Agentic Web – Wenn KI-Agenten zu Kunden werden



05. November 2026

webit! Gesellschaft für neue Medien mbH

Agenda

Wie KI-Systeme die Customer Journey verändern

Das Agentic Web

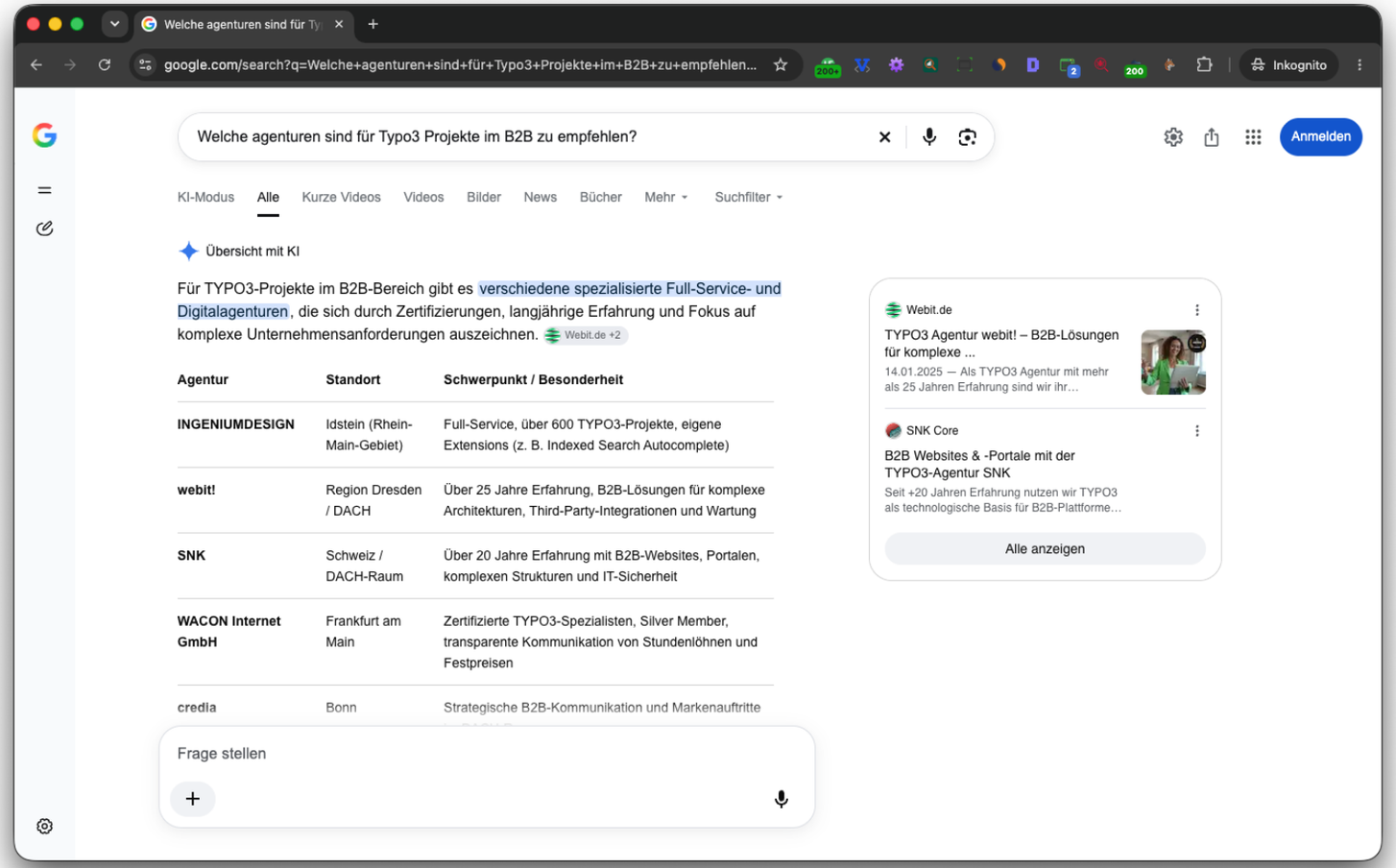
Erfolgsfaktoren im Agentic Web



KI und die Customer Journey

KI verändert die Informationssuche

KI-Zusammenfassungen statt Suchergebnissen

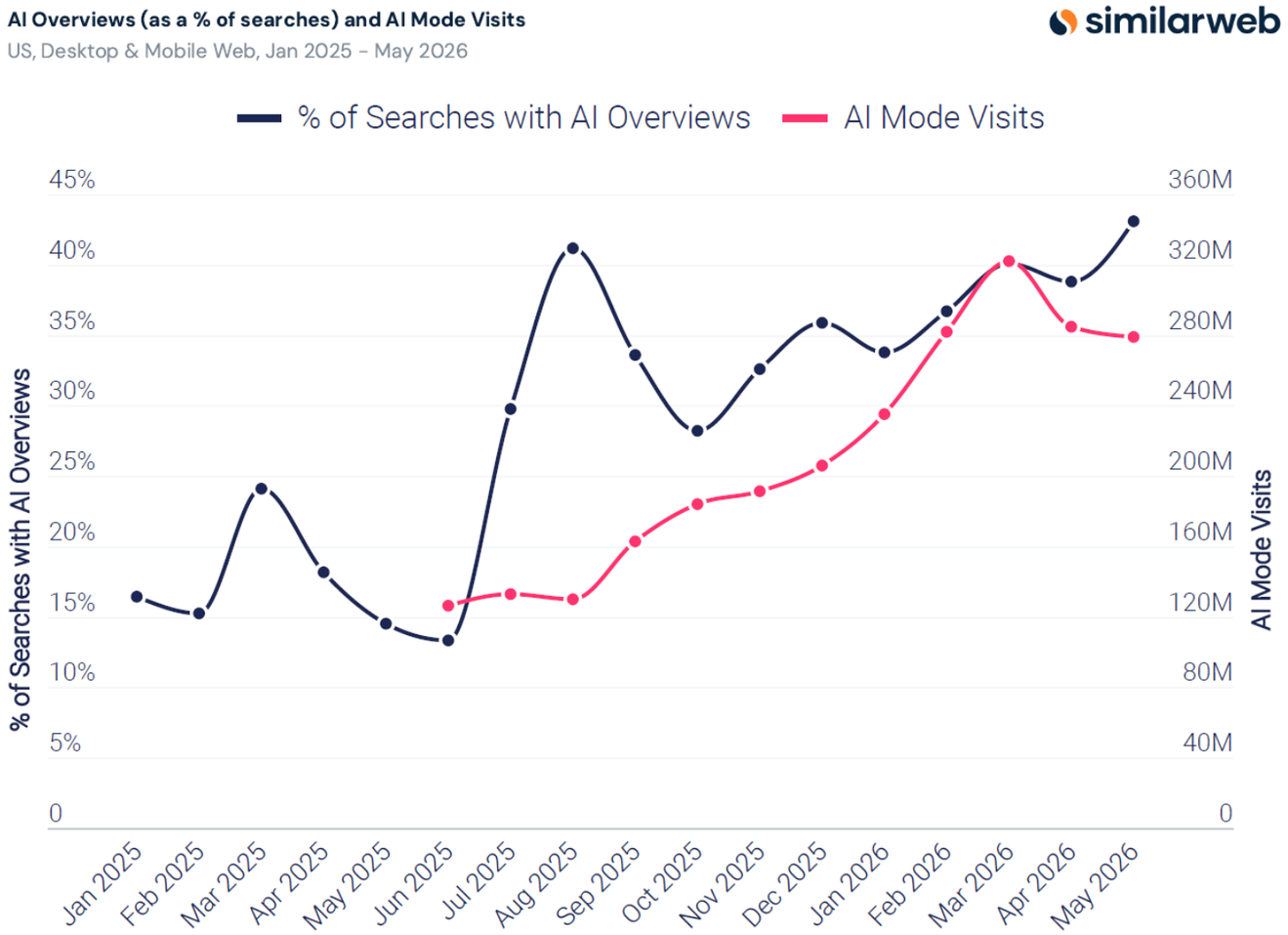




KI verändert die Informationssuche

KI-Zusammenfassungen statt Suchergebnisse

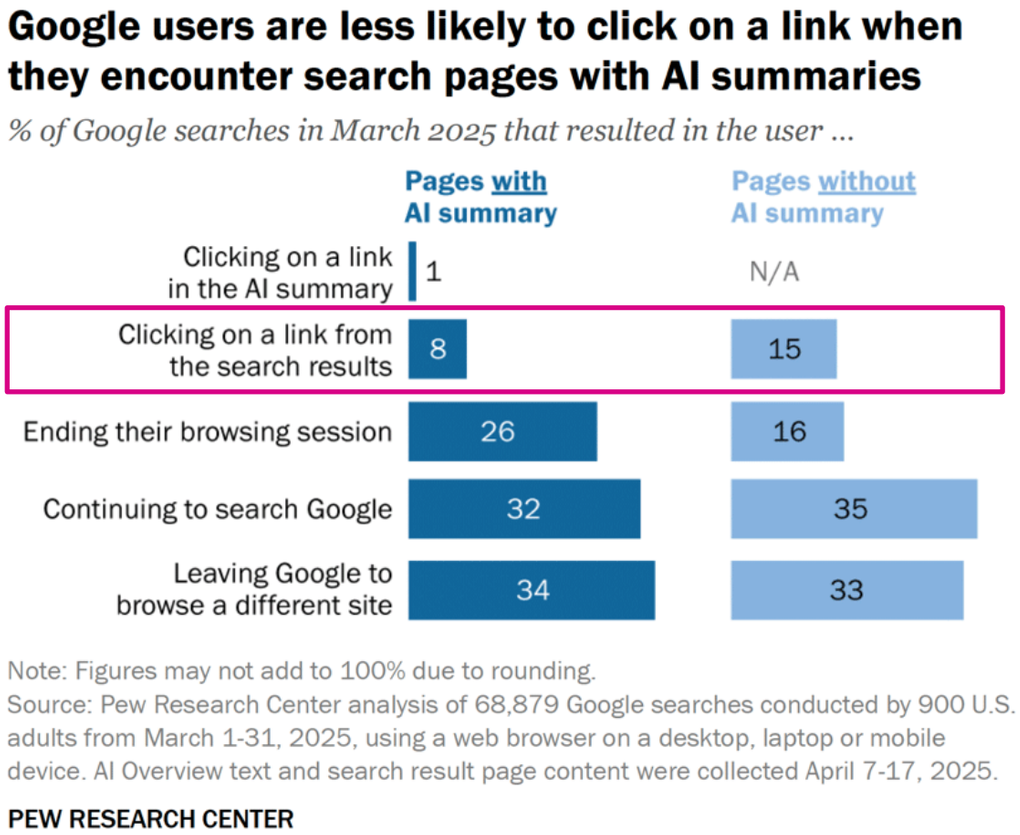
- **AI Overviews** werden aktuell für ca. **50 % aller Suchanfragen** über den Suchergebnisse ausgespielt.
- Aktuelle Semrush-Studie vom **Oktober 2026**: **Über 80%** AI Overviews bei **kommerziellen Suchen**
- Die Nutzung des **KI-Modus von Google** (AI Mode), der eine **neue Form dialogbasierter Interaktion** mit der Suchmaschine jenseits klassischer Suchergebnisse darstellt, hat sich seit 2025 mehr als **verdoppelt**.



KI-generierte Ergebnisse reduzieren Klickraten

Reduzierte Klickraten in Suchmaschinen

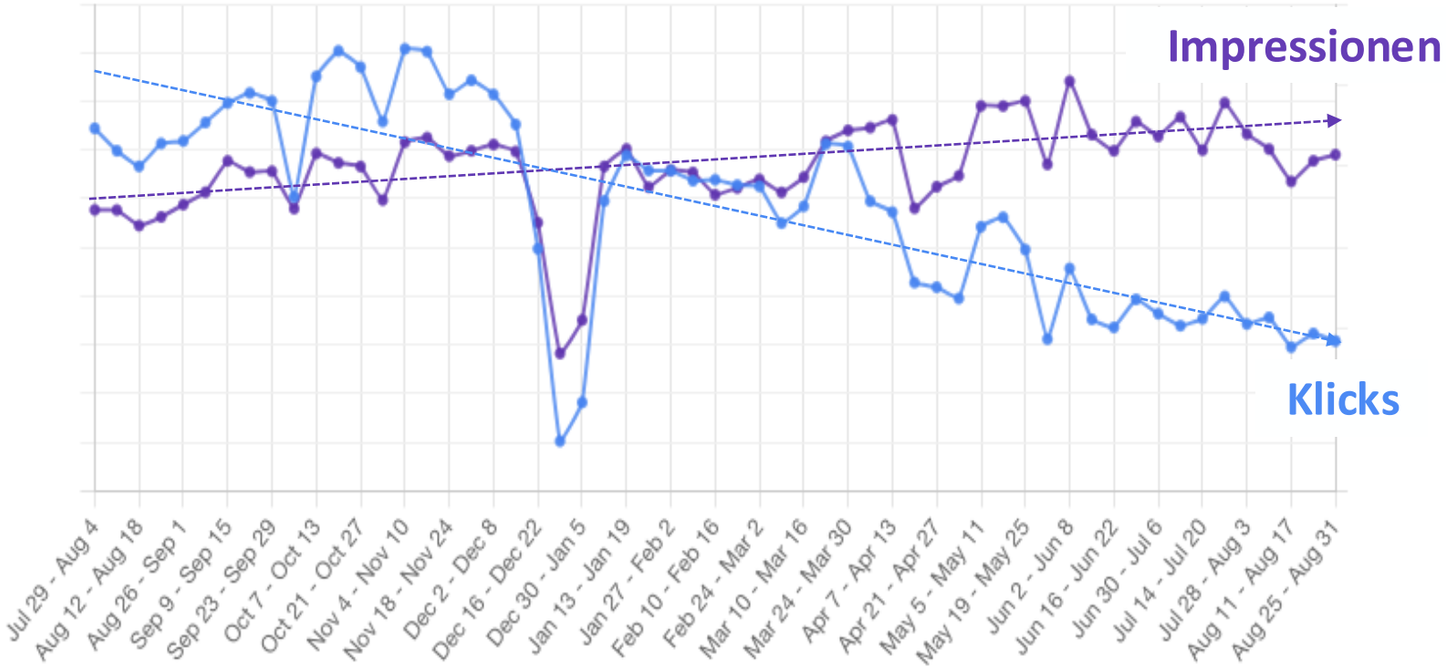
- Nur noch **8 % der Nutzer** klicken auf einen Link im Google-Suchergebnis, wenn darüber ein KI-generierte Antwort („AI Overview“) ausgespielt wird.
- Die **Klickrate** in der Google Suche **halbiert** sich, sobald eine **AI Overview** ausgespielt wird.



Sichtbarkeit & Traffic entkoppeln sich

Sichtbarkeit ist kein Traffic-Treiber mehr

- Informationssuchen enden häufiger als **Zero-Click-Suchen**, da Antworten direkt ausgespielt werden.
- Impressionen bleiben stabil, während Klicks sinken: **Sichtbarkeit und Webseitenbesuche entkoppeln sich**.

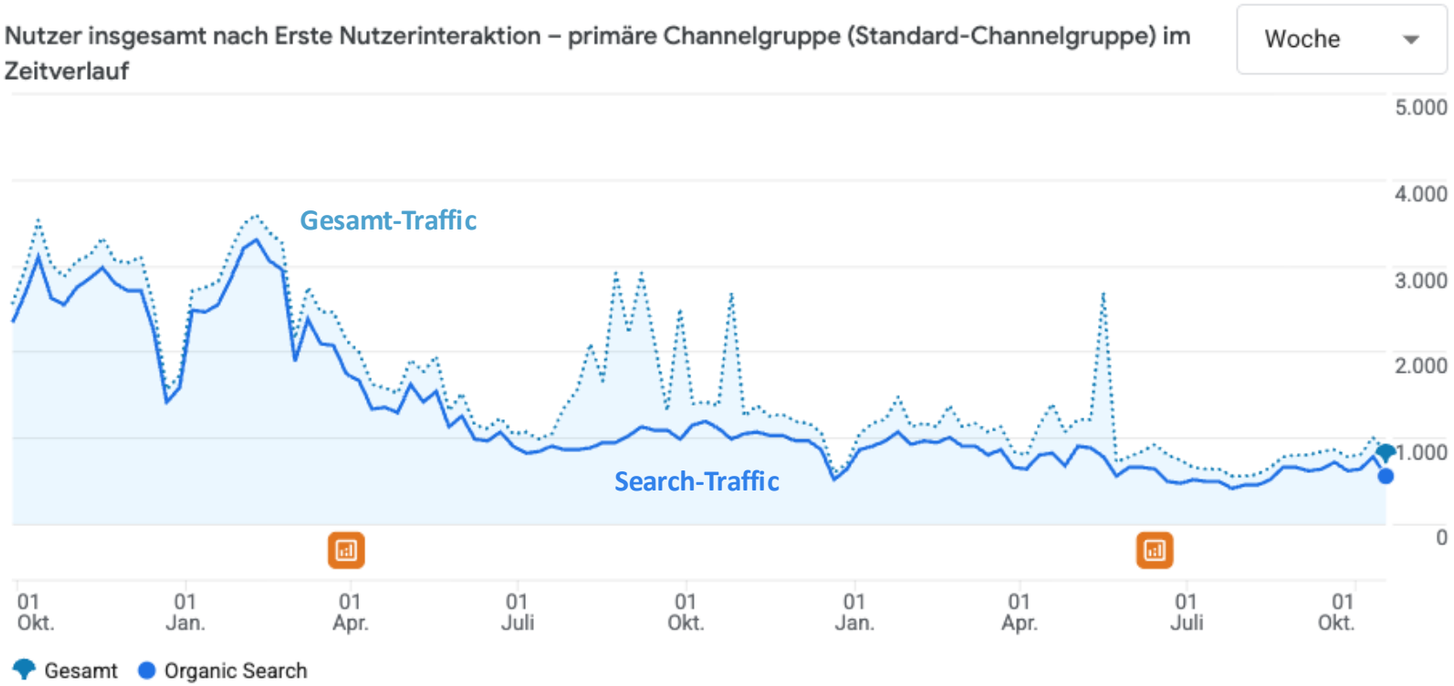


Impressionen und Klicks in den Google-Suchergebnissen für die Glossar-Inhalte eines Portals

Informationsgetriebene Plattformen haben Probleme

Etablierte Akquisitionsmodelle sind überholt

- Webseiten, die überwiegend auf **informationsgetriebene Inhalte** und **Search** als einzigen **Akquisitionskanal** setzen, spüren einen deutlichen **Rückgang des Traffics**.
- Gute **Rankings bleiben trotzdem wichtig**, reichen aber allein nicht mehr aus.
- **Präsenz** in **KI-Antworten** in Form von **Markennennungen** und **Zitierungen** gewinnen an Bedeutung.

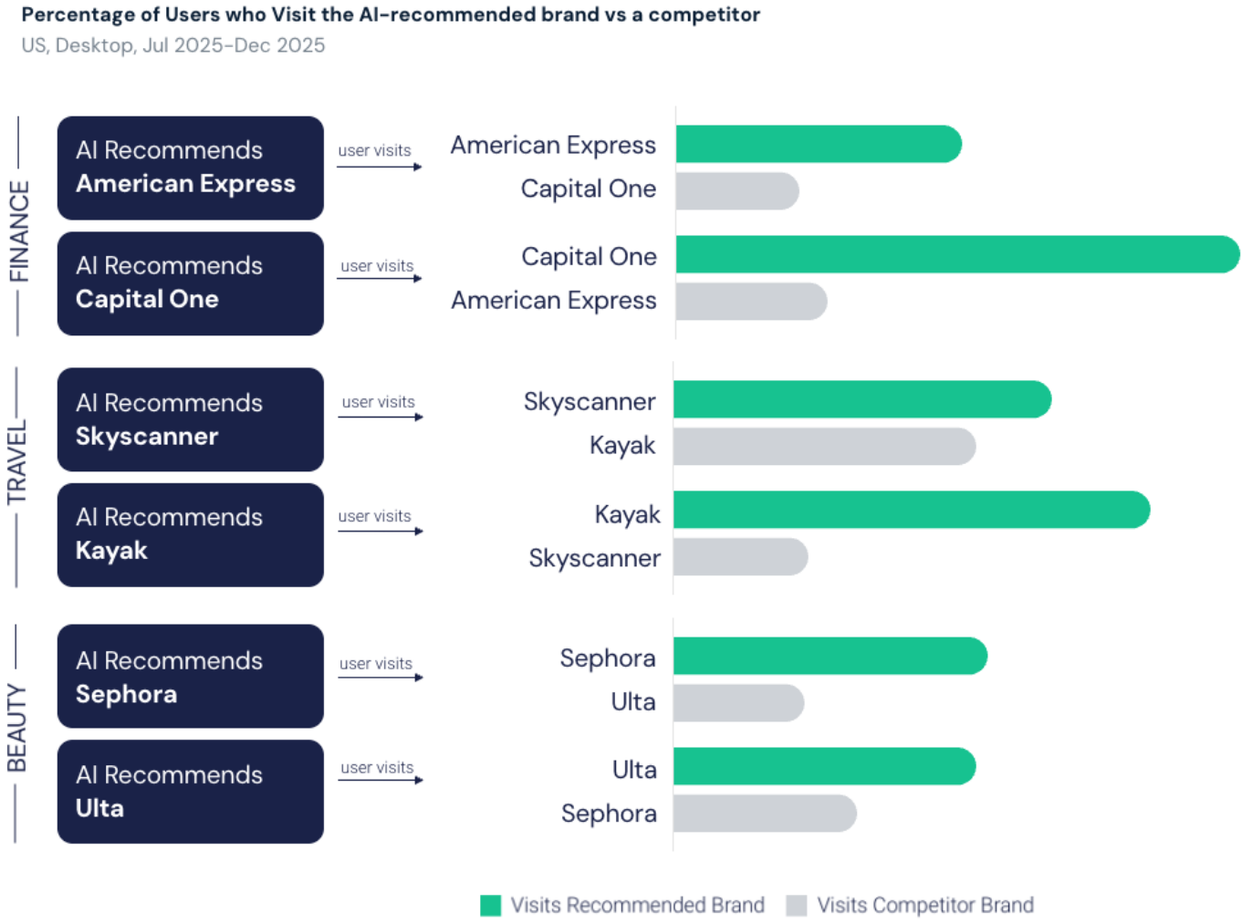


Traffic-Entwicklung eines Informationsportals im Pharmabereich.

KI beeinflusst Anbieterwahl

Sichtbarkeit in KI-Systemen beeinflusst Markenwahl

- Eine Studie von Similarweb zeigt: **KI-Sichtbarkeit beeinflusst** nachweislich die **Markenwahl.**
- Von ChatGPT **empfohlene Marken** haben eine 2,5-fach höhere Besuchswahrscheinlichkeit.
- **56 % der Besuche** der Markenseiten erfolgten dabei nicht direkt sondern mit **zeitlichem Versatz** und **über Suchmaschinen**.



Quelle: Similarweb

Von KI-Systemen vermittelter Traffic ist (immer noch) kaum messbar

KI-Einfluss auf Webseiten-Traffic schwer messbar

- Analyse von webit! über 247 Google Analytics Properties mit 3,4 Mio. Sessions im August 2026: **Traffic-Anteil von KI-Assistenten** am Gesamt-Traffic betrug **0,84 %**
- Studie von **Mary Haynes** mit 100 untersuchten Websites, 145 Mio. Sessions und einem Zeitraum von 12 Monaten: **Traffic von KI-Assistenten** wie ChatGPT betrug **nur 0,73 % des Traffics von Suchmaschinen**
- Aber: **schwierige Attribution**, weil KI-initiierter Traffic in anderen Kanälen, z. B. Search, auftauchen kann.

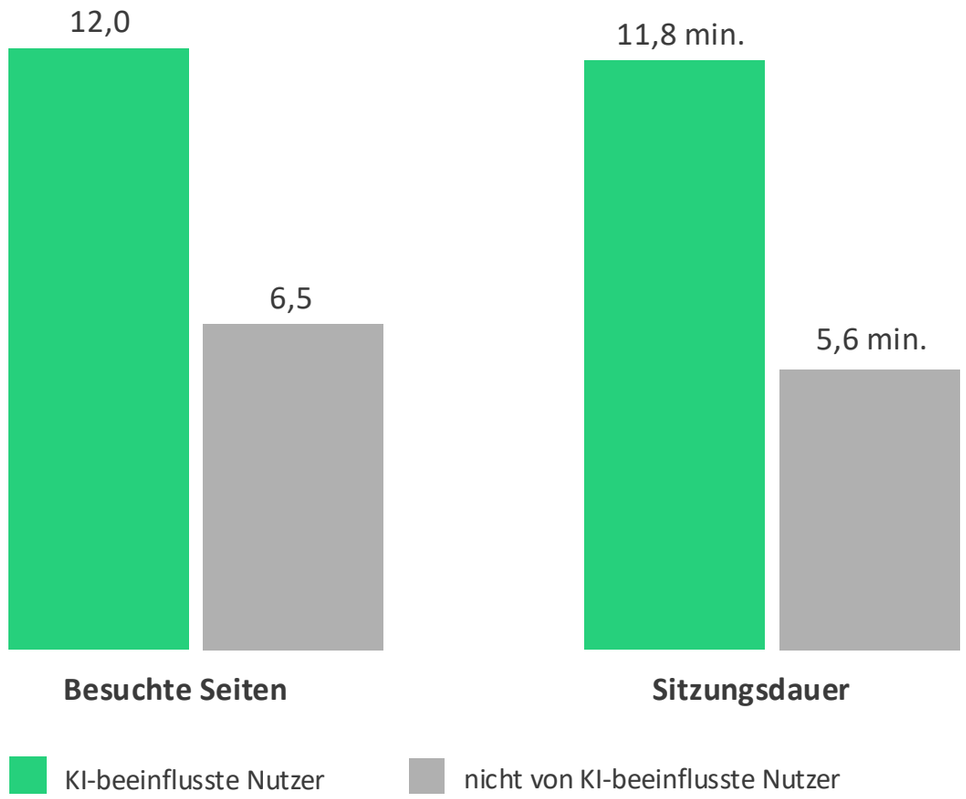
Von KI-Assistenten vermittelter Traffic

<1%

KI beeinflusst User Engagement

KI-beeinflusste Nutzer sind engagierter

- Die Similarweb-Studie zeigte auch: Von KI beeinflusste Nutzer beschäftigen sich **deutlich intensiver mit einer Website** als andere Besucher.
- Sie rufen im Durchschnitt **fast doppelt so viele Seiten** auf: 12,0 gegenüber 6,5 Seitenaufrufen.
- Mit 11,8 Minuten verbringen sie zudem **mehr als doppelt so viel Zeit auf der Website** als Nutzer ohne KI-Einfluss.

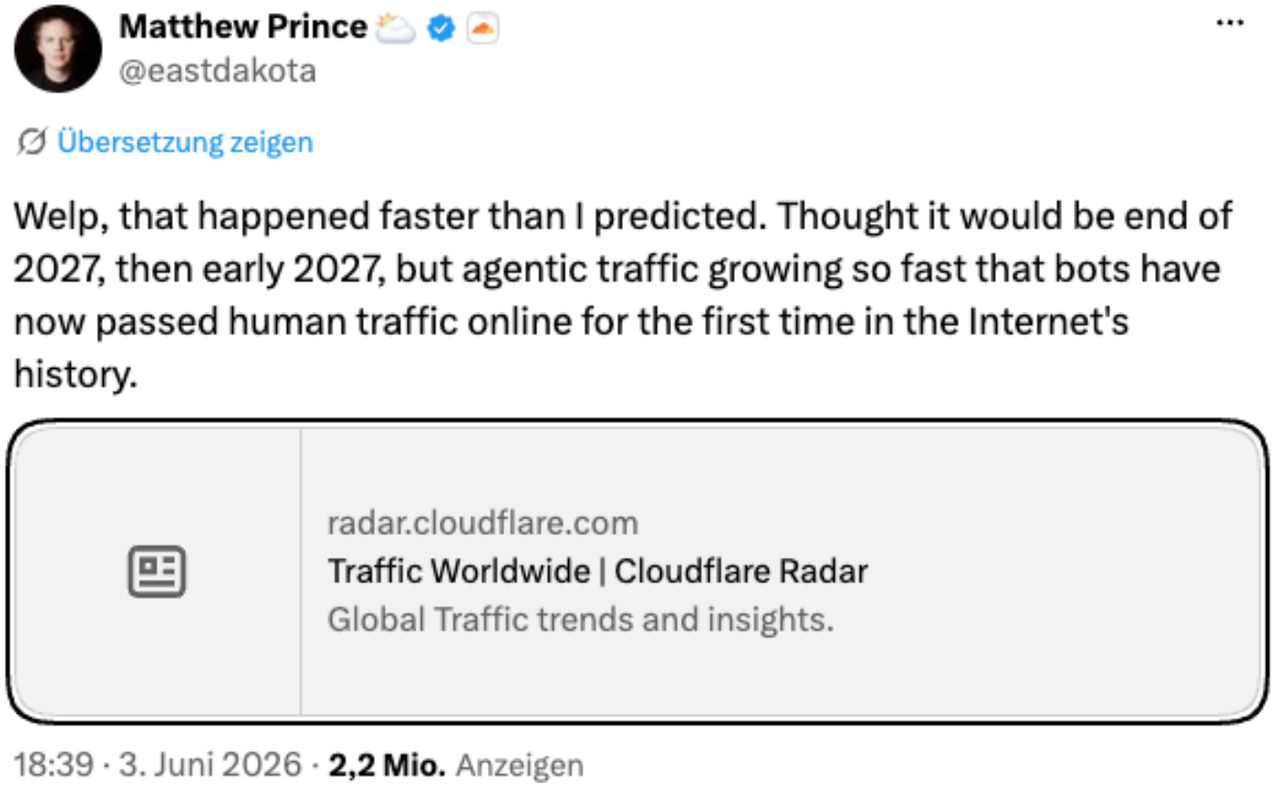


Quelle: Similarweb

Traffic von KI-Agenten steigt rasant

Bot-Traffic übersteigt menschlichen Traffic

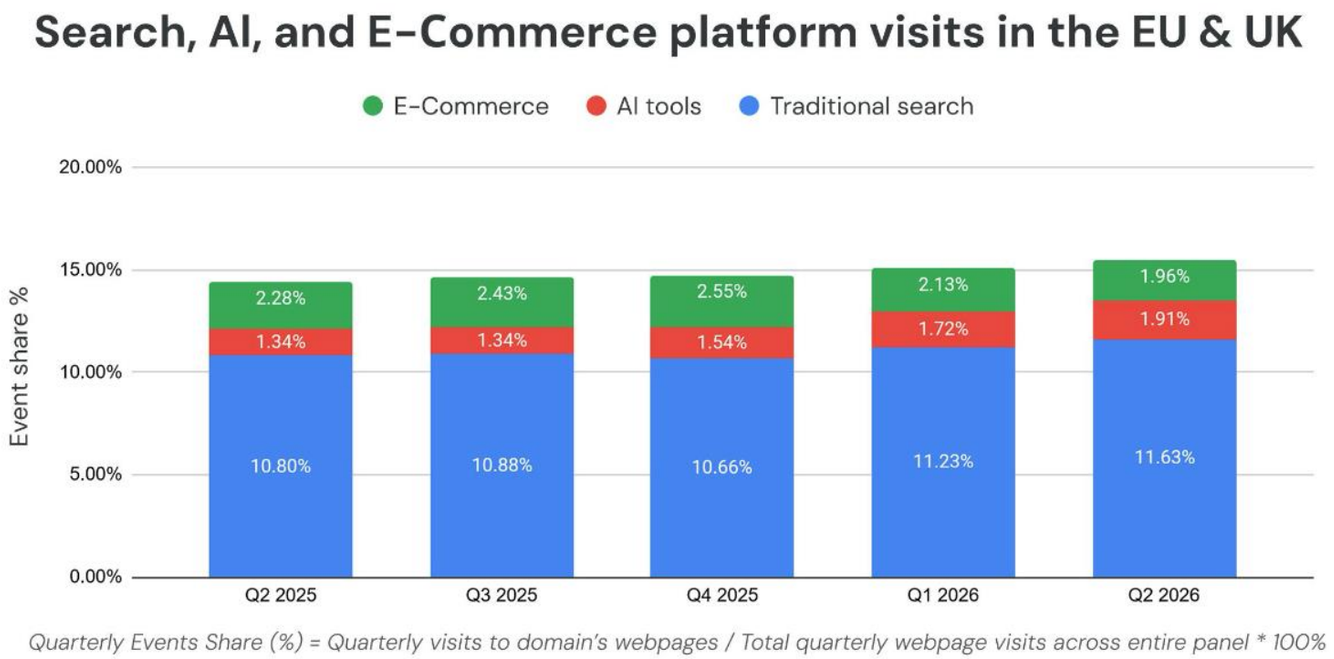
- Matthew Prince (CEO Cloudflare) gibt im **Juni 2026** bekannt, dass **Bot-Traffic erstmals menschlichen Traffic überstiegen** hat
- **Logfile-Analysen** von webit! zeigen: Ausgewählte **Webseiten-Inhalte** werden mittlerweile **häufiger von KI-Assistenten** als von Menschen **aufgerufen**



Suchmaschinen dominieren

Suchmaschinen sind der „Place to be“

- **Suchmaschinen dominieren weiterhin**: Trotz des starken Wachstums von KI-Assistenten werden Suchmaschinen deutlich häufiger genutzt.
- **6-mal mehr Besuche: Im 2. Quartal 2026** entfielen **11,6 %** des Gesamt-Traffics in der EU & UK auf Besuche von **Suchmaschinen** und nur **1,9 %** auf Besuche von **KI-Tools.**
- **KI als zusätzlicher Kanal**: KI-Assistenten gewinnen an Bedeutung, ersetzen die klassische Suche aber bislang nicht.



SparkToro

Source: Datos

Datos
A Semrush Company

Vom Human Web zum Agentic Web



Human Web

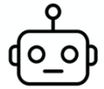
Menschen besuchen Webseiten, vergleichen Informationen und Angebote und führen Aktionen auf Websites aus.



AI Assisted Web

KI-Assistenten recherchieren und verarbeiten Informationen aus verschiedenen Quellen.

Sie beantworten Fragen, vergleichen Angebote und geben Empfehlungen.



Agentic Web

KI-Agenten planen eigenständig Schritte, um menschliche Aufträge zu erfüllen.

Agenda

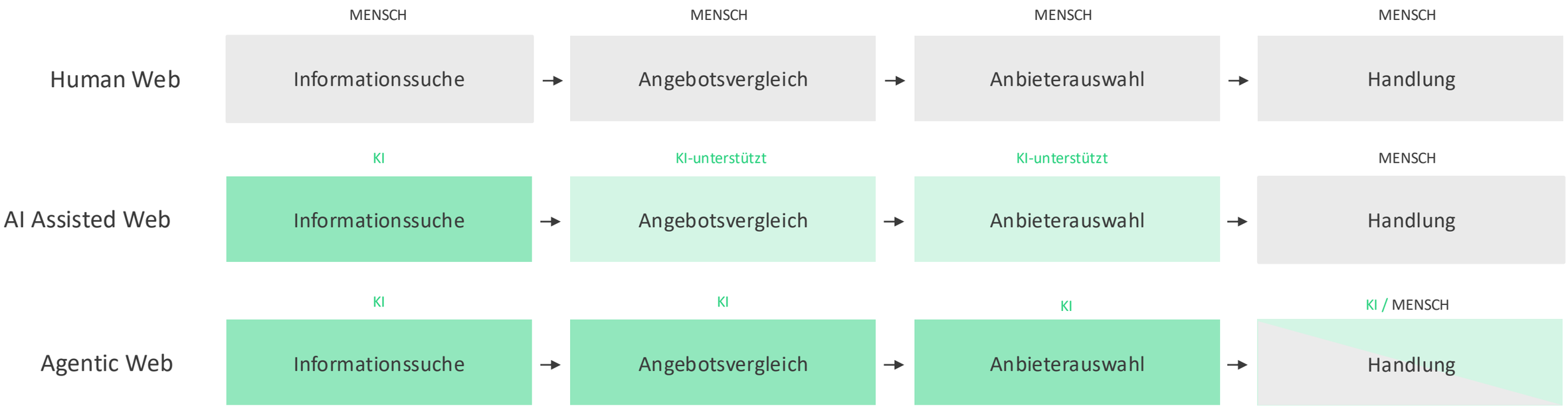
Wie KI-Systeme die Customer Journey verändern

Das Agentic Web

Erfolgsfaktoren im Agentic Web



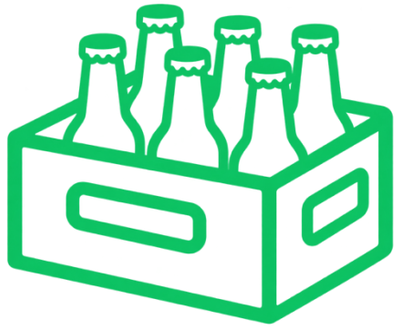
KI-Agenten übernehmen die komplette Customer Journey



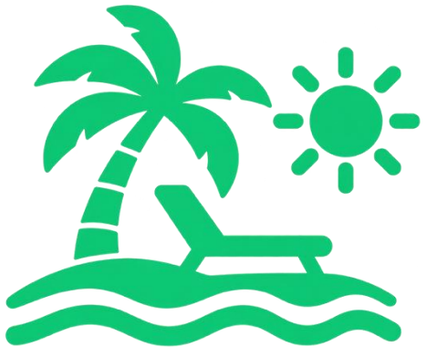
KI-Agenten können alle Phasen der Customer Journey selbstständig durchlaufen. Bei komplexen oder wichtigen Entscheidungen bleibt der Mensch stärker eingebunden.

KI-Agenten übernehmen die komplette Customer Journey

Low Involvement



High Involvement



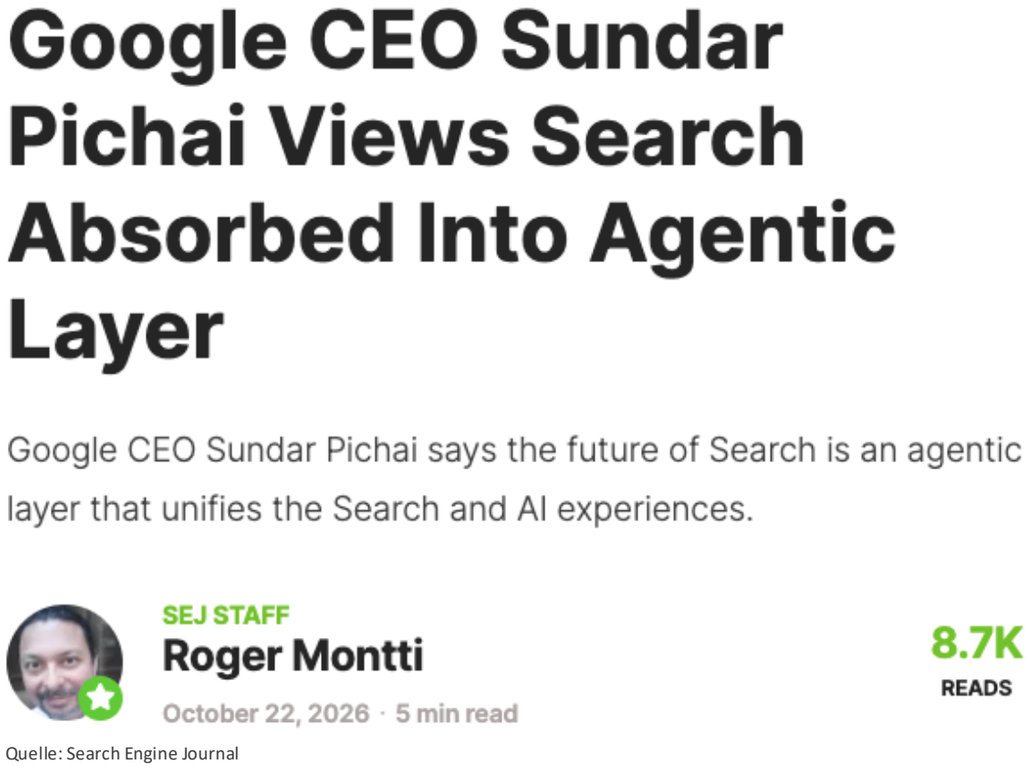
Wie viel Verantwortung Nutzer an KI-Agenten übertragen, hängt von der persönlichen Bedeutung der Entscheidung ab. Je wichtiger sie ist, desto stärker möchten Nutzer eingebunden bleiben.



Google wird sich zum Agenten-Manager entwickeln

Suche & KI verschmelzen in einem Agentic Layer

- „**Task Execution**“: Handeln statt Suchen
- „**One Box**“: Eine Schnittstelle für verschiedene Google-Produkte
- „**24/7 Context**“: Persönlicher Agent, der Kontext behält
- Zukünftig greifen **Sub-Agenten statt Menschen** auf Webinhalte zu
- **Komplexe Aufgaben** werden **parallel** im Hintergrund über **längere Zeiträume** von Sub-Agenten bearbeitet
- **Langfristiges Transformationsziel** nach 2027



Google CEO Sundar Pichai Views Search Absorbed Into Agentic Layer

Google CEO Sundar Pichai says the future of Search is an agentic layer that unifies the Search and AI experiences.

SEJ STAFF
Roger Montti
October 22, 2026 · 5 min read

8.7K
READS

Quelle: Search Engine Journal

Das Agentic Web

Google Universal Cart

Google launched den Universal Cart in US

- **Ein Warenkorb für alles**: Produkte aus verschiedenen Shops in einem Warenkorb
- „**Preis- und Bestands-Alerts**“: Information wenn Preise fallen oder Produkte verfügbar sind
- „**Automatische Rabattcodes**“: System sucht im Hintergrund automatisch nach Gutscheincodes und wendet diese an
- **KI-Mandate** (Beta): „Kaufe diesen Schuh sofort, wenn er unter 90 € fällt“
- „**Single Point Checkout**“: Direkter **Checkout per UCP** oder **Übertragung des Warenkorbs** an den Händler (Handoff)
- **Händler bleibt „Seller of Record“** und zuständig für Versand, Rechnung und Kundenservice
- Ähnliche Ansätze: **Amazon „Buy me now“, Meta „Muse“**



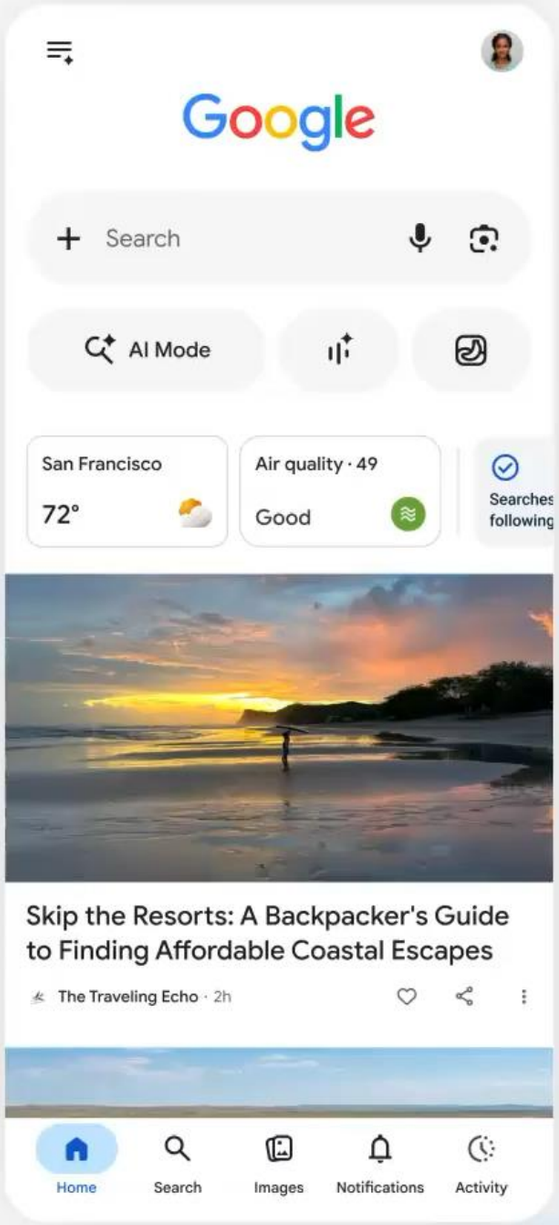
Sequences shortened. Results for illustrative purposes and may vary. Screen images simulated.

Google Connected Apps

Unternehmensfunktionen in Google Search und Gemini anbieten

- **Neue Interaktionsmöglichkeiten:** Unternehmen können ihre Dienste für KI-Agenten in Google Search (AI Mode) und Gemini bereitstellen.
- **Aufgaben selbständig ausführen:** KI-Agenten können beispielsweise Verfügbarkeiten prüfen, Berechnungen durchführen oder Serviceanfragen übermitteln.
- **Anbindung über MCP:** MCP-Server stellen Unternehmensdaten und -funktionen für Googles KI-Agenten bereit.
- Bereits **über 50 Connected Apps**: Google hat erste Integrationen mit ausgewählten Partnern (z.B. Canva, Dropbox, Vistaprint) umgesetzt.
- **Schrittweise Einführung**: Die neue Entwicklerplattform ist noch nicht allgemein verfügbar.

Connected Apps ermöglicht KI-Agenten, direkt auf Unternehmensfunktionen zuzugreifen und Aufgaben im Auftrag der Nutzer zu erledigen, ohne die Webseite bedienen zu müssen.



Erfolgsfaktoren im Agentic Web

Vom Auftrag zur Bestellung

Nutzerauftrag: „Bestelle 5.000 Flyer DIN A5, beidseitig farbig, mit der Grammatur 135g/m² zum günstigsten Preis. Die Lieferung muss zuverlässig bis Freitag erfolgen.“

Erneut recherchieren

Schritt 1:
Anbieter recherchieren

Schritt 2:
Angebote vergleichen

Schritt 3:
Geeigneten Anbieter auswählen

Schritt 4:
Bestellung vorbereiten

Bestellung nach Freigabe auslösen

Welche Faktoren entscheiden eigentlich darüber, welche Druckerei der Agent auswählt und ob er die Bestellung dort erfolgreich abschließen kann?



Agenda

Wie KI-Systeme die Customer Journey verändern

Das Agentic Web

Erfolgsfaktoren im Agentic Web



Erfolgsfaktoren im Agentic Web

Die 3 Faktoren des Erfolgs

Discovery

Kann der Agent mein Angebot entdecken?

Evaluation

Erfüllt mein Angebot den Nutzerauftrag?

Execution

Kann der Agent die Aufgabe abschließen?



Discovery

Wie findet ein KI-Agent mein Unternehmen und meine Angebote?

Suchmaschinenpräsenz

Organische Sichtbarkeit in den Suchergebnissen von Suchmaschinen

- Produkt- und Leistungsseiten
- Indexierung
- Rankings

Technische Zugänglichkeit

Erreichbarkeit und Crawlbarkeit relevanter Webseiteninhalte

- Bot-Zugriff ermöglichen
- Abrufbarkeit sicherstellen
- Technische Hürden vermeiden

Quellenpräsenz

Auffindbarkeit über Produktfeeds, Marktplätze und Branchenverzeichnisse

- Test- & Vergleichsportale
- Produktfeeds
- Marktplätze
- Branchenverzeichnisse

Sichtbarkeit für Produkte und Leistungen in Suchmaschinen ist auch im Agentic Web die Basis für Auffindbarkeit durch KI-Agenten.

Evaluation

Warum entscheidet sich ein KI-Agent für mein Angebot?

Relevanz

Übereinstimmung des Angebots mit den Anforderungen des Nutzerauftrags

- Produkteigenschaften, Einsatzvoraussetzungen und Einschränkungen
- Einsatzbereiche und Zielgruppen

Datenqualität

Vollständige, aktuelle und eindeutige Produkt- / Leistungsdaten

- Vollständige Produkt- und Leistungsdaten
- Aktuelle Preise und Verfügbarkeiten
- Eindeutige, widerspruchsfreie Angaben

Attraktive Preise, Verfügbarkeit, Lieferzeiten und Konditionen

- Wettbewerbsfähige Gesamtpreise
- Transparente Leistungen, Lieferzeiten und Konditionen
- Zertifikate, Gütesiegel & Bewertungen

Stellen Sie sicher, dass KI-Agenten die Eignung, Qualität und Wettbewerbsfähigkeit Ihrer Angebote anhand verlässlicher Informationen beurteilen können.

Execution

Was benötigen KI-Agenten, um Aufgaben erfolgreich auszuführen?

Digitale Geschäftsprozesse

Digitalisierte Geschäftsprozesse sind die Basis agentischer Bedienbarkeit.

- Produktkonfiguration
- Anforderung von Angeboten
- Preisabfragen
- Bestellungen

Zugängliche Funktionen

Bedienbare Webseiten und Schnittstellen ermöglichen Agenten den Zugriff auf digitale Funktionen.

- Browser Use
- WebMCP
- MCP
- UCP

Sicherheit & Zuverlässigkeit

Freigaben, eindeutige Rückmeldungen und Fehlerbehandlung gewährleisten kontrollierte Abläufe.

- Authentifizierung & Berechtigungen
- Freigabeprozesse
- Statusrückmeldungen
- Fehlerbehandlung



Stellen Sie sicher, dass wichtige Geschäftsprozesse digital abgebildet sind und über die Webseite oder zukünftige Schnittstellen von KI-Agenten ausgeführt werden können.

Erfolgsfaktoren im Agentic Web

Interaktionswege für KI-Agenten

Zwei Wege zur Interaktion mit Unternehmenssystemen

Über die Webseite

Agenten bedienen Benutzeroberflächen oder nutzen bereitgestellte Website-Funktionen.

Browser Use / WebMCP

Über Schnittstellen

Agenten greifen über angebundene Werkzeuge direkt auf Unternehmensfunktionen zu.

MCP / UCP

KI-Agenten können Unternehmensprozesse über Webseiten oder angebundene Schnittstellen nutzen. Entscheidend ist, dass die benötigten Funktionen zugänglich und ausführbar sind.



Browser Use

KI-Agenten interagieren direkt mit der Webseite

Visuell (Screenshots)

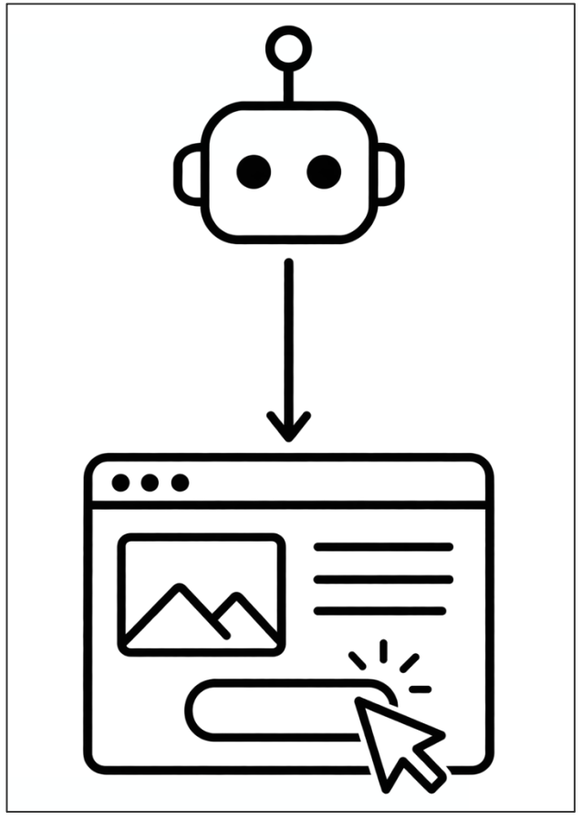
- Analysiert die gerenderte Webseite als Bild
- Erkennt Texte, Buttons und Eingabefelder anhand ihrer visuellen Darstellung
- Bedient die Webseite über Maus- und Tastaturaktionen

Strukturell (HTML)

- Analysiert Elemente, Rollen, Beschriftungen und Zustände
- Identifiziert Bedienelemente anhand ihrer semantischen Eigenschaften
- Interagiert gezielt mit identifizierten Elementen

Aktuell nutzen KI-Agenten Screenshots und HTML-Strukturen, um Webseiten zu verstehen und zu bedienen.

Browser Use

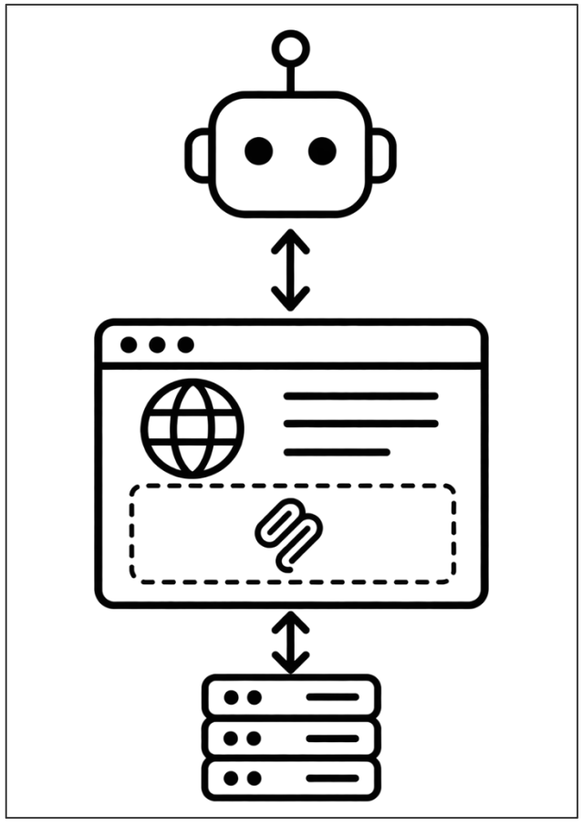


WebMCP

Funktionen der Webseite gezielt für KI-Agenten bereitstellen

- Neuer **Standard im Entwicklungsstadium**, um KI-Agenten den Aufruf wichtiger Webseiten-Funktionen direkt & effizient zu ermöglichen.
- **Direkt auf der geöffneten Webseite:** Der Agent nutzt bereitgestellte Funktionen innerhalb der aktuellen Browsersitzung.
- **Deklarativer Ansatz**: Formulare werden um zusätzliche Attribute ergänzt, um deren Funktion für KI-Agenten zu beschreiben
- **Imperativer Ansatz**: Funktionen der Webseite werden über Javascript als spezifische Tools für KI-Agenten abgebildet, die von diesen direkt aufgerufen werden können.
- **Unabhängiger von der Benutzeroberfläche**: Klar definierte Tools reduzieren die nötige Interpretation von Buttons, Formularen und Klickpfaden

Zukünftig können mit WebMCP wichtige Funktionen Ihrer Webseite für KI-Agenten direkt abrufbar gemacht werden. Effiziente Bedienbarkeit von Webseiten durch KI-Agenten kann ein Wettbewerbsvorteil für Sie sein.



Funktionen statt Klicks

Browser Use vs. Direkter Funktionsaufruf via WebMCP

Browser Use

Produktseite öffnen
↓
Format auswählen
↓
Grammatur auswählen
↓
Auflage eingeben
↓
Liefertermin auswählen
↓
Preis ablesen

WebMCP

Preis_berechnen()

Produkt: Flyer

Format: DIN A5

Grammatur: 135g

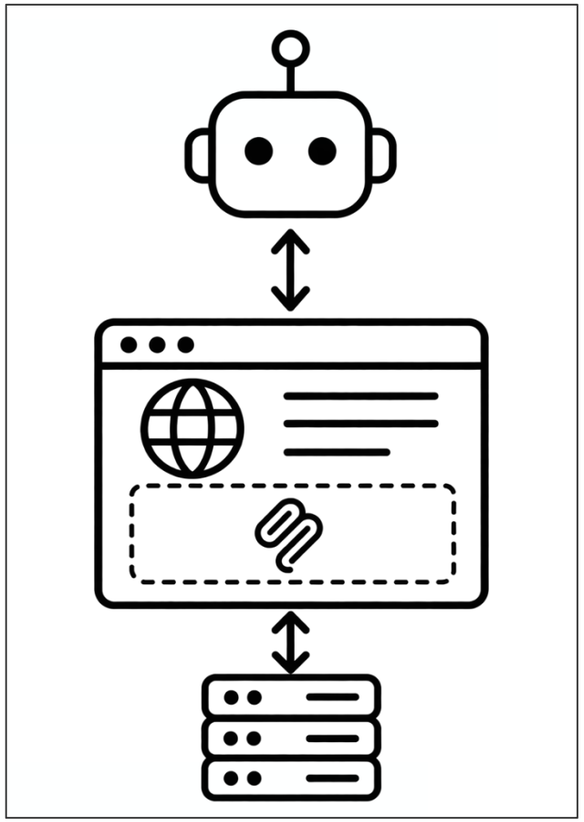
Auflage: 5.000

Lieferdatum: Freitag

↓

Preis

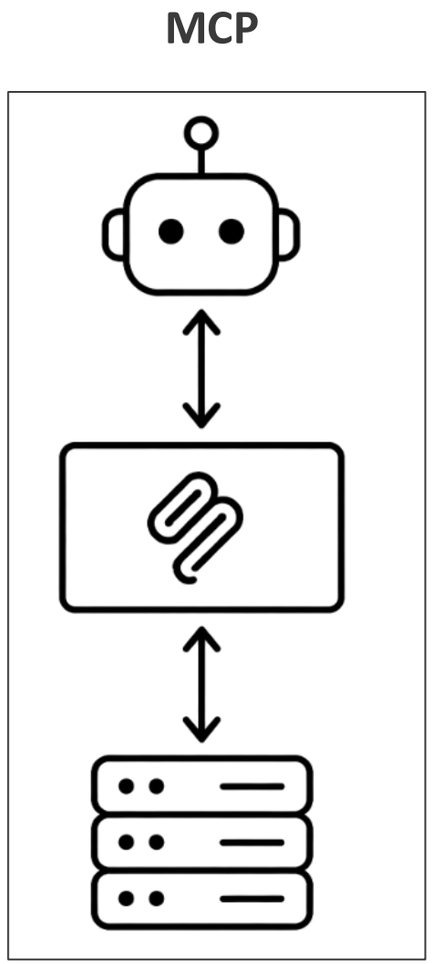
WebMCP ermöglicht KI-Agenten, Funktionen einer Webseite direkt aufzurufen, statt sich durch einzelne Bedienschritte zu klicken. Das vereinfacht den Prozess, beschleunigt die Interaktion und spart Token.



Model Context Protocol (MCP)

Unternehmensfunktionen für KI-Agenten direkt bereitstellen

- **Etablierter Standard:** MCP verbindet KI-Anwendungen und Unternehmenssysteme über einheitliche Schnittstellen.
- **Funktionen direkt ausführen**: KI-Agenten können beispielsweise Produkte suchen, Verfügbarkeiten prüfen oder Berechnungen durchführen.
- **Interaktion ohne Webseite**: KI-Agenten können angebundene Unternehmensfunktionen nutzen, ohne die Webseite bedienen zu müssen.
- **Anbindung erforderlich:** Die KI-Anwendung muss MCP unterstützen und mit dem jeweiligen MCP-Server verbunden sein.



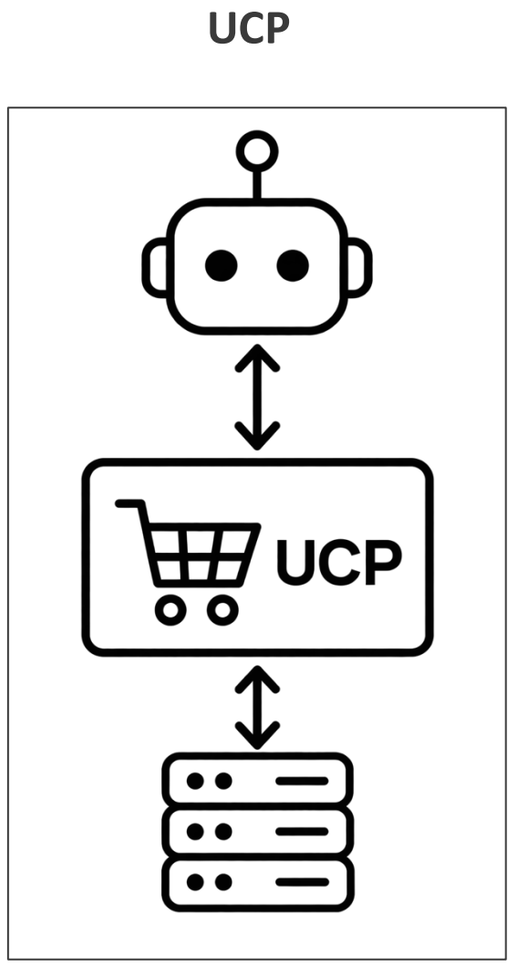
MCP ermöglicht KI-Agenten, über standardisierte Schnittstellen auf Unternehmensdaten und -funktionen zuzugreifen. Aufgaben können so direkt ausgeführt werden, ohne die Webseite bedienen zu müssen.

Universal Commerce Protocol (UCP)

Kaufprozesse für KI-Agenten standardisiert bereitstellen

- **Offener Standard**: UCP verbindet KI-Agenten, Onlineshops und Zahlungsdienstleister über gemeinsame Schnittstellen.
- **Kaufprozesse direkt ausführen**: KI-Agenten können Warenkörbe und Checkouts über angebundene Shops abwickeln.
- **Kaufen ohne Shopbesuch**: Kunden können Produkte innerhalb unterstützter KI-Anwendungen kaufen, ohne den Onlineshop durchlaufen zu müssen.
- Von **Google & Shopify** entwickelt, **unterstützt von großen Partnern** wie American Express, Mastercard, Visa , The Home Depot, Walmart, Zalando uvm.
- **Noch nicht in Deutschland verfügbar**: Google führt den UCP-basierten Checkout schrittweise in weiteren Ländern ein.

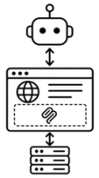
UCP ermöglicht KI-Agenten, Kaufprozesse über standardisierte Schnittstellen abzuwickeln. Nutzer können so direkt über KI-Anwendungen einkaufen, während der Händler für die Bestellung verantwortlich bleibt.



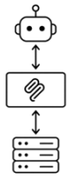
Vor- und Nachteile der Interaktionswege



Browser Use



WebMCP



MCP

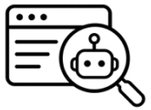


UCP

	Browser Use	WebMCP	MCP	UCP
Vorteile	• Bestehende Webseite nutzbar	• Effizientere Ausführung spart Token • Weniger fehleranfällig als Browser Use • Im Kontext der Webseite verfügbar	• Direkte Vebindung von KI mit Unternehmensdaten und -funktionen	• Direkte & zuverlässige Kaufprozesse
Nachteile	• Anfällig für Bedienfehler • Langsam und hoher Tokenverbrauch	• Implementierungsaufwand • Noch keine Unterstützung durch Browser & Agenten	• Implementierungsaufwand • Anbindung an KI-System notwendig	• Implementierungsaufwand • Weniger Einfluss auf das Nutzererlebnis beim Kauf • Fokus auf Agentic Commerce • Noch nicht in Europa verfügbar

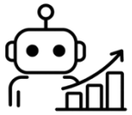
Erfolg im Agentic Web messen

Wie lässt sich erkennen, ob KI-Agenten mein Unternehmen finden, berücksichtigen und nutzen?



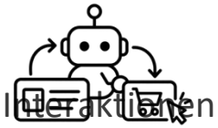
Sichtbarkeit

- Markennennungen
- Quellenverweise
- Empfehlungen



KI-Traffic & Bot-Aktivität

- Webseitenbesuche aus KI-Systemen
- Informationsabrufe durch KI-Systeme

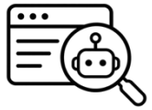


Agentische Interaktionen

- Aufrufe von Agenten-spezifischen Funktionen
- erfolgreiche Aufgabenabschlüsse durch Agenten
- Transaktionen und Fehlerquoten

KI-Sichtbarkeit, Zugriffe von KI-Systemen und agentische Interaktionen ergänzen zukünftig die klassischen Marketing-Kennzahlen.

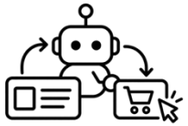
Was Sie jetzt tun sollten



Sichtbarkeit

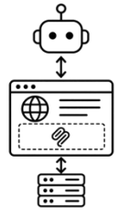
Optimieren Sie die Sichtbarkeit in **Suchmaschinen** & **KI-Systemen**

Messen Sie die Sichtbarkeit in Suchmaschinen & KI auch **im Vergleich zu** Ihren **Mitbewerbern**.



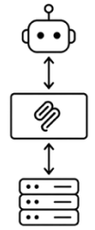
Agentische Interaktionen

Prüfen und Optimieren Sie die **Bedienbarkeit wichtiger Prozesse** Ihrer Webseite durch KI-Agenten.



WebMCP/UCP

Verfolgen Sie die **Entwicklung** von Technologien **WebMCP**, **UCP** & **Connected Apps**.



MCP

Prüfen Sie, ob der Einsatz des **Model Context Protocol Mehrwerte** für Ihr Unternehmen schaffen kann.

„I look at agents, and that is the next evolution of the web. I think it will evolve the web pretty profoundly.

Sundar Pichai, Google (CEO)

Haben Sie noch Fragen?



Kontakt

Bärensteiner Straße 30

01277 Dresden

Telefon 0351 46766 - 0

Telefax 0351 46766 - 66

info@webit.de / www.webit.de

webit!