

Akeneo Umfrage: Vertrauen Verbraucher auf KI-gestützte Shopping-Tools?

84 % der Verbraucher, die einen Kauf auf Grundlage von KI-Empfehlungen getätigt haben, berichten von positiven Erfahrungen

Düsseldorf – 28. Mai 2025_ [Akeneo](#), die Product Experience Company, hat die Ergebnisse einer aktuellen Umfrage veröffentlicht. Dabei wurden die Vorlieben und allgemeinen Erfahrungen von US-Verbrauchern mit Künstlicher Intelligenz (KI) beim Online-Shopping untersucht sowie ihr Vertrauen in die Technologie und die Bereitschaft zur Interaktion mit Chatbots.

Während in Deutschland laut einer [Statista-Umfrage](#) 90 % der befragten Konsumenten noch der Meinung sind, dass KI das Onlineshopping-Erlebnis insgesamt kaum verbessert, sieht es in den Vereinigten Staaten anders aus.

Die Ergebnisse der [Akeneo-Umfrage](#) zeigen eine zwar komplexe, aber insgesamt positive Beziehung zwischen E-Commerce-Kunden und der Verwendung von KI. 32 % der Befragten gaben an, schon einmal auf Basis einer KI-Empfehlung eingekauft zu haben. Unternehmen, die weiterhin in KI-Empfehlungen und Chatbots investieren, haben damit also die Chance, das Vertrauen der Verbraucher sowie die Bindung zu Kunden zu stärken, indem sie das Online-Einkaufserlebnis insgesamt verbessern.

KI zur Verbesserung des Produkterlebnisses

Verbraucher haben beim Online-Shopping nicht zuletzt aufgrund des explosionsartigen Wachstums von E-Commerce-Kanälen nahezu unbegrenzte Wahlmöglichkeiten. Das Einkaufserlebnis unterscheidet sich jedoch mitunter gravierend: Auch deshalb erkennen Verbraucher langsam, welchen Einfluss KI auf verschiedene Aspekte ihrer Shopping Experience hat. Die Umfrage von Akeneo ergab, dass 75 % der Befragten KI-Empfehlungen oder Chatbots im Internet wahrgenommen haben, 44 % davon haben diese Bots auch genutzt. Von den Verbrauchern, deren Kauf auf Empfehlung einer KI basierte (32 %), waren überwältigende 84 % mit dem Ergebnis zufrieden.

KI wird schnell in alle Bereiche der Einzelhandelstechnologie integriert. Die Umfrage von Akeneo zeigt welches Potenzial die KI für eine bessere Product Experience (PX) eröffnet. In den folgenden Bereichen sehen die Befragten bereits heute Verbesserungen durch KI:

- 37 % der Konsumenten haben bemerkt, dass KI zur Verbesserung von Produktempfehlungen eingesetzt wird.
- 33 % haben einen schnelleren Kundensupport festgestellt.
- 31 % haben verbesserte oder genauere Suchergebnisse erzielt.

- 28 % berichten von besseren Produktinformationen und -beschreibungen.
- 27 % haben verbesserte KI-Zusammenfassungen von Kundenbewertungen wahrgenommen.

Die Umfrage-Ergebnisse bestätigen: Anbieter und Händler sollten in KI investieren, um die PX zu verbessern, denn Kunden erkennen deren Wert. Eine gute PX basiert auf genauer Datenanalysen in Echtzeit. Mit KI können Unternehmen Daten automatisch sortieren, Muster erkennen, Trends identifizieren und Probleme so schnell wie möglich beheben.

Anbieter und Händler unterstützen ihren Kunden bei der Entscheidungsfindung am besten mit E-Commerce-Seiten die korrekt, genau und detailliert sind. Das verringert das Risiko für Rücksendungen und die Kundenzufriedenheit steigt. Danach befragt, was die Integration von KI für ihr E-Commerce-Erlebnis in Zukunft leisten kann, erwarten 42 % einen genaueren und schnelleren Kundensupport, 39 % exaktere Empfehlungen und 37 % personalisierte Vorschläge auf Grundlage ihrer Präferenzen.

KI-Einsatz im E-Commerce nimmt weiter zu

KI wird im E-Commerce sowohl im Front- als auch im Backend immer häufiger eingesetzt. Aber auch wenn das Potenzial der Technologie groß ist, müssen die positiven Auswirkungen gegen die potenziellen Sicherheitsrisiken abgewägt werden – denn die Umfrage hat auch erhebliche Vertrauensprobleme seitens der Verbraucher aufgezeigt. Nur 45 % der Konsumenten vertrauen darauf, dass KI-gestützten Empfehlungen und Chatbots Produktvorschläge wirklich auf der Grundlage ihrer Interessen und Präferenzen liefern.

„KI wird sich immer stärker in das digitale Einkaufserlebnis und in E-Commerce-Plattformen integrieren, aber dies muss vorsichtig und zielgerichtet geschehen“, so **Romain Fouache, CEO bei Akeneo**. „Unsere Daten zeigen, dass die Konsumenten einerseits vorsichtig, andererseits aber auch neugierig und optimistisch sind, wenn es um die zukünftigen Auswirkungen von KI geht – auch, weil die Nachfrage nach Transparenz, Vertrauen und mehr Personalisierung weiterwächst.“

Weitere Informationen über Akeneo und seine Angebote im Bereich Product Experience finden Sie unter www.Akeneo.com.

Methodik der Dynata-Umfrage

Die Umfrage wurde von Akeneo in Auftrag gegeben und von Dynata, dem weltweit größten First-Party-Datenunternehmen, erhoben. Die Umfrage wurde im April 2025 unter 1.000 US-Verbrauchern ab 18 Jahren durchgeführt, um die Präferenzen, das Vertrauen und das Bewusstsein der Verbraucher gegenüber KI-gestützten Empfehlungen beim Einkaufen zu verstehen.

Über Akeneo

Akeneo ist die Product Experience (PX) Company und weltweit führend im Bereich Product Information Management (PIM). Das Unternehmen ermöglicht es, jede Interaktion durch eine konsistente und überzeugende Product Experience in ein Kundenerlebnis zu verwandeln, das Verbraucher und Fachleute jederzeit und überall zum bestmöglichen Kauf



führt. Akeneo unterstützt Führungskräfte mit Software, Schulungen und einer engagierten Community, die sich alle auf die Praxis des Product Experience Management konzentrieren.

Führende globale Marken, Hersteller, Distributoren und Einzelhändler wie Fossil, Intersport, KaDeWe, Liqui Moly, Snipes, Wüsthof vertrauen auf Akeneo, um ihre Omnichannel-Commerce-Initiativen zu skalieren und anzupassen. Mit der intelligenten Produkt-Cloud von Akeneo können Unternehmen ein optimales Produkterlebnis schaffen. Durch benutzerfreundliche und KI-gestützte Produktdatenanreicherung, Verwaltung, Syndizierung und Onboarding von Lieferantendaten sowie einen umfassenden App-Marktplatz und ein Partnernetzwerk, das die Anforderungen von Unternehmen und Käufern erfüllt. Für weitere Informationen: <https://www.akeneo.com/de/>