

KI-Chatbots in Webshops: Warum die meisten Lösungen zu kurz greifen und wie es besser geht

In der heutigen Welt des Conversational Commerce sind Chatbots längst mehr als nur nette Spielerei. Sie begleiten Kunden durch den Kaufprozess, beantworten Fragen in Echtzeit und können so die Konversionsrate spürbar steigern. Fast wie ein persönlicher Verkaufsberater, der rund um die Uhr zur Verfügung steht. Doch die Realität sieht oft anders aus. Schauen wir uns einmal ehrlich die aktuelle Landschaft der E-Commerce-Websites an: Viele Webshops setzen entweder gar keine KI-gestützten Chatbots ein, oder, was noch frustrierender ist, sie haben welche implementiert, die wie nachträglich aufgeklebte Pflaster wirken. Diese Bots existieren in ihrer eigenen kleinen Blase, völlig abgekoppelt vom Rest der Website.

Das Resultat? Ein fragmentiertes Nutzererlebnis, das Kunden eher frustriert als unterstützt.

Was läuft schief bei herkömmlichen Webshop-Chatbots?

Zugegeben, viele dieser Chatbots können durchaus kompetent beraten. Sie beantworten Fragen zu Produkteigenschaften, geben Empfehlungen ab und helfen bei allgemeinen Anfragen. Doch ihre fundamentalen Schwächen zeigen sich schnell, sobald es um echte Interaktionen auf der Website geht:

Keine Warenkorb-Integration: Der Bot kann weder sehen, was bereits im Warenkorb liegt, noch Artikel hinzufügen oder daraus entfernen. Kunden müssen den Chat verlassen und manuell navigieren.

Fehlende Filter-Steuerung: Möchte ein Kunde die Produktauswahl eingrenzen, etwa nach Preis, Marke oder Eigenschaften, kann der Bot keine Kategorienfilter setzen. Stattdessen muss der Nutzer selbst durch die Navigation klicken. Umgekehrt weiß der Bot nichts von bereits gesetzten Filtern und kann diese Informationen nicht für eine bessere Beratung nutzen.

Isolierte Produktdarstellung: Produktempfehlungen erscheinen meist als Links zu Produktdetailseiten mit Bildern, aber eben nicht in der gewohnten, optisch ansprechenden Darstellung der Website mit allen relevanten Informationen auf einen Blick. Der Kunde muss erst auf jeden Link klicken, um die Produkte richtig vergleichen zu können.

Starre Gesprächsführung: Oft entsteht kein natürliches Beratungsgespräch, sondern es fühlt sich so an, als würde ein Entscheidungsbaum abgearbeitet.

Diese Bots wurden nie als integraler Bestandteil der User Experience konzipiert, und genau hier liegt das Kernproblem. Während ein Verkäufer im stationären Handel intuitiv versteht, was gute Beratung ausmacht, fehlt Online-Chatbots diese natürliche Interaktionsfähigkeit.

Was wir vom stationären Handel lernen können

Ein kompetenter Verkäufer im Fachgeschäft macht drei Dinge gleichzeitig: Er hört zu, er handelt und er passt sich an. Stellen Sie sich vor, Sie suchen eine Kaffeemaschine. Der Verkäufer stellt gezielte Fragen: „Für wie viele Personen kochen Sie normalerweise?“, „Trinken Sie hauptsächlich Espresso oder auch Filterkaffee?“, „Wie wichtig ist Ihnen die Bedienfreundlichkeit am Morgen?“

Während Sie antworten, führt er Sie bereits zu den passenden Geräten, erklärt Unterschiede und lässt Sie verschiedene Modelle ausprobieren. Er reagiert auf Ihre Körpersprache, merkt, wenn Sie zögern, und passt seine Empfehlungen entsprechend an.

Das Ergebnis: Sie werden nicht mit einem Produktkatalog erschlagen, sondern gezielt zu den 2-3 Produkten geführt, die wirklich zu Ihnen passen. Diese Art der Beratung führt zu zufriedeneren Kunden und weniger Fehlkäufen.

Genau hier zeigt sich das wirtschaftliche Problem für Online-Händler: Ohne diese intuitive Beratung steigt die Wahrscheinlichkeit von Fehlkäufen dramatisch. In Deutschland berichten z.B. laut einer [EHI-Studie](#) 65% der Onlinehändler im Bereich Fashion & Accessories von einer Retourenquote von über 25%. Das bringt enorme Kosten für Logistik, Bearbeitung und oft auch Produktverlust mit sich.

Ein Großteil dieser Retouren entsteht durch Produkte, die nicht den tatsächlichen Bedürfnissen entsprechen - ein Problem, das ein guter Verkäufer im stationären Handel durch gezielte Nachfragen von vornherein verhindert hätte.

Hier liegt das größte Potenzial für intelligente Beratungssysteme: Durch passgenauere Empfehlungen lassen sich nicht nur Retouren reduzieren, sondern gleichzeitig die Kundenzufriedenheit und der durchschnittliche Warenkorbwert steigern.

Die Lösung: Agentic AI-Systeme mit echter Integration

Wir haben uns daher gefragt: Was wäre, wenn ein Chatbot nicht nur reden, sondern auch handeln könnte? Was, wenn er ein echter digitaler Assistent wäre, der die Website im Namen des Kunden steuert?

Unsere Antwort darauf ist ein Agentic AI-Konzept, das weit über traditionelle Chatbots hinausgeht. Anstatt isoliert zu operieren, hat unsere Lösung Zugriff auf verschiedene Tools und kann den sichtbaren Zustand der Website aktiv verändern.

Was machen wir mit unserem Konzept anders?

Intelligente Warenkorb-Verwaltung: Unsere Lösung kann den aktuellen Warenkorb einsehen, auf Plausibilität prüfen und Artikel direkt hinzufügen oder entfernen. Gezielte Rückmeldungen helfen, Fehlkäufe zu vermeiden. Ein Beispiel: „Sie haben eine Filtermaschine und einen Tamper im Warenkorb. Dieses Zubehör passt nicht zur gewählten Maschine, da bei der Zubereitung mit einer Filtermaschine kein Kaffee gestampft werden muss.“

Dynamische Website-Steuerung: Der Bot setzt Filter, navigiert durch Kategorien und passt die Produktansicht in Echtzeit an die Kundenwünsche an, alles, während der Kunde im Chat bleibt.

RAG-gestützte Beratung: Durch Retrieval Augmented Generation greift das Modell auf die komplette Produktdatenbank zu und liefert präzise, aktuelle Informationen.

Natürliche Gesprächsführung: Statt starrer Entscheidungsbäume führt der Bot ein echtes Beratungsgespräch. „Sie haben erwähnt, dass Sie morgens wenig Zeit haben, dann wäre ein Vollautomat praktischer als eine Siebträgermaschine.“

Intelligente Recommendations: Empfehlungen lassen sich nahtlos in den Beratungsprozess integrieren: „Kunden mit ähnlichen Anforderungen haben auch diese Mühle gekauft, das würde perfekt zu Ihrer Maschine passen.“ Oder „Hallo Herr Müller, möchten Sie wieder den Entkalker kaufen“?

Nahtlose User Experience: Produktempfehlungen erscheinen sowohl im Chat als auch in der gewohnten Website-Darstellung. Der Kunde erlebt eine einheitliche, intuitive Bedienoberfläche. Die Webseite spiegelt hierbei den aktuellen Stand der Interaktion wider. Eingaben können per Chat oder per Klick auf der Webseite erfolgen. Der Bot hat stets umfassende Informationen für seine Beratungstätigkeit zur Verfügung.

Zentrale Position für den Chat: Ein intelligenter Verkaufsberater sollte nicht als kleine Sprechblase in der Ecke versteckt werden. Stattdessen verdient er eine zentrale Position mit ausreichend Platz für natürliche Gespräche und sollte beim Seitenaufruf bereits geöffnet sein.

Praxisbeispiel: „Coffee Companion“ im Kaffeemaschinenshop

Um diese Vision zum Leben zu erwecken, haben wir eine Demo entwickelt: unseren Coffee Companion-Bot in einem simulierten Kaffeemaschinenshop, der anhand unseres Konzepts Kunden gezielt durch den Einkauf führt und die Interaktionen in Echtzeit steuert.

Stellen Sie sich vor, ein Kunde fragt: „Ich suche einen Vollautomaten.“ Statt nur Links zu posten, macht unser Coffee Companion folgendes:

1. Er setzt automatisch die entsprechenden Filter (Kategorie: Kaffeemaschinen: Typ: Vollautomat).
2. Die Website aktualisiert sich in Echtzeit und zeigt die passenden Produkte.
3. Er fragt nach, welche Eigenschaften die Maschine haben soll.
4. Die Nutzereingabe: „Ich möchte Abwechslung bei der Kaffeesorte haben.“ führt zu einem Widerspruch mit dem aktuellen Filter.
5. Er fragt nach, ob Vollautomaten dann wirklich die passende Wahl sind, da hier normalerweise ein großer Bohnenbehälter vorhanden ist, was der regelmäßigen Variation der Kaffeesorte entgegensteht. Er schlägt daher vor, Kapsel- und Padmaschinen genauer anzuschauen.

6. Der Nutzer und der Bot tauschen im Laufe des Gesprächs Informationen aus, was hilft, das relevante Produktsortiment einzugrenzen und schließlich wenige konkrete Vorschläge zu geben, die dann durch Rückmeldung im Chat oder durch Klick auf das Warenkorbsymbol in den Warenkorb gelegt werden können.
7. Nachdem eine Maschine in den Warenkorb gelegt wurde, liefert der virtuelle Verkaufsberater passgenaue Zubehörvorschläge.

Das Ergebnis? Eine Shopping-Experience, die sich natürlich und intuitiv anfühlt, so, als hätte man einen kompetenten Verkäufer an der Seite, der nicht nur berät, sondern auch direkt handelt.

Unser Ansatz: Vom Problem zur praktischen Lösung

Die beschriebene Lösung ist nicht nur Theorie, sondern bereits Realität. Statt endlos zu diskutieren, haben wir es einfach ausprobiert. Unser Coffee Companion ist das Ergebnis: ein funktionsfähiger Proof of Concept, der zeigt, was heute technisch möglich ist.

Unser Fokus liegt auf der passgenauen Integration von AI in bestehende Kundenlösungen. Dabei geht es uns nicht nur um Webshops, sondern generell um die Optimierung von Abläufen. Das kann Zeit sparen, Qualität erhöhen oder, wie in diesem Fall, die Kundenerfahrung messbar verbessern. Weniger Retouren, höhere Kundenzufriedenheit, mehr Umsatz - das sind die Kennzahlen, die zählen.

Die Zukunft des E-Commerce liegt in der intelligenten Integration von KI, nicht in isolierten Chatbot-Inseln.

Möchten Sie erfahren, wie sich GenAI nahtlos in Ihre bestehende Applikation integrieren lässt? Kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Gespräch.

AI Chatbots in Online Shops: Why Most Solutions Fall Short and How to Do It Better

In today's world of conversational commerce, chatbots are far more than just a nice-to-have feature. They guide customers through the purchasing process, answer questions in real-time, and can significantly boost conversion rates. Almost like having a personal sales assistant available around the clock. Yet the reality is often very different. Let's take an honest look at the current landscape of e-commerce websites: Many online shops either don't use AI-driven chatbots at all or, even more frustratingly, have implemented chatbots that feel like a hastily applied patch. These bots operate in their own little bubble, completely disconnected from the rest of the website.

The result? A fragmented user experience that frustrates customers rather than helping them.

What's Going Wrong with Conventional Online Shop Chatbots?

Granted, many of these chatbots can provide competent advice. They answer questions about product features, make recommendations, and assist with general enquiries. But their fundamental weaknesses become apparent when it comes to real interactions on the website:

- **No Cart Integration:** The bot cannot see what is already in the shopping cart, nor can it add or remove items. Customers must leave the chat and navigate manually.
- **No Filter Control:** If a customer wants to narrow product selections by price, brand, or features, the bot cannot set category filters. Users must navigate manually. Conversely, the bot is unaware of filters already applied and cannot use this information to improve its recommendations.
- **Isolated Product Display:** Product recommendations typically appear as links to product pages with images, rather than in the familiar, visually appealing website layout with all relevant information at a glance. Customers must click each link to compare products properly.
- **Rigid Conversation Flow:** Often, there is no natural advisory dialogue; it feels more like following a decision tree.

These bots were never designed as an integral part of the user experience, and this is the core problem. While a sales assistant in a physical store intuitively understands what constitutes good advice, online chatbots lack this natural interactive capability.

What We Can Learn from Brick-and-Mortar Retail

A competent store assistant does three things simultaneously: they listen, act, and adapt. Imagine you are looking for a coffee machine. The salesperson asks targeted questions: "For how many

people do you usually brew coffee?”, “Do you mainly drink espresso or filter coffee as well?”, “How important is ease of use in the morning?”

As you answer, they already guide you to suitable machines, explain the differences, and let you try out various models. They react to your body language, notice hesitation, and adjust recommendations accordingly.

The result: you are not overwhelmed by a product catalogue, but are guided towards the 2–3 products that genuinely suit your needs. This type of advisory leads to more satisfied customers and fewer returns.

This highlights the economic challenge for online retailers: without intuitive guidance, the chances of returns significantly increase. In Germany, for example, an [EHI study](#) reports that 65% of online fashion and accessories retailers experience a return rate of over 25%. This incurs substantial costs for logistics, handling, and often product loss.

A large portion of these returns stems from products that do not meet the customer’s actual needs – a problem that a good in-store sales assistant would have prevented through targeted questioning.

Here lies the greatest potential for intelligent advisory systems: more precise recommendations can not only reduce returns but also increase customer satisfaction and the average order value.

The Solution: Agentic AI with Full Integration

We asked ourselves: what if a chatbot could not only talk but also act? What if it were a true digital assistant that could navigate the website on behalf of the customer?

Our answer is an Agentic AI concept that goes far beyond traditional chatbots. Rather than operating in isolation, our solution has access to various tools and can actively manipulate the visible state of the website.

What Sets Our Concept Apart

- **Intelligent Cart Management:** Our solution can view the current cart, check for consistency, and directly add or remove items. Targeted feedback helps prevent poor purchases. For example: “You have a filter machine and a tamper in your cart. This accessory doesn’t match the selected machine, as tamping isn’t required for filter coffee.”
- **Dynamic Website Control:** The bot sets filters, navigates categories, and adjusts the product display in real time to match customer preferences, all while the customer remains in the chat.
- **RAG-Enhanced Advice:** Using Retrieval-Augmented Generation, the model accesses the complete product database to provide precise, up-to-date information.
- **Natural Conversation Flow:** Instead of rigid decision trees, the bot conducts a genuine advisory dialogue: “You mentioned you have little time in the mornings, so a fully automatic machine would be more practical than a traditional espresso machine.”

- **Smart Recommendations:** Suggestions are seamlessly integrated into the advisory process: “Customers with similar requirements also bought this grinder; it pairs perfectly with your machine.” Or, “Hello, Mr. Müller, would you like to reorder the descaler?”
- **Seamless User Experience:** Product recommendations appear both in the chat and in the familiar website layout. Customers interact via chat or by clicking on the site, while the bot always has full context to provide effective advice.
- **Prominent Chat Placement:** A smart sales assistant shouldn’t be hidden as a small bubble in the corner. It deserves a central position with enough space for natural conversation and should be visible as soon as the page loads.

Case Study: “Coffee Companion” in a Coffee Machine Shop

To bring this vision to life, we developed a demo: our Coffee Companion bot in a simulated coffee machine shop. This demo illustrates how our concept enhances the shopping experience and manages customer interactions in real-time.

Imagine a customer asks: “I’m looking for a fully automatic machine.” Instead of just posting links, our Coffee Companion does the following:

1. Automatically sets the relevant filters (Category: Coffee Machines → Type: Fully Automatic).
2. Updates the website in real time to display suitable products.
3. Asks which features the customer wants.
4. Receives the input: “I want variety in coffee types,” which conflicts with the current filter.
5. Queries whether a fully automatic machine is truly the best choice, given the usually large bean container, which makes frequent coffee type changes impractical, and suggests considering capsule or pod machines.
6. The customer and bot exchange information throughout the dialogue, narrowing down the relevant product selection to a few concrete options, which can then be added to the cart via chat or a click.
7. After a machine is added to the cart, the virtual sales assistant recommends compatible accessories.

The result? A shopping experience that feels natural and intuitive, as if a competent sales assistant were at your side, advising and acting simultaneously.

From Problem to Practical Solution

This solution is not just a theory; it is already a reality. Rather than endless discussion, we simply tested it. Our Coffee Companion is the result: a working proof of concept that showcases today’s technical possibilities.

Our focus is on seamlessly integrating AI into existing customer solutions. This approach applies not only to online shops but to workflow optimisation in general. It can save time, improve quality, or, as in this case, measurably enhance the customer experience. Fewer returns, higher satisfaction, increased revenue – these are the metrics that matter.

The future of e-commerce lies in intelligent AI integration, not isolated chatbot islands.

Would you like to learn how GenAI can be seamlessly integrated into your existing application? Get in touch for an informal chat.