfservice	24			

2. Executive Summary

Das Contact-Center-Network erforscht bereits seit 2010 durch seine Investitionsstudie, wie sich der Kundenservice-Sektor entwickelt, indem es die Investitionsvorhaben verschiedener Unternehmen untersucht. Diese Erhebung geht dabei über eine reine Bestandsaufnahme aktueller Investitionsabsichten in der Contact-Center-Branche hinaus – Durch ihre langjährigen

Datenreihen ermöglicht sie auch fundierte Zukunftsprognosen. Die aktuelle Datenerhebung erfolgte zwischen Oktober und November 2024 und basiert auf den Antworten von 136 Führungskräften, die sowohl in unternehmenseigenen als auch in externen Contact-Centern tätig sind.

Die wichtigsten Zahlen auf einen Blick

TOP-3-INVESTITIONSZIELE

63% Künstliche Intelligenz

62% Chatbot/Voicebot

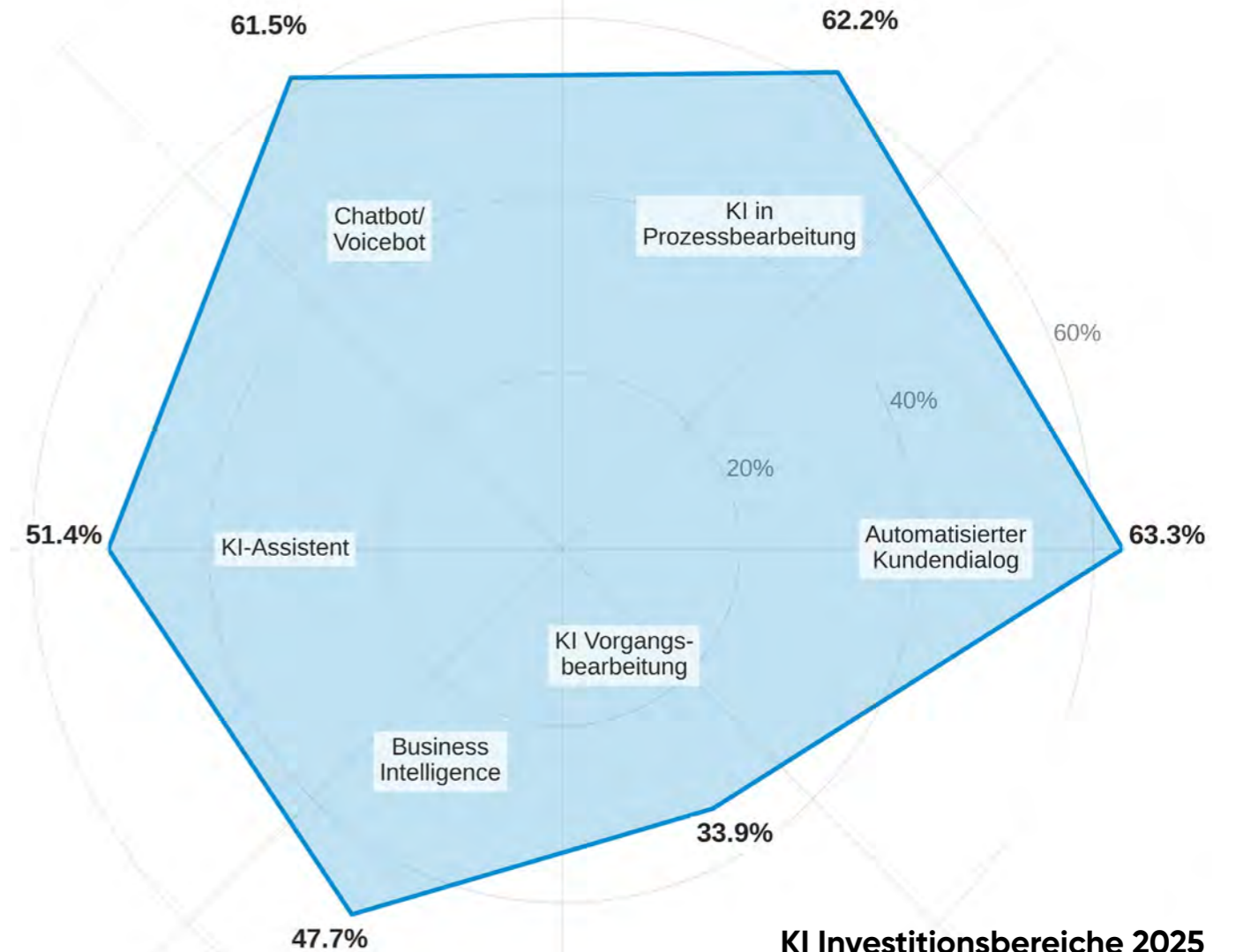
58% Personalschulung und -entwicklung

TOP-3-HERAUSFORDERUNGEN

65% Automatisierung von Kundendialogen

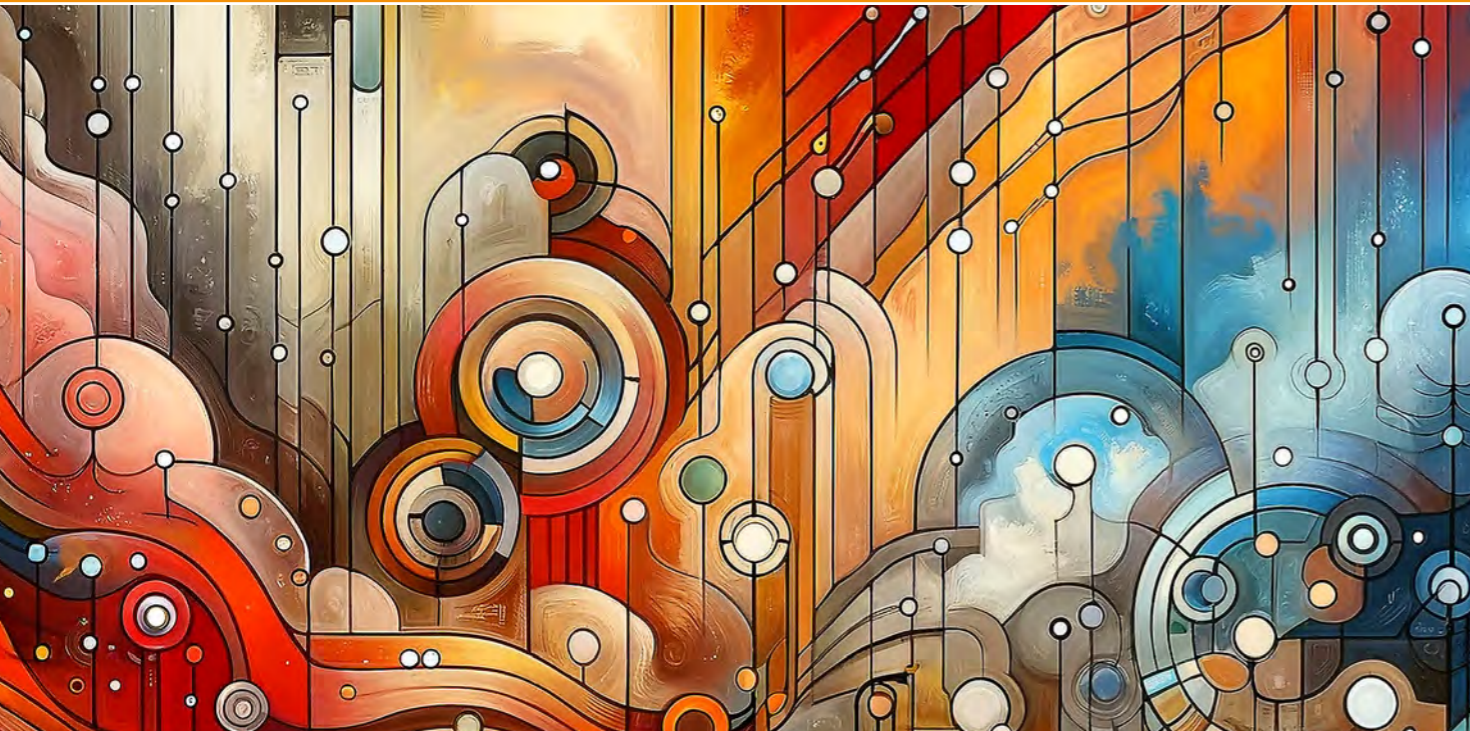
62% Einsatz KI in der Prozessbearbeitung

52% Mitarbeiterzufriedenheit



KI Investitionsbereiche 2025

in Prozent // Abb. 1



„Die CCN-Studie in diesem Jahr zeigt sehr eindrucksvoll, dass künstliche Intelligenz nicht nur im Kundenservice und in Contact-Centern angekommen ist, sondern deren Zukunft in den kommenden Jahren maßgeblich verändern wird. Der Hintergrund liegt auf der Hand: Kognitive Wertbeiträge wie Datenänderungen, Statusabfragen oder einfache Beratungen können heute ebenso gut von Maschinen übernommen werden.“

Die eigentliche Herausforderung für Unternehmen besteht darin, auch komplexe Einzelfälle und anspruchsvolle Prozesse automatisiert abzubilden, während emotionale und soziale Interaktionen gezielt durch Mitarbeitende ergänzt werden. Das Contact-Center-Umfeld befindet sich inmitten einer spannenden Transformationsphase.“



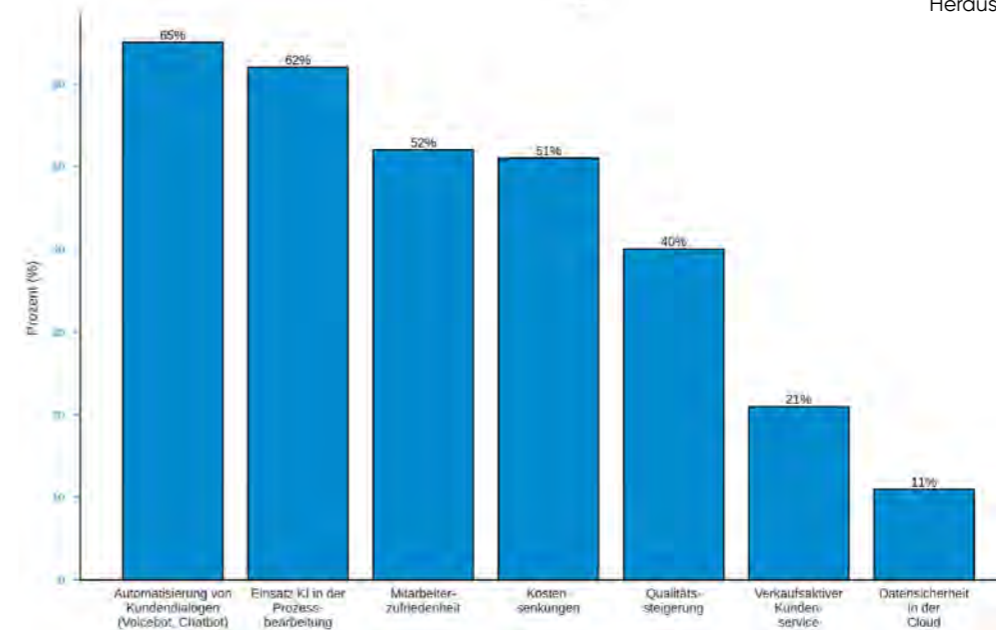
Andreas Klug, Think Owl Europe GmbH

3. Herausforderungen

Contact-Center begegnen 2025 neuen Herausforderungen. Mitarbeiterzufriedenheit und Kostensenkungen bleiben zwar wichtig, andere Themen gewinnen aber an Bedeutung. Die Automatisierung von Prozessen und KI stehen jetzt im Mittelpunkt. Chatbots und Voicebots prägen die Kundeninteraktion immer stärker. Die Prozessbearbeitung nutzt KI als eine zentrale Technologie. Die praktische Einführung dieser Technologien stellt Contact-Center auf die Probe. Die Teams brauchen technisches Fachwissen. Zusätzlich ändern sich die

internen Abläufe und die Kommunikation mit Kunden. Datenschutz und Datensicherheit in der Cloud bleiben relevant. Diese Aspekte rücken jedoch hinter andere Prioritäten zurück. Contact-Center konzentrieren sich heute verstärkt auf neue Technologien. Sie optimieren ihre Prozesse mit innovativen Lösungen. Der Fokus auf Datensicherheit gehört inzwischen der Vergangenheit an. Auch die klassische Ausrichtung des Kundenservice auf reine Verkäufe tritt in den Hintergrund.

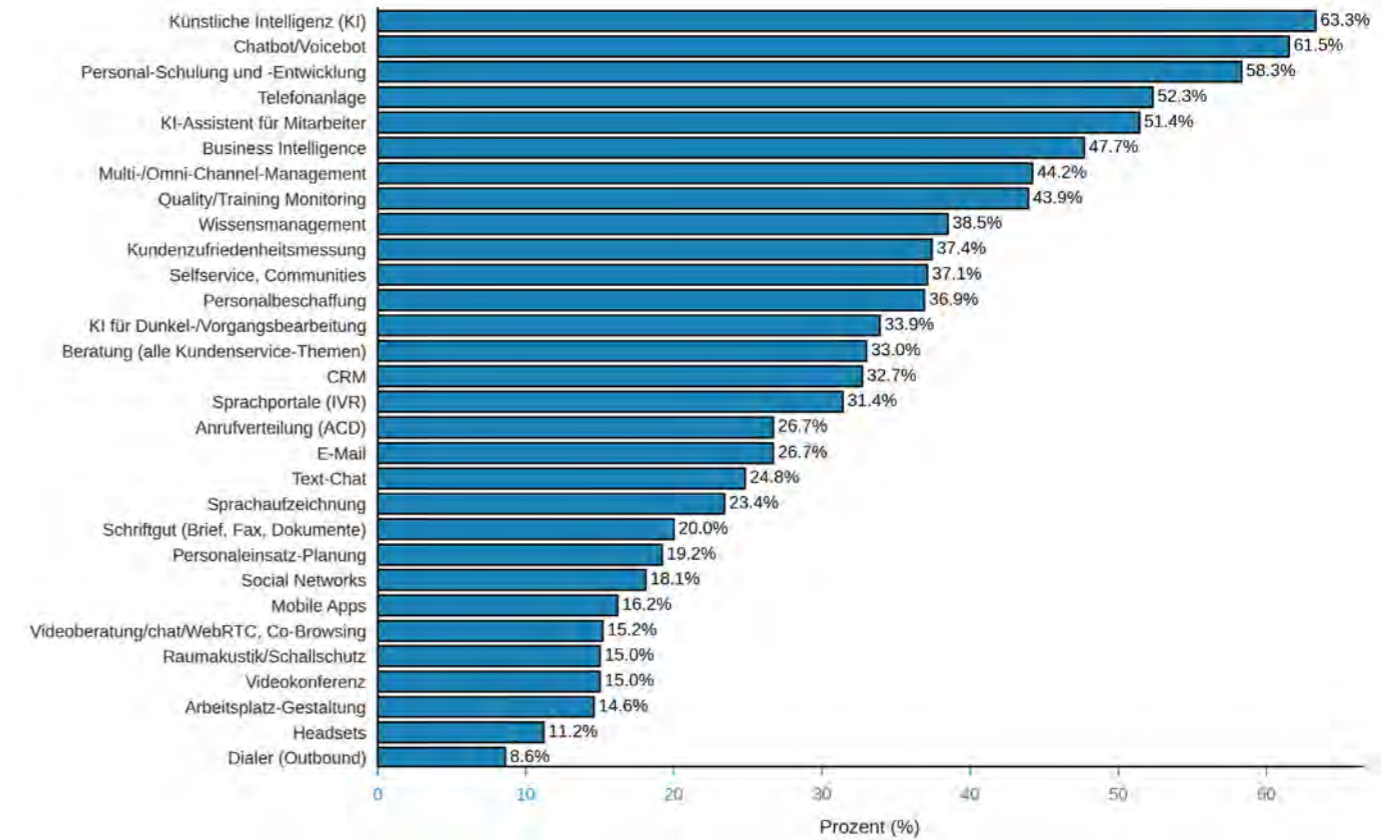
Herausforderungen 2025 in Prozent // Abb. 2



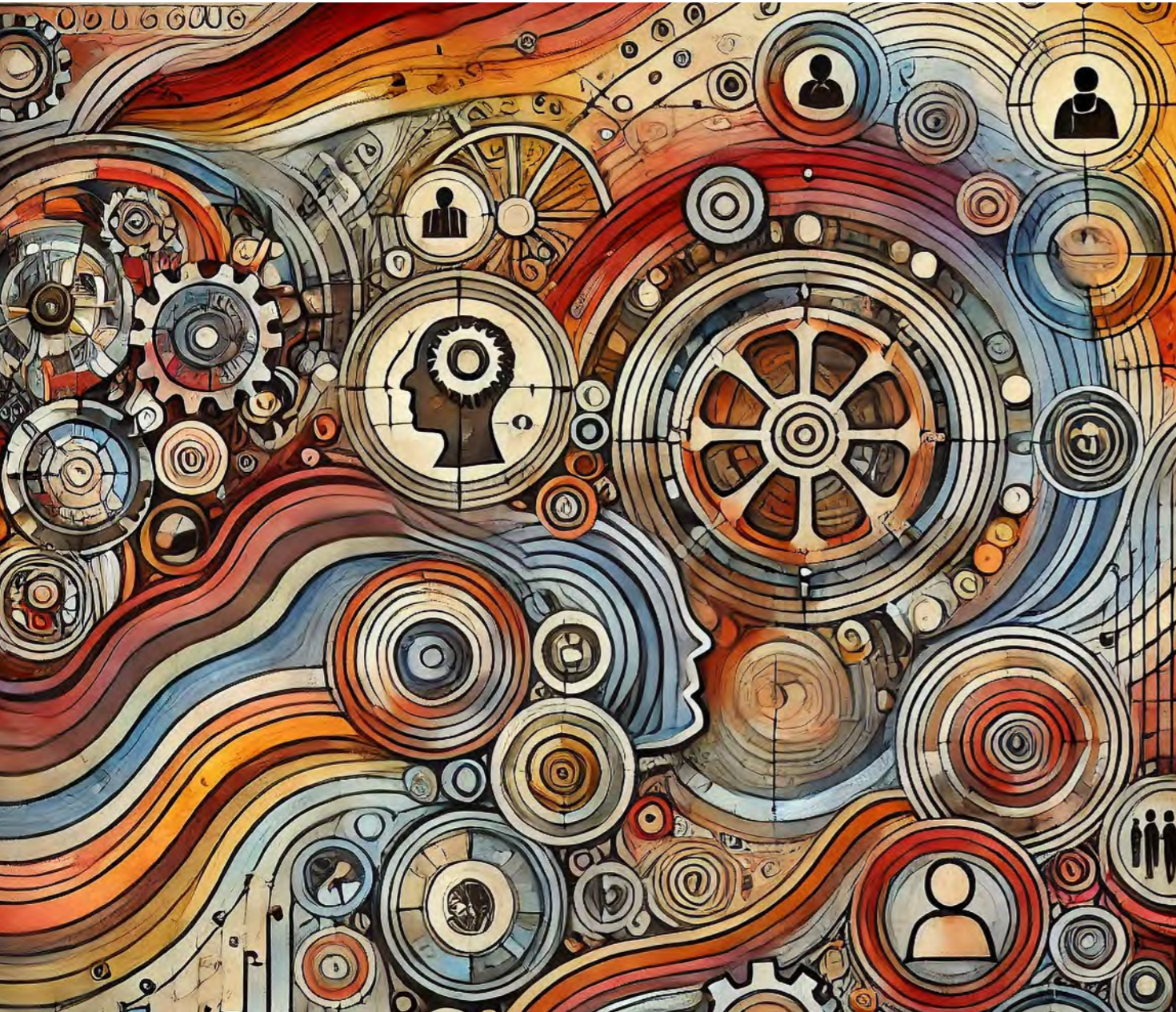
4. Investitionsziele 2025

Die Investitionsprioritäten für 2025 zeigen eine klare Fokussierung auf innovative Technologien und die Weiterentwicklung der Mitarbeiter. Mit 63,3 Prozent steht Künstliche Intelligenz (KI) an der Spitze der Investitionsziele, was die zunehmende Bedeutung von KI als Schlüsseltechnologie unterstreicht. Chatbot- und Voicebot-Lösungen folgen mit 61,5 Prozent, was die Relevanz der Automatisierung im Kundenservice verdeutlicht. Die Personal-Schulung und -Entwicklung nimmt mit 58,3 Prozent ebenfalls einen hohen Stellenwert ein, gefolgt von Investitionen in Telefonanlagen (52,3 %) und KI-Assistenten für Mitarbeiter (51,4 %). Diese Schwerpunkte zeigen, dass sowohl technologische Innovationen als auch die Förderung der Mitarbeiterkompetenzen zentrale Themen bleiben. Weitere wichtige Bereiche sind Business Intelligence (47,7 %) und Multi-/Omni-Channel-Management (44,2 %), die den Fokus auf datenbasierte Entscheidungen und kanalübergreifende Kundenkommunikation betonen. Quality/Training Monitoring (43,9 %) und Wissensmanagement (38,5 %) verdeutlichen die Bedeutung von Qualitätssicherung und effizientem Wissensaustausch. Im Gegensatz dazu haben traditionelle Bereiche wie Schriftgut (Brief, Fax, Dokumente) (20,0 %) und Social Networks (18,1 %) gemessen an den Top-Investitions-

zielen an Bedeutung verloren, was den Wandel hin zu moderneren Kommunikationskanälen widerspiegelt. Gleichwohl konnte Schriftgut im Vergleich zum Vorjahr 10 Prozentpunkte gut machen. Dialer (Outbound) bilden mit 8,6 Prozent das Schlusslicht der Investitionsprioritäten. Die Ergebnisse zeigen, dass Contact-Center verstärkt auf KI, Automatisierung und datengetriebene Prozesse setzen, während klassische Technologien und Kommunikationswege zunehmend in den Hintergrund treten.



Investitionsziele 2025 in Prozent // Abb. 3



5. Kommunikation und Akustik

Der Erfolg eines Contact-Centers basiert wesentlich auf der Qualität seiner kommunikativen Infrastruktur. Dabei spielen mehrere Faktoren eine Schlüsselrolle: Eine durchdachte Raumakustik und effektiver Schallschutz schaffen die Grundlage für störungsfreie Gespräche, während moderne Headsets und leistungsfähige Telefonanlagen die technische Basis für eine einwandfreie Kundeninteraktion bilden. Im Rahmen der Studie bewerteten die Entscheider den Investitionsbedarf dieser fundamentalen Ausstattungsmerkmale.

Ein oft unterschätzter Aspekt ist dabei die Gesundheit der Mitarbeiter. Steigt der Lärmpegel im Raum, neigen alle dazu, automatisch lauter zu sprechen, was zu einem sogenannten Lombard-Effekt führt. Dies kann

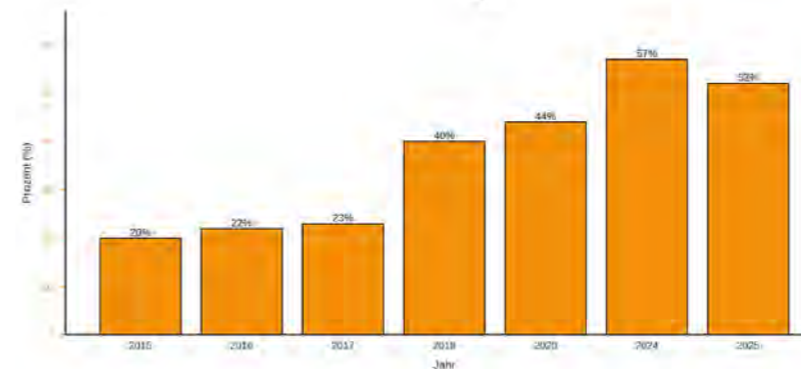
nicht nur die Sprachverständlichkeit beeinträchtigen, sondern auch die Stimmbänder belasten und langfristig zu gesundheitlichen Problemen führen. Zudem kann ein hoher Lärmpegel die Konzentration und Effizienz der Mitarbeiter mindern. Daher ist es essenziell, in eine optimierte Raumakustik und effektiven Schallschutz zu investieren, um sowohl die Arbeitsbedingungen als auch die Servicequalität zu verbessern.¹

5.1 Telefonanlage

Trotz der zunehmenden Digitalisierung bleibt die Telefonanlage ein wichtiger Bestandteil der Kommunikationsinfrastruktur. Die aktuelle Analyse macht deutlich, dass der Investitionsanteil für 2025 bei 52,3 Prozent liegt. Dies unterstreicht trotz leichtem Rückgang im Vergleich zum Vorjahr die anhaltende Bedeutung der Telefonanlage als zentrale Komponente in der Unternehmenskommunikation.

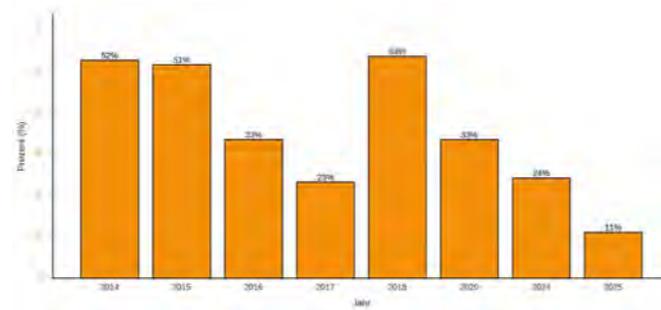
Gleichzeitig zeigt sich ein deutlicher Trend zur Digitalisierung, da Investitionen in Chatbot/Voicebot mit 61,5 Prozent noch höher priorisiert werden. Hierdurch wird deutlich, wie Unternehmen zunehmend auf eine Kombination aus bewährter Telefonie-Infrastruktur und innovativen digitalen Lösungen setzen.

Investitionsentwicklung Telefonanlage in Prozent // Abb. 4



5.2 Headsets

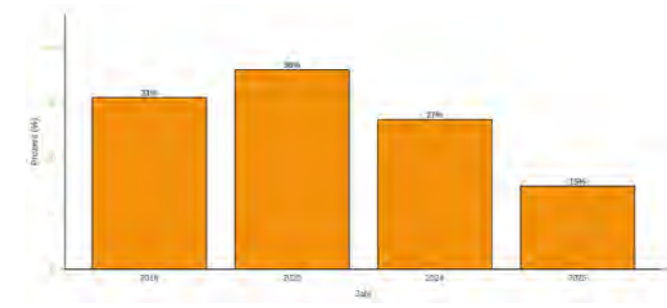
Ein deutlicher Rückgang ist 2025 an der Investitionskurve bei Headsets zu erkennen. Mit 11,2 Prozent der Unternehmen, die in neue Headsets investieren wollen, setzt sich der rückläufige Trend der vergangenen Jahre fort. Dies stellt einen markanten Rückgang gegenüber den 24 Prozent in 2024 dar. Laut einer aktuellen Analyse des Instituts der deutschen Wirtschaft² reduzieren Unternehmen ihre Investitionen in technische Ausstattung aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Lage deutlich, was sich auch im Bereich der Headset-Beschaffung widerspiegelt.



Investitionsentwicklung Headsets in Prozent// Abb. 5

5.3 Raumakustik und Schallschutz

Die Investitionen in Raumakustik und Schallschutz sind auf 15 Prozent gesunken, was im Vergleich zu den 27 Prozent des Vorjahres einen deutlichen Rückgang darstellt. Diese Entwicklung lässt sich teilweise durch veränderte Arbeitsmodelle erklären: Während vor der Pandemie die meisten Mitarbeitenden vor Ort im Unternehmen tätig waren, hat sich dies inzwischen grundlegend gewandelt. Viele Unternehmen setzen heute verstärkt auf Homeoffice, wodurch die Akustikanforderungen in Büros an Bedeutung verloren haben. Stattdessen stehen moderne Bürokonzepte im Fokus, die Büros zunehmend als Interaktionsflächen gestalten. Hier sollen der persönliche Austausch und die Bindung zum Unternehmen gestärkt werden, wenn Mitarbeitende vor Ort sind. Gleichzeitig zeigen aktuelle Analysen von Lenum, dass innovative Akustiklösungen weiterhin relevant bleiben – sowohl für Großraumbüros als auch für das Homeoffice. Sie schaffen die Grundlage für produktive und angenehme Arbeitsumgebungen, unabhängig vom Arbeitsort.



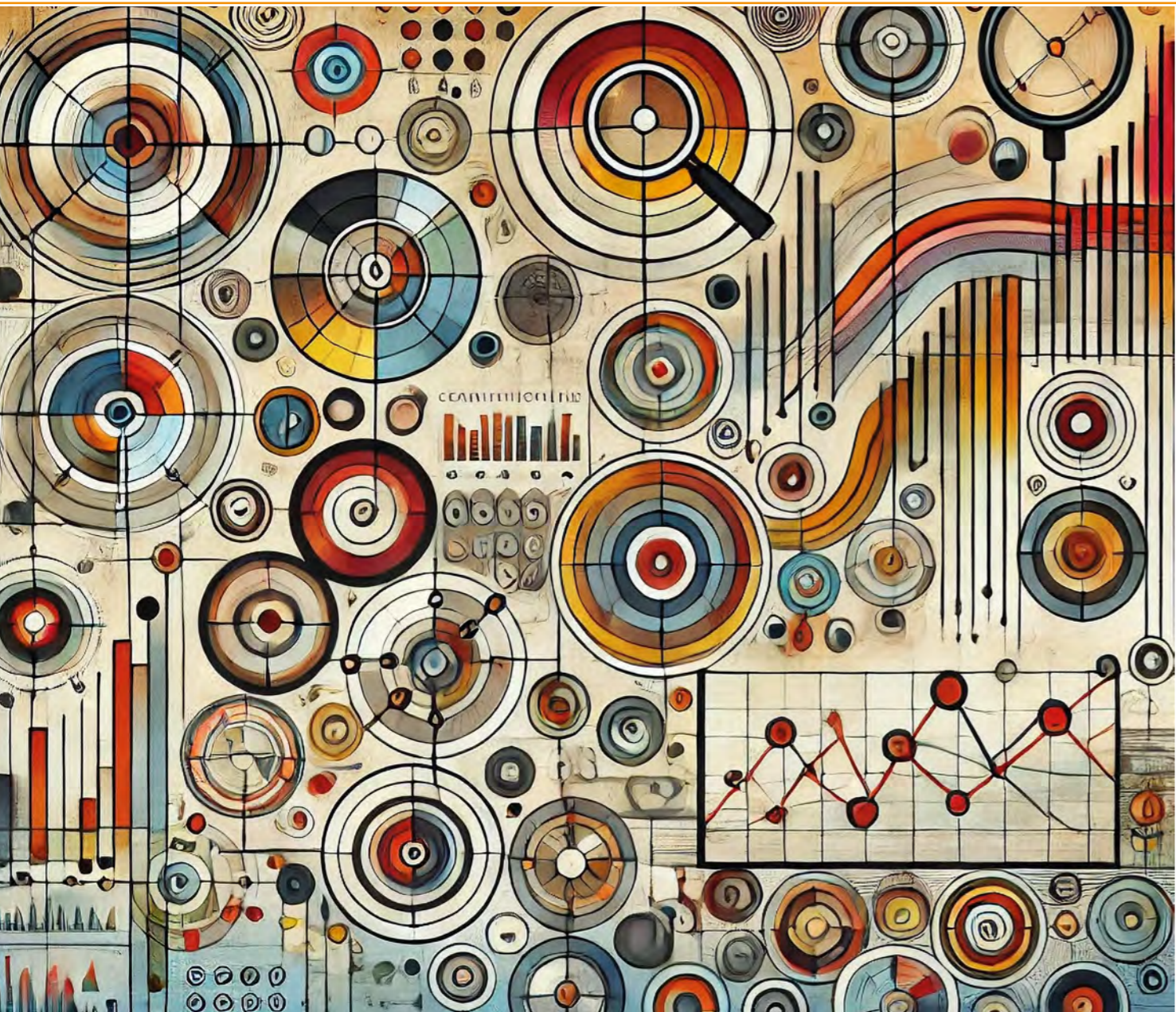
Investitionsentwicklung Raumakustik in Prozent// Abb. 6

„Dass Künstliche Intelligenz das zentrale Thema der Studie ist, dürfte kaum überraschen. Dass jedoch nur jeder Siebte in dieser Studie die Aspekte Akustik, Arbeitsplatz und Headsets berücksichtigt, entspricht ehrlich gesagt nicht unserer Wahrnehmung. Es gibt zahlreiche innovative und spannende Projekte – echte Leuchttürme, die den Arbeitsplatz der Zukunft gestalten. Unabhängig davon, wann und in welcher Form Mensch und KI zusammenarbeiten, braucht es geeignete Arbeitsorte.“



Diese müssen vor allem flexibel sein und den Menschen sowie ihre Arbeitsprozesse unterstützen. Eine gute Akustik ist dabei essenziell. Letztlich geht es um ganzheitliche Gestaltungsansätze.“

Sandra Stüve, HCD GmbH



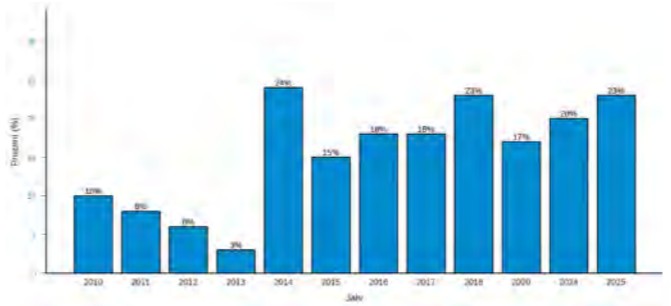
6. Controlling und Monitoring

Die effektive Durchführung von Kampagnen erfordert eine kontinuierliche Echtzeitüberwachung und präzise Steuerung. Dabei spielen messbare Leistungsindikatoren eine fundamentale Rolle bei der Qualitätssicherung und Prozessverbesserung. Ein zentraler Aspekt dabei ist, dass selbst die fortschrittlichste KI ohne relevante und aktuelle Daten weder analysieren noch optimieren kann. Relevante Daten sind daher für zukünftige Entwicklungen unverzichtbar. Die Studie erfasste hierzu die Einschätzungen der Entscheidungsträger zu verschiedenen Analysewerkzeugen – von Sprachaufzeichnungssystemen über Quality Monitoring und Speech Analytics bis hin zu Business Intelligence-Lösungen. Diese Werkzeuge bilden die Basis, um Daten sinnvoll zu nutzen und Prozesse effizient zu steuern.

6.1 Sprachaufzeichnung

Die Investitionen in Sprachaufzeichnungstechnologien zeigen 2025 einen stabilen Wert von 23,4 Prozent, was eine leichte Steigerung im Vergleich zu den 20 Prozent im Jahr 2024 darstellt. Im historischen Kontext bleibt das Interesse an dieser Technologie konstant, wobei der Höchststand von 24 Prozent im Jahr 2014 weiterhin unübertroffen ist.

Dieser Trend spiegelt die aktuelle wirtschaftliche Lage wider, in der Unternehmen ihre Investitionen zunehmend auf innovative Technologien wie KI-gestützte Lösungen und automatisierte Kundendialogsysteme fokussieren. Gleichzeitig profitieren bestehende Sprachaufzeichnungssysteme von ihrer Langlebigkeit und Effizienz, was ihre anhaltende Nutzung erklärt. Trotz der Verschiebung der Prioritäten bleibt Sprachaufzeichnung ein unverzichtbarer Bestandteil moderner Kommunikationsinfrastrukturen, insbesondere in Branchen mit hohen Anforderungen an Compliance und Qualitätssicherung. Die Stabilität der Investitionen zeigt, dass Unternehmen den Wert dieser Technologie weiterhin schätzen, auch wenn andere Bereiche stärker in den Fokus rücken.

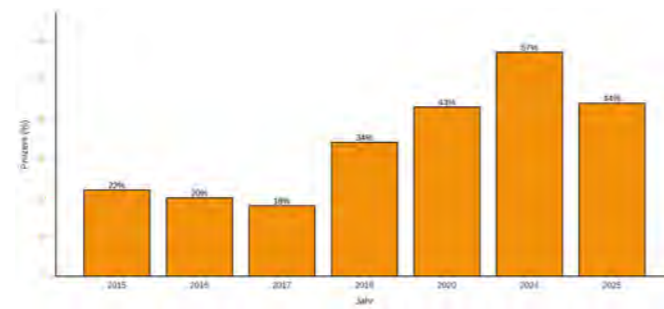


Investitionsentwicklung Sprachaufzeichnung in Prozent// Abb. 7

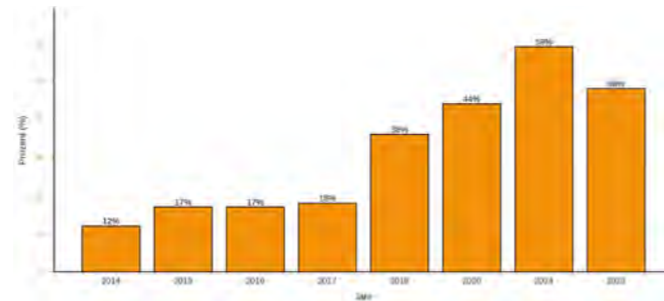
6.2 Quality Monitoring

Angesichts steigender Kundenerwartungen an exzellenten Service ist es entscheidend, die Qualität der Interaktionen kontinuierlich zu überwachen und zu verbessern. Quality Monitoring spielt hierbei eine Schlüsselrolle. Die Investitionen in diesen Bereich zeigen für 2025 einen Wert von 43,9 Prozent, was einen deutlichen Rückgang im Vergleich zum Vorjahr darstellt. Laut einer aktuellen Analyse des Instituts der deutschen Wirtschaft investieren Unternehmen verstärkt in digitale Transformationsprozesse, wobei Quality Monitoring dennoch als wichtiger Baustein der Qualitätssicherung weiterhin eine zentrale Rolle spielt. Quality Monitoring (QM) im Contact-Center-Kontext geht über die reine Sprachaufzeichnung hinaus: Es analysiert aufgezeichnete Interaktionen und leitet konkrete Handlungsempfehlungen ab. Beispielsweise können KI-gestützte Technologien aufgezeichnete Gespräche in Text transkribieren, um anschließend mithilfe einer zweiten KI zu prüfen, ob wichtige Elemente wie Begrüßung, persönliche Ansprache oder ein angemessener Tonfall eingehalten wurden. Solche Systeme ermöglichen zudem die Bewertung der Gesprächsemotionen, um Verbesserungspotenziale zu identifizieren. Neben der Sicherung von Servicequalität und Kundenzufriedenheit unterstützt QM auch die Mitarbeiterentwicklung durch gezieltes Feedback. Moderne Methoden wie Speech und Text Analytics sowie KI-gestützte Tools machen es

möglich, Schwachstellen im Kundenservice frühzeitig zu erkennen, die Einhaltung von Standards zu gewährleisten und gleichzeitig die Effizienz und Qualität der Kundeninteraktionen nachhaltig zu verbessern.



Investitionsentwicklung Quality Monitoring in Prozent// Abb. 8



Investitionsentwicklung Business Intelligence in Prozent// Abb. 9

6.3 Business Intelligence

Mit einer Investitionsquote von 47,7 Prozent zeigt sich zwar ein Rückgang im Vergleich zu den 59 Prozent des Vorjahres, dennoch bleibt Business Intelligence ein zentrales Thema in der Investitionsplanung der Unternehmen. Business-Intelligence-Systeme ermöglichen es, die während des Kundenkontakts gesammelten Daten in wertvolle Erkenntnisse umzuwandeln und daraus Impulse für Produktverbesserungen oder neue Produktideen abzuleiten. Gleichzeitig können Serviceabläufe optimiert und datenbasierte Unternehmensentscheidungen effizienter getroffen werden. Laut einer aktuellen Analyse des Instituts der deutschen Wirtschaft investieren Unternehmen trotz wirtschaftlicher Herausforderungen weiterhin stark in digitale Transformationsprozesse. Dies spiegelt sich in der langfristigen Entwicklung der BI-Investitionen wider: von 12 Prozent im Jahr 2014 über 44 Prozent in 2020 bis hin zu den aktuellen 47,7 Prozent in 2025. Diese kontinuierliche Steigerung unterstreicht die wachsende Bedeutung von Business Intelligence als Schlüsseltechnologie, um datengetriebene Ansätze in der Unternehmensstrategie zu verankern. Der Rückgang von 2024 auf 2025 deutet weniger auf ein nachlassendes Interesse hin, sondern vielmehr auf eine Konsolidierungsphase nach Jahren des Wachstums. Gleichzeitig wird deutlich, dass die kontinuierliche Weiterentwicklung und Integration von

BI-Lösungen Unternehmen in die Lage versetzt, Wettbewerbsvorteile durch fundierte Entscheidungen und optimierte Prozesse zu sichern.

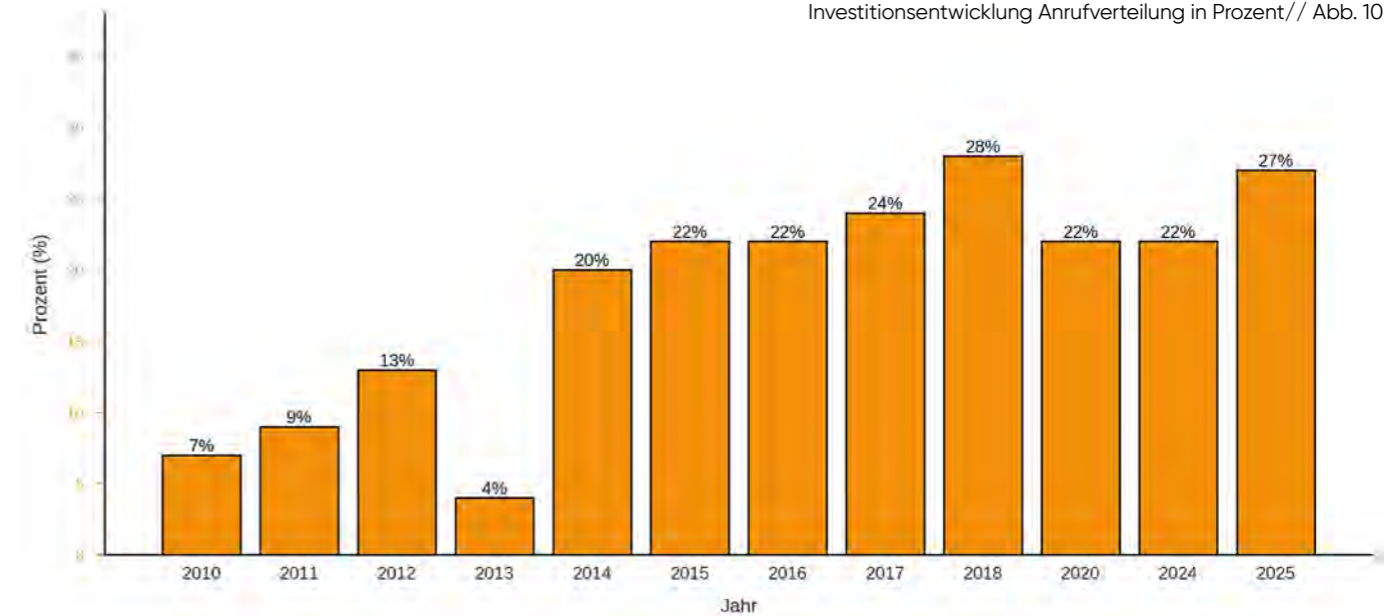


7. Dialogkanäle

7.1 ACD

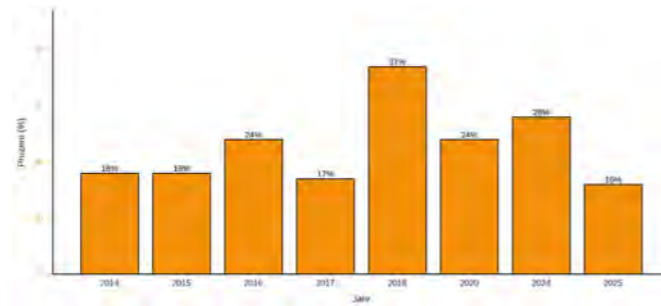
Die Investitionen in ACD (Automatic Call Distribution) steigen 2025 leicht auf 26,7 Prozent, nachdem sie in den letzten Jahren konstant bei 22 Prozent lagen. Dieser Anstieg unterstreicht, dass Unternehmen weiterhin auf effiziente Systeme zur Anrufverteilung setzen, um den wachsenden Anforderungen an Multi- und Omnichannel-Management gerecht zu werden. ACD-Systeme haben sich von einfachen Anrufweiterleitungstools zu umfassenden Lösungen entwickelt, die eine nahtlose Integration in Backend-Systeme ermöglichen. Dadurch können Agenten Kundenanfragen kanalübergreifend bearbeiten und gleichzeitig einen vollständigen Überblick über die Kundenhistorie behalten. Die zunehmende Integration von KI in ACD-Systemen treibt diese Entwicklung weiter voran, da Unternehmen verstärkt auf Automatisierung und personalisierte Kundenerlebnisse setzen. Diese Fortschritte machen ACD zu einem unverzichtbaren Bestandteil moderner Contact-Center-Strategien.

Investitionsentwicklung Anrufverteilung in Prozent // Abb. 10



7.2 Mobile Apps

Mit einer Investitionsquote von 16,2 Prozent zeigt sich ein starker Rückgang im Vergleich zu den 28 Prozent des Vorjahres. Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass Unternehmen ihre Prioritäten auf andere Technologien verlagern. Mobile Apps bleiben dennoch ein strategisch wichtiger Touchpoint im Kundenservice. Die Integration von KI-gestützten Funktionen und personalisierten Services macht sie weiterhin zu einem essenziellen Kanal für moderne Contact-Center. Allerdings zeigt sich ein wachsendes Problem: Viele Unternehmen versuchen, ihren Kunden eigene mobile Apps aufzudrängen, obwohl die meisten Nutzer nicht bereit sind, dutzende Apps auf ihren Smartphones zu installieren. Ein Beispiel aus der modernen Haustechnik verdeutlicht dies: Wer Komponenten wie PV-Anlage, Wallbox und Wärmepumpe von unterschiedlichen Anbietern bezieht, benötigt oft für jedes System eine eigene App. Diese Fragmentierung führt zu Frustration bei den Nutzern und mindert die Akzeptanz. Trotz des Rückgangs in den Investitionen bleibt der mobile Kanal wichtig, da viele Kunden ihn weiterhin bevorzugen. Unternehmen müssen jedoch verstärkt auf nutzerfreundliche und konsolidierte Lösungen setzen, um die Relevanz mobiler Apps langfristig zu sichern.

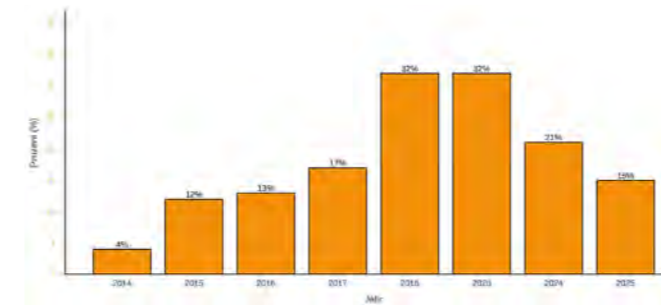


Investitionsentwicklung Mobile Apps in Prozent// Abb. 11

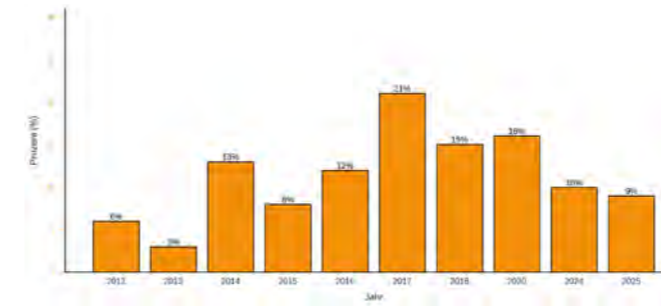
7.3 Videoberatung

Auch für 2025 bleibt die Videoberatung ein relevantes Thema, obwohl die Investitionsbereitschaft auf 15,2 Prozent gesunken ist, verglichen mit 20 Prozent im Vorjahr. Dieser Rückgang scheint auf Unsicherheiten hinsichtlich der tatsächlichen Nachfrage und Akzeptanz bei Mitarbeitern zurückzuführen zu sein. Die Bedeutung der Videoberatung wächst vor allem in beratungsintensiven Branchen wie Versicherungen und Gesundheitswesen weiter. Dabei zeigt sich die Notwendigkeit, Mitarbeiter gezielt auf die Anforderungen der Videoberatung vorzubereiten, insbesondere in Bezug auf Körpersprache und visuelle Kommunikation. Gleichzeitig entwickelt sich die Akzeptanz bei Nutzern weiter: Die alltägliche Nutzung von Videotelefonie über WhatsApp, Facetime und ähnliche Dienste sorgt für eine größere Selbstverständlichkeit im Umgang mit Videoformaten. Auf der anderen Seite gibt es jedoch eine klare Grenze,

die viele Menschen nicht überschreiten möchten – das Gefühl, die Privatsphäre im eigenen Zuhause zu verlieren. Diese Ambivalenz zeigt, dass die Integration von Videoberatung in bestehende Omnichannel-Strategien nicht nur technisch, sondern auch sensibel im Umgang mit den Bedürfnissen der Kunden erfolgen muss, um ein höheres Vertrauensniveau zu schaffen und die Servicequalität nachhaltig zu steigern.



Investitionsentwicklung Videoberatung in Prozent// Abb. 12



Investitionsentwicklung Dialer in Prozent// Abb. 13

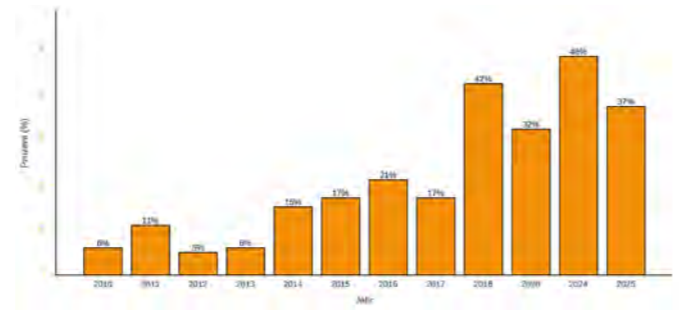
7.4 Dialer

Die Investitionen in Dialer-Lösungen bleiben 2025 mit 8,6 Prozent auf einem niedrigen Niveau, was einen leichten Rückgang gegenüber den 10 Prozent im Jahr 2024 darstellt. Der historische Tiefstand wurde jedoch bereits 2013 mit 3 Prozent erreicht, was hervorhebt, dass die Bedeutung dieser Technologie schon länger immer wieder abnimmt. Ein wesentlicher Grund für diese Entwicklung ist der Rückgang des klassischen Massengeschäfts. Die Bedeutung des einzelnen Telefonkontakts nimmt zu, während Unternehmen verstärkt die gesamte Customer Journey über alle Kanäle hinweg in den Blick nehmen. Dialer-Systeme behalten ihre Relevanz vor allem dort, wo ein großes Adressvolumen auf schlechte Erreichbarkeit und standardisierte Vorgänge trifft – typischerweise im Bereich Telefoninkasso. Dennoch verschiebt sich der Fokus zunehmend auf ganzheitliche Ansätze, die die gesamte Customer Journey über verschiedene Kanäle hinweg berücksichtigen. Ein weiterer Grund für den Rückgang ist die zunehmende Automatisierung und der Einsatz von KI-gestützten Technologien. Diese Entwicklung macht klar, dass Dialer zwar weiterhin in spezifischen Anwendungsfällen relevant bleiben, jedoch zunehmend durch flexiblere und umfassendere Lösungen ersetzt werden.

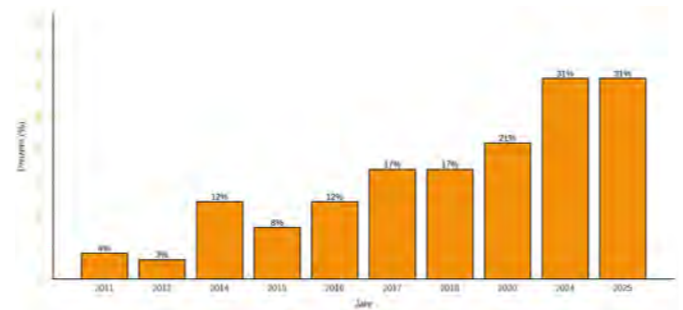
7.5 Selfservice

Einen Rückgang auf 37,1 Prozent verzeichnen 2025 die Selfservice-Lösungen, nachdem sie im Vorjahr mit 48 Prozent ihren Höchststand erreicht hatten. Trotz dieses Rückgangs bleibt das Interesse an Selfservice-Technologien hoch – insbesondere im Hinblick auf die Werte von 32 Prozent im Jahr 2020 und 17 Prozent im Jahr 2017. Dieser Rückgang könnte auf eine Verschiebung der Prioritäten hin zu KI-gestützten Lösungen zurückzuführen sein. Dennoch bleibt Selfservice ein zentraler Bestandteil moderner Kundenservice-Strategien, da viele Kunden diese Optionen für Standardanfragen bevorzugen. Ein wesentlicher Treiber ist der anhaltende Personalmangel. Für Organisationen mit Personalengpässen stellen Selfservice-Optionen oft die einzige Lösung dar, um den Kundenservice aufrechtzuerhalten. Der Fachkräftemangel und die steigende Erwartung an 24/7-Verfügbarkeit unterstreichen die Bedeutung von Selfservice-Lösungen auch in Zukunft.

und angereicherten Informationen stehen den Agenten anschließend direkt zur Verfügung, was die Effizienz der Kundenbetreuung deutlich steigert. Moderne Sprachportale profitieren von der Integration von KI-gestützten Technologien und Natural Language Processing, wodurch sie einen Großteil der Kundenanfragen automatisch bearbeiten können.



Investitionsentwicklung Selfservice in Prozent // Abb. 14



Investitionsentwicklung Sprachportale in Prozent // Abb. 15

7.6 Sprachportale

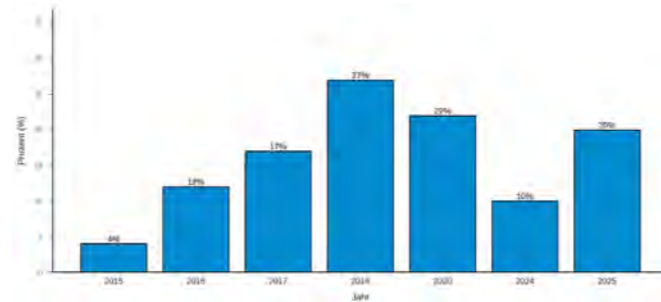
Mit 31,4 Prozent bleiben die Investitionen in Sprachportale 2025 stabil und zeigen nahezu keine Veränderung im Vergleich zu den 31 Prozent des Vorjahres. Als spezialisierte Self-Service-Lösung für den Sprachkanal bieten Sprachportale einen entscheidenden Vorteil: Sie entlasten Mitarbeiter durch gezielte Vorqualifizierung und systematische Datenabfrage. Die gesammelten



7.7 Schriftgut

Die Investitionen in das klassische Schriftgut zeigen 2025 mit 20 Prozent einen deutlichen Anstieg im Vergleich zu den 10 Prozent des Vorjahres. Dieser Zuwachs verdeutlicht die Gewinnung an Bedeutung von Schriftgut in bestimmten Bereichen – trotz des allgemeinen Trends hin zu digitalen Kommunikationskanälen. Dieser Anstieg könnte auf spezifische Anforderungen in Branchen zurückzuführen sein, die weiterhin auf formale Dokumentation und physische Schriftstücke angewiesen sind.

Während digitale Plattformen wie E-Mails und papierlose Prozesse zunehmend bevorzugt werden, bleibt Schriftgut in bestimmten Anwendungsfällen unverzichtbar. Unternehmen setzen dennoch verstärkt auf nachhaltige Prozesse, was den Fokus auf papierlose Alternativen langfristig beibehalten dürfte. Die Investitionsentscheidungen spiegeln somit eine Balance zwischen traditionellen und modernen Kommunikationslösungen wider.

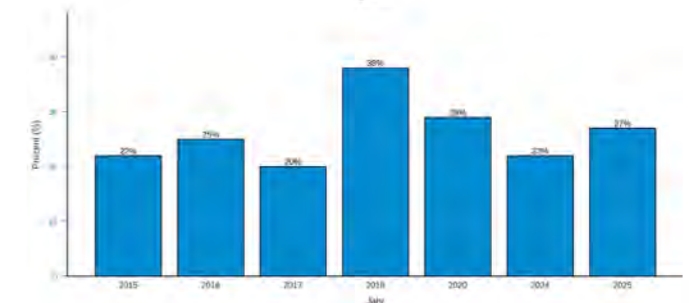


Investitionsentwicklung Schriftgut in Prozent// Abb. 16

7.8 E-Mail

26,7 Prozent halten E-Mail 2025 weiterhin für einen wichtigen Kommunikationskanal im Kundenservice – ein leichter Anstieg gegenüber den 22 Prozent in 2024. Die weltweite Nutzung von E-Mail als Kommunikationsmedium wächst dabei stetig weiter³. Moderne E-Mail-Systeme können durch KI-Integration einen Großteil der Anfragen automatisch kategorisieren und priorisieren. Die durchschnittliche Reaktionszeit wird durch intelligente Automatisierung deutlich verkürzt. Die Integration von Natural Language Processing und Machine Learning ermöglicht dabei nicht nur die automatische Bearbeitung von Standardanfragen, sondern auch die präzise Analyse vom Kundensentiment.

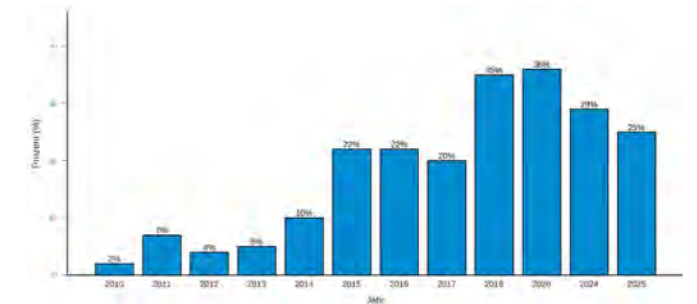
Language Processing (NLP) und Machine Learning (ML), um Kundenanfragen effizient zu bearbeiten und personalisierte Antworten zu liefern. Dies reduziert die Bearbeitungszeit und verbessert die Kundenzufriedenheit.



Investitionsentwicklung E-Mail in Prozent// Abb. 17

7.9 Text-Chat

Von 29 Prozent im Jahr 2024 auf 24,8 Prozent 2025 – ein Rückgang bei den Investitionen in Text-Chat-Lösungen. Dieser Abwärtstrend spiegelt eine Verschiebung der Prioritäten in Contact-Center-Strategien wider, da Unternehmen zunehmend auf andere digitale Kommunikationskanäle setzen. Text-Chat bleibt jedoch ein wichtiger Bestandteil der Kundenkommunikation, insbesondere durch die Integration von Messenger-Diensten und Echtzeit-Chat-Funktionen. Der Markt für Chat-Lösungen entwickelt sich weiter, wobei der Fokus mehr auf KI-gestützten Automatisierungen liegt. Moderne Text-Chat-Systeme nutzen Natural



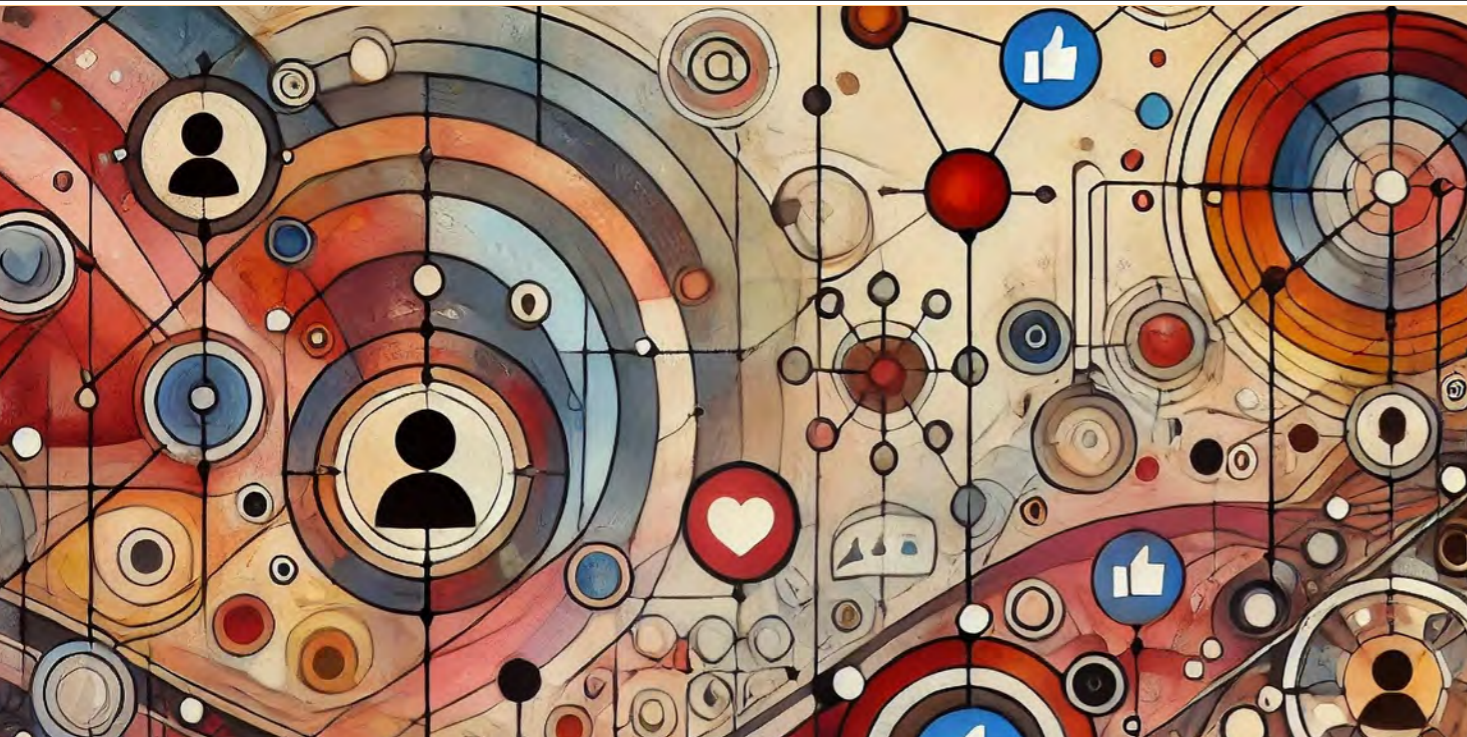
Investitionsentwicklung Text-Chat in Prozent// Abb. 18

„Das klassische Schriftgut erlebt 2025 ein beeindruckendes Comeback – die Investitionen steigen auf 20 %, doppelt so viel wie im Vorjahr. In einer zunehmend digitalen Welt unterstreicht dieser Trend, dass physische Dokumente und traditionelle Kommunikation weiterhin einen festen Platz haben. Trotz des Wandels hin zu papierlosen Lösungen bleibt Schriftgut in vielen Bereichen unverzichtbar – ein Zeichen für

Beständigkeit und Vertrauen in Bewährtes. Gleichzeitig wächst das Bewusstsein für Nachhaltigkeit, sodass Unternehmen bewusst zwischen Tradition und Innovation abwägen. Entscheidungsträger müssen diesen Spagat meistern. Doch eines ist sicher: Printkommunikation behauptet sich auch 2025 und beweist, dass sie mehr ist als nur ein Relikt der Vergangenheit. Sie steht für Verlässlichkeit und bietet einen haptischen Mehrwert in einer sich stetig wandelnden Welt – ein Beleg dafür, dass manches auch im digitalen Zeitalter nie an Wert verliert.“



Ulf Gimm, +siggset+ print & media AG



„Die wichtigsten Plattformen machen es Unternehmen nicht leicht, Social Media als Dialogkanäle in den Fokus zu nehmen: Kein Unternehmen fühlt sich wohl, im Umfeld von politischer Agitation und zweifelhaften, rein auf Wirkungskommunikation ausgerichtete Inhalten Service- oder Vertriebsdialoge zu führen.“

Gleichzeitig gibt der Kunde den Kanal vor – vielleicht erlebt Social Media wieder einen neuen Aufschwung, wenn sich neue Plattformen, vielleicht auch mit neuen technischen Möglichkeiten etablieren. Aber das ist der pure Blick in die Glaskugel.“

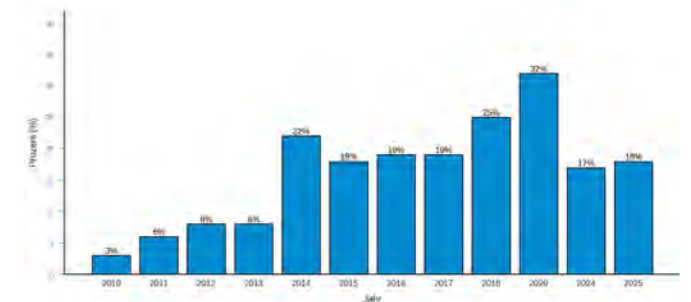


Jens Fuderholz, TBN Public Relations GmbH

7.10 Social Networks

Mit 18,1 Prozent bleibt die Investitionsbereitschaft 2025 in Lösungen für Social Networks nahezu unverändert – im Vergleich zu den 17 Prozent des Vorjahres. Dies verdeutlicht eine Stabilisierung auf niedrigem Niveau, nachdem der Höchststand von 32 Prozent im Jahr 2020 erreicht wurde.

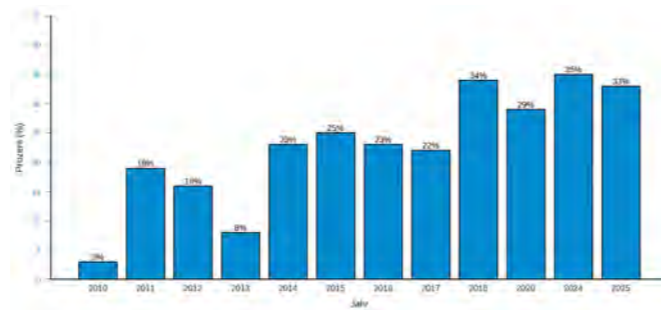
Dieser Trend verdeutlicht die zunehmende Zurückhaltung von Unternehmen, Social Media als primären Kommunikationskanal zu priorisieren. Datenschutzbedenken und die wachsende Präferenz für geschlossene Kommunikationskanäle wie Messenger-Dienste tragen zu dieser Entwicklung bei. Gleichzeitig wird die Effektivität von Social Media als Plattform für Kundeninteraktionen zunehmend hinterfragt. Ein bedeutender Teil der Nutzer meidet Social Media oder nutzt diese Plattformen nur eingeschränkt, was die Reichweite und den Einfluss dieser Kanäle begrenzt. Unternehmen setzen verstärkt auf Omnichannel-Strategien, bei denen Social Media nur noch eine von vielen Komponenten darstellt. Trotz der stagnierenden Investitionen bleibt Social Media ein wichtiger Kanal für die Zielgruppenansprache, insbesondere bei jüngeren Generationen. Die Integration von KI-gestützten Tools zur Automatisierung und Analyse von Social-Media-Interaktionen könnte in Zukunft neue Potenziale erschließen.



Investitionsentwicklung Social Networks in Prozent// Abb. 19

7.11 Customer Relationship Management

Das Kundenbeziehungsmanagement (CRM) bleibt ein zentraler Bestandteil moderner Unternehmensstrategien. Gleichzeitig zeigt sich ein Rückgang der Investitionsbereitschaft in CRM-Software: Für 2025 liegt diese bei 32,7 Prozent und damit unter den 35 Prozent von 2024. Dieser Rückgang könnte auf eine Marktsättigung oder die stärkere Einbindung von CRM-Funktionen in übergeordnete Plattformen und Unternehmenssysteme zurückzuführen sein. Dabei bleibt das Ziel unverändert: eine 360-Grad-Sicht auf den Kunden zu ermöglichen, indem Daten aus allen angebotenen Systemen in der CRM-Lösung zusammengeführt werden. Der globale CRM-Markt wächst trotz des Rückgangs der Investitionsquote weiter⁴, was die anhaltende Bedeutung dieser Systeme für die Kundenbindung und -analyse unterstreicht. Unternehmen setzen zunehmend auf KI-gestützte CRM-Lösungen, die personalisierte Kundenerlebnisse schaffen und die Effizienz steigern. Besonders gefragt sind Funktionen wie prädiktive Analysen, automatisierte Workflows und Omnichannel-Integration. Trotz der gesunkenen Investitionsquote bleibt CRM ein unverzichtbares Werkzeug, um die Kundenerfahrung zu optimieren und langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen.

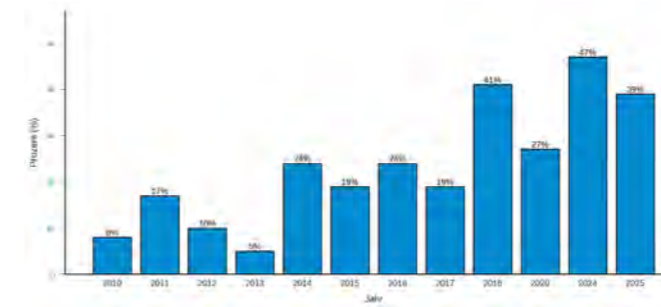


Investitionsentwicklung CRM in Prozent // Abb. 20

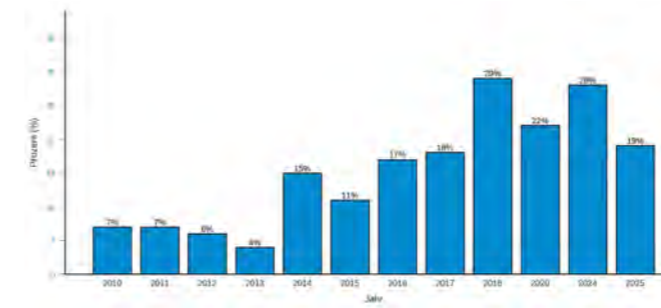
7.12 Wissensmanagement

2025 liegt die Investitionsquote von Wissensmanagement bei 38,5 Prozent, was einen Rückgang gegenüber den 47 Prozent im Jahr 2024 darstellt. Trotz dieses Rückgangs bleibt Wissensmanagement ein zentraler Faktor für die Effizienz und Qualität im Kundenservice. Da Standardanfragen zunehmend über Self-Service-Angebote wie Videos oder Online-Lösungen abgewickelt werden, werden die verbleibenden Servicenfragen immer komplexer. Unternehmen setzen daher verstärkt auf KI-gestützte Wissensmanagementsysteme, die Informationen aus verschiedenen Quellen bündeln und diese verständlich für die Service-Agenten aufbereiten. So können Mitarbeiter auch bei anspruchsvollen Kundenanliegen schnell fundierte Lösungen anbieten. Moderne Wissensmanagementlösungen reduzieren nicht nur die Bearbeitungszeit von Anfragen, sondern verbessern auch die Kundenzufriedenheit durch präzise-

re und schnellere Antworten. Trotz des Rückgangs der Investitionsquote bleibt Wissensmanagement ein unverzichtbares Werkzeug, um die Wettbewerbsfähigkeit und Effizienz von Unternehmen nachhaltig zu sichern.



Investitionsentwicklung Wissensmanagement in Prozent // Abb. 21



Investitionsentwicklung WFM in Prozent // Abb. 22

7.13 Workforce Management

Workforce Management (WFM) bleibt auch 2025 ein zentraler Bestandteil der Ressourcenplanung in Unternehmen. Die Investitionsquote liegt bei 19,2 Prozent, was einen deutlichen Rückgang gegenüber den 28 Prozent im Jahr 2024 darstellt. Trotz dieses Rückgangs bleibt WFM ein wichtiger Bereich, insbesondere angesichts der zunehmenden Flexibilisierung der Arbeitswelt. Unternehmen setzen verstärkt auf KI-gestützte WFM-Systeme, die präzise Personalbedarfsprognosen erstellen und flexible Schichtpläne generieren können. Diese Systeme berücksichtigen sowohl rechtliche Vorgaben als auch individuelle Mitarbeiterpräferenzen und ermöglichen Echtzeit-Anpassungen. Moderne WFM-Lösungen steigern die Effizienz der Ressourcenplanung erheblich und tragen zur Mitarbeiterzufriedenheit bei, indem sie flexible Arbeitsmodelle unterstützen. Trotz des leichten Rückgangs der Investitionsquote bleibt WFM ein unverzichtbares Werkzeug, um den Anforderungen der modernen Arbeitswelt gerecht zu werden und die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen zu sichern.



„Die CCN-Studie 2025 zeigt einmal erneut die Investitionsziele und Herausforderungen der Branche. An der Spitze der Prioritäten steht wenig überraschend die Künstliche Intelligenz. Doch fast ebenso hoch gewichtet sind Mitarbeiter, ihre Schulungen und Weiterentwicklungen.

Das zeigt deutlich: Der Mensch bleibt der zentrale Erfolgsfaktor im Contact-Center. Technologie – insbesondere KI und Automatisierung – dient dabei nicht als Ersatz, sondern als Unterstützung, um Mitarbeitende zu entlasten, Prozesse effizienter zu gestalten und die Servicequalität zu steigern. Investitionen in moderne Systeme sind daher immer auch Investitionen in bessere Arbeitsbedingungen und langfristige Mitarbeiterbindung.“



Attikus A. Schacht, Schacht Consulting

8. Personal

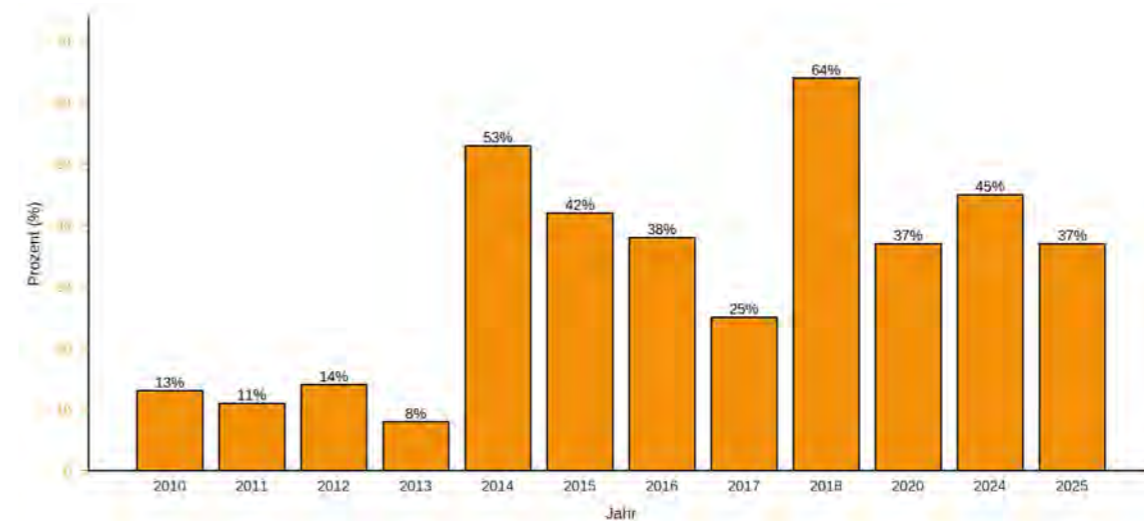
8.1 Personalbeschaffung

Im Bereich der Personalbeschaffung zeigt sich 2025 ein Rückgang der Investitionsbereitschaft auf 36,9 Prozent, verglichen mit 45 Prozent im Jahr 2024. Dieser Rückgang markiert eine Abkehr vom Investitionshoch der Vorjahre und spiegelt die Herausforderungen wider, die Unternehmen bei der Anpassung an den Arbeitsmarkt erleben.

Der Rückgang ist teilweise auf die zunehmende Automatisierung und Digitalisierung von Rekrutierungsprozessen zurückzuführen. Unternehmen setzen verstärkt

auf KI-gestützte Tools, die den Rekrutierungsprozess effizienter gestalten und den Bedarf an traditionellen Investitionen reduzieren.

Moderne Rekrutierungslösungen optimieren nicht nur die Suche nach Talenten, sondern verbessern auch die Kandidatenerfahrung. Gleichzeitig bleibt der Fachkräftemangel ein zentrales Thema, das Unternehmen dazu zwingt, innovative Ansätze in der Personalbeschaffung zu verfolgen.



Investitionsentwicklung Personalbeschaffung in Prozent // Abb. 23

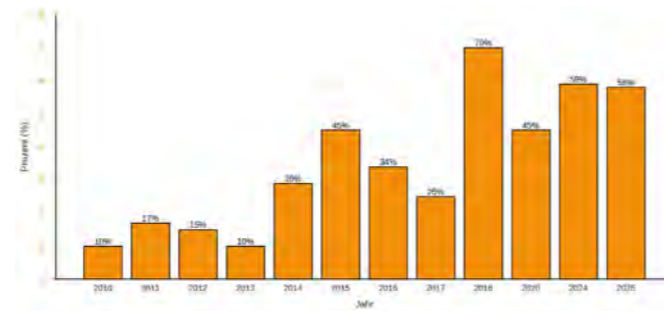
8.2 Personalschulung und -entwicklung

Die Investitionen in die Personalentwicklung bleiben auch 2025 ein zentrales Thema für Unternehmen. Mit einer Investitionsquote von 58,3 Prozent – ein leichter Rückgang gegenüber den 59 Prozent im Jahr 2024 – gehört dieser Bereich weiterhin zu den Top- Investitionszielen. Dies unterstreicht die wachsende Bedeutung von Aus-, Weiter- und Fortbildungsmaßnahmen in einer sich schnell wandelnden Arbeitswelt. Unternehmen setzen verstärkt auf digitale Lernplattformen und KI-gestützte Schulungstools, die personalisierte Lernpfade und Echtzeit-Feedback ermöglichen. Diese Technologien tragen dazu bei, die Effizienz und Effektivität von Schulungsprogrammen zu steigern. Unternehmen, die in die kontinuierliche Weiterbildung ihrer Mitarbeiter investieren, weisen eine deutlich höhere Produktivität auf. Gleichzeitig fördern solche Maßnahmen die Mitarbeiterbindung und tragen zur langfristigen Wettbewerbsfähigkeit bei.

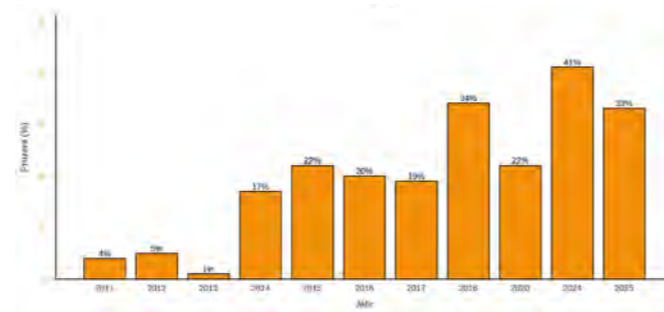
8.3 Beratung

Mit 33 Prozent stellt die Nachfrage nach externer Beratung einen Rückgang gegenüber den 41 Prozent im Vorjahr dar. Trotz des Rückgangs bleibt Beratung ein zentraler Bestandteil, insbesondere bei der Umsetzung komplexer Projekte wie der digitalen Transformation und der Optimierung von Geschäftsprozessen. Unternehmen setzen weiterhin auf externe Expertise, um ihre Strategien zu verfeinern und neue Technologien effizient zu integrieren. Die Investitionen in Beratungsleistungen spiegeln die wachsenden Anforderungen an spezialisierte Kenntnisse wider, die für die Anpassung an sich verändernde Marktbedingungen und Kundenbedürfnisse erforderlich sind.

ent zu integrieren. Die Investitionen in Beratungsleistungen spiegeln die wachsenden Anforderungen an spezialisierte Kenntnisse wider, die für die Anpassung an sich verändernde Marktbedingungen und Kundenbedürfnisse erforderlich sind.



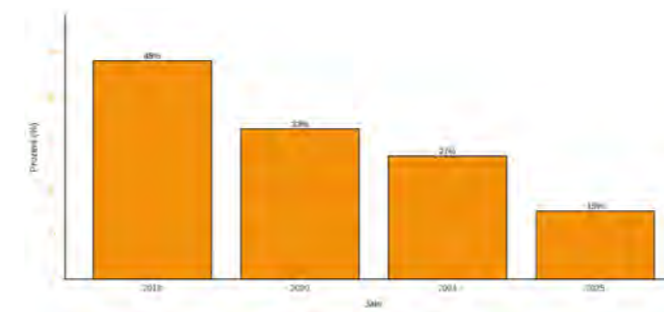
Investitionsentwicklung Personalschulung - und entwicklung in Prozent// Abb. 24



Investitionsentwicklung Beratung in Prozent// Abb. 25

8.4 Arbeitsplatzgestaltung

Von 27 Prozent 2024 auf nun 14,6 Prozent – ein deutlicher Rückgang der Investitionsbereitschaft in die Arbeitsplatzgestaltung. Dieser Abwärtstrend macht klar, dass Unternehmen zunehmend andere Prioritäten setzen, insbesondere in Bereichen wie Digitalisierung und Automatisierung. Der Rückgang ist teilweise auf die zunehmende Verlagerung hin zu hybriden Arbeitsmodellen zurückzuführen. Viele Unternehmen investieren weniger in physische Arbeitsplätze und konzentrieren sich stattdessen auf digitale Tools und virtuelle Arbeitsumgebungen. Unternehmen, die weiterhin in die Arbeitsplatzgestaltung investieren, setzen verstärkt auf ergonomische und nachhaltige Lösungen. Diese Maßnahmen sollen die Produktivität und das Wohlbefinden der Mitarbeiter fördern.



Investitionsentwicklung Arbeitsplatzgestaltung in Prozent// Abb. 26

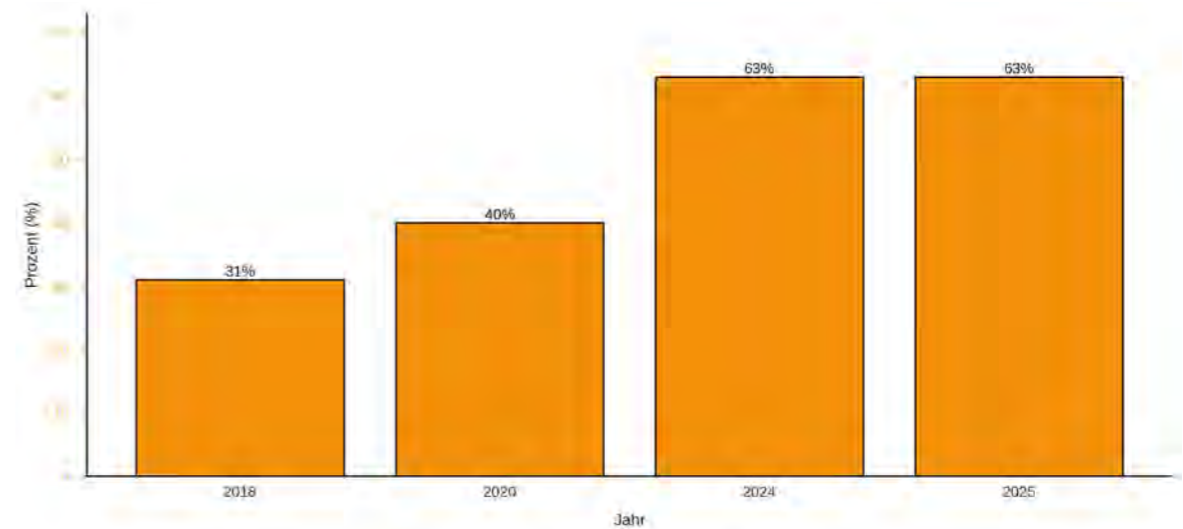


9. Künstliche Intelligenz

Die Künstliche Intelligenz etabliert sich 2025 als Schlüsseltechnologie im Kundenservice-Sektor: Mit einer Investitionsquote von 63,3 Prozent gegenüber 63 Prozent im Vorjahr manifestiert sich KI als strategischer Kernbereich für zukunftsorientierte Unternehmen.

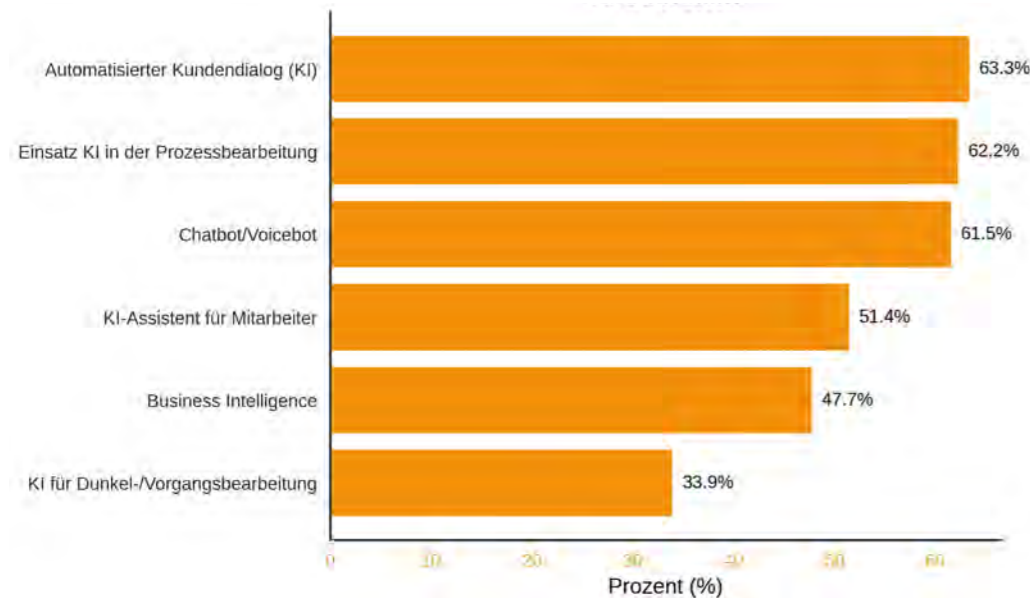
Der globale Markt für KI-gestützte Kundenservice-Lösungen wird bis Ende 2025 ein enormes Wachstum verzeichnen. Besonders bemerkenswert ist der Trend zu multimodalen KI-Systemen, die Text, Sprache und emotionale Signale gleichzeitig verarbeiten können.

Die neue Generation von KI-Systemen meistert bereits komplexe Gesprächsverläufe und trifft kontextbezogene Entscheidungen. Dennoch bleiben menschliche Service-Mitarbeiter unerlässlich – ihre Rolle wandelt sich jedoch vom Informationsverarbeiter zum emotionalen Anker in kritischen Kundenszenarien. Bemerkenswert ist auch der Trend zur „Hybriden Intelligenz“: KI-Systeme arbeiten nicht mehr isoliert, sondern in symbiotischer Partnerschaft mit menschlichen Agenten. Diese Entwicklung verspricht eine bisher unerreichte Balance zwischen Effizienz und Empathie im Kundenservice.



Investitionsentwicklung Künstliche Intelligenz in Prozent // Abb. 27

Der Kundenservice durchläuft aktuell einen tiefgreifenden Wandel: Moderne Technologien unterstützen Servicemitarbeiter in immer mehr Bereichen ihrer täglichen Arbeit. Von der intelligenten Analyse von Kundengesprächen bis hin zur vorausschauenden Bedarfserkennung – die Möglichkeiten werden vielfältiger und ausgereifter. Laut Forbes⁵ werden bis 2025 bereits 80 Prozent der Kundenservice-Organisationen moderne Technologien zur Verbesserung der Mitarbeiterproduktivität einsetzen. Die Verbesserung der Kundenerfahrung steht dabei im Mittelpunkt: Moderne Systeme helfen dabei, jeden Kunden individuell zu betreuen – egal über welchen Kanal er sich meldet. Die Automatisierung von Routineaufgaben schafft den Mitarbeitern dabei mehr Freiraum für das Wesentliche: die persönliche und einfühlsame Betreuung bei komplexeren Anliegen. Laut einer Analyse von McKinsey⁶ können Unternehmen durch den gezielten Einsatz moderner Technologien ihre Servicequalität um bis zu 40 Prozent steigern. Die Zukunft des Kundenservice liegt in der geschickten Verbindung von menschlicher Expertise und technologischer Unterstützung. Diese Zusammenarbeit ermöglicht nicht nur einen besseren Service für die Kunden, sondern macht auch die Arbeit für die Mitarbeiter angenehmer und erfüllender.



Investitionsbereiche Künstliche Intelligenz 2025 in Prozent // Abb. 28

„Wer KI und Datengetriebene Prozesse nutzen will, muss dafür die Datengrundlagen schaffen. Das bedeutet aufbrechen von Datensilos und Applikationsinseln. Dabei ist die Datenqualität kontinuierlich sicherzustellen. Nur so können KI- und BI-Tools sinnvolle Handlungsempfehlungen geben.“



Markus Grutzeck, Sellmore GmbH

„KI steht weiterhin im Mittelpunkt des Interesses. Die Modelle werden immer leistungsfähiger, aber an der grundlegenden Technologie hat sich nichts geändert.“

Jetzt geht es darum, das allgemeine Interesse an KI in konkrete Aufgaben und Projekte umzusetzen. In unserem Bereich sind das Anwendungen, die Routineaufgaben im Kundenkontakt übernehmen und so dem Fachkräftemangel entgegenwirken. Häufig müssen dazu auch interne Daten aufbereitet und „KI-fähig“ zur Verfügung gestellt werden. Erst dann kann ein echter Mehrwert geschaffen werden.“



Martin Schröder, Sympalog Voice Solutions GmbH

10. Abbildungsverzeichnis

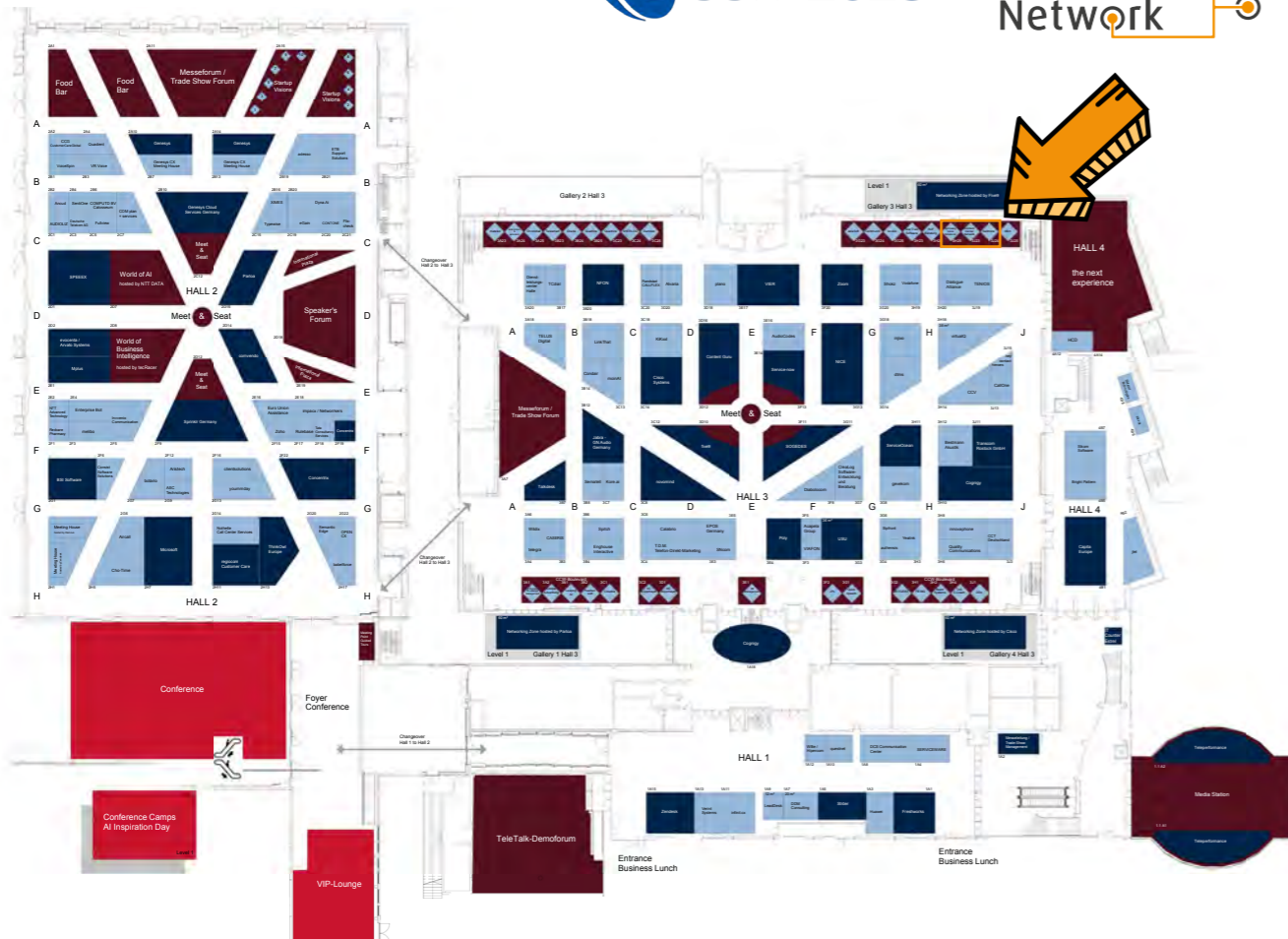
Abb. 1: KI Investitionsbereiche 2025 in Prozent	7
Abb. 2: Herausforderungen 2025 in Prozent	9
Abb. 3: Investitionsziele 2025 in Prozent	11
Abb. 4: Investitionsentwicklung Telefonanlage in Prozent	13
Abb. 5: Investitionsentwicklung Headsets in Prozent	14
Abb. 6: Investitionsentwicklung Raumakustik in Prozent	15
Abb. 7: Investitionsentwicklung Sprachaufzeichnung in Prozent	17
Abb. 8: Investitionsentwicklung Quality Monitoring in Prozent	18
Abb. 9: Investitionsentwicklung Business Intelligence in Prozent	18
Abb. 10: Investitionsentwicklung Anrufverteilung in Prozent	21
Abb. 11: Investitionsentwicklung Mobile Apps in Prozent	22
Abb. 12: Investitionsentwicklung Videoberatung in Prozent	23
Abb. 13: Investitionsentwicklung Dialer in Prozent	23
Abb. 14: Investitionsentwicklung Selfservice in Prozent	24
Abb. 15: Investitionsentwicklung Sprachportale in Prozent	24
Abb. 16: Investitionsentwicklung Schriftgut in Prozent	26
Abb. 17: Investitionsentwicklung E-Mail in Prozent	27
Abb. 18: Investitionsentwicklung Text-Chat in Prozent	27
Abb. 19: Investitionsentwicklung Social Networks in Prozent	29
Abb. 20: Investitionsentwicklung CRM in Prozent	30
Abb. 21: Investitionsentwicklung Wissensmanagement in Prozent	31
Abb. 22: Investitionsentwicklung Workforce Management in Prozent	31
Abb. 23: Investitionsentwicklung Personalbeschaffung in Prozent	33
Abb. 24: Investitionsentwicklung Personalschulung und entwicklung in Prozent	34
Abb. 25: Investitionsentwicklung Beratung in Prozent	34
Abb. 26: Investitionsentwicklung Arbeitsplatzgestaltung in Prozent	35
Abb. 27: Investitionsentwicklung Künstliche Intelligenz in Prozent	37
Abb. 28: Investitionsbereiche Künstliche Intelligenz 2025 in Prozent	38

11. Quellenverzeichnis

- 1 Schelle, F. & Liedtke, M. (2024) 'Lärmwirkungen und ihre Beurteilung am Arbeitsplatz', *Akustik Journal*. Verfügbar unter: https://www.dega-akustik.de/fileadmin/dega-akustik.de/publikationen/akustik-journal/24-01/akustik_journal_2024_01_online_artikel3.pdf
- 2 Rusche, C. (2023) 'Investitionen: Geldabflüsse in Deutschland so hoch wie nie', *Institut der deutschen Wirtschaft*. Verfügbar unter: <https://www.iwkoeln.de/presse/pressemitteilungen/christian-rusche-geldabfluesse-in-deutschland-so-hoch-wie-nie.html>
- 3 Ellis, C. & Phillips, R. (2024) 'Email Usage Statistics 2025: Latest Reports and Data', *emailtooltester*. Verfügbar unter: <https://www.emailtooltester.com/en/blog/email-usage-statistics/>
- 4 Grand View Research (2023) 'Customer Relationship Management Market Size, Share, & Trends Analysis Report, By Component, By Solution, By Deployment, By Enterprise Size, By End Use, And Segment Forecasts, 2024 - 2030'. Verfügbar unter: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/customer-relationship-management-crm-market>
- 5 Jobanputra, K. (2024) 'Customer Service: How AI Is Transforming Interactions', *Forbes*. Verfügbar unter: <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2024/08/22/customer-service-how-ai-is-transforming-interactions/>
- 6 McKinsey & Company (2023) 'The next frontier of customer engagement: AI-enabled customer service'. Verfügbar unter: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/operations/our%20insights/the%20next%20frontier%20of%20customer%20engagement%20ai%20enabled%20customer%20service/the-next-frontier-of-customer-engagement-ai-enabled-customer-service.pdf>

12. Das Contact-Center-Network auf der CCW 2025

Hallenplan CCW 2025 - Hallen 1-3



Über den Herausgeber Contact-Center-Network e.V.

Das „Contact-Center-Network e.V.“ ist eine Kooperation von Herstellern und Dienstleistern der Branche. Gemeinsam nehmen wir Trends im Markt auf, setzen Impulse und führen kooperative Vertriebsmaßnahmen durch. Der Verein ist offen für weitere Partner und Ideen, um Synergien zwischen den Partnern zu schaffen. Unterhalb der Logos sehen Sie die Standplatzierung auf der CCW 2025.



Halle 3, G4



Halle 3, J24



Halle 3, H25



Hier können Sie die Studie online kostenfrei herunterladen:



Contact-Center-Network e.V.

Hessen-Homburg-Platz 1
63452 Hanau

info@contact-center-network.de

Tel. +49 6181 9701-0

www.contact-center-portal.de