



08.12.2025 - 07:30 Uhr

KI-Assistenten werden zur KMU-Suchmaschine



Zürich (ots) -

Die neue Studie "KMU Digital Pulse 2025" von localsearch und der Hochschule Luzern (HSLU) zeigt, dass sich die Informationssuche und Buchung von KMU-Dienstleistungen zunehmend in KI-basierte Systeme verlagert. Wer nicht in ChatGPT & Co. gefunden wird, verliert Sichtbarkeit und damit Geschäft.

- **KI ist bereits so relevant wie Social Media beim ersten Suchschritt:** 13 % der Bevölkerung starten ihre KMU-Suche direkt mit KI-Tools wie ChatGPT oder Copilot - und umgehen damit klassische Suchmaschinen. Damit liegt KI auf dem gleichen Niveau wie Social Media.
- **Bereits jede fünfte Person nutzt KI zur KMU-Suche** Knapp 20% der Schweizer Bevölkerung haben in den letzten zwölf Monaten KI wie ChatGPT oder Copilot genutzt, um sich über Dienstleistungen von KMU zu informieren - mit besonders hoher Nutzung bei den jüngeren Altersgruppen.
- **Die Hälfte der Bevölkerung plant, in naher Zukunft KI für KMU-Suche zu nutzen:** Rund 50% der Bevölkerung sehen vor, künftig KI-Modelle zu nutzen, um passende KMU für die entsprechende Dienstleistung zu finden - ein klarer Hinweis auf den bevorstehenden Wandel in der digitalen Informationssuche.
- **KI verändert auch die Buchung:** Rund 40% der Befragten können sich vorstellen, künftig Termine für KMU-Dienstleistungen direkt über sprachbasierte KI-Assistenten zu buchen.

Die Künstliche Intelligenz (KI) entwickelt sich rasant, eröffnet neue Möglichkeiten und bringt tiefgreifende Veränderungen mit sich. Dieser digitale Wandel macht vor KMU nicht Halt, wie die aktuelle Studie "[KMU Digital Pulse 2025](#)" von localsearch und der Hochschule Luzern (HSLU) zeigt. "Die Art und Weise, wie Menschen nach Dienstleistungen von KMU suchen, verändert sich grundlegend. KI-basierte Systeme werden zunehmend zur KMU-Suchmaschine", so das Studienfazit von Stefano Santinelli, CEO von localsearch.

Laut der Studie "KMU Digital Pulse 2025" zeigen sich über drei Viertel der Bevölkerung (77%) offen gegenüber neuen digitalen Technologien wie KI-gestützten Anwendungen. Doch es bleibt nicht bei der Offenheit: Konsumentinnen und Konsumenten setzen KI-Tools bereits in erheblichem Ausmass ein, um gezielt nach Dienstleistungen von KMU zu suchen.

KI ist bei der ersten KMU-Suche so relevant wie Social Media

Wenn die Schweizer Bevölkerung ein KMU sucht und noch keinen Anbieter kennt, greift die grosse Mehrheit zwar nach wie vor zuerst zu Suchmaschinen (80%), wie [Abbildung 1](#) zeigt. Doch bereits 13 % der Befragten starten ihre KMU-Suche direkt mit KI-Tools wie ChatGPT oder Copilot - und umgehen damit klassische Suchmaschinen. Damit liegt KI auf dem gleichen Niveau wie Social Media. Besonders ausgeprägt ist die KI-Nutzung zur erstmaligen Suche nach KMU bei den 18- bis 29-Jährigen mit einem überdurchschnittlichen Anteil von 21 %. Mit zunehmendem Alter nimmt die Nutzung ab: bei den 30- bis 44-Jährigen liegt sie bei 16 %, bei den 45- bis 59-Jährigen bei 12 % und bei den 60- bis 79-Jährigen bei 6 %.

Die zunehmende Bedeutung von KI bei der Suche nach KMU verdeutlicht sich in der aktuellen und in der erwarteten zukünftigen Nutzung. Laut der Studie "KMU Digital Pulse 2025" haben in den vergangenen zwölf Monaten bereits knapp 20 % der Schweizer Bevölkerung entsprechende Anwendungen genutzt, um sich über Dienstleistungen von KMU zu informieren ([siehe Abbildung 2](#)). Dabei bestätigt sich der bereits beobachtete Trend, dass jüngere Generationen deutlich häufiger auf KI setzen: Bei den 18- bis 29-Jährigen liegt der Anteil bei 26 %, bei den 30- bis 44-Jährigen bei 23 %. Beide Werte liegen damit über dem Durchschnitt über alle Altersgruppen hinweg. Mit steigendem Alter nimmt die KI-Nutzung deutlich ab: 17 % bei den 45- bis 59-Jährigen und 11 % bei den 60- bis 79-Jährigen.

Am deutlichsten zeigt sich die zunehmende Bedeutung von KI bei der geplanten zukünftigen Nutzung zur Suche nach KMU-Dienstleistungen: Von den bisherigen Nutzerinnen und Nutzern, die bereits KI dafür eingesetzt haben (19 %, [siehe Abbildung 2](#)), geben fast acht von zehn (78 %, [siehe Abbildung 3](#)) an, dies künftig häufiger tun zu wollen. Diese hohe Bereitschaft ist über alle Altersgruppen hinweg ähnlich ausgeprägt; die Unterschiede zwischen den Altersgruppen sind statistisch nicht signifikant.

Jede zweite Person will künftig KI zur KMU-Suche nutzen

Auch unter den bisherigen KI-Nichtnutzern (79%) ist die Bereitschaft gross: 40% davon möchten KI künftig zur Suche und Information über KMU-Dienstleistungen verwenden ([siehe Abbildung 4](#)). Im Gegensatz zu den aktuellen Nutzenden von KI ist die Absicht, diese zukünftig zu nutzen, vom Alter abhängig. Während sie bei den bis 59-Jährigen deutlich über 40 Prozent liegt, sind es bei den 60- bis 79-Jährigen ein Viertel der Befragten: 44 % (18- bis 29-Jährige), je 46 % (30- bis 44- und 45- bis 59-Jährige), 60-79-Jährige 26 %.

Aufgrund dieser Ergebnisse zu KI kann davon ausgegangen werden, dass in naher Zukunft rund die Hälfte der Schweizer Bevölkerung (50 %) KI nutzt, um sich über Dienstleistungen von KMU zu informieren.

Die Studie "KMU Digital Pulse 2025" veranschaulicht, dass KMU neu auch über KI-Assistenten gefunden werden müssen, wenn sie kein wertvolles Kundenpotenzial vergeben wollen. Ein vollständiges Unternehmensprofil auf verschiedenen Plattformen in Kombination mit optimierten Inhalten ist nicht nur für die klassische Suchmaschinen-Suche entscheidend - es verbessert auch die Sichtbarkeit bei Suchabfragen über KI-Tools wie ChatGPT oder Copilot. Stefano Santinelli, CEO von localsearch, findet deutliche Worte: "Digitale Sichtbarkeit endet nicht bei der Suchmaschine. Im KI-Zeitalter entscheidet die Präsenz in intelligenten Systemen wie ChatGPT darüber, ob ein KMU überhaupt wahrgenommen wird - oder im digitalen Schatten bleibt".

KI verändert nicht nur die Suche - sondern auch die Buchung

Neben der Informationssuche zeigt sich auch ein wachsendes Interesse an KI-gestützten Buchungsprozessen: 39% der Befragten können sich vorstellen, künftig Termine über sprachbasierte KI-Assistenten wie Siri, Alexa oder ChatGPT zu vereinbaren. Die altersspezifische Analyse zeigt bis zu den 59-Jährigen konstante Werte: 40% (18- bis 29-Jährige), 43% (30- bis 44-Jährige), 42% (45- bis 59-Jährige). Erst bei den 60- bis 79-Jährigen fällt der Anteil deutlich auf 29 %.

"Die Erwartung der Kundschaft ist eindeutig: Dienstleistungen müssen online buchbar sein. KMU, die diesen Schritt nicht gehen, verlieren Sichtbarkeit, Vertrauen und letztlich Umsatz - zugunsten digital besser aufgestellter Mitbewerber", sagt localsearch-CEO Stefano Santinelli und schlussfolgert: "Die Zukunft ist digital, die Suche ist KI-gesteuert - und die Zeit zum Handeln ist jetzt. KMU, die ihre Online-Präsenz nicht aktiv gestalten, verlieren nicht nur Marktanteile, sondern den Zugang zur digitalen Kundschaft. Wer heute nicht sichtbar ist, wird morgen vergessen."

Mit der neuen Version des Produkts [digitalONE](#) trägt localsearch dem digitalen Wandel hin zu KI-Rechnung: KMU können damit ihre Sichtbarkeit nicht nur auf über 50 relevanten Suchmaschinen, Verzeichnissen und Social-Media-Plattformen sicherstellen, sondern neu auch auf den wichtigsten KI-Plattformen wie ChatGPT und Copilot.

Weiterführende Informationen zur Studie "KMU Digital Pulse 2025" sowie das Whitepaper sind [unter diesem Link](#) verfügbar. Die Grafiken zur Studie können [hier](#) heruntergeladen werden.

Pressekontakt:

Stefan Wyss
Head of Communications
media@localsearch.ch
+41 58 262 76 82

Medieninhalte



Rund 50% der Bevölkerung sehen vor, künftig KI-Modelle zu nutzen, um passende KMU für die entsprechende Dienstleistung zu finden. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100061097 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100061097/100937100> abgerufen werden.