

Jeder fünfte Verbraucher kauft auf Empfehlung von KI

- *22 % haben bereits ein Produkt direkt auf Basis einer KI-Empfehlung gekauft*
- *43 % nutzen KI-Tools wie ChatGPT oder Google Gemini aktiv beim Shoppen*
- *74 % passen ihr Kaufverhalten aufgrund der wirtschaftlichen Lage an*
- *Nur 9 % vertrauen Deals, ohne sie zu überprüfen*

Düsseldorf, 18. Juni 2026_ Anlässlich des bevorstehenden Amazon Prime Day hat Akeneo in einer aktuellen Pulse-Umfrage das Einkaufsverhalten von Verbrauchern untersucht. Die Ergebnisse zeigen: Künstliche Intelligenz gewinnt beim Online-Shopping zunehmend an Bedeutung. Gleichzeitig kaufen Konsumenten bewusster ein, vergleichen Preise intensiver und hinterfragen Angebote kritischer als noch vor einigen Jahren.

KI beeinflusst bereits konkrete Kaufentscheidungen

Künstliche Intelligenz ist längst mehr als nur ein Recherchewerkzeug. Bereits 22 Prozent der Befragten geben an, ein Produkt direkt auf Basis einer KI-Empfehlung gekauft zu haben. Insgesamt sagen 20 Prozent, dass KI ihre Produktauswahl beeinflusst hat.

Vor dem Prime Day haben zudem 43 Prozent der Verbraucher KI-Tools wie ChatGPT oder Google Gemini genutzt, um Rabatte zu finden, Produkte zu vergleichen, neue Marken zu entdecken oder Bewertungen zusammenfassen zu lassen.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich KI zunehmend als Bestandteil des Einkaufsprozesses etabliert – insbesondere bei großen Shopping-Events, bei denen Verbraucher schnell und gezielt die besten Angebote finden möchten.

Preis bleibt wichtiger als KI

Trotz des wachsenden Einflusses von KI bleibt der Preis der entscheidende Faktor bei Kaufentscheidungen. Mehr als die Hälfte der Befragten (55 Prozent) nennt ihn als wichtigsten Treiber für Einkäufe am Prime Day. Dagegen betrachten lediglich drei Prozent KI-generierte Empfehlungen als ihren stärksten Kaufauslöser.

Verbraucher verlassen sich zudem nicht blind auf Angebote. 62 Prozent vergleichen die Preise mehrerer Händler, 32 Prozent nutzen Preisverlaufs-Tools und 29 Prozent prüfen detaillierte Produktinformationen. Nur neun Prozent vertrauen Deals, ohne diese weiter zu überprüfen.

Wirtschaftliche Unsicherheit prägt das Kaufverhalten

Hinter dem bewussteren Einkaufsverhalten steht auch die aktuelle wirtschaftliche Lage. Fast drei Viertel der Befragten (74 Prozent) sagen, dass diese ihre Planung für den Prime Day beeinflusst. Viele achten stärker auf ihre Ausgaben, entscheiden sich häufiger für günstigere Produkte oder warten gezielt auf attraktivere Rabatte, bevor sie einen Kauf tätigen.

„Verbraucher shoppen nicht aus dem Bauch heraus. Sie vergleichen kanalübergreifend, hinterfragen Angebote und nutzen KI, um klügere Entscheidungen zu treffen“, sagt Romain Fouache, CEO von Akeneo. „Sie erwarten bereits vor dem Kauf Genauigkeit und Transparenz.“

Ob über KI, Suchmaschinen oder Händler-Websites: Die Qualität der Produktinformationen entscheidet darüber, wie sicher sich Verbraucher beim Kauf fühlen.“

Zur Methodik

Die Umfrage wurde von Akeneo in Auftrag gegeben und von Dynata, dem weltweit größten Anbieter von First-Party-Daten, durchgeführt. Im Mai 2026 wurden 1.000 Verbraucher aus den USA ab 18 Jahren befragt.