



KI im Kundendatenmanagement – Chancen und Risiken

Gerade im Onlinehandel wird Personalisierung immer wichtiger. Aber auch um das Einkaufsverhalten zu analysieren oder gezielte Marketingaktionen zu starten, sind Kundendaten ein unverzichtbares Gut geworden.

Das Wissensnugget „KI im Kundendatenmanagement – Chancen und Risiken“ zeigt, wie Künstliche Intelligenz bei der Sammlung und Analyse dieser Daten unterstützen kann und sensibilisiert für mögliche Risiken und Gefahren.

Einleitung

Kundendaten sind das Herzstück jedes Handelsunternehmens. Sie helfen, Zielgruppen besser zu verstehen, Angebote zu personalisieren und den Service zu verbessern.

Mit **künstlicher Intelligenz (KI)** lassen sich Kundendaten heute schneller und präziser auswerten – etwa um Einkaufsverhalten zu analysieren oder Trends frühzeitig zu erkennen.

Doch wo Chancen entstehen, gibt es auch Risiken: Unsachgemäße Datennutzung oder mangelnde Sicherheitsmaßnahmen können zu Datenschutzverstößen führen.

Wie unterstützt KI das Kundendatenmanagement?

KI kann große Mengen an Kundendaten automatisch analysieren und Muster erkennen, so kann sie z. B.:

- **Einkaufsverhalten analysieren:** Welche Produkte werden wann gekauft?
- **Personalisierte Empfehlungen erstellen:** KI schlägt gezielt Produkte vor.
- **Kundensegmente bilden:** Automatische Gruppierung nach Interessen oder Kaufverhalten.
- **Feedback auswerten:** KI versteht Stimmungen in Bewertungen oder Nachrichten.

So können Handelsunternehmen gezielter werben und Kund:innen individueller ansprechen.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Welche Risiken gibt es?

- **Datenschutz:** Personenbezogene Daten müssen DSGVO-konform verarbeitet werden.
- **Fehlinterpretationen:** KI kann falsche Schlüsse ziehen, wenn die zugrunde liegenden Daten fehlerhaft oder unvollständig sind.
- **Datenmissbrauch:** Unbefugter Zugriff kann zu Vertrauensverlust führen.
- **Blackbox-Effekt:** Entscheidungen der KI sind nicht immer nachvollziehbar.

Praxistipps – Sicherer Umgang mit Kundendaten

1. **Daten sparsam erheben:** Nur sammeln und speichern, was wirklich benötigt wird.
2. **Einwilligung einholen:** Kund:innen müssen wissen, dass ihre Daten genutzt werden und aus welchem Anlass.
3. **Regelmäßig prüfen:** Systeme und Daten auf Aktualität und Sicherheit kontrollieren.
4. **Zugriffe beschränken:** Nur autorisierte Personen dürfen Kundendaten einsehen.
5. **KI-Systeme transparent nutzen:** Entscheidungen der KI nachvollziehbar machen.

Fazit

KI kann das Kundendatenmanagement im Handel revolutionieren – wenn sie verantwortungsvoll eingesetzt wird.

Merke: Datenschutz, Transparenz und Sorgfalt sind die Basis jeder datengetriebenen Strategie.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Mittelstand-
Digital

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages