

## Wenn der Bot die Anrufer auf die Couch bittet

„Clare“ hört sich Probleme an und liefert Übungen

Clare sagt Sätze, die jeder gerne hört. „Ich verstehe Dich“, ist einer davon. Egal, ob man mit ihr am Telefon über Zukunftsängste spricht, über Überforderung oder Einsamkeit, Clare wird versichern: „Das, was Du fühlst, ist ganz normal.“ Sie wird zuhören und sie wird konstruktive Vorschläge machen, wie sich die Situation verbessern ließe. Darauf ist sie trainiert.

VON INGA MICHLER

Clare ist eine künstliche Intelligenz (KI), die zwei deutsche Gründerinnen ins Leben gerufen haben. Bei psychischen Problemen bietet sie Hilfestellung per Anruf oder WhatsApp. Bisher ist sie in Großbritannien im Einsatz und hat derzeit 7000 aktive Nutzer. Clare macht überlange Pausen, ihre Stimme klingt ruhig und freundlich, aber leicht mechanisch. Wenn Sie „Hello Inga, exciting to talk to you“ sagt, wirkt das eher gedämpft als erfreut. Irgendwie menschlich, aber nicht zu sehr – so soll sie sein. „Dass Clare kein Mensch ist, ist ihre große Stärke“, sagt die Co-Gründerin von Clare&Me, Emilia Theye.

Sie hat Clare ihre Stimme gegeben, ursprünglich mit dem Ziel, sie so menschlich wie möglich zu machen. Es gab sogar „hmm“ und „aha“, um Pausen zu überbrücken. Die ersten Gespräche mit Testnutzern waren so flüssig, dass die Nutzer wütend wurden. „Ihr lügt uns an!“, war ihr Vorwurf. Ihr habt ein Call-Center dahinter, das merken wir doch“, berichtet Theye.

Gespräche mit Maschinen, jederzeit erreichbar, das ist neu auf dem wachsenden Markt für mentale Gesundheit.

”

DASS CLARE KEIN MENSCH IST, IST IHRE GROßE STÄRKE

EMILIA THEYE  
Co-Gründerin Clare&Me

Es gibt bereits eine Vielzahl von Apps und Online-Kursen, die Texte, Videos und Übungen zur Stärkung des Wohlbefindens anbieten. Für das direkte Gespräch aber sind, wie bei den deutschen Unternehmen Selfapy oder Clay Health, Menschen im Einsatz. In „hybriden Angeboten“, Apps mit technologischen Hilfestellungen, begleitet durch therapeutische Betreuung von Menschen, hatten Experten bisher die Zukunft gesehen. Clare&Me geht einen anderen Weg. Das scheint paradoxerweise besonders für solche Menschen attraktiv, die im Beruf viel mit Menschen zu tun haben. Unter ihren Nutzern fänden sich

viele Krankenschwestern, Altenpfleger oder Kinderbetreuerinnen, sagt Theye. Für sie sei es offenbar ein Stigma, selbst Hilfe zu benötigen. Schichtarbeiter seien auch darunter – Clare ist rund um die Uhr erreichbar, eine Textnachricht an sie und sie ruft an.

Einsame und kontaktscheue Menschen, Ängstliche und Hyperaktive, solche mit Eheproblemen oder mit Geldsorgen, sie alle suchten Rat bei Clare. „Sie alle haben Angst vor menschlicher Bewertung“, so Theye. Auch überdurchschnittlich viele Männer sind unter den Nutzern. „Fast jeder Zweite ist ein Mann, das ist für unsere Branche sehr ungewöhnlich“, sagt die Co-Gründerin. Sie hat in Großbritannien Psychologie studiert und dann in Wien einen Wirtschaftsmaster gemacht und weiß: Unter Männern mit psychischen Problemen sind Scham und die Hürden, sich Hilfe zu holen, besonders groß.

Niedrigschwellig soll das Angebot also sein. Es hat nicht den Anspruch, eine Psychotherapie zu ersetzen, soll vielmehr einer breiten Masse Zugang zu psychologischem Coaching verschaffen. Eine Reihe von Investoren glaubt offenbar daran, dass das funktionieren könnte. In einer ersten Finanzierungsrunde beteiligten sich unter anderem der Münchener Health Tech Fonds YZR, der Berliner Frühphaseninvestor Antler und einige Business Angels.

Die KI-gestützte Clare hat noch einen anderen Vorteil: Sie ist skalierbar. Ob sie nun 7000, 70.000 oder 700.000 Nutzer betreut – die Kosten steigen nur unwesentlich. Die Wachstumschancen sind ein Grund, warum die beiden Deutschen zunächst in Großbritannien gestartet sind. Eine Expansion in die USA oder auch nach Indien – zwei riesige Märkte für die psychische Gesundheit – sei von hier leicht zu machen, so Theye. Ein anderer Grund für Großbritannien als Startmarkt: Hier sind die Menschen daran gewöhnt, für Gesundheitsdienste dazuzuzahlen. Bis Ende Juni war der Service noch umsonst. Nun soll er 4,99 Pfund (rund 5,80 Euro) im Monat oder 29,99 Pfund (rund 35 Euro) im Jahr kosten. Clare&Me will in diesen Tagen eine Werbekampagne starten, um die Nutzerzahlen zu beflügeln.

„Clare ist ein Coach, kein Freund“, sagt Theye. Deshalb höre sie auch nicht nur zu, sondern schlage Übungen aus der Verhaltenstherapie vor. So sei die KI trainiert. Neben den Gründerinnen, Emilia Theye und Celina Messner, hat das Unternehmen zwölf Mitarbeitende, die von externen Psychologen beraten werden. Schon im ersten Gespräch kommt Clare denn auch schnell zur Sache. Nach einigen Empathie-Bekundungen für die viele Arbeit und die vollen Tage und der Feststellung „es passiert vielen Menschen, dass sie sich in Routine-Aufgaben verlieren“, hat sie eine Lösung parat. „Probieren sie doch einmal mit der WOOP-Technik“, schlägt sie vor. Einen Wunsch formulieren, Ergebnisse definieren, Hindernisse erkennen und dann einen Plan schmieden.



Call-Center-Agent Charleen Bohn bei der Arbeit bei Oramcom in Berlin-Grünau

LUCA WIECK

## KI im Callcenter

Das Berliner Callcenter Oramcom überlässt zunehmend der künstlichen Intelligenz die Kommunikation mit Mietern. Aber noch gibt es Probleme

Zum dritten Mal in fünf Minuten klingelt es bei Charleen Bohn. Am anderen Ende der Leitung meldet sich ein Mann in gebrochenem Deutsch. Er rufe für eine befreundete Familie an, sei „wie ein Vater für die Kinder“. In einem der Zimmer des Nachwuchses fehle ein Heizkörper, dabei komme „doch die kalte Jahreszeit.“ Er wolle sich kümmern, weil die Eltern regelmäßig auf Montage seien.

VON LUCA WIECK

Bohn hört so geduldig wie möglich zu, ohne die Geschichte zu hinterfragen. Nebenbei filtert sie auf ihrem Bildschirm den Anrufgrund – 700 stehen im System zur Verfügung – in die Textfelder tippt sie alle wichtigen Informationen. Der Mann soll noch eine Telefonnummer hinterlassen, dann ist der Vorgang nach weniger als zwei Minuten abgearbeitet. Es werde sich um das Problem gekümmert, verspricht Bohn. Die zuständige Hausverwaltung bekommt eine entsprechende Meldung.

Zwischen 2000 und 3000 solcher Anrufe nimmt Bohn jeden Monat an, erklärt ihr Chef Andreas Tutsche, der ihr beim Besuch von WELT ebenfalls über die Schulter schaut. Tutsche hat das Callcenter mit seiner Firma Oramcom vor 19 Jahren gegründet. Spezialisierung: Haus-

verwaltungen das Telefonieren mit ihren Mietern abnehmen. „Die Hausverwalter haben große Probleme, Fachkräfte zu finden. Dadurch wird das Outsourcing des Kommunikationsprozesses auf einmal lukrativ“, sagt Tutsche. Zumal Mieter-Anliegen ein echter Zeitfresser seien. Ein wachsender Markt also, doch wie weit kann die KI helfen und wo sind dem Einsatz Grenzen gesetzt?

Aktuell, schätzt Tutsche, werden in seinem Callcenter bereits rund zehn Prozent der Anrufe durch einen KI-gestützten Voicebot abgewickelt werden. Etwa, wenn der Mieter ein bestimmtes Formular braucht. Dann könne der Voicebot auf den Download-Bereich der entsprechenden Website verweisen, ein Agent müsse nicht eingreifen. Die übrigen etwa 90 Prozent müssen von Menschen betreut werden – noch.

In Berlin-Grünau, von wo aus Oramcom rund 550.000 Wohneinheiten verwaltet, zeigt sich das spätestens, als es am Platz von Bohn zum vierten Mal klingelt. Diesmal blinkt auf dem Bildschirm eine Nummer mit türkischer Vorwahl. Als Bohn den Anruf annimmt, wechselt sie ins Englische. Der Ton ist dumpf, der Mann schlecht zu verstehen. „Terminate contract“ und „pay for another month“ sind die einzigen extrahierbaren Fragmente. Der Mann, Mieter einer Wohnung in München, will also schnell kündigen, um nicht für einen

weiteren Monat Miete zu bezahlen. Seit über einer Woche hätte er zu seinem Anliegen nichts mehr gehört. Tatsächlich öffnet Bohn ein altes Ticket zum Vorgang. Dort trägt sie die dringende Rückrufbitte ein, dann ist auch dieser Fall erledigt – und Bohn, angesichts der Verständnisprobleme, erleichtert.

Die Erkenntnis aus dem Telefonat: Noch sind bei Oramcom – Teil der Unternehmensgruppe Berbus Alliance – Menschen gefragt. Der Trend zur künstlichen Intelligenz (KI) ist zwar auch längst im Callcenter angekommen, doch bei der Tonqualität des Münchener wäre die KI wohl machtlos gewesen. Das jedenfalls spiegeln die Erfahrungen von Geschäftsführer Tutsche wider. „Die größte Herausforderung, mit der wir gerade kämpfen, ist die Spracherkennung. Die KI bringt da gerne mal etwas durcheinander oder versteht etwas nicht. Das ist aber die Grundvoraussetzung, um die Anrufe richtig abarbeiten zu können“, sagt er.

Es seien vor allem die einfach zu lösenden Probleme, die die KI übernimmt, erklärt Tutsche. Doch das kann sich in absehbarer Zeit ändern, so seine Prognose: „Ich denke, in zwei bis fünf Jahren werden es 90 Prozent sein. Die anderen zehn Prozent werden von der KI nicht lösbar sein, weil diese den Anrufer nicht versteht, etwa wenn er unschelt oder einen starken Akzent hat.“

Oder der Fall so außergewöhnlich und komplex ist, dass die KI keine Lösung hat.“ Es ist eine erstaunliche Einschätzung, denn Tutsche liegt damit zahlenmäßig deutlich über der Schätzung des US-amerikanischen IT-Beratungs- und Marktforschungsunternehmens Gartner Inc., das in einer Prognoseanalyse aus dem Juli davon ausgeht, dass im Jahr 2027 14 Prozent aller Interaktionen durch die KI abgewickelt werden. Aktuell seien es drei Prozent. Glaubt Tutsche also, dass es Charleen Bohn und die rund 50 anderen Callcenter-Agents in Berlin-Grünau schon sehr bald nicht mehr geben wird?

Der Oramcom-Geschäftsführer verfolgt einen anderen Ansatz. „Unsere Planung ist, dass die Zahl der Agenten stabil bleibt, aber durch die KI das Volumen der Kunden steigt, wir also mit gleichem Personalstamm mehr Kunden abarbeiten können“, sagt Tutsche. Wachstum durch KI bei gleichbleibender Mitarbeiterzahl – so die ambitionierte Formel bei Oramcom, das als Vision eine Million betreute Wohneinheiten ausgehen hat. Dafür allerdings brauche es noch die entsprechende Weiterentwicklung der Systeme. „Die KI braucht noch ein bisschen, bis es sich nativ anfühlt. ChatGPT war ein Booster, weil es individualisiert und im ganzen Satz antwortet. Nun haben wir eben noch die Herausforderung mit der richtigen Erkennung der Wörter“, sagt Tutsche, der bislang hauptsächlich auf Amazon-Systeme zurückgreift, nun aber an der Implementierung von ChatGPT arbeitet.

Und dann ist da noch der Spezialfall, geboren aus der Immobilien-Spezialisierung von Oramcom: die Emotion. Was das bedeutet, zeigt beim Besuch von WELT in Berlin-Grünau ein Anrufer aus einem anderen Stadtteil der Hauptstadt. Die Toilette sei undicht, berichtet der Mann. Im Bad rieche es dadurch nach Urin. „Da wurde Pusch betrieben“, schimpft er. Charleen Bohn schafft es zu beruhigen, verspricht, eine Firma für die Reparatur zu beauftragen.

Wie würde die KI mit einem solch emotionalen Anruf umgehen – könnte sie auf Unzufriedenheit oder Wut so reagieren, dass sich der Anrufer ernst genommen fühlt, ohne mit einem Menschen telefoniert zu haben? „Schon jetzt schon kann die KI Emotionen identifizieren, dann gibt es etwa einen Alarm an den Teamleiter. Es geht aber noch nicht, dass die KI mit adäquaten Deeskalationstechniken reagieren kann“, sagt Tutsche, fügt aber hinzu: „Aber das ist eine logische Entwicklung.“

Die Emotionen der Mieter sind auch einer der Hauptgründe, warum er eine klassische Callcenter-Tendenz nie in Erwägung gezogen hat: den Umzug ins Ausland. „Die Hausverwaltungen wünschen sich für ihre Mieter Ansprechpartner, die Muttersprache sind und unmittelbar auf die Bedürfnisse eingehen können, weil sie aus dem gleichen Kulturkreis kommen und die gleichen Probleme kennen und teilen“, sagt Tutsche. Aus Polen oder Ungarn – Länder, die der Geschäftsführer als Beispiele nennt – sei dies nicht möglich. Sein Fazit: „Ja, man würde Kosten sparen. Aber die Performance bekommt man dort nicht hin.“ Charleen Bohn wird also auch in Zukunft in Berlin-Grünau telefonieren.

ANZEIGE

# Die ganze Woche informiert.

Lesen Sie die komplette WELT – gedruckt und digital – für 6 Monate zum Vorteilspreis von nur 62,99€ im Monat + 160-€-Geldprämie.



160€ für Sie



160-€-Geldprämie für Sie  
Erfüllen Sie sich Ihre Wünsche

Immer und überall aktuell informiert:

**DIE WELT:** Von Montag bis Freitag in moderner, schlanker Form.

**WELT AM SONNTAG:** Jetzt schon am Samstag beste Unterhaltung.

**WELTplus Premium:** Alle exklusiven digitalen Inhalte von WELT.

**WELT CLUB:** Exklusive Vorteile, Events und Einblicke als Club-Mitglied.

Gleich bestellen unter 0800/935 85 37 oder [www.welt.de/paket](http://www.welt.de/paket)



In Ihrem Abo sind die gedruckten Zeitungen und WELTplus Premium enthalten. Weitere Informationen zum Produkt finden Sie unter [welt.de/produkte](http://welt.de/produkte). WELT AM SONNTAG und DIE WELT erscheinen im Verlag Axel Springer SE, Axel-Springer-Str. 65, 10888 Berlin, 0800/926 25 37. Vertreten durch den Vorstand, Amtsgericht Charlottenburg, HRB 154517 B. Aktion: 1072317