



Mittelstand-Digital
**Zentrum
Handel**



AGENTIC COMMERCE

WENN DIE KI EINKAUFEN GEHT

Referent: Dr. Stefan Houweling
Mittelstand-Digital Zentrum Handel
c/o IFH Köln GmbH



Gefördert durch:



Mittelstand-
Digital

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



AGENDA

1. Agenten und KI

Was ist eigentlich ein Agent?

2. Agentic Commerce

Worauf müssen wir uns vorbereiten?

3. Anforderungen an Händler:innen

Was kann ich tun, um Agentic-Ready zu werden?



Förderinitiative Mittelstand-Digital

Das Mittelstand-Digital Zentrum Handel gehört zu Mittelstand-Digital. Mit Mittelstand-Digital unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk.

Mehr unter www.mittelstand-digital.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Mittelstand-
Digital



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages





Über uns

Wer sind wir?



- Förderprojekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWE)
- Unterstützung des Handels bei der digitalen Transformation: neutrale und kostenlose Information für KMU über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung
- Deutschlandweite Zentren

Wir. Machen. Digitalisierung. Begreifbar.



Unsere Themen



Digitale Transformation: Der
Handel von morgen



Digitales Marketing: Sichtbarkeit
im digitalen Raum



E-Commerce



Digitaler Point of Sale (PoS)



Payment:
moderne Kassen- und Bezahlösungen



Multichannelvertrieb



Fachkräftesicherung



Künstliche Intelligenz



Nachhaltigkeit im Handel

Unsere Angebote



Best Practice



Digitalisierungs-
projekte



DigitalMobil
Handel



DigitalNavi
Handel



Erklärvideos



KI-Trainer



KI-Pilot



Leitfäden | Infoblätter |
Checklisten



Online-Fitness-
Checks



Podcast
handelkompetent



Showroom
Berlin



Fokusmonate |
Thementage



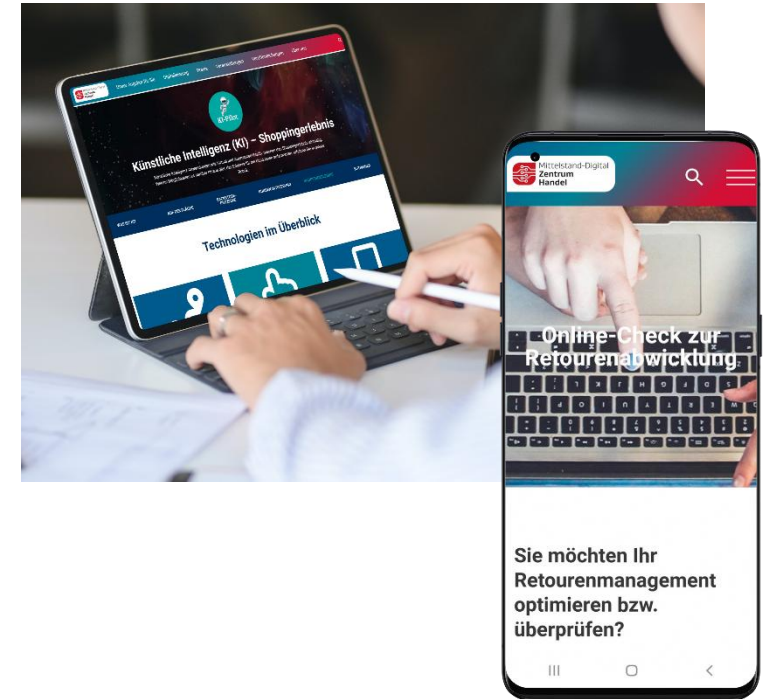
Individuelle
Sprechstunden



Vorträge |
Workshops



Webinare





1. AGENTEN UND KI

Was ist eigentlich ein Agent?

AGENTEN

Grundlegend: Ein Agent führt Aufgaben im Auftrag eines Dritten aus

Klassische Software	Generative KI	KI-Agent
• Führt feste Befehle aus • Reagiert auf Eingaben • Keine eigene Zielverfolgung	• Versteht Ziel • Sammelt Informationen • Beantwortet Fragen	• Versteht Ziel • Berücksichtigt Präferenzen • Sammelt Informationen • Bereitet Entscheidungen vor • Führt Aktionen aus
Auswahl: „Sneakers“, „Farbe: Rot“, „Preis: bis 100 €“	„Empfehl mir einen Laufschuh für Anfänger.“	„Suche mir einen ergonomischen Bürostuhl unter 300 Euro, vergleiche die besten Angebote und bestelle den besten.“

Wir sind
heute hier



WAS IST DENN JETZT AGENTIC COMMERCE?

Freunde kommen zum Essen 🍷 🍽️

Klassische Suche	Generative KI	KI-Agent
Suchmaschine: „Pasta mit Trüffeln“, „Tapas ohne Knoblauch“, „Käsefachgeschäft in meiner Nähe“, „Knabberzeug für geselligen Abend“, „Tischdeko Herbst“, „Bionade liefern“, „Wein zu Trüffelpasta“	„Hey KI, ich veranstalte ein Abendessen für Freunde. Wir werden 5 Personen sein und ich möchte Pasta zubereiten. Im Anschluss sitzen wir noch ein wenig zusammen. Stell mir einen Plan für den Abend zusammen. Mein Budget liegt bei X Euro“	„Hey KI, ich veranstalte ein Abendessen für Freunde. Wir werden 5 Personen sein und ich möchte Pasta zubereiten. Im Anschluss sitzen wir noch ein wenig zusammen. Stell mir einen Plan für den Abend zusammen. Mein Budget liegt bei X Euro“
→ Links zu Online-Shops und Angebote auf Online-Marktplätzen → Selber anklicken und kaufen	→ Einen Plan für Abendessen und eine Liste von Links, zu Online-Shops → Selber anklicken und kaufen	→ Einen Plan für Abendessen und die Frage, ob die KI das alles bestellen soll → Die KI bestellt direkt in den Shops



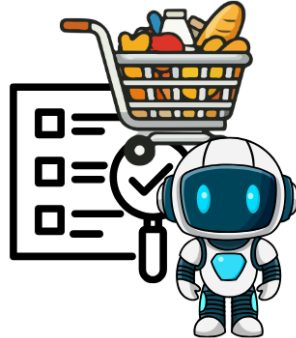
2. AGENTIC COMMERCE

Worauf müssen wir uns vorbereiten?



DIE KI GEHT EINKAUFEN

Bisher



**Agentic
Commerce**





ONLINESICHTBARKEIT IM WANDEL



Bisher: Suchmaschinenoptimierung

Verschlagwortung, Backlinks, Technische SEO

GEO: Optimierung für KI-Agenten

Semantische Klarheit, Strukturierte Daten, Kontext



Suchmaschinenoptimierung ! ! ! !



WORAUF ACHTEN KUND:INNEN



Menschen:

Bilder, Design, Menüführung, Farbgebung,
Werbung, Markenwirkung

KI-Agenten:

Strukturierte Produktdaten, Preis,
Verfügbarkeit, Lieferzeit, Technische
Merkmale, Bewertungen, Abbildung von
Kundenpräferenzen



PERSONALISIERUNG VON AGENTEN



Also reiner Preiskampf?

Nein, denn wir können unsere Agenten trainieren

Preis und Lieferbedingungen als wichtigste Faktoren

ABER

Nachhaltigkeit, Lokale Produkte, Siegel (z.B. Fair Trade oder Bio-Siegel), KMU können ebenfalls trainiert werden



ZUKUNFTSTHEMA

! ! Agentic Commerce ist ein Zukunftsthema ! !

Keine Panik, es ist noch Zeit, aber man sollte anfangen, bevor man von den Entwicklungen überrollt wird.

Wer zu lange am Katalog festgehalten hat, hat den Einstieg in den E-Commerce verpasst. Sorgen Sie dafür, dass Ihnen das nicht passiert!

Denn die Entwicklungen sind schnell und „Zukunft“ ist nicht erst 2035 ! !



3. ANFORDERUNGEN AN HÄNDLER:INNEN

- +
-
- Was kann ich tun, um Agentic-Ready zu werden?



WIE LEGE ICH LOS?

1. Produktdaten verbessern

Jedes Produkt sollte klare Informationen enthalten: Titel, Beschreibung, Merkmale, Maße, Einsatzbereiche

Schlecht für KI: „Unser edler Rotwein ist ein echter Geheimtipp für Genießer. Vollmundig, kraftvoll und gleichzeitig wunderbar ausgewogen, überzeugt er mit einer faszinierenden Aromatik. Ob zum Essen oder für einen gemütlichen Abend – dieser Wein passt einfach immer.“

Gut für KI: 2021 Rioja Reserva DOCa – trockener Rotwein

Für wen geeignet: Für Kunden, die einen trockenen, kräftigen Rotwein zu einem Fleischgericht suchen.

Herkunft: Rioja, Spanien

Jahrgang: 2021

Qualitätsstufe: Reserva

Rebsorten: 85 % Tempranillo, 10 % Garnacha, 5 % Graciano

Alkohol: 14 % vol.

Geschmack: trocken

Körper: voll

Tannin: mittel bis kräftig

Säure: mittel

Aromen: schwarze Kirsche, Pflaume, Vanille, Zedernholz

Ausbau: 18 Monate im Eichenfass

Speisenempfehlungen: Rindersteak, gereifter Manchego

Servieren: 16–18 °C

Trinkfenster: 2026–2032

Nicht ideal für: Kunden, die leichte, fruchtbetonte Rotweine mit wenig Tannin bevorzugen.



WIE LEGE ICH LOS?

2. Strukturierte Daten nutzen

Suchmaschinen und KI verstehen strukturierte Daten deutlich besser.

Wichtige Standards:

Schema.org, Produktfeeds, Merchant Center Daten

Ein Mensch liest: "Der trockene Rotwein kostet 18,90 €, ist aus der Toskana und ist auf Lager."

Eine KI sieht: Produkttyp = Rotwein, Süßegrad = trocken, Preis = 18,90 €, Herkunft = Toskana

Für KMUs meist über Shop-Systeme verfügbar.

Wie überprüfe ich das?: Produktseite öffnen, Rechtsklick → „Seitenquelltext anzeigen“, Nach „application/ld+json“ suchen (Shopify), Nach "@type":"Product" suchen (Shopware)₁₈



WIE LEGE ICH LOS?

3. Bewertungen fördern

Agenten berücksichtigen Bewertungen stark.

- echte Bewertungen sammeln
- regelmäßig neue Bewertungen erhalten
- auf Bewertungen reagieren

<https://digitalzentrumhandel.de/selbstlerninhalte/>

Selbstlerneinheit Rezensionen

4. Verfügbarkeiten aktuell halten

KI-Agenten bevorzugen zuverlässige Informationen.

- aktuelle Lagerbestände
- korrekte Lieferzeiten
- transparente Versandkosten



WIE LEGE ICH LOS?

5. Expertenwissen sichtbar machen

KI sucht nach hilfreichen Informationen und berücksichtigt Kontext

- Ratgeber
- FAQs
- Anwendungsbeispiele
- Produktvergleiche

Beispiele:

- „Welcher Wein passt zu Forelle?“
- „Welcher Käse passt zu einem 2022 Chianti Classico?“
- „Was unterscheidet Weine aus verschiedenen Anbaugebieten?“
- „Welche Weingläser machen sich am besten zu einem Steak?“



WIE LEGE ICH LOS?

6. APIs und digitale Schnittstellen beobachten

Wenn ein Agent direkt kaufen soll, benötigt er direkten Zugriff auf:

- Produktdaten
- Preise
- Verfügbarkeiten

Beispiel Direkte Bestellung:

Nutzer: „Bestelle mir wieder den gleichen Wein wie letztes Mal.“

Agent:

1. sucht den passenden Händler → 2. prüft Verfügbarkeit → 3. legt Produkt in den Warenkorb → 4. löst Bestellung aus

Dafür benötigt er Schnittstellen zum Shop.



WARUM GIBT ES DAS NOCH NICHT?

Technisch grundlegend möglich, ABER:

- **Haftungsproblem:** Nutzer? KI-Anbieter? Händler?
- **Zahlungsinfrastruktur:** Noch nicht agentenfreundlich
- **Geschäftsmodelle der Plattformen/Händler:innen:** Werbung verkaufen (Retail Media), Upselling, Markenbindung
- **Mangelhafte Produktdaten:** Daten sind oft noch nicht ausreichend aufbereitet für KI-Agenten
- **Vertrauen:** Menschen trauen KI oft noch nicht ausreichend, um „blind“ auf deren Urteilsvermögen zu vertrauen
- **Regulierung:** Rechtliche Vorgaben zu Finanzprodukten, Gesundheitsleistungen und Versicherungen



Mittelstand-Digital
Zentrum
Handel

KONTAKT



Mittelstand-Digital Zentrum Handel

IFH Köln

Dürener Straße 401 b

50858 Köln

s.houweling@ifhkoeln.de

+49 (0) 221 94 36 07 – 822

+49 (0) 1523 20 76 933

digitalzentrumhandel.de



Dr. Stefan Houweling



Infos zum Projekt und weiteren Veranstaltungen

mail.zukunft-des-weinfachhandels.de





Mittelstand-Digital
**Zentrum
Handel**



WIR FREUEN UNS ÜBER FEEDBACK

<https://forms.office.com/e/X4sjC1yTmr>

digitalzentrumhandel.de



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Mittelstand-
Digital

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages