

## Wenn KI den Einkauf revolutioniert: Chancen und Risiken für Verbraucher

Künstliche Intelligenz revolutioniert den Einkauf: Kunden delegieren Entscheidungen an KI-Assistenten. Risiken und Chancen analysiert.



**Deutschlands, Deutschland** - Künstliche Intelligenz (KI) ist auf dem Vormarsch und revolutioniert die Art und Weise, wie Verbraucher einkaufen. Der Trend, KIs wie „Rufus“, „Agent Pay“ und „Intelligent Commerce“ für den Einkauf einzusetzen, nimmt weltweit zu. Diese Systeme ermöglichen es Nutzern, durch einfache verbale Aufforderungen wie „Finde mir die beste Winterjacke“ den Einkaufsprozess zu delegieren. Die KI übernimmt dann das Vergleichen von Produkten, das Bezahlen und die Organisation der Lieferung automatisch. Laut **oe24** treiben große Tech-Unternehmen wie Visa, Amazon, Paypal und Mastercard diese Entwicklungen aktiv voran.

Die Vision besteht darin, dass Kunden in Zukunft sprechen,

anstatt mehrere Klicks zu tätigen. Visa verarbeitet jährlich etwa 3,3 Billionen Transaktionen und Paypal hat über 430 Millionen Nutzer. Trotz dieser Fortschritte gibt es jedoch erhebliche Bedenken. Eine Umfrage von Omnisend zeigt, dass 58 Prozent der Konsumenten besorgt über ihre Daten sind. Zudem lehnt zwei Drittel der Befragten die vollständige Abgabe ihrer Kaufentscheidungen an KIs ab. Kritiker warnen, dass KI-Systeme persönliche Daten, wie Kleidergrößen und Kontoinformationen, sammeln könnten, was zu Fehlkäufen und möglichen Datenlecks führen kann.

## **Herausforderungen im Onlinehandel**

Künstliche Intelligenz soll den Onlinehandel optimieren und personalisieren. Der KI-Assistent „Rufus“, der derzeit bei Amazon getestet wird, soll nicht nur produktspezifische Fragen beantworten, sondern auch persönliche Vorlieben der Kunden berücksichtigen. Obwohl der Einsatz von KI im Onlinehandel Vorteile wie eine verbesserte Individualisierung des Einkaufs bietet, setzen aktuell nur 4 Prozent der deutschen Handelsunternehmen solche Technologien ein. Laut **Tagesschau** sehen jedoch 56 Prozent der Unternehmen in KI einen Wettbewerbsvorteil. Dennoch planen rund 68 Prozent der Unternehmen keinen Einsatz, was auf fehlende Anwendungsfälle und hohe Kosten zurückzuführen ist.

Experten warnen, dass Unternehmen, die nicht in KI investieren, einen entscheidenden Nachteil im Wettbewerb erleiden könnten. Gleichzeitig gibt es große Risiken für Verbraucher, darunter die Gefahr, dass persönliche Schwächen ausgenutzt werden und gefälschte Bewertungen kursieren. Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) rät zur Vorsicht bei personalisierten Angeboten und Kundenbewertungen. Um diese Risiken zu adressieren, soll der AI Act der EU den verantwortungsvollen Einsatz von KI regeln und manipulative Techniken verbieten. Dennoch befürchten einige, dass es Schutzlücken und mögliche Umgehungen für Unternehmen gibt, die gegen ethische Standards verstoßen könnten.

# Die Rolle der KI im Handel

In den letzten fünf Jahren hat sich KI von einem bloßen Trend zu einer Schlüsseltechnologie im Handel entwickelt. Die Anwendung ausgefeilter Algorithmen und generativer KI transformiert die Branche nachhaltig. Sie bietet nicht nur personalisierte Einkaufserlebnisse, sondern ermöglicht auch präzisere Prognosen von Kundenbedürfnissen. Laut einer Online-Studie, die in Kooperation zwischen dem Handelsverband Deutschland und Safaric Consulting durchgeführt wurde, ist KI ein zentraler Erfolgsfaktor für die Zukunft des Handels. Diese Studie stellt die vierte Auflage der KI-Studie seit 2020 dar und verdeutlicht, wie wichtig der Einsatz von Big Data und innovativen KI-Anwendungen für das Wachstum und den Wettbewerb sind. **Einzelhandel.de** erfasst diese Veränderungen eingehend.

Details	
<b>Ort</b>	Deutschlands, Deutschland
<b>Quellen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="http://www.oe24.at">www.oe24.at</a></li><li>• <a href="http://www.tagesschau.de">www.tagesschau.de</a></li><li>• <a href="http://einzelhandel.de">einzelhandel.de</a></li></ul>

**Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](http://die-nachrichten.at)**