Notizen:

Künstliche Intelligenz (KI) oder Suchmaschine?
puls Trendstudie zum Wandel des Informationsverhaltens

Jeder 3. jüngere Geldanleger und jeder 5. Autokäufer präferiert bereits die KI als Informationsquelle

Nürnberg, 19. März 2024

Künstliche Intelligenz ist als potenzieller „Gamechanger" des Arbeits- und Privatlebens in aller Munde. Weil ChatGPT und Co von daher wohl auch vor dem Informationsverhalten vor Kaufentscheidungen nicht Halt macht hat die Nürnberger Marktforschung *puls* 1070 Personen in Deutschland befragt, welche Rolle KI spielt, wenn es um Geldanlage oder die Anschaffung eines Autos geht. Mit überraschenden Ergebnissen: Vor die Wahl zwischen einer Suchmaschine und KI gestellt geben immerhin 27 % der Deutschen an, dass sie aktuell eher eine KI nutzen, um sich zum Thema Geldanlage zu informieren. Weil dieser Anteil unter Jüngeren sogar bei 35% liegt ist absehbar, dass die KI in Zukunft im Bereich Geldanlage wohl noch an Bedeutung gewinnen wird. Ähnlich relevant ist die KI vor der Autoanschaffung, fragen doch aktuell 17 % der Deutschen ChatGPT und Co um Rat, wenn es um des Deutschen liebstes Kind geht. Unter Männern und Jüngeren liegen diese Anteile sogar bei 21 und 19%. Dazu passend vertrauen aktuell bereits 9% der Deutschen und 20% der Jüngeren insgesamt eher einer KI als Google und Co. Die Ergebnisse der *puls* Studie zeigen, dass offensichtlich eine „KI-Generation" heranwächst, die das Informationsverhalten vor Kaufentscheidungen stark verändern wird. „Weil KI als Informationsquelle z. B. zu Autos und Geldanlage immer wichtiger wird und auch an Vertrauenswürdigkeit gewinnt sollten Unternehmen messen und analysieren, welche Rolle KI als Informationsquelle für ihre Kunden hat und welche Wirkung davon ausgeht", empfiehlt *puls* Geschäftsführer Dr. Konrad Weßner.

-ENDE-

Anzahl Zeilen:	**25**
Anzahl Anschläge:	**1.567** (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum:	**19. März 2024**
Ansprechpartner:	**Dr. Konrad Weßner +49(0)911-9535-400**

Abdruck honorarfrei

***puls* Marktforschung GmbH**

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de

Über *puls* Marktforschung

Seit 30 Jahren konzentriert sich *puls* darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung und daraus abgeleitete Maßnahmenempfehlungen abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 11 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne konkrete Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „For Better Decisions". Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie Santander, Mercedes-Benz, Consorsbank, GORE-TEX, Quirin Privatbank, mobile.de, TÜV Süd oder STABILO sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von puls ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter www.puls-marktforschung.de.

***puls* Marktforschung GmbH**

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Tel. 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de