

KI IN DER BETRIEBLICHEN MARKTFORSCHUNG

Anwendungsbeispiele & Best Practices

Karin Hagemann | 20. Januar 2026

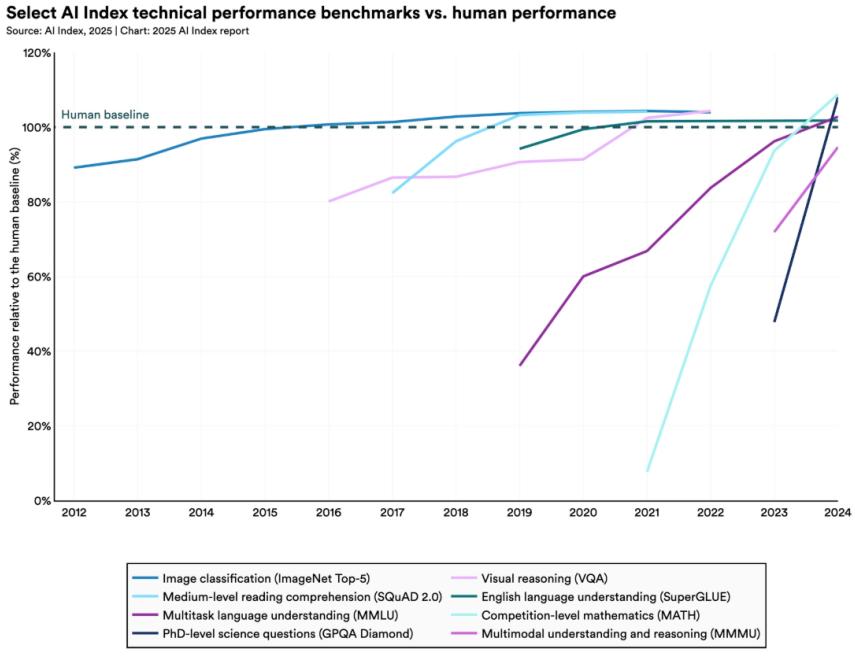
KARIN HAGEMANN

- Mehr als 20 Jahre Berufserfahrung in der Marktforschung
- 16 Jahre auf Institutsebene (INNOFACT AG)
- Seit 2019 Abteilungsleiterin Marktforschung bei der S-Communication Service GmbH (Sparkassen-Finanzgruppe)
 - Seit September 2024 im Expertenbeirat von marktforschung.de
- Freiberuflich beratend tätig (Webinare & Speakerin)
 - 50 Köpfe der Marktforschung BVM (2025)



KI-EINSATZ IM UNTERNEHMEN

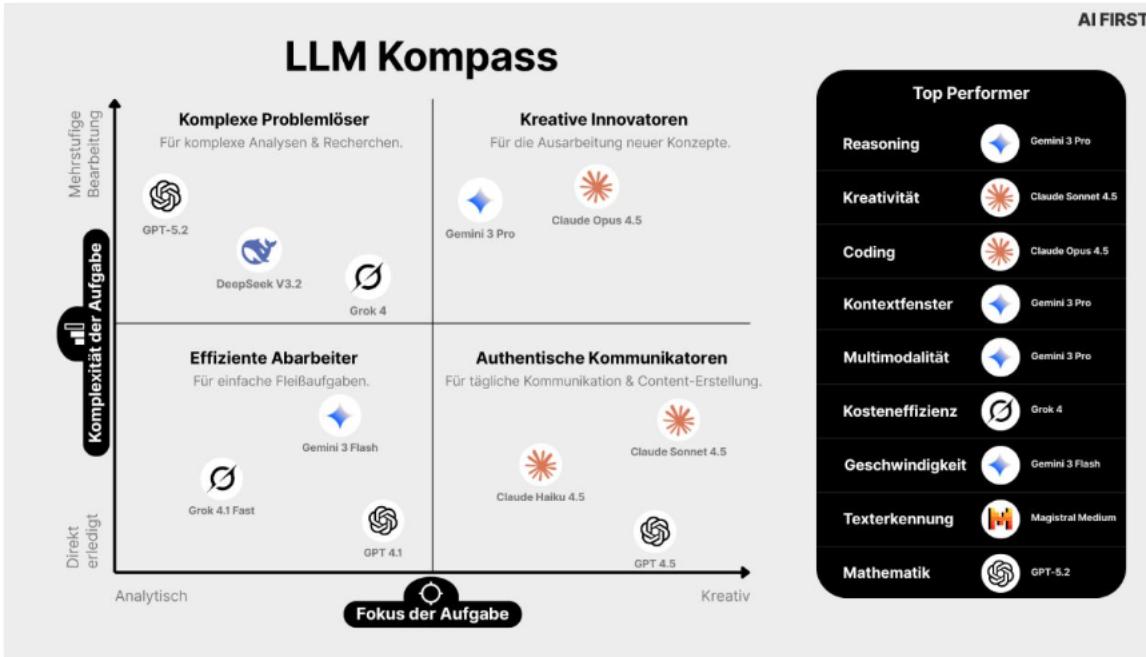
KI wird immer besser...



Neue Benchmarks zeigen Leistungszuwächse von bis zu +67,3 Prozentpunkten in einem Jahr bei KI-Modellen. Deutliche Verbesserung bei Videoerstellung. In zeitkritischen Programmieraufgaben übertreffen sie teils menschliche Leistung.

KI-EINSATZ IM UNTERNEHMEN

...und die Modelle immer spezifischer



VORAUSSETZUNGEN

ZUGANG ZU KI

Mitarbeitende müssen Zugang zu sicheren KI-Systemen im Unternehmen haben, um sie zu nutzen und auszuprobieren.

KI STRATEGIE

Eine unternehmensweite KI-Strategie sollte die Richtung des Unternehmens vorgeben, dort ist auch die KI-Marktforschungsstrategie verankert.

AUSTAUSCHFORMATE

Regelmäßige KI-Austauschformate im Team und darüber hinaus, sorgen im Unternehmen für Inspiration und Akzeptanz, Webinare & Schulungen für ein breit gefächertes Wissen.

OFFENHEIT & NEUGIERDE

Offen sein - der Spaß entwickelt sich beim Ausprobieren und Entdecken.

VOR DEM START



DATENQUALITÄT

Genaue Labelung der Daten sowie hohe Datenqualität sind relevant für Datenauswertung mit KI-System



PROMPTS

Je präziser und genauer die Prompts, desto besser das Ergebnis.
„Garbage in – Garbage out“



DATENSCHUTZ

Datensicherheit und Datenschutz im Unternehmen beachten



INTERAKTION

KI unterstützt nur bei guter Anleitung! Ergebnisse der KI-Systeme überprüfen und kritisch hinterfragen



BIAS

Bias mitdenken! Die Ergebnisse / synthetischen Daten basieren auf Online-Daten, die bestimmte gesell. Gruppen unterrepräsentieren



KI-KOMPETENZ

Eine kontinuierliche Weiterentwicklung und Ausbau der KI-Kompetenz im Unternehmen ist unerlässlich

DESIGN & FRAGEBOGEN



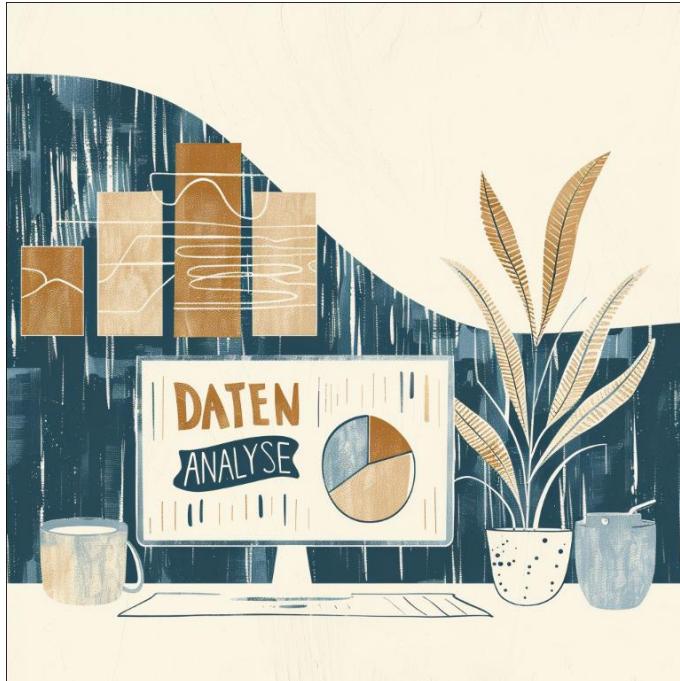
- KI-Systeme können bei Studiendesign sowie Fragebogenerstellung für Marktforschungsstudien unterstützen.
- Nach präziser Prompt-Eingabe mit Kontext zum Projekthintergrund und -ziel, liefern LLMs gute Vorarbeit zu Studiendesigns, inklusive Methode und Stichprobengröße.
- Anschließend wird darauf basierend durch Prompteingabe ein möglicher Fragebogenentwurf von dem LLM erstellt, der kopiert, angepasst und finalisiert werden kann.
- ChatGPT erstellt auch direkt Bildmaterial für mögliche Konzepttests.

DESK RESEARCH



- KI-Systeme, insbesondere große Sprachmodelle, können bei einer Sekundärquellenanalyse gut mit Nennung möglicher Quellen für Statistiken und Studien unterstützen.
- Direkte Verlinkungen zu den Quellen ist möglich.
- Durch Deep Research hat sich die KI-Unterstützung bei Desk Research deutlich verbessert.

DATEN ANALYSE



- Mit ChatGPT sind komplexe statistische Datenauswertungen in Sekunden möglich.
- Daten können direkt hochgeladen von Google Drive & OneDrive oder dem eigenen PC und dynamisch ausgewertet werden.
- Die Tabellen sind interaktiv anklickbar, weiterführende Analysen werden proaktiv von ChatGPT vorgeschlagen.
- Signifikant besser in der Datenauswertung bei neuen Modellen.

PRETESTING



- Large Language Modelle können auch Bilder generieren (multimodal).
- Somit können Bilder hochgeladen, von ChatGPT analysiert und direkt optimiert in ChatGPT neu generiert werden - als visuelle Unterstützung und Anregung.
- Das bietet großes Potenzial für die Werbewirkungsforschung (Werbemittel-Pretests) – als erste schnelle Indikation von Werbemitteln.
- Werbemittel können im Entwicklungsprozess iterativ in ChatGPT analysiert und optimiert werden – das optimierte Werbemittel kann abschließend durch einen klassischen Pretest getestet werden.
- KI als ergänzendes Pretesting-Tool.

SPOT ANALYSE



- ChatGPT kann ebenso auch Videos analysieren und Optimierungsvorschläge für die Werbeansprache aussprechen.
- Wettbewerberspots können durch ChatGPT auf Potenzial, Stärken und Schwächen analysiert werden.
- Medien können direkt hochgeladen oder YouTube Links integriert werden.

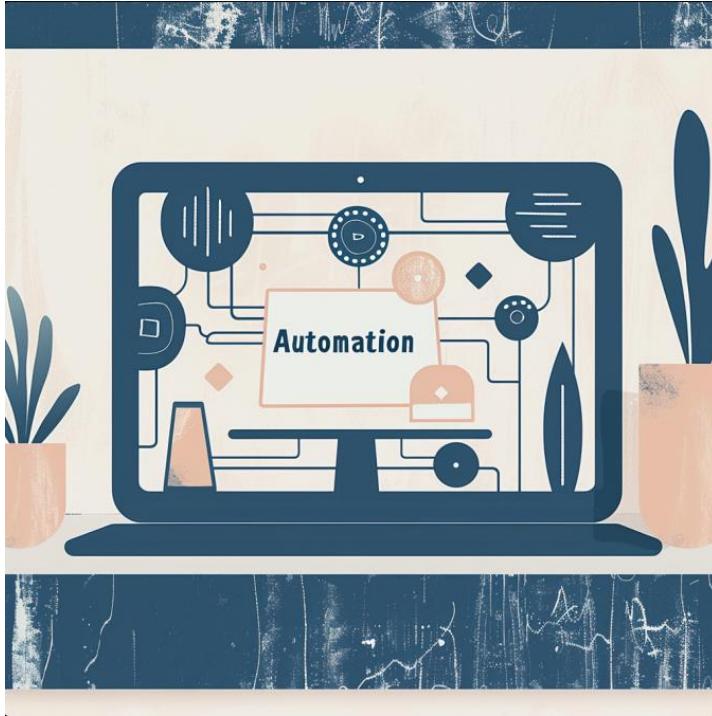
REPORTING



- KI-Modelle können genutzt werden, um einen Ergebnisreport von Marktforschungsprojekten zu automatisieren.
- Verschiedene Möglichkeiten stehen zur Verfügung, genutzt werden können zum Beispiel Avatare, um die Ergebnisse in einem Video zu präsentieren.
- Oder die Ergebnisse werden auditiv in einem Podcast zusammengefasst und diskutiert.
- Oder per KI als klassischer SlideReport erstellt, oder als Dashboard, oder als Infografik.

AGENTEN

- Die Automatisierung eines Workflows von immer wiederkehrenden Aufgaben ist mit Agentensystemen möglich (wie z.B. eine Reise buchen, einen Restaurant-Tisch reservieren etc.).
- Auch in der Marktforschung sind erste agentenbasierte automatisierte Workflows mit KI-Systemen umsetzbar.



KI TOOL-ÜBERSICHTEN

Daily Business KI-Toolempfehlungen



Bild



Video



Text zu Sprache

Automation
Plattform

Carousels



Programmier-Umgebung



App-Entwicklung



KI Avatare & Videos

NotebookLM
Podcasts
(auch in Gemini)

KI-Suchmaschine



Infografiken



Präsentationen

Dokumenten-
zusammenfassung

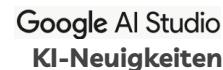
Übersetzer



Musik



Agenten

Google AI Studio
KI-Neuigkeiten

Datenanalyse



KI-Browser



Visualisierungen

Wichtig: Ergebnis immer überprüfen – Data Governance & Corporate Design beachten

DANKE.



Interesse an einem AI-Vortrag?
Nehmen Sie gerne Kontakt auf.

