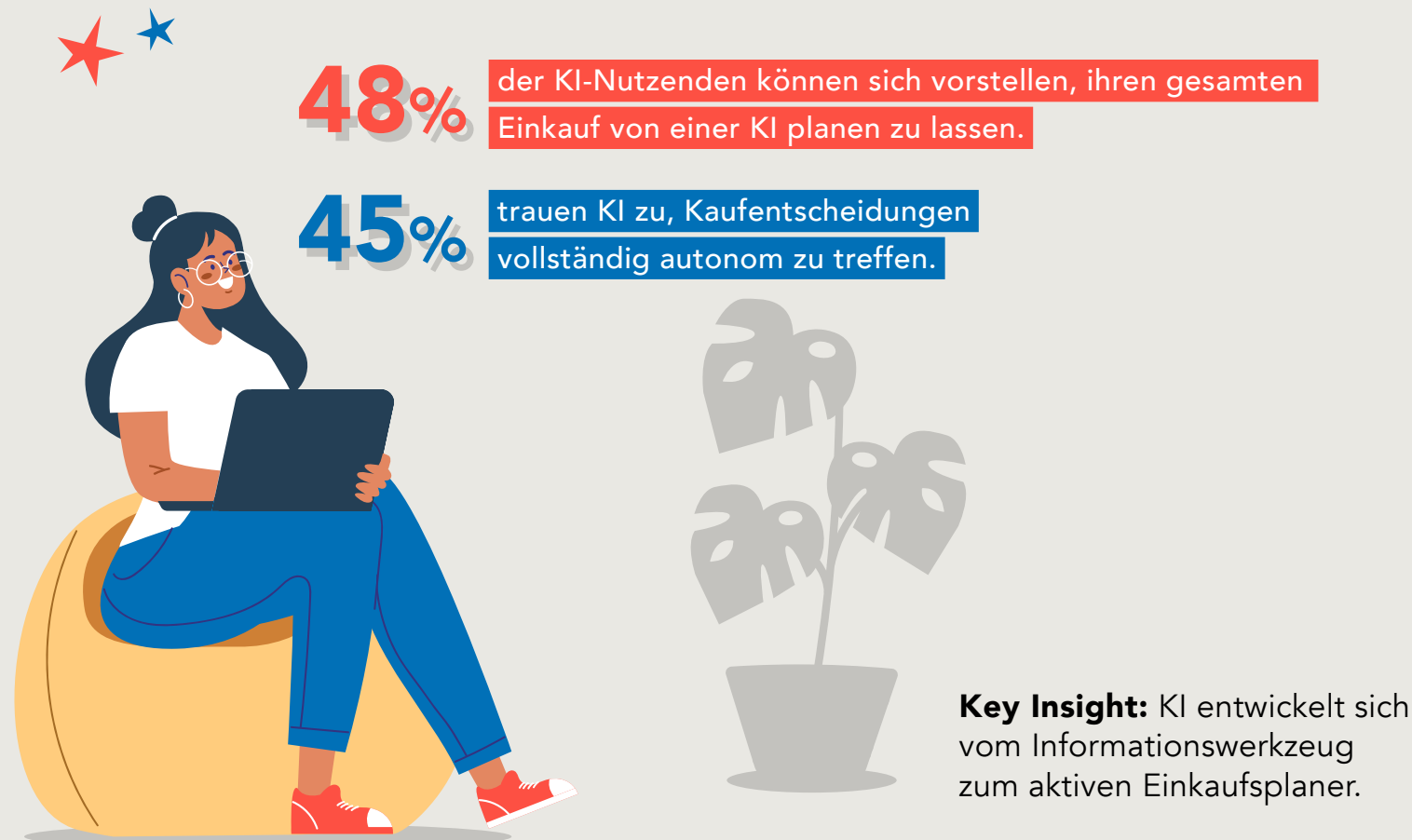


DIE NEUE CUSTOMER JOURNEY IM ZEITALTER VON AGENTIC COMMERCE

KETCHUM

KI PLANT DEN EINKAUF VON MORGEN

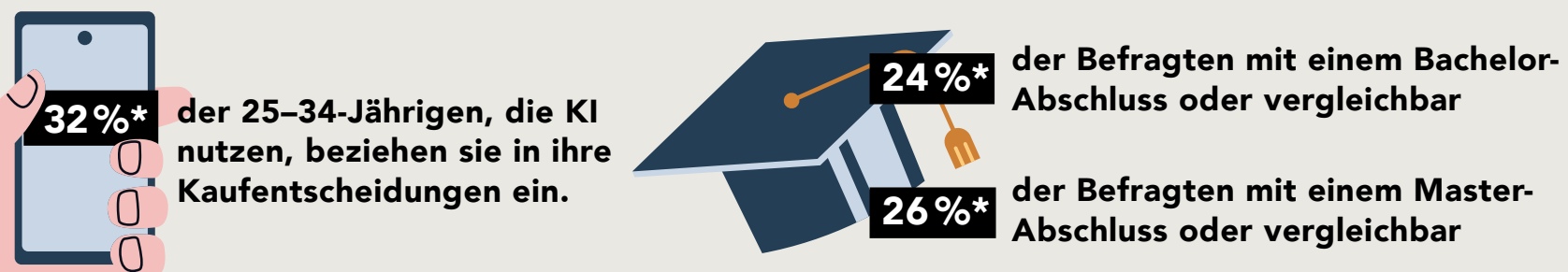


KAUFKRÄFTIGE ZIELGRUPPEN NUTZEN KI HÄUFIGER

Besonders häufig nutzen KI für Kaufentscheidungen:



Junge Zielgruppe und Akademiker:innen vertrauen KI bereits stark:



Key Insight: Kaufkräftige Gruppe treiben den Trend – sie sind überproportional häufig bereit, Kaufentscheidungen zu automatisieren.

KI UNTERSTÜTZT DIE ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

KI wird beim Einkaufen vor allem genutzt für:

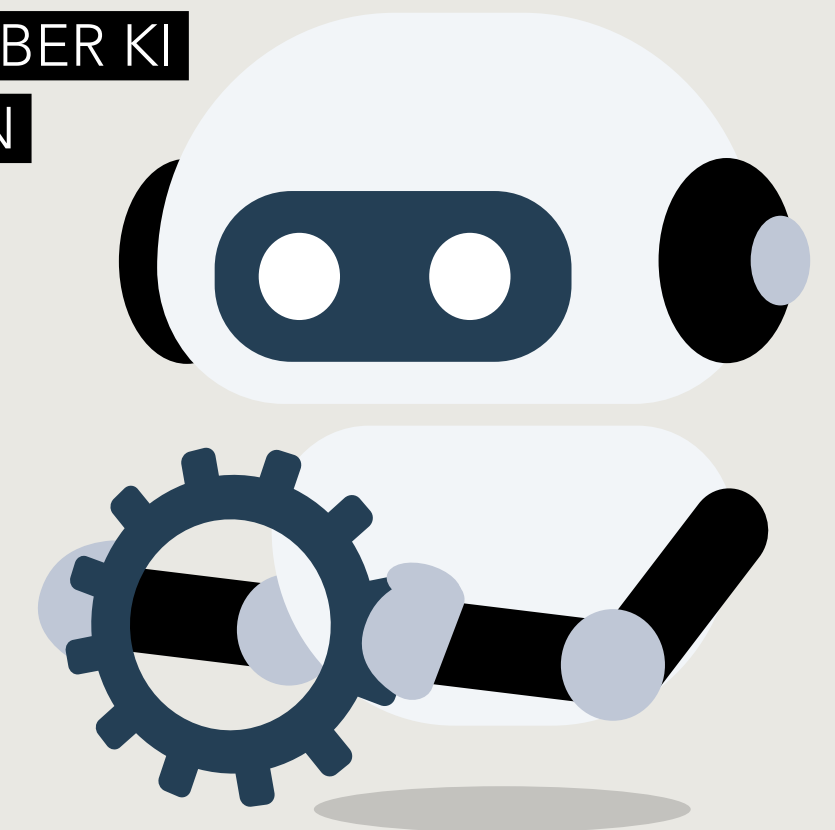


Key Insight: KI ersetzt zunehmend klassische Produktsuche und Vergleichsportale.

SKEPSIS GEGENÜBER KI BLEIBT BESTEHEN

53%

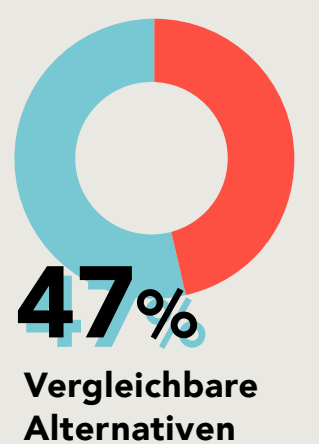
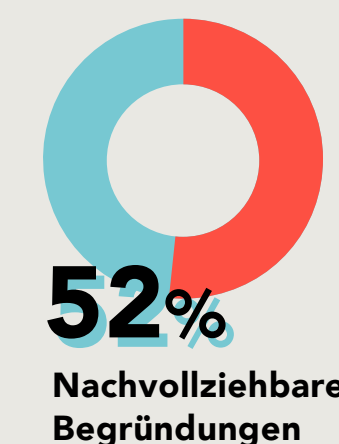
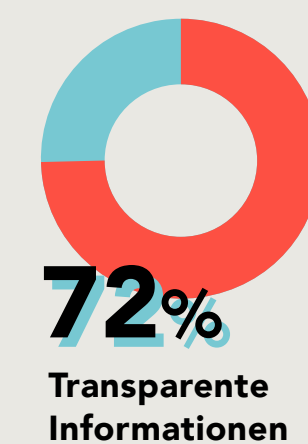
der Befragten befürchten, dass KI-Empfehlungen manipuliert sein könnten.



Key Insight: Transparenz und Glaubwürdigkeit werden zur zentralen Herausforderung für Marken.

VERTRAUEN ENTSCHEIDET ÜBER EINFLUSS

KI-Nutzende erwarten von Empfehlungen:



Key Insight: Wer KI nicht mit strukturierten, konsistenten und vertrauenswürdigen Daten füttert, wird ignoriert.

*Die ausgewiesenen Werte stellen zusammengefasste Ergebnisse mehrerer Kategorien dar.

Die Daten dieser Befragung basieren auf Online-Interviews mit Mitgliedern des YouGov Panels, die der Teilnahme vorab zugestimmt haben. Für diese Befragung wurden im Zeitraum 02. und 04.02.2026 insgesamt 1070 Personen befragt. Die Erhebung wurde nach Alter, Geschlecht und Region quotiert und die Ergebnisse anschließend entsprechend gewichtet. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die Wohnbevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren.