

PRESSEMITTEILUNG

KI wird zum Gatekeeper im Kundenzugang – und macht strukturelle Schwächen sichtbar

Mit dem Einsatz von KI in Suche, Plattformen und digitalen Assistenten verschiebt sich die Customer Journey nicht nur technologisch, sondern organisatorisch. Strukturelle Schwächen in Daten, Content und Verantwortlichkeiten werden damit zunehmend geschäftskritisch.

10.04.2026 – Mit der wachsenden Verbreitung von KI-gestützten Systemen verlagert sich die Entscheidungsfindung im digitalen Raum zunehmend in vorgelagerte Prozesse. Kunden treffen ihre Auswahl immer häufiger auf Basis kuratierter Ergebnisse, Empfehlungen und Zusammenfassungen, bevor sie überhaupt mit einzelnen Anbietern in Kontakt treten.

Für Unternehmen verschiebt sich damit die Wettbewerbslogik: Nicht mehr allein Sichtbarkeit entscheidet, sondern die Fähigkeit, in diesen Auswahlprozessen überhaupt berücksichtigt zu werden.

„Unternehmen müssen künftig nicht nur verstehen, wie Kunden sie wahrnehmen, sondern auch, wie sie von KI-Systemen eingeordnet werden“, sagt Bettina Vier, Interim Managerin für digitale Transformation und E-Commerce. „Der Wettbewerb verschiebt sich damit von der Aufmerksamkeit hin zur strukturierten Anschlussfähigkeit an diese Systeme.“

In der Praxis zeigt sich jedoch, dass genau diese Anschlussfähigkeit häufig begrenzt ist. Daten liegen in Silos, Inhalte sind über Kanäle hinweg nicht konsistent, und Verantwortlichkeiten entlang der Customer Journey sind fragmentiert organisiert. Was bislang vor allem Effizienzthemen waren, wird damit zu einem direkten Faktor für Kundenzugang und Wettbewerbsfähigkeit.

Damit rücken insbesondere drei Aspekte in den Fokus: die Struktur und Qualität von Daten, die Konsistenz von Content sowie die Verzahnung von Marketing-, Vertriebs- und Commerce-Prozessen.

Die daraus entstehenden Anforderungen gehen über klassische Optimierungsansätze hinaus. Sie betreffen die Art und Weise, wie Unternehmen ihre Customer Journey insgesamt denken, steuern und organisatorisch verankern.



Die Zusammenhänge sowie konkrete Handlungsfelder sind im Whitepaper „Customer Journey: KI wird zum Gatekeeper im Kundenzugang. Wie sich Sichtbarkeit, Wettbewerb und Omnichannel im KI-Commerce-Ökosystem neu definieren.“ zusammengefasst. Es zeigt, welche strukturellen Voraussetzungen Unternehmen schaffen müssen, um in KI-gestützten Entscheidungsprozessen berücksichtigt zu werden – und warum viele bestehende Setups dafür aktuell nicht ausreichen.

[Whitepaper hier herunterladen](#)

Über die Autorin

Bettina Vier ist Interim Managerin für digitale Transformation, E-Commerce und Change-Management. Sie unterstützt Unternehmen dabei, strategische Zielbilder in umsetzbare Programme zu übersetzen und in Organisation, Prozessen und Systemen zu verankern. Ihr Fokus liegt auf der Verbindung von strategischer Ausrichtung und operativer Umsetzung.

Pressekontakt

Bettina Vier
Digitalisierung + E-Commerce
Tel. mobil: 0152-33974054
E-Mail: kontakt@ecommerce-management.de
Mainzer Weg 25, D-55263 Ingelheim
www.ecommerce-management.de