



Success Story: Tchibo × IPD

„Voicy“ sorgt bei Tchibo für mehr Qualität im Kundenservice

2.400

eingehende Anrufe
pro Tag

30

Sekunden
kürzere Gesprächszeit

>10

Jahre vertrauensvolle
Zusammenarbeit

Herausforderung

Als eines der größten deutschen Einzelhandelsunternehmen ist für die Tchibo GmbH ein exzellenter Kundenservice von strategischer Bedeutung. Der Kundenkontakt erfolgt nicht nur in den international rund 900 stationären Shops, sondern zunehmend auch über digitale und telefonische Kanäle. Die deutschsprachige telefonische Hotline ist eine zentrale Anlaufstelle für Kunden aus der gesamten DACH-Region. Hier gehen tagtäglich über 2.400 Anrufe ein. „Unsere Hotline ist eine direkte und stark frequentierte Schnittstelle zu unseren Kunden. Dementsprechend haben wir hier einen sehr hohen Qualitätsanspruch“, erklärt Eyvelin Lampe, Director Consumer Satisfaction bei Tchibo. Vor diesem Hintergrund verfolgte Tchibo drei klare

Ziele: erstens die Kundenzufriedenheit weiter zu steigern, indem die Navigation über starre IVR-Auswahlmenüs durch eine natürliche, dialogische Interaktion ersetzt wird. Denn IVR-Menüs können zu Missverständnissen führen und verursachen in einzelnen Fällen unnötige Schleifen, wenn die gewählte Option nicht unmittelbar zur richtigen Ansprechperson führt. Zweitens sollten die Bearbeitungszeiten verkürzt und die Mitarbeiter von Routineaufgaben entlastet werden. Hier insbesondere von der Identifizierung und Authentifizierung – damit sie sich noch stärker auf die Anliegen der Kunden konzentrieren können. Drittens sollte die Identifizierung konsequent datenschutzkonform und nach hohen Tchibo-Standards erfolgen.



„Die Zusammenarbeit mit IP Dynamics verläuft seit vielen Jahren ausgesprochen vertrauensvoll und konstruktiv. Insofern fiel uns die Entscheidung für den gemeinsamen Rollout von ‚Voicy‘ sehr leicht.“

Eyvelin Lampe | Director Customer Satisfaction bei Tchibo

Lösung

Die Tchibo GmbH arbeitet bereits seit 2015 erfolgreich mit IP Dynamics zusammen. Unter anderem hat das Traditionsunternehmen ein Contact Center inklusive Monitoring und Qualitätsmanagement-Lösung von IP Dynamics im Einsatz. Vor diesem Hintergrund fiel die Entscheidung für ein gemeinsames Pilotprojekt zur weiteren Optimierung des Kundenservices.

Im Rahmen der unternehmensweiten Digitalisierungsstrategie hat Tchibo mithilfe von IP Dynamics eine innovative Voicebot-Lösung implementiert. Der Bot „Voicy“ erkennt die Anliegen der Anrufer anhand natürlicher Sprache. Hierbei kann es sich beispielsweise um Rückfragen zu Bestellungen, Reklamationen oder Retouren handeln. Die KI-basierte Anliegenerkennung wurde unter strenger Einhaltung der Datenschutzrichtlinien auf Basis kuratierter Textsätze trainiert, die teilweise aus anonymisierten Kundeninteraktionen abgeleitet wurden. Dank der Installation innerhalb der IPD Private Cloud werden keine sensiblen Daten über globale Public-Cloud-Anbieter verarbeitet; die hohen Datenschutzerfordernisse

von Tchibo sind jederzeit gewährleistet.

Nach der Anliegenerkennung übernimmt „Voicy“ die Identifizierung und Authentifizierung des Anrufers automatisiert und datenschutzkonform. Dies erfolgt auf Basis der Telefonnummer, einer eingegebenen Kundennummer sowie der Prüfung relevanter Datenfelder aus den Kundenstammdaten. Anschließend wird der Anrufer zielgerichtet an einen passenden Mitarbeiter vermittelt. Die für den Kundenservice zuständigen Kollegen werden bei Tchibo tendenziell als Markenbotschafter bezeichnet. Durch umfassendes Monitoring und Reporting hat Tchibo sowohl tagesaktuelle als auch historische Voicebot-Daten jederzeit im Blick. Auf dieser Datenbasis kann „Voicy“ fortlaufend gezielt optimiert und weiterentwickelt werden.

„Die Zusammenarbeit mit IP Dynamics verläuft seit vielen Jahren ausgesprochen vertrauensvoll und konstruktiv“, berichtet Eyvelin Lampe. „Insofern fiel uns die Entscheidung für den gemeinsamen Rollout von ‚Voicy‘ sehr leicht.“

„Der Voicebot erfährt eine starke Akzeptanz von allen Seiten und geht für uns mit einer messbaren Verbesserung des Kundenservices einher.“

Eyvelin Lampe | Director Customer Satisfaction bei Tchibo



Ergebnis

Im August 2025 erfolgte der Go-Live von „Voicy“ für die gesamte DACH-Region. Heute durchlaufen alle eingehenden Anrufe in der Kunden-Hotline die KI-gestützte Anliegenerkennung, Identifizierung und Authentifizierung. Dabei wird der Großteil aller Kundenanliegen direkt erkannt, sodass die Anrufer schneller mit einem passenden Markenbotschafter verbunden werden. Dies reduziert die Weiterleitungsquote nachhaltig und sorgt dafür, dass Gespräche bei den richtigen Experten landen. Ein spürbarer Beitrag zur höheren Kundenzufriedenheit.

Indem „Voicy“ die Identifizierung und andere Basisabfragen übernimmt, werden die Markenbotschafter zielgerichtet entlastet und können sich stärker auf die wertstiftende Arbeit konzentrieren. Auf diese Weise wurde die Qualität der Kundengespräche messbar verbessert. Zugleich ist es gelungen, die durchschnittliche Gesprächsdauer der Kundengespräche um bis zu 30 Sekunden pro Anruf zu verringern, da alle grundlegenden Informationen vorab durch „Voicy“ erfasst werden. Die konsequente, auto-

matisierte Identifizierung stellt darüber hinaus sicher, dass Datenschutzerfordernisse jederzeit eingehalten werden.

„Voicy“ ist per Schnittstelle mit dem von Tchibo eingesetzten Bestandssystem verbunden. Den Markenbotschaftern liegen so zum Gesprächsbeginn alle erfassten Daten transparent in einer übersichtlichen Maske vor.

Eyvelin Lampe blickt auf ein erfolgreiches Projekt zurück: „Der Voicebot erfährt eine starke Akzeptanz von allen Seiten und geht für uns mit einer messbaren Verbesserung des Kundenservices einher“.

Mit dem Projekt hat Tchibo den Grundstein für eine nachhaltige, skalierbare Weiterentwicklung des Kundenservices gelegt. Für die Zukunft ist geplant, den Automatisierungsgrad über den Ausbau von Self Services weiter zu erhöhen. So können einfache Anliegen vollautomatisch und ohne direkte Interaktion mit einem Markenbotschafter gelöst werden. Kunden profitieren dadurch von noch schnelleren Abläufen und einem intuitiven, natürlichen Serviceerlebnis.