

5 AI-Trends für Retail-Marketer in Deutschland

1 Omnichannel ist entscheidend

66 %

der Marketer sind der Meinung, dass AI für eine optimale Nutzung der Kund*innendaten und zum Erreichen ihrer Geschäftsziele unerlässlich ist



47 %

der Verbraucher*innen würden es befürworten, wenn Marken mehr AI in das Käuferlebnis einbrächten

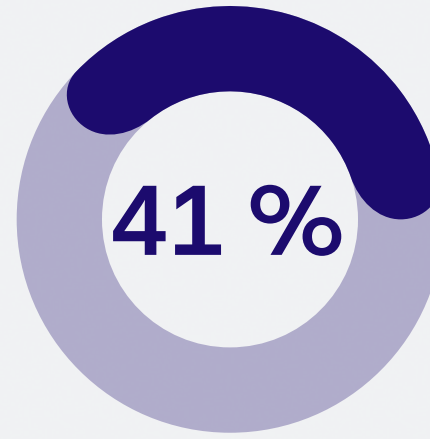
Pro-Tipp: Verknüpfen Sie Kund*innendaten im gesamten Unternehmen, sorgen Sie für mehr Effizienz im IT-Bereich, und erstellen Sie stärker personalisierte Einzelhandels-Erlebnisse.

[Mehr erfahren](#) →

2 Der Strategiewandel ist da



der Marketer stimmen zu, dass AI für ihre Kund*innen-bindungsstrategie im Jahr 2025 unerlässlich ist



der Verbraucher*innen berichten, dass AI einen positiven Einfluss auf ihr Einzelhandels-Erlebnis hat

Pro-Tipp: Nutzen Sie AI für die Umsetzung Ihrer strategischen Einzelhandelsziele – z. B. zur Förderung von Vertrauen auf Kund*innenseite, oder zur schnelleren Umsetzung von Kampagnen.

[Mehr erfahren](#) →

3 Die Personalisierungslücke ist ein Problem

Pro-Tipp: Sehen Sie sich den Customer Lifecycle genauer an und überprüfen Sie, welche Daten Sie bereits erfassen können, und wo es noch Lücken gibt.

[Mehr erfahren](#) →



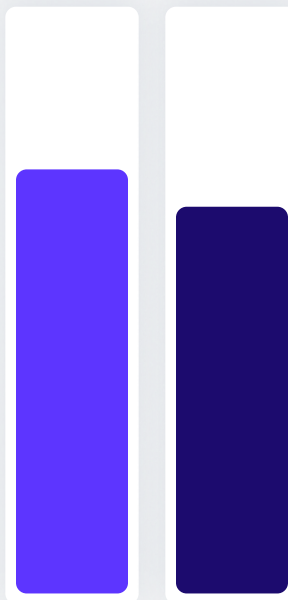
77 %

der Marketer nutzen AI (entweder teilweise oder komplett), um ihre Inhalte und Kampagnen zu personalisieren

23 %

der Verbraucher*innen sind der Meinung, dass Marken Inhalte auf ihre Bedürfnisse abstimmen

4 Investitionen in AI steigen



68 %

der Marketer planen, im Jahr 2025 mehr in AI zu investieren, um das Customer Engagement zu steigern

62 %

der Marketer konnten seit der Einführung von AI für ihre Kampagnen eine Steigerung der Kund*innentreue feststellen

Pro-Tipp: Nutzen Sie AI um herauszufinden, welche Phase im Customer Lifecycle aktuell und zukünftig die höchsten Umsatzchancen bietet.

[Mehr erfahren](#) →

5 Datenschutz ist eine Priorität



der Verbraucher*innen haben kein Vertrauen in den Datenschutz im Zusammenhang mit AI



der Marketer sind der Meinung, dass ihr Unternehmen Kund*innen im Austausch für ihre Daten einen ausreichenden Wert bietet

Pro-Tipp: Nutzen Sie progressives Profiling, um an unterschiedlichen Touchpoints – z. B. SMS, E-Mail, oder Ihre Website – wichtige Erkenntnisse über Verbraucher*innen zu sammeln.

[Mehr erfahren](#) →

Über diese Studie: Bei der von Opinium durchgeführten Studie wurden 2.000 Personen aus der allgemeinen Bevölkerung und 250 Marketer in Deutschland befragt.

Sind Sie bereit für mehr?

Unser Bericht: „AI im Einzelhandel – Globaler Report“ liefert Ihnen praxisnahe Tipps und Insights.

[Report herunterladen](#)