

ACP vs. UCP: Warum Agentic Commerce den Onlinehandel grundlegend verändert

KI-Agenten werden künftig Produkte recherchieren, vergleichen und kaufen. Unternehmen, die ihre Produktdaten und Commerce-Systeme nicht vorbereiten, riskieren den Verlust ihrer digitalen Sichtbarkeit.

Düsseldorf, 16. Juni 2026 – Die Digitalisierung des Handels erreicht eine neue Entwicklungsstufe. Nach der Verbreitung von E-Commerce, Mobile Commerce und generativer KI zeichnet sich mit Agentic Commerce bereits der nächste große Trend ab. Dabei übernehmen intelligente KI-Agenten eigenständig Aufgaben, die bisher von Konsumenten erledigt wurden: Produkte recherchieren, Angebote vergleichen, Kaufentscheidungen treffen und Bestellungen auslösen.

Für Unternehmen bedeutet diese Entwicklung einen grundlegenden Wandel. Künftig werden nicht mehr ausschließlich Menschen über den Kauf eines Produkts entscheiden. Immer häufiger werden KI-Systeme im Auftrag von Verbrauchern handeln und dabei auf strukturierte Produktdaten, Verfügbarkeiten, Preise, Bewertungen und weitere digitale Informationen zugreifen.

Was ist Agentic Commerce?

Agentic Commerce beschreibt den Einsatz autonomer KI-Agenten im Kaufprozess. Anstatt selbst verschiedene Webseiten zu besuchen, formulieren Nutzer lediglich ihr Ziel oder ihren Bedarf.

Beispiele hierfür sind:

- „Finde das beste E-Bike für den täglichen Arbeitsweg.“
- „Buche einen Flug nach Barcelona für unter 300 Euro.“
- „Bestelle die günstigsten Druckerpatronen für mein Gerät.“

Der KI-Agent analysiert daraufhin verfügbare Angebote, vergleicht Produkte und kann den Kaufprozess selbstständig durchführen. Die Rolle des Konsumenten verschiebt sich dabei von der aktiven Produktsuche hin zur Definition von Anforderungen und Präferenzen.

Damit entsteht eine völlig neue Form der digitalen Customer Journey.

ACP und UCP: Die Protokolle hinter dem Agentic Commerce

Um die Kommunikation zwischen KI-Agenten, Händlern, Marktplätzen und Zahlungsanbietern zu ermöglichen, entstehen derzeit neue technische Standards. Im Mittelpunkt stehen dabei das Agentic Commerce Protocol (ACP) und das Universal Commerce Protocol (UCP).

Beide Ansätze verfolgen das Ziel, digitale Einkaufserlebnisse für KI-Systeme zugänglich zu machen.

ACP wurde entwickelt, um KI-Assistenten den direkten Kauf und die Zahlungsabwicklung innerhalb von KI-Plattformen zu ermöglichen. Ziel ist es, Transaktionen nahtlos in KI-gestützte Nutzererlebnisse zu integrieren.

UCP verfolgt einen umfassenderen Ansatz. Der Standard soll die gesamte Customer Journey unterstützen – von der Produktsuche über den Kauf bis hin zu Service- und Supportprozessen. Das Ziel besteht darin, eine gemeinsame Sprache für Händler, Plattformen, KI-Agenten und Zahlungsanbieter zu schaffen.

Auch wenn sich die Standards noch entwickeln, zeichnet sich bereits heute ab, dass Unternehmen künftig mit mehreren KI-Commerce-Protokollen arbeiten müssen, um auf unterschiedlichen Plattformen sichtbar zu bleiben.

Für Händler und Hersteller bedeutet dies, dass künftig standardisierte Schnittstellen und maschinenlesbare Informationen an Bedeutung gewinnen werden.

Agentic Commerce schafft neue Anforderungen für Händler

Die Entwicklung zeigt, dass nicht mehr nur Websites, Onlineshops und Marktplätze optimiert werden müssen. Unternehmen müssen ihre Informationen zunehmend auch für KI-Agenten bereitstellen.

Dadurch entstehen neue Anforderungen an:

- Datenqualität
- Datenverfügbarkeit
- Standardisierung
- Schnittstellenmanagement
- Automatisierung
- Produktkommunikation

Händler und Hersteller, die ihre Commerce-Strategie frühzeitig an diese Veränderungen anpassen, schaffen die Grundlage für langfristige Sichtbarkeit in einer KI-getriebenen Handelswelt.

„Wer heute in hochwertige Produktdaten, zentrale Datenplattformen und standardisierte Commerce-Prozesse investiert, schafft die Voraussetzungen für erfolgreiche digitale Geschäftsmodelle im Zeitalter des Agentic Commerce“, sagt Max Henrychowski, VP Sales EMEA Central bei Akeneo.

Über Akeneo

Akeneo ist die Product Experience (PX) Company und weltweit führend im Bereich Product-Cloud-Lösungen für den KI-gestützten Handel. Mit der Product Cloud unterstützt Akeneo Marken, Hersteller, Distributoren und Händler dabei, Produktinformationen zentral zu verwalten, zu steuern und kanalübergreifend bereitzustellen. So entstehen

Produkterlebnisse, die Verbraucher bei ihrer Kaufentscheidung unterstützen und Unternehmen dabei helfen, ihre Commerce-Ziele effizient zu erreichen.

Durch die Integration von PricingHUB vereint Akeneo Produktdaten und Preisinformationen auf einer Plattform. Unternehmen erhalten damit die Möglichkeit, ihre Produkt- und Preisstrategien besser aufeinander abzustimmen, ihre KI-Sichtbarkeit zu erhöhen und somit ihre Geschäftsergebnisse nachhaltig zu verbessern.

Führende globale Marken wie Fossil, Intersport, KaDeWe, Liqui Moly, Snipes und Wüsthof vertrauen auf Akeneo, um ihre Commerce-Initiativen zu skalieren und konsistente Produkterlebnisse zu schaffen.

Weitere Informationen unter: <https://www.akeneo.com/de/>