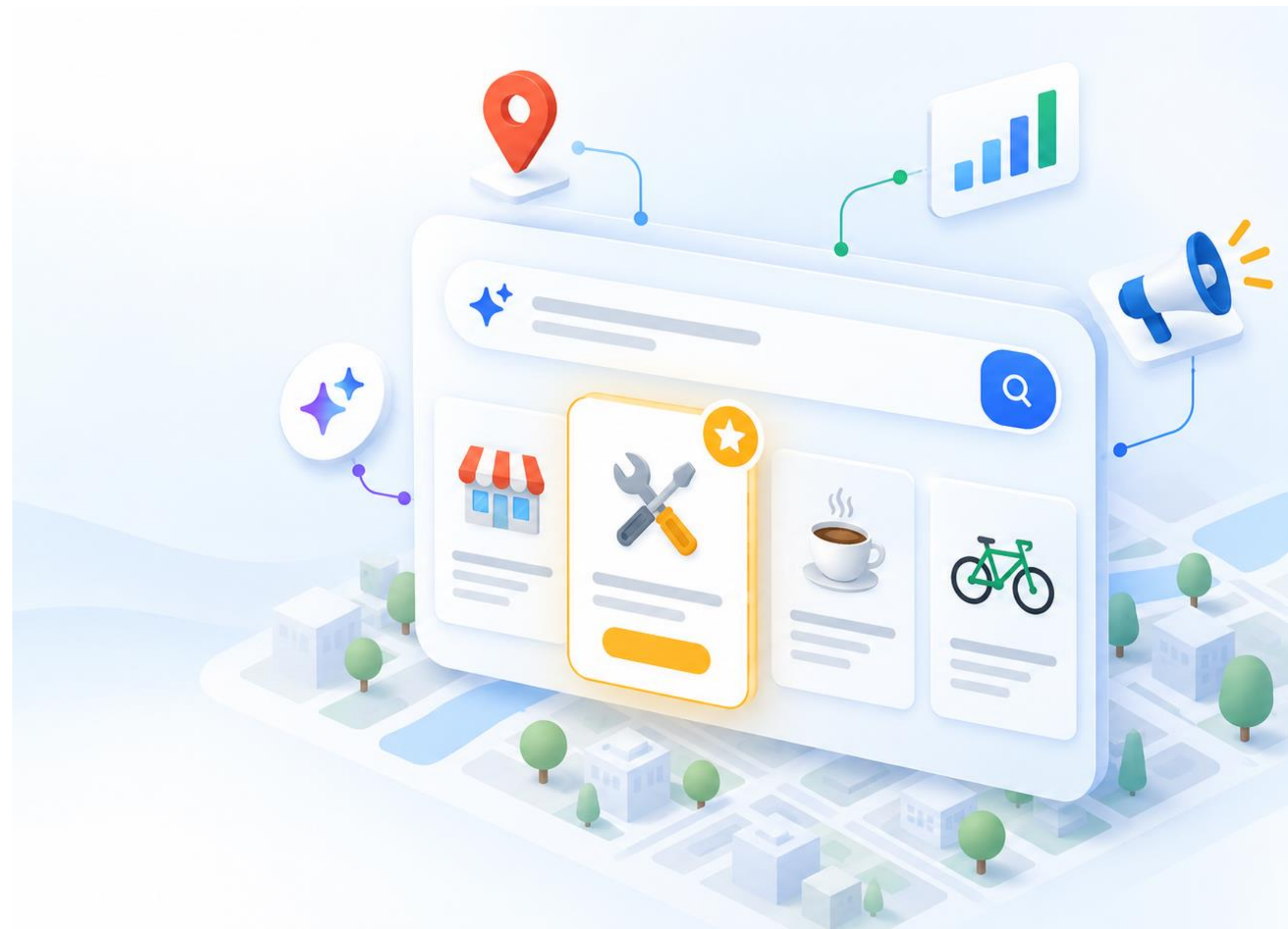


Wie steht es um die KI-Sichtbarkeit bei Schweizer KMU?

Erkenntnisse aus der Studie
«KMU Digital Pulse 2026»

Prof. Dr. Thomas Wozniak
Dr. Nadine Stutz

Wirtschaft
30. September 2026



marketing KI schweiz KMU

Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) im Marketing von Schweizer KMU bietet enorme Effizienzgewinne, wird laut aktuellen Studien aus September 2026 bisher aber erst von gut jedem fünften Unternehmen aktiv genutzt.

Die repräsentative Studie „KMU Digital Pulse 2026“ der Hochschule Luzern (HSLU) und Localsearch zeigt ein klares Bild: Während Grosskonzerne KI flächendeckend integrieren, zögern Schweizer KMU noch – oft wegen Wissenshürden oder weil der konkrete Nutzen für den eigenen Betrieb schwer greifbar bleibt.

Dabei verändert sich das digitale Marketing in der Schweiz rasant. Die wichtigsten Trends, Hürden und Werkzeuge für Schweizer KMU im Überblick:

Aktuelle Studienergebnisse (Stand: Herbst 2026)

- Geringe Nutzung bei Kleinstunternehmen:** Über alle KMU-Grössen hinweg nutzen aktuell **21 % KI im Marketing**. Bei mittleren Unternehmen (50–249 Mitarbeitende) sind es bereits **49 %**, während Mikrounternehmen (1–9 Mitarbeitende) mit nur **18 %** deutlich hinterherhinken.
- Das blinde Fenster (KI-Sichtbarkeit): 58 % aller Schweizer KMU** haben noch nie in einem KI-System (wie ChatGPT oder Perplexity) überprüft, was die KI über ihr eigenes Unternehmen ausgibt, wenn Kunden dort nach lokalen Dienstleistern oder Produkten suchen.

Frage stellen



ringe Nutzur
uell **21 % KI** i
bereits **49 %**,
terherhinken

vitäts- und
is die eigene
it nur **21 %** aktiv

zentrale Er
21 % de
Bei Mikr

nsetzung. Laut
h und der Hoch
KMU (20 Proze
ichverhalten in F
en das nötige A

Abfragen aus dem IKM-Team: Google KI-Modus (25.09.2026) und ChatGPT (30.09.2026). Nicht alle Angaben stimmen überein (21 % vs. 20 %).

marketing ki schweiz kmu

Dank brandaktueller Daten der Studie «KMU Digital Pulse 2026» (von der Hochschule Luzern (HSLU) und Localsearch) lässt sich die aktuelle Situation von künstlicher Intelligenz (KI) im Marketing bei Schweizer KMU exakt auf den Punkt bringen:

Schweizer KMU stehen beim KI-Marketing aktuell in einer akuten Passivitäts- und Wissenslücke. Obwohl fast die Hälfte der Betriebe (45 %) realisiert, dass die eigene Kundschaft KI-Assistenten für die Anbietersuche nutzt, setzen im Schnitt nur **21 % aktiv KI-Tools im Marketing ein**.

Der aktuelle Status in Zahlen (2026)

Der Einsatz von KI im Marketing hängt in der Schweiz drastisch von der Unternehmensgrösse ab:

Unternehmensgrösse	Aktueller KI-Einsatz im Marketing	Einstiegsplanung (nächste 12 Monate)
Mittlere Unternehmen (50–249 MA)	49 %	47 %
Kleine Unternehmen (10–49 MA)	39 %	33 %
Mikrounternehmen / Kleinstbetriebe (1–9 MA)	18 %	19 %
Gesamtdurchschnitt	21 %	21 %

Frage stellen



marketing KI schweiz KMU

Künstliche Intelligenz (KI) revolutioniert das Marketing für Schweizer KMU, allerdings zögern viele Betriebe noch bei der Umsetzung. Laut der repräsentativen Studie *KMU Digital Pulse 2026* von Localsearch und der Hochschule Luzern (HSLU) nutzt aktuell erst rund jedes fünfte Schweizer KMU (20 Prozent) aktiv KI im Marketing. Während 45 Prozent spüren, dass Kunden ihr Suchverhalten in Richtung KI-Assistenten verändern, fehlt fast 60 Prozent der Unternehmen das nötige Anwendungswissen oder der klare Blick auf den konkreten Nutzen.

Dabei bietet KI gerade kleineren Teams die Chance, mit minimalem Budget Marketing-Massnahmen zu realisieren, die früher Grosskonzernen vorbehalten waren.

Die wichtigsten KI-Einsatzbereiche für KMU

Die meisten Schweizer KMU nutzen KI derzeit primär als pragmatisches Werkzeug für die tägliche Arbeit:

- Content-Erstellung & Textierung:** Schnelles Erstellen von Blogbeiträgen, Social-Media-Posts, Newslettern oder Produktbeschreibungen (z. B. mit ChatGPT, Claude oder Microsoft Copilot).
- Visuelle Kommunikation:** Generierung und Bearbeitung von markengerechten Bildern, Grafiken und kurzen Videoclips ohne teure Agenturen.
- Automatisierung & E-Mail-Marketing:** Personalisierte Kundenansprache und zeitsparende Workflows im Kundenservice.
- Smarte Werbung:** Optimierung von Google Ads oder Social-Media-Kampagnen durch KI-gesteuertes Budgeting und Zielgruppen-Targeting (z. B. Performance Max).

marketing schweiz KI kmu studie

Falls du nach einer aktuellen Studie zu KI und Marketing bei Schweizer KMU suchst, ist besonders diese relevant:

KMU Digital Pulse 2026 – HSLU / localsearch

Die Studie untersucht explizit den Einsatz von KI im Marketing Schweizer KMU.

Befragt wurden 504 Personen mit Verantwortung für Marketingentscheidungen in Schweizer KMU; die Erhebung fand im Mai 2026 statt und wurde nach Sprachregion und Unternehmensgrösse gewichtet.

Zentrale Ergebnisse:

- 21 %** der Schweizer KMU setzen bereits KI-Tools im Marketing ein.
 - Bei Mikrounternehmen mit 1–9 Mitarbeitenden sind es nur **18 %**, bei kleinen Unternehmen **39 %** und bei mittleren **49 %**.
- 45 %** nehmen wahr, dass Kundinnen und Kunden zunehmend KI für die Suche nach Angeboten nutzen.
- 58 %** haben noch nie überprüft, wie ihr Unternehmen in KI-Suchen dargestellt wird.
- Nur **2 %** ergreifen gezielt Massnahmen für eine bessere Sichtbarkeit in KI-Suchen; weitere **8 %** prüfen diese systematisch.
- 59 %** erwarten, dass KI Marketingaufgaben schneller macht, **58 %** erwarten weniger Arbeitsaufwand und **55 %** wirksameres Marketing.
- Gleichzeitig sehen **44 %** keinen klaren Nutzen bzw. Bedarf für KI im eigenen Unternehmen.
- Von den KMU, die bereits KI im Marketing einsetzen, erwarten **89 %**, dass sie den Einsatz künftig weiter ausbauen.
- Klassische Website (69 %) und Mund-zu-Mund-Propaganda (63 %) bleiben wichtige Marketingkanäle; nur **7 %** optimieren bereits für KI-Suchen.

Zur Studie «KMU Digital Pulse 2026»

Bilanz

KMU: Firmen wissen nicht, was die KI über sie weiss - Bilanz.ch

24.09.2026 — Während vor wenigen Jahren die Suchmaschinenoptimierung (SEO) der...

persoenlich.com

Localsearch: Erst jedes fünfte KMU nutzt KI im Marketing

24.09.2026 — Nutzern rechnen damit, dass ihr KI-Einsatz künftig zunimmt....

www.organisator.ch

KI im Marketing: Schweizer KMU zögern noch beim Einstieg

24.09.2026 — Studie «KMU Digital Pulse 2026»: Erst jedes fünfte Schweizer KMU...

Alle anzeigen

persoenlich.com

Localsearch: Erst jedes fünfte KMU nutzt KI im Marketing

24.09.2026 — Bei den mittleren sind es 47 Prozent, Mikrounternehmen 19 Prozent. Das...

www.organisator.ch

KI im Marketing: Schweizer KMU zögern noch beim Einstieg

24.09.2026 — Bei Mikrounternehmen trifft dies auf 45 Prozent zu, bei kleinen...

digitalm.ch

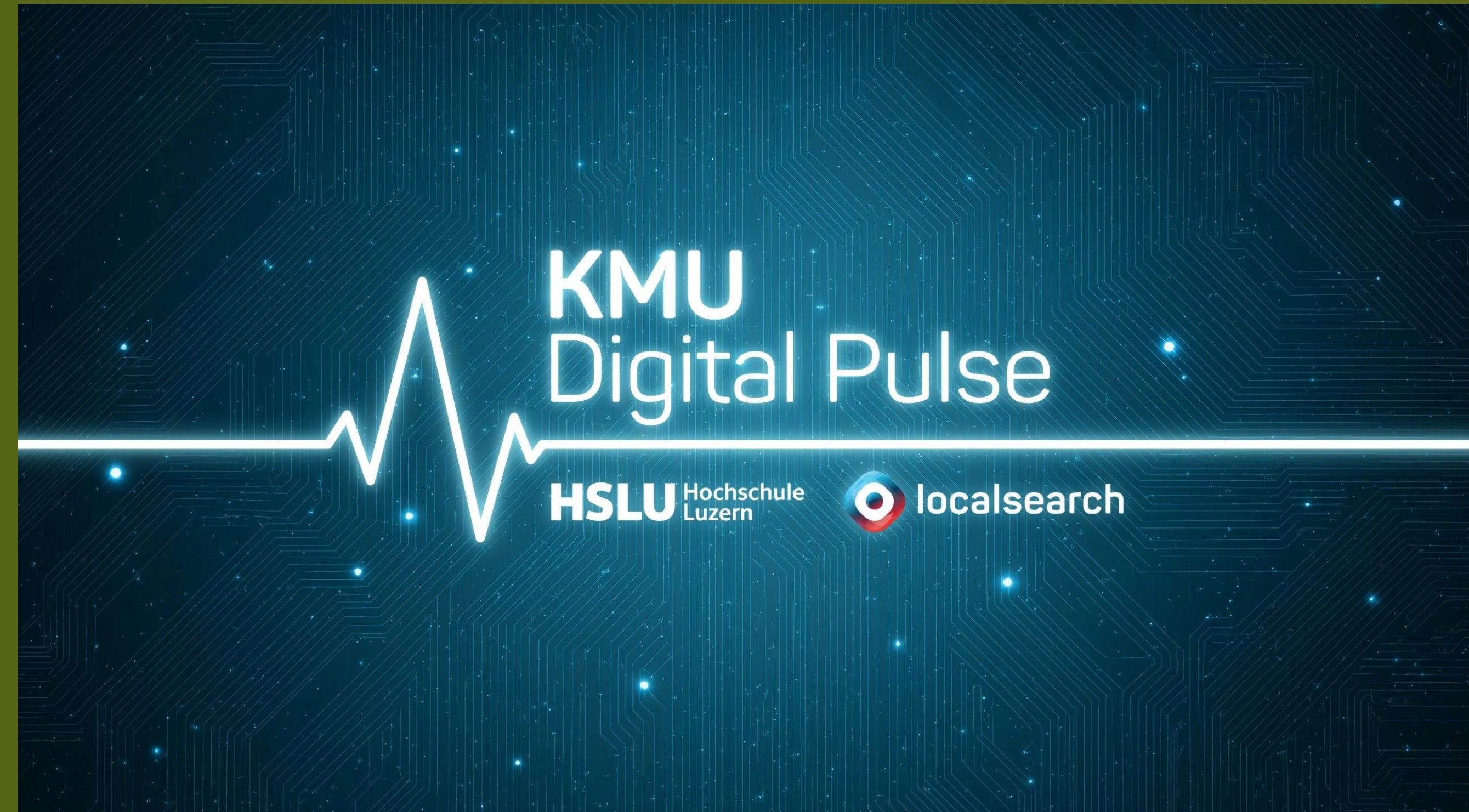
KI-Tools für KMU 2026: Die besten Tools im Überblick | digital M.

20.01.2026 — Praxis-Überblick zu Texten, Bildern und Videos, plus konkrete Tipps, wi...

Alle anzeigen

Wozniak et al. (2026)

Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) im Marketing bei Schweizer KMU



Ziele & Methodik

Ziele

- Wie setzen Schweizer KMU künstliche Intelligenz im Marketing ein?
- Wie gehen sie mit ihrer Sichtbarkeit in KI-Suchen um?
- Welche Hürden halten sie zurück?
- Was nehmen sie sich für die nächsten zwölf Monate vor?

Methodik

Quantitative Onlinebefragung von **504** Personen, die in Schweizer KMU über das Marketing entscheiden oder massgeblich mitentscheiden

Berücksichtigung von Unternehmen mit **1 bis 249** Beschäftigten in allen drei Sprachregionen

Erhebung durch Marktforschungsinstitut intervista vom **13. bis 21. Mai 2026**

Gewichtung der Stichprobe nach Sprachregion und Beschäftigtenklasse auf die Struktur der Schweizer KMU gemäss Bundesamt für Statistik BFS (STATENT 2023)

Wozniak et al. (2026)

Erkenntnis #1:
Anspruch und Verhalten im Umgang
zu KI-Sichtbarkeit klaffen auseinander

Erkenntnis #1: Sichtbarkeit ist wichtig – nachgeschaut hat die Mehrheit noch nie

76 %

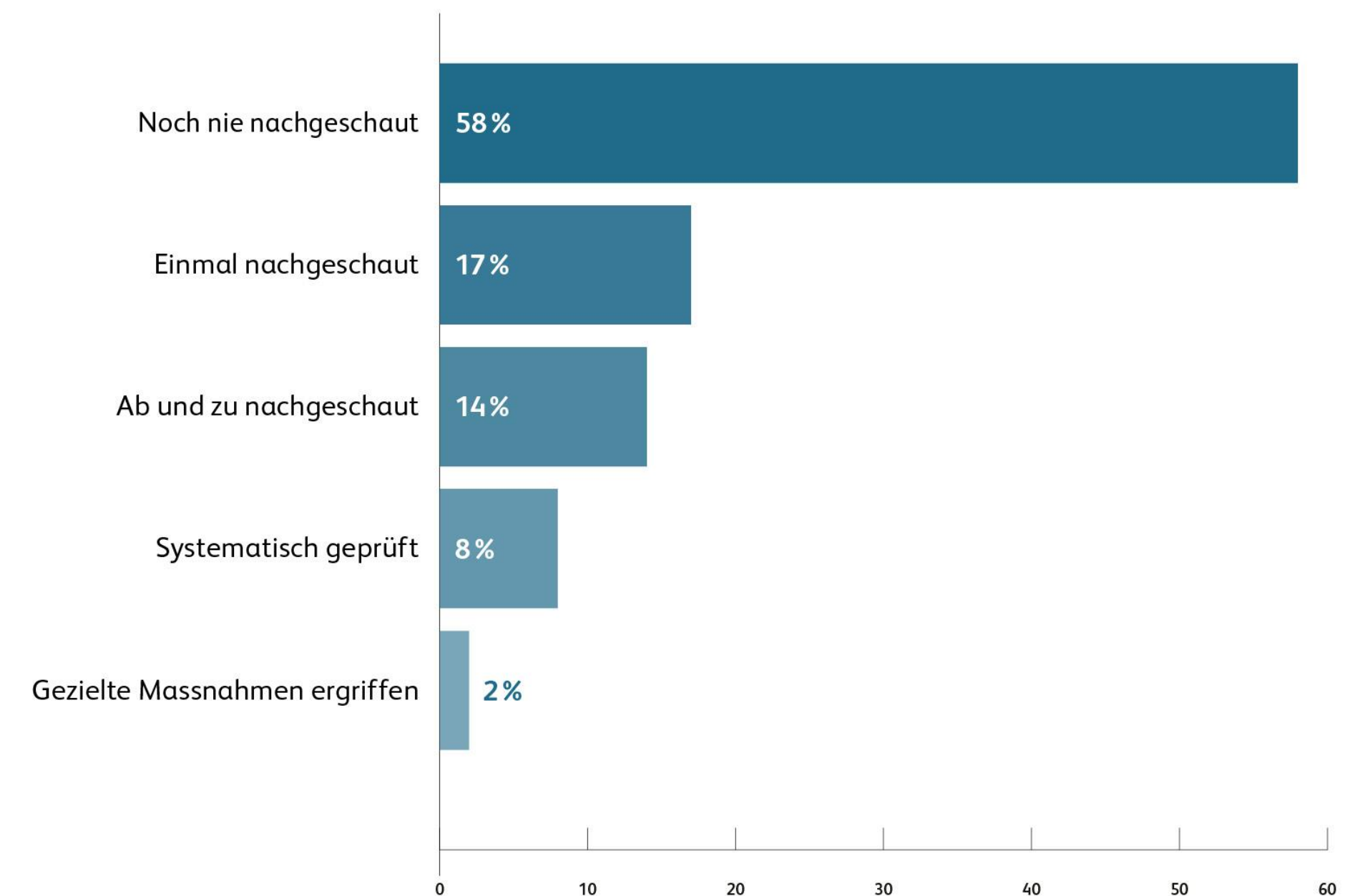
der Schweizer KMU wollen, dass KI-Suchen korrekte Angaben über sie liefern.

Nur gut jedes zehnte KMU prüft systematisch oder ergreift gezielt Massnahmen.

[Mehr dazu im IKM-Blogbeitrag](#)

Umgang mit Sichtbarkeit in KI-Suchen

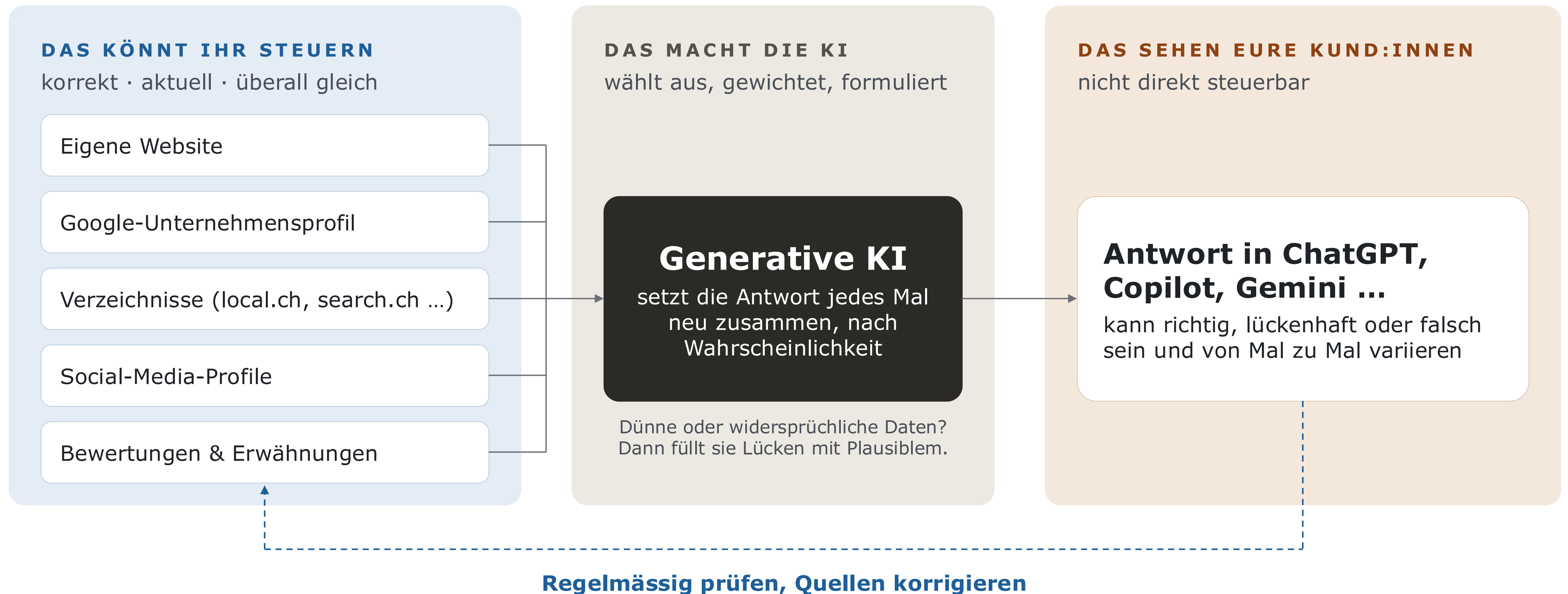
58 % der KMU haben noch nie nachgeschaut, was KI-Suchen über sie liefern.



Quelle: Studie «KMU Digital Pulse 2026»



Steuern können Unternehmen nur die Basis, aus der Antworten entstehen.



Quellen: „News Integrity in AI Assistants“ (2025): 45 % der Antworten mit mindestens einem erheblichen Fehler; OpenAI „Why language models hallucinate“ (2025).

Wozniak et al. (2026)

Erkenntnis #2: Zur Nutzung und Wirksamkeit von KI im Marketing

Erkenntnis #2: KMU, die am Nutzen von KI zweifeln, empfinden KI im Marketing auch als weniger wirksam

	Alle KMU		KMU, die keinen klaren Nutzen oder Bedarf sehen
Aufgaben gehen schneller	59 %	→	48 %
Aufwand sinkt spürbar	58 %	→	50 %
Marketing wird wirksamer	55 %	→	34 %

Zustimmung (Stufen 5 bis 7 der siebenstufigen Skala) zur Aussage, dass KI diesen Nutzen bringt. Basis: alle KMU ohne «weiss nicht» bzw. KMU, die «kein klarer Nutzen oder Bedarf» als Hürde nennen (44 % aller KMU).
Quelle: Studie «KMU Digital Pulse 2026», eigene Darstellung IKM.

KI macht einzelne Mitarbeitende schneller. Wirkung erfolgt erst, wenn Technologie integriert betrachtet wird.

↑ Effektivität · Wirkung nach aussen



Produktivitätsparadoxon

Für Individuen eine Steigerung der Produktivität, für das Unternehmen nicht.

Technologie wirkt erst, wenn Unternehmen in Prozesse, Kompetenzen und Strategie investieren.

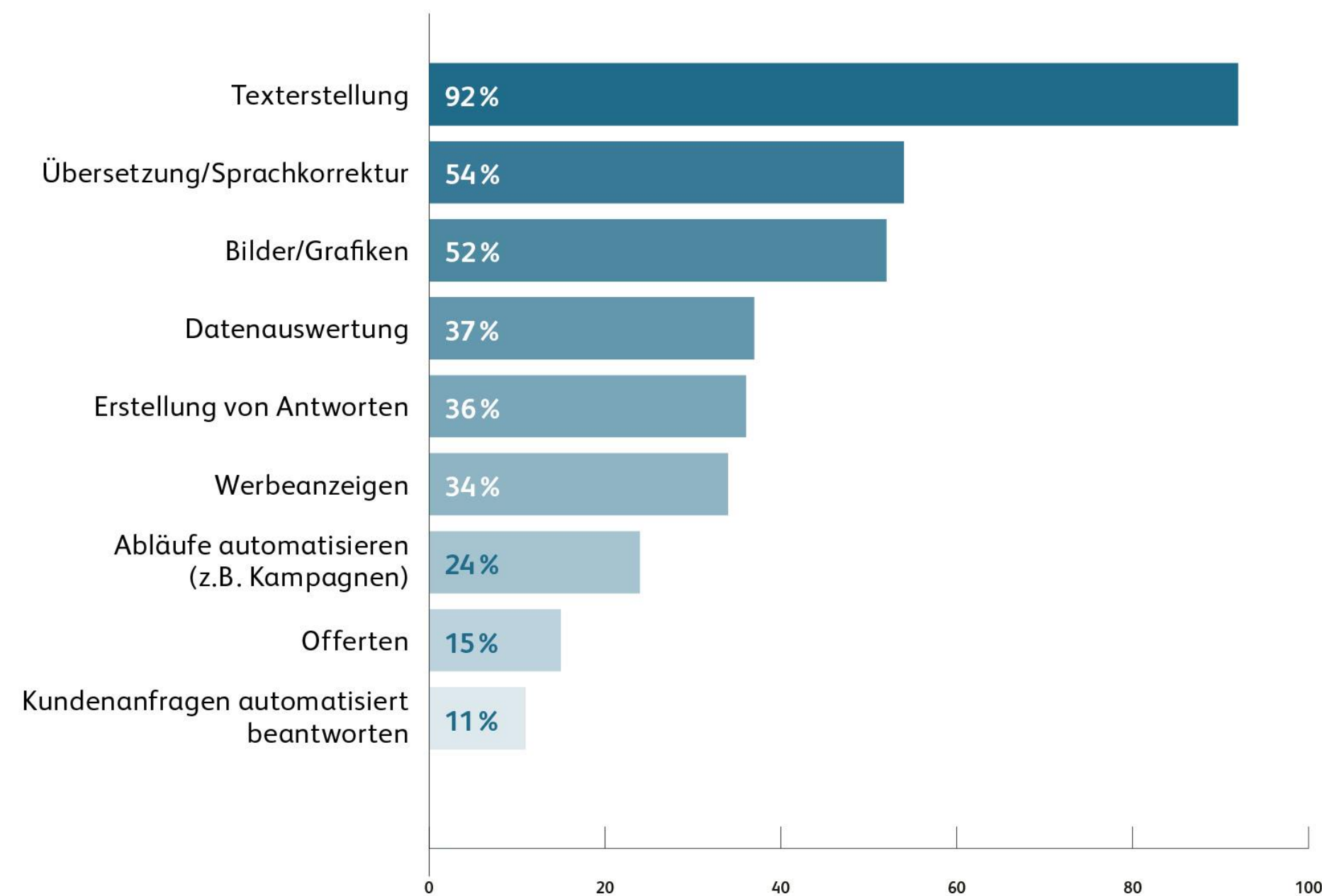
Wozniak et al. (2026)

Erkenntnis #3: KI ist primär ein Schreibtool

Erkenntnis #3: Mit KI wird vor allem geschrieben, das Wissen für den sinnvollen Einsatz im Marketing ist begrenzt

KI-Anwendungsbereiche im Marketing (KI-Nutzende)

92 % der KI-Nutzenden setzen KI für die Texterstellung ein.

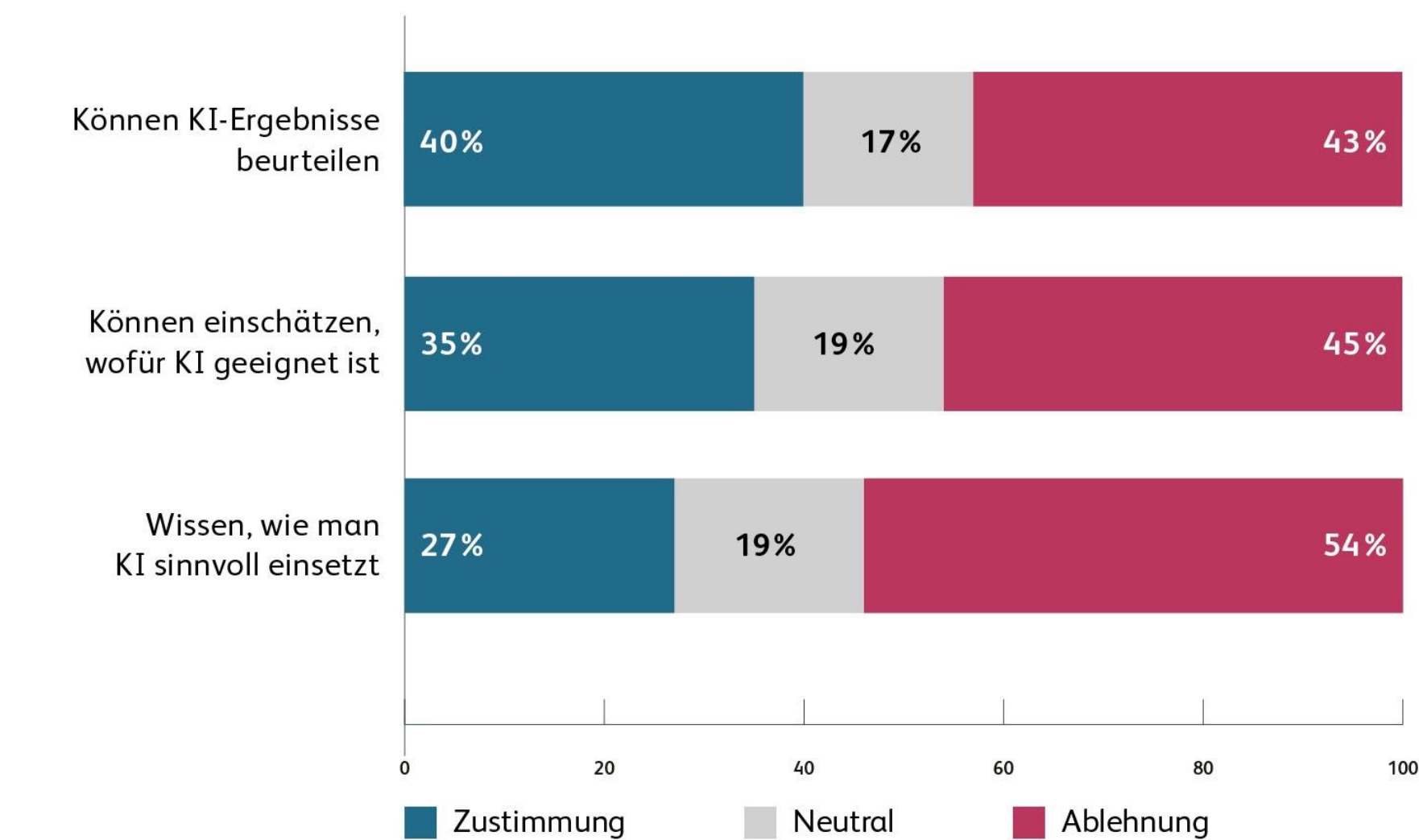


Quelle: Studie «KMU Digital Pulse 2026»



Know-how für KI-Einsatz im Marketing

Nur 27 % der KMU trauen sich zu, KI sinnvoll im Marketing einzusetzen.



Quelle: Studie «KMU Digital Pulse 2026»



Vom Experiment zu AI First: drei Reifegrade

STUFE 1

«Wir sind noch in der Experimentierphase»

Einzelne Mitarbeitende nutzen KI für einzelne Aufgaben: Texte, Zusammenfassungen, Ideen.

WIRKUNG

Effizienz für Einzelne

STUFE 2

«Wir haben schon systematisch integriert»

KI ist in Prozesse, Daten und Entscheidungen eingebunden: Zielgruppen, Kampagnen, Erfolgsmessung.

WIRKUNG

Effizienz im Unternehmen, Effektivität beginnt

STUFE 3

«Wir sind AI First»

Marketing wird von der KI her gedacht: Angebote, Kanäle und Abläufe werden neu gestaltet.

WIRKUNG

Effizienz und Effektivität als Hebel

Die meisten KMU nutzen KI zum Produzieren, steuern aber weder, was KI über sie sagt, noch was KI in ihrem Marketing bewirkt. Es braucht einen Mindset-Wechsel: weg vom reinen Tool-Denken hin zu strategischen Überlegungen und mehr Urteilsvermögen: wissen, wofür KI taugt, Ergebnisse beurteilen können und regelmässig nachschauen.

In a Nutshell

Drei Hebel für mehr Sichtbarkeit und Wirkung mit KI

#1 GEO strategisch angehen und verankern.

Macht Generative Engine Optimization (GEO) zum festen Bestandteil eurer Marketing- und Kommunikationsstrategie. Prüft regelmässig, was KI-Suchen über euch sagen: gestützt (mit Unternehmens-, Produkt- oder Dienstleistungsnamen) und ungestützt (mit allgemeinen Begriffen zu eurem Angebot). Haltet eure Quellen korrekt, aktuell und einheitlich.

#2 Von der Tool-Frage zu Anwendung und Wirkung.

Startet beim Zweck, nicht beim Tool: Welche Aufgabe im Marketing soll KI besser machen, nicht nur schneller? Investiert gewonnene Zeit gezielt in Wirkung und legt fest, woran ihr sie misst. Ihren Hebel entfaltet KI erst, wenn sie in Prozesse, Daten und Entscheidungen eingebunden ist.

#3 KI-Literacy als Kernkompetenz entwickeln.

Stärkt das Urteilsvermögen: wissen, wofür KI taugt, und Ergebnisse kritisch beurteilen können. Fördert eine Kultur, die Experimentieren erlaubt, Feedback einfordert und Lernen sichtbar macht. Kompetenz entsteht durch bewusste Anwendung, nicht durch reine Nutzung.

Lust auf mehr #brainfood und #AILiteracy?

2-tägiger Fachkurs «Die Zukunft von SEO: Optimierung für KI und LLMs»

- Moderne Search Strategien
- Einsatz zentraler Technologien
- Product-Led und Thought-Leadership-Content

Mittwoch & Donnerstag 02./03.
Dezember 2026

Kosten: CHF 1500
Anmeldung und Informationen
unter:
[Fachkurs Die Zukunft von SEO](#)

NEU ab 2027: SAS zu GEO
und Digitaler Reputation. Bei
Interesse:
nadine.stutz@hslu.ch

Der Kurs kann auch individuell für ein Team angefragt werden. Termine und Kosten auf Anfrage.

2-tägiger Fachkurs «Agentic AI mit Microsoft Copilot Studio für Marketing und Kommunikation»

- Agent-Denken statt Prompting
- Praxisnahe Umsetzung in M365
- Governance und Qualität

Dienstag & Mittwoch 17./18. November
2026

Kosten: CHF 1500
Anmeldung und Informationen unter:
[Fachkurs Agentic AI](#)

Der Kurs kann auch individuell für ein Team angefragt werden. Termine und Kosten auf Anfrage.

Lust auf mehr #brainfood und #AILiteracy?

Einzel buchbar
(5 ECTS)
oder
individuelle
Kombinationen

CAS AI in Marketing and Communication (www.hslu.ch/ai) Zentrale SAS-Programme			
Generative AI in Marketing und Kommunikation	KI-Ethik und –Recht in Kundenbeziehungen	AI Transformation in Marketing und Kommunikation	Applied AI Marketing Project*
Start, 23.Oktober 2026	Start, 26. Februar 2027	Start, 23.Oktober 2026	Start, 27. August 2027
– Funktionsweisen und Anwendungen relevanter generativer KI-Tools – Strategien für Implementierung und AI-Literacy-Ansätze – Rechtliche, ethische und soziale Rahmenbedingungen hslu.ch/gki	– Rechtliche Rahmenbedingungen für den Einsatz von KI – Ethische Prinzipien u.a. Diskriminierungen, Dilemmas und Dark Patterns – Implementierung von Leitlinien hslu.ch/kie	– KI-Integrationsanalyse: KI-Potenzial analysieren und Use Cases nach strategischer Relevanz priorisieren – Roadmap und Heatmap Entwicklung – KI-Change Management hslu.ch/ait	– Risiken in KI-Projekten identifizieren – Datengrundlage und AI-Readiness eines KI-Vorhabens beurteilen – Strukturiertes Experiment-Setup für das eigene KI-Vorhaben entwickeln hslu.ch/aimp

Die Referierenden und weitere Informationen zur Studie



Prof. Dr. Thomas Wozniak

Professor für Konsumentenverhalten
und Technologie

Institut für Kommunikation und Marketing IKM
Hochschule Luzern – Wirtschaft

thomas.wozniak@hslu.ch
[linkedin.com/in/thomas-wozniak-hslu](https://www.linkedin.com/in/thomas-wozniak-hslu)



Dr. Nadine Stutz

Dozentin für Digital Communication
und generative KI

Institut für Kommunikation und Marketing IKM
Hochschule Luzern – Wirtschaft

nadine.stutz@hslu.ch
[linkedin.com/in/nadinestutz](https://www.linkedin.com/in/nadinestutz)

Die Studie «KMU Digital Pulse 2026» wurde in Kooperation mit localsearch (Swisscom Directories AG) durchgeführt. Das Studiendesign sowie die Auswertung und Interpretation verantwortet das Institut für Kommunikation und Marketing IKM der Hochschule Luzern – Wirtschaft.

Weitere Informationen zur Studie «KMU Digital Pulse 2026» finden Sie auf der [Studienseite von localsearch](#) und der [Projektseite der Hochschule Luzern](#). Das Whitepaper wurde auf Deutsch, Französisch und Italienisch veröffentlicht, Open Access unter CC BY 4.0.

Zitiervorschlag für das Whitepaper:

Wozniak, T., Boenigk, M., Niederberger, M. & Stutz, N. (2026). KMU Digital Pulse 2026: Künstliche Intelligenz im Marketing von Schweizer KMU. Hochschule Luzern – Wirtschaft, Institut für Kommunikation und Marketing IKM. <https://doi.org/10.5281/zenodo.22098333>