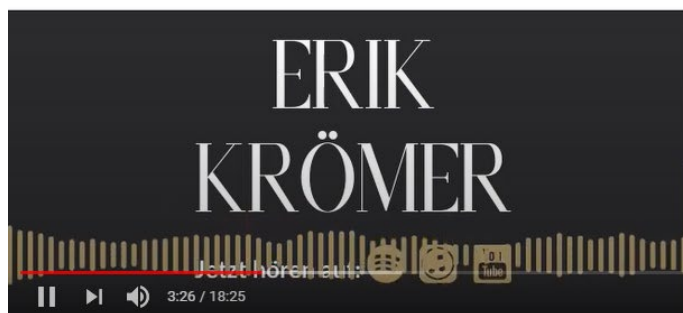




**WERTSCHAFFER**

Künstliche Intelligenz



## Erik Krömer zu Gast bei Bianca Traber

### [Interview zu künstlicher Intelligenz bei global office](#)

**Bianca Traber:** In unserer heutigen Folge ist Erik Krömer zu Gast. Er ist Gründer von global office und sein Kerngeschäft ist exzellenter Kundenservice. Künstliche Intelligenz ist bei ihm weder ein Buzzword und schon gar kein Zukunftsthema, denn er hat bereits die Brücke in die Gegenwart geschlagen. Was und wie er neue Technologien und die menschlichen Stärken im Kundenservice klug miteinander verbindet, das erzählt er uns in dieser Folge.

**Bianca Traber:** Hallo Erik, schön dass du da bist.

**Erik Krömer:** Hallo Bianca, schön, dass ich da sein darf!

**Bianca Traber:** Ja, unbedingt! Damit unsere Hörer dich einordnen können, stelle dich doch bitte kurz vor!

**Erik Krömer:** Gerne, ja, mein Name ist Erik Krömer. Ich bin Gründer und Inhaber von global office. Dieses Unternehmen habe ich 2008 gegründet. Dort mit der Zielsetzung, für ganz viele Unternehmen in Deutschland und später auch gerne im Ausland, die Erreichbarkeit zu organisieren. Hierzu haben wir uns damals hingesezt mit der Telekom und haben eine eigene Telefonanlage entwickelt und das waren dann schon so die ersten technischen Ansätze - obwohl ich gar kein Techniker bin!

	Erstellt	Geändert	Freigabe	Version	Gültig ab	Seite
	23.02.2021			1.0	Datum	1
Name	AWE		Name / Kürzel			

Das heißt: wir haben eine Telefonanlage entwickelt mit 160.000 Nebenstellen und für diese Lösung haben wir damals den Innovationspreis IT auf der CeBIT bekommen. Und ich glaube, in dieser Halle bei dieser Auszeichnung war ich der einzige Nicht-IT-ler, der diese Auszeichnung gekriegt hat - das war ganz lustig - und ja, so haben wir das Unternehmen entwickelt, haben heute 50 Standorte in Deutschland und Österreich, betreuen rund 1.400 Unternehmen, schwerpunktmäßig die Hotellerie, Automobilsektor ist sehr stark auch und dann geht es auch runter bis zum Rechtsanwalt um die Ecke, der gestern seine Kanzlei gegründet hat. Also ein sehr, sehr breites Publikum bei uns.

**Bianca Traber:** Das klingt spannend. Du hattest mir am Anfang erzählt, das Thema künstliche Intelligenz war bei dir auch indirekt eine Kundenanforderung im Servicebereich. Wie kam es denn dazu?

**Erik Krömer:** Ja, es ging immer mehr darum, dass wir Prozesse definieren müssen und dass wir Learnings ableiten müssen. Dadurch, dass wir Millionen von Telefonaten im Jahr führen, wiederholen sich natürlich auch viele Prozessschritte. Und da ging es immer darum: „Kann das System den Agenten helfen, schneller zu sein? Können wir Pärchen bilden?“ Als Beispiel: Wenn ein Kunde mit einem Agenten telefoniert hat, merkt sich die Technik im Hintergrund dieses Pärchen - also die Telefonnummer des Anrufers und den Agenten. Wenn diese Telefonnummer wieder anruft, versucht die Technik gleich zu gucken, ist der Agent denn noch frei. Wenn der nicht frei ist, dann guckt er - okay - mit wem hat er denn davor telefoniert? Also die Wahrscheinlichkeit, dass er eine bekannte Stimme wieder am Telefon hat, wird praktisch durch die Technik im Hintergrund erzeugt. Und seitdem wir daran arbeiten, entwickeln wir permanent weiter und schauen nach Möglichkeiten und sehen das als eine ganz ganz spannende Situation, weil diese Brücke vom Menschen, der im Rahmen seiner Möglichkeiten dort arbeitet hin zur Technik, die rein theoretisch unbegrenzte Informationen zur Verfügung stellen kann, dieses zusammenzubringen, das ist die starke Herausforderung.

**Bianca Traber:** Jetzt haben ja, glaube ich, ganz viele noch keine so richtige Vorstellung vom Begriff künstliche Intelligenz. Du kannst das so schön erklären - auch bildlich und vor allen Dingen griffig. Kannst du uns auch da auf jeden Fall noch mal so ein Bild mitgeben, um dann auch entsprechend ein bisschen folgen zu können, weil ich denke, es ist so wichtig, da auch eine Vorstellung davon zu entwickeln.

**Erik Krömer:** Ja, gerne. Ich muss immer betonen, dass ich kein Techniker bin, deshalb brauche ich genau diese Bilder. Wir waren auch damals, als wir die Telefonanlage von der Telekom haben bauen lassen, die ersten, die nicht mit einem Lasten- und Pflichtenheft um die Ecke kamen. Weil, das setzt voraus, dass man Ahnung hat. Sondern wir haben die ganzen Funktionen, die wir uns ausgedacht haben, in Bildern fertig gemacht. Wir hatten zwei Leitz-Ordner voll mit Bildern.

	Erstellt	Geändert	Freigabe	Version	Gültig ab	Seite
	23.02.2021			1.0	Datum	2
Name	AWE		Name / Kürzel			

Und haben gesagt, wenn man auf die Taste drückt, wollen wir, dass die Seite so aussieht und dass dann das passiert. Wie das technisch dahinter passiert, das war uns immer egal – wir haben gesagt, das ist euer Problem. Aber so soll es aussehen. Und das zog sich durch. Und um das griffig zu machen, gerade auch für die Zuhörer: ich nehme das Beispiel aus dem Automobilsektor: Wir haben uns alle dran gewöhnt, dass ein Auto ABS hat. Sprich: wenn ich eine Vollbremsung mache, auch im Winter, wenn es glatt ist, die Reifen blockieren nicht. Dadurch bleibt das Fahrzeug lenkbar. Früher – also die Älteren unter uns kennen das Ganze auch ohne ABS – da musste man voller Selbstverständnis im Winter bei einer Kurve, wenn man gebremst hat, die Bremse wieder loslassen, sonst ging es geradeaus in den Busch. Und das ist im Prinzip nichts andere – da ist eine neue Technik eingezogen und heute schon Selbstverständnis geworden – keiner macht sich mehr Gedanken, was passiert da eigentlich, wenn ich gerade auf die Bremse trete, da ist ein großer Apparat am Laufen. Und so ähnlich wird es in der Telefonie auch sein, dass man telefoniert – so wie wir beide jetzt gerade – und im Hintergrund die Technik sozusagen mithört und zum Beispiel bestimmte Vorgänge einleitet. Wenn wir z.B. ein Gespräch entgegennehmen und da ruft jemand an und hat Fragen zur Sauna im Hotel. So, und jetzt haben wir eine FAQ-Liste, die geht über zehn 10 Seiten! Der Agent müsste eigentlich jetzt anfangen, zu suchen in den FAQ: Was gibt's denn zum Thema Sauna Öffnungszeiten ... Pipapo ... und wenn die Technik das abnimmt, spielt die uns – weil sie mithört, alles zur Sauna dem Agenten vor. Das heißt, wir haben hier weder einen Bot, der automatisiert antwortet, sondern wir haben hier die Technik, die dem Agenten – also dem lebendigen Agenten – die Information quasi vorbereitet – wie bei der Google-Suche. Und das sind dann für uns die ersten Schritte, die funktionieren und die nächste Ausbaustufe ist, dass man tatsächlich erst einen Bot, d.h. in der ersten Instanz also first-level hat. z. B. der Kunde ruft an und will einen Tisch reservieren in einem Restaurant und wird von der Maschine angenommen. Man spricht zusammen, der Anrufer merkt das fast gar nicht und dann stellt der Anrufer aber eine Frage, bei der die Maschine merkt: „Da kann ich nicht weiter ... die Anforderungen erfülle ich nicht mehr, das gibt mein Programm nicht her.“ Und dann moderiert die Maschine ganz nett und freundlich ab. „Jetzt brauche ich einen Kollegen, weil ihre Frage kann ich gerade nicht beantworten.“ Und stellt dann zum Menschen durch. Hier sind wir gerade am Pilotieren, das ist ein ganz ganz spannendes Thema. Es wird nur in Nischen funktionieren, wo ich immer wiederkehrende Prozesse habe, die schön abbildbar sind. Das geht in der Gastronomie, wenn es um die Tisch-Buchung geht und z.B. beim Energiedienstleister, wo es um das Ablesen von Zählerständen geht, weil da weiß ich, ich habe eine ganz hohe Frequenz und immer dasselbe Doing. Da habe ich die höchste Trefferquote, dass die Maschine da auch helfen kann.

**Bianca Traber:** Wenn wir beim Thema WERTSCHAFFER sind also – wenn ich das richtig verstehe – dann schafft sozusagen die Technologie auf der einen Seite Sicherheit für den Agenten.

**Erik Krömer:** Ja, absolut okay.

	Erstellt	Geändert	Freigabe	Version	Gültig ab	Seite
	23.02.2021			1.0	Datum	3
Name	AWE		Name / Kürzel			

**Bianca Traber:** und auf der anderen Seite durch die Sicherheit, die der Agent hat, kann er einen noch besseren Service am Kunden leisten.

**Erik Krömer:** Unbedingt - und dann haben wir das Thema Geschwindigkeit, denn dank der Digitalisierung sind wir ja alle verwöhnt. Es muss ja Alles zack zack gehen ... d.h. wir haben ja alles, aber keine Zeit mehr. Insofern hat der Anrufer den Wunsch: bitte hilf mir genau jetzt. Und je nach Projekt gibt es unterschiedliche Bearbeitungstiefen und wie gesagt, wenn ich das ganze Thema Corona z.B. nehme, da sind die FAQ seitenlang und dort kann die Technik wunderbar unterstützen, damit die Agenten in Echtzeit Informationen wiedergeben können, die vielleicht gerade vor einer halben Stunde eingespielt worden sind. Das heißt auch für den Agenten, der dort arbeitet, immer wieder neue Informationen in ganz kurzer Taktung. Und da braucht man einerseits technische Kompetenz, aber natürlich auch den Menschen dahinter, der das, was er dort verarbeitet, auch einmal durch den eigenen Kopf mit sieht, weil es soll natürlich auch alles Hand und Fuß haben.

**Bianca Traber:** Noch ein anderes Projektbeispiel -und da haben wir auch wieder ganz gut die Brücke - Thema relevante Informationen: Du hattest mir noch erzählt von einem Projekt im Autohaus, also auch wieder eine Anforderung von einem Kunden, dass aus unterschiedlichsten Kanälen Anfragen einströmen. Und Zeit ist Geld und man will sich ja nur auf die Anfragen konzentrieren, die wirklich auch dann am Ende die Möglichkeit schaffen, ein Geschäft abzuschließen. Was habt ihr da für Lösungen kreiert?

**Erik Krömer:** Also ich glaube, das ist die Kehrseite der Digitalisierung: Einmal das Thema Geschwindigkeit. Dann das Thema Zeit und zwar 24/7. Das heißt, der Autokäufer sitzt heute irgendwie am Wochenende - am Sonntagabend - auf dem Sofa und googelt so durch die Gegend und sucht sich ein Auto aus. Und dann sagt er: der soll es sein. Und das macht er nicht nur einmal, das macht er zehnmal. Meistens kosten sie ja auch ungefähr das gleiche und dann schickt er im Prinzip einen Kaufwunsch raus in die weite Welt und dann gewinnt natürlich derjenige, ja, der das Ding, also diesen Kaufwunsch vorqualifiziert und schnell reagiert, am besten in Echtzeit gleich. Und die Herausforderung für unsere Kunden ist, dass über Facebook, XING, über Instagram, über die eigene Webseite, über das Telefon die Anfragen reinkommen und unser Kunde hat jetzt die tolle Aufgabe zu sagen, okay, da kommen zehn Anfragen rein und welche davon ist dann für mich tatsächlich verkaufsrelevant? Wer will eigentlich nur noch mal bisschen verhandeln und wer will eigentlich sagen, das ist mein Auto und ich kaufe. Heißt: hier qualifizieren wir diese Kanäle vor und versuchen, aus diesen zehn Kontaktanfragen die drei bis vier rauszuholen, die die höchste Kaufwahrscheinlichkeit abbilden. Und damit erspart sich der eigentliche Verkäufer ganz viel Zeit, weil er sich direkt auf die stürzt, bei denen die Trefferwahrscheinlichkeit am höchsten ist und zum anderen sorgt es - und das ist leider auch ein Manko der Digitalisierung - dafür, diesen Datenmüll zu kanalisieren und zu sortieren - auch in Bezug auf Doppelanfragen oder Scheinanfragen oder Spam - direkt vorneweg zu filtern und zu sagen: „Ok, da brauchst du dich nicht drum kümmern.“ Da kommt auch ganz viel Datenmüll, der dann letztendlich das Wertvollste, wieder frisst, nämlich die Zeit.

	Erstellt	Geändert	Freigabe	Version	Gültig ab	Seite
	23.02.2021			1.0	Datum	4
Name	AWE		Name / Kürzel			

**Bianca Traber:** Das bedeutet aus Sicht eines Autohauses: Es ist der Vorteil dieser Technologie, dass ich mich wirklich auf werthaltige Gespräche fokussieren kann fokussieren und konzentrieren kann - also auf mein Kerngeschäft.

**Erik Krömer:** Unbedingt.

**Bianca Traber:** Weil das Kerngeschäft ist ja nicht, Informationen raus zu filtern und zu unterscheiden: das ist jetzt Müll oder nicht, sondern mein Kerngeschäft ist ja, am Ende das Auto zu verkaufen und meinen Service anzubieten und die entsprechende Leistung zu bringen. Wenn ich mich jetzt als Unternehmer - also ein superspannendes Thema, weil ich denke, es ist keine Zukunftsmusik, es ist schon da, es bietet echten Nutzen! Wenn jemand als Unternehmer jetzt mehr darüber erfahren möchte, wie kann er dich dann erreichen?

**Erik Krömer:** Einfach mal global office googeln - dann sollte ich sofort auftauchen (wenn die digitale Technik mitmacht). Nein, wir haben 50 Standorte vor Ort - also bunt verteilt in Deutschland und Österreich. Das heißt, wenn jemand sagt: „Mensch das interessiert mich! Ich möchte dort weiter einsteigen“, dann kommt ein Partner oder ich zum Kunden und wir gucken uns vor Ort seine Welt an, weil wir haben 1.400 Unternehmen, die wir betreuen und wir haben auch 1.400 einzelne Lösungen - teilweise auch im Hause einzelne Bereiche. Bleiben wir beim Autohaus: der Verkauf hat andere Anforderungen wie der Service oder der Teileversand oder die Buchhaltung oder die Geschäftsführung. Das heißt: Es ist durchaus möglich und wird auch angewendet, dass wir dafür drei oder vier Lösungen innerhalb eines Hauses haben, damit der Anrufer sich optimal abgeholt wird und sich von der ersten Minute an gut aufgehoben fühlt und ein super Serviceerlebnis mitnehmen wird.

**Bianca Traber:** Vielen Dank, also ich verweise auch gerne noch mal in den Shownotes und verlinke das auch gerne, dann kann man dich auch auf LinkedIn erreichen. Oder über LinkedIn kontaktieren. Sehr schön. Noch eine abschließende Frage: ich fand in unserem Vorgespräch deine Haltung sehr sehr gut zum Thema „neue Technologien.“ Ich finde, du hast da eine sehr gesunde realistische Einschätzung, was den Einsatz die Grenzen und die Möglichkeiten angeht. Lass uns doch bitte noch teilhaben dran.

**Erik Krömer:** Ich glaube, wir sollten sehr mutig an die neuen Techniken dran gehen aber auch nicht illusorisch. Für mich steht der Mensch im Mittelpunkt. Gerade beim Thema Kommunikation. Und das ist unser Fachgebiet, wo wir zu Hause sind und ich sehe die Technik dahinter als Hilfestellung. Wie mir das ABS hilft, mein Auto auf der Straße zu halten, hilft mir die Technik und die IT, dem Agenten sozusagen, das Gespräch auf der Straße zu halten und das ist das, wo ich glaube, da ist die Technik richtig untergebracht und richtig verstanden. An das Ersetzen, daran glaube ich nicht. Ich sehe eher die Tendenz, dass der persönliche Kontakt - gerade wenn es ernst wird - immer mehr eine Rolle spielt. Ein schönes Beispiel ist gerade das ganze Corona-Thema mit der verbundenen Kommunikation. Rein theoretisch sind im Internet alle Informationen zu bekommen. Und unsere Telefone - wir machen für verschiedene Landratsämter die Kommunikation in Deutschland- und die Telefone

	Erstellt	Geändert	Freigabe	Version	Gültig ab	Seite
	23.02.2021			1.0	Datum	5
Name	AWE		Name / Kürzel			



laufen heiß und die Fragen, die man im Internet finden würde, werden hier gestellt, weil die Menschen einfach bei wichtigen Themen einen Ansprechpartner haben wollen. Das heißt: es gibt noch nicht dieses Urvertrauen, dass das, was dort steht, stimmt. Und das beruhigt mich so ein bisschen, dass der Mensch in der Beziehung überhaupt nicht überflüssig ist, sondern er wird einfach noch wertvoller eingesetzt und für - Entschuldigung - für Pillepalle, da kann man das Internet wunderbar nutzen, aber wenn es richtig ernst ist, dann will ich halt mein Gegenüber an der Strippe haben und dann brauche ich -ja- dann brauche ich die Interaktion.

**Bianca Traber:** Danke dir herzlich für diese Einblicke, auch in die Technologien und die Anwendungsmöglichkeiten und den Nutzen. Also ich nehme für mich mit, es geht überhaupt nicht darum irgendwas oder irgendwen zu ersetzen, sondern es gibt Herausforderungen zu lösen und ja, da muss man einfach das passende Mittel der Wahl zum Einsatz bringen und ob das dann Technologie ist oder der Mensch - das ist am Ende des Tages egal. Das Ergebnis muss für den Kunden stimmen und that's it.

**Erik Krömer:** Perfekt - genauso ist es.

**Bianca Traber:** Prima, ich danke dir und ich komme - also ich bin überzeugt davon, dass das Thema Technologien bei dir mit Sicherheit noch auch andere Anwendungsmöglichkeiten findet und halt mich doch dann bitte gerne auf dem Laufenden, dann können wir mit Sicherheit noch mal eine Folge machen zu Themen, die du hier in der Praxis hast. Weil ich finde das so wichtig, dass wir nicht nur drüber reden, sondern auch machen. Da vielleicht noch ein kleiner Hinweis an unsere Hörerinnen und Hörer: Mit Erik haben wir noch einen Chancenmacher-Podcast zusammen gemacht. Hier geht es um das Unternehmertum und auch um das Geschäftsmodell Franchise und da verlinke ich dann auch gerne in den Shownotes zu dieser Folge. Den anzuschauen ist auf jeden Fall lohnenswert. Vielen vielen Dank Erik. Herzlichen Dank fürs Gespräch und bis zum nächsten Mal bis später bis dann ciao ciao.

**Bianca Traber:** Liebe Hörerin und Hörer, ich hoffe, Sie konnten aus dieser Folge einige wichtige Impulse und Denkanstöße für den Einsatz neuer Technologien in der Praxis mitnehmen. Wenn sie aus ihrem Umfeld besondere Projekte und dazugehörige Chancen machen kennen, freue ich mich über Ihre Empfehlung. Vielleicht haben sie selbst spannende Projekte realisiert und wollen darüber berichten. Schreiben Sie mir eine Mail an [gamechanger@diemehrfabrik.de](mailto:gamechanger@diemehrfabrik.de) oder buchen Sie einen Termin zum ersten Kennenlernen unter [www.diemehrfabrik.de/podcast](http://www.diemehrfabrik.de/podcast). Los gehts.

	Erstellt	Geändert	Freigabe	Version	Gültig ab	Seite
	23.02.2021			1.0	Datum	6
Name	AWE		Name / Kürzel			