

## **Drei Commerce-Trends, die den digitalen Handel 2026 prägen**

- *Voice Commerce, Automatisierung und Nachhaltigkeit im Fokus*
- *Datengetriebene Prozesse und eine starke Produktdatenbasis als zentrale Erfolgsfaktoren*

**Düsseldorf, 15. Dezember 2025** – Der digitale Handel steht 2026 erneut vor strategischen Weichenstellungen. Unsichere Konjunkturaussichten, ein wachsendes Preisbewusstsein aufseiten der Konsumenten und zunehmender Effizienzdruck auf Unternehmensseite machen gezielte Investitionen erforderlich. Wer sich in diesem Umfeld behaupten will, muss laut [Akeneo](#), the Product Experience Company, drei Entwicklungen besonders im Blick behalten: Voice Search und Conversational AI, die Automatisierung von Commerce-Prozessen und den wachsenden Einfluss von Nachhaltigkeit auf Kaufentscheidungen.

### **1. Voice Search und Conversational AI verändern das Einkaufsverhalten**

KI-basierte Sprachassistenten prägen zunehmend das Shopping-Verhalten. Immer mehr Konsumenten nutzen Spracheingaben, um Produkte zu finden, zu vergleichen und direkt zu kaufen. Dadurch verändert sich die Customer Journey weiter: Navigationspfade treten in den Hintergrund, dialogbasierte Interfaces rücken in den Fokus.

Damit KI-Systeme wie ChatGPT, Gemini oder Perplexity verlässliche Empfehlungen ausspielen können, benötigen sie klar strukturierte, vollständige und semantisch eindeutige Produktdaten. Nur so lassen sich Voice- und Chat-Anfragen korrekt interpretieren und passende Angebote generieren.

### **2. Automatisierung wird zur Pflicht: von Beständen bis Pricing**

Die Automatisierung entlang der gesamten Commerce-Kette schreitet 2026 weiter voran. Ziel ist es, manuelle Aufwände zu reduzieren, Ressourcen effizienter zu nutzen und schneller auf volatile Marktentwicklungen zu reagieren. KI-basierte Systeme prognostizieren Bedarfe, optimieren Lagerbestände und justieren Preise in Echtzeit.

Entscheidend ist jedoch: Automatisierung kann nur so gut sein wie die Daten, auf denen sie basiert. Akeneo schafft mit seiner Product Cloud die notwendige Grundlage, indem es Produktinformationen zentral aggregiert, veredelt und dynamisch für nachgelagerte Systeme wie Pricing Engines, Warenwirtschaft oder Recommender bereitstellt. Dadurch lassen sich Engpässe antizipieren, Sortimente flexibel anpassen und Kundenerwartungen zielgenau bedienen.

### **3. Nachhaltigkeit wird kaufentscheidend – Daten schaffen Vertrauen**

Nachhaltigkeit wird 2026 ein noch stärkerer Treiber für das Konsumverhalten. Laut einer [Studie der Managementberatung BearingPoint](#) achten inzwischen 59 Prozent der deutschen Verbraucher beim Einkauf auf ökologische oder soziale Kriterien, europaweit sind es 66 Prozent. Konsumenten erwarten dabei transparente Informationen zu Materialien, Herkunft, Verpackung, Energieverbrauch und Reparaturmöglichkeiten. Unternehmen, die diese Daten bereitstellen, gewinnen das Vertrauen ihrer Kunden und differenzieren sich klar im Wettbewerb.

#### **Produktdaten sind die Grundlage für Commerce und ein strategischer Wachstumstreiber**

Akeneo stellt mit seiner Product Cloud die notwendige Infrastruktur bereit, um skalierbare, konsistente Einkaufserlebnisse über alle Touchpoints hinweg zu ermöglichen.

„Die drei Trends verdeutlichen: Eine konsistente, KI-kompatible Produktdatenbasis ist keine Zusatzoption mehr, sondern Grundvoraussetzung für zukunftsfähige Commerce-Strategien. Nur wer strukturierte, belastbare und kontextfähige Daten bereitstellt, kann neue Technologien sinnvoll nutzen – sei es im Voice Commerce, in der Automatisierung oder im Bereich ESG“, erklärt **Romain Fouache, CEO von Akeneo**.

#### **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/>