



SAS Studie zu Quanten-KI im Marketing: Jeder Zweite plant bereits mit der Technologie

Ein Drittel der "Early Adopters" für Agentic AI erwartet mittelfristig sichtbare Auswirkungen der Quantentechnologie auf die Kundenkommunikation

Heidelberg, 30. Oktober 2025 - Quantencomputing findet zunehmend Beachtung in den Innovationsplänen von Vordenkerunternehmen. Ganz vorne mit dabei sind Thought Leader, die bereits Agentic AI im Marketing einsetzen: Rund ein Drittel dieser Gruppe erwartet signifikante Auswirkungen der Technologie auf die Kundenkommunikation innerhalb der kommenden zwei Jahre, immerhin 6 Prozent sehen dies schon heute. Quantencomputer können komplexe Probleme, zum Beispiel Szenarien im personalisierten Marketing, wesentlich schneller lösen als klassische Rechner.

Der Report "Marketers and AI: Navigating New Depths", für den Marketers branchenübergreifend aus 300 Unternehmen weltweit befragt wurden, belegt diese Diskrepanz auch beim Know-how für Quantencomputing: 16 Prozent der Marketers insgesamt sagen, dass sie dieses voll und ganz verstanden haben, dieser Anteil springt bei den "Early Adopters" für Agentic AI auf 49 Prozent.

Strategisches Vorgehen bei neuen KI-Technologien

Auch bei der Umsetzung liegen die Agentic AI Adopters vorne: Jeder zweite hat Quantencomputing schon in seine Roadmap integriert - ein Signal, dass sich die passive Beobachtung hin zu Langzeitplanung verschiebt. Dagegen rechnen "Observers" und "Planners" mit einer wesentlich längeren Zeitschiene, bis sich Quantentechnologie im Marketing auswirkt. Dies unterstreicht den zukunftsgerichteten Strategiefokus, mit dem sich Adopters von den Befragten absetzen, die in Sachen Agentic AI noch nicht so weit sind ("Planners" beabsichtigen, die Technologie innerhalb des nächsten Jahres einzusetzen, "Observers" erst innerhalb der nächsten zwei Jahre).

Unterschiedliche Erwartungen der Branchen

Je nach Gewerbe erwarten Unternehmen ganz unterschiedliche Use Cases von Quantentechnologie. 80 Prozent der Banken sehen fortschrittliche Predictive Analytics als Top-Chance, Versicherer hoffen auf Echtzeitsimulationen der Customer Journey (69 Prozent). Der Life-Science-Sektor legt den Fokus überwiegend auf skalierbare Hyperpersonalisierung (67 Prozent), die öffentliche Verwaltung wiederum zeigt überdurchschnittliches Interesse an der Generierung von synthetischen Daten (29 Prozent).

"Es überrascht nicht, dass Agentic AI Adopters sich bereits mit Quantencomputing befassen", sagt Andreas Heiz, Senior Director Customer Intelligence Solutions bei SAS. "Künftig werden Marken, die Hunderte oder Tausende von KI-Agenten neben ihren menschlichen Mitarbeitern einsetzen, davon profitieren, wenn sie besonders aufwendige Aufgaben in der Kundeninteraktion in eine Quanten-Umgebung verlagern."

ca. 2.600 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Herr Ingo Weber
Karlstraße 42
80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

https://sas.com/de_de/home.html
thomas.maier@sas.com

SAS ist ein weltweit führender Anbieter von Daten und künstlicher Intelligenz (KI), die auch als spezifische Lösungen für verschiedenste Branchen verfügbar sind. SAS macht aus Daten zuverlässige Informationen, mit denen Unternehmen schneller sichere Entscheidungen treffen können. So verschafft SAS seinen Kunden seit 1976 THE POWER TO KNOW.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg. Weitere Informationen unter http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Marketers and AI: Navigating New Depths

Quantum is coming: Nearly 1 in 3 AI leaders say the future is closer than you think.

Marketers who have already adopted agentic AI are getting prepared for quantum:

31%

Quantum computing will have applications in marketing within 2 years

6%

Quantum computing applications in marketing are already here

These more mature AI organizations have done their homework:

MARKETERS

16%

understand quantum computing well

AGENTIC AI ADOPTERS

49%

understand quantum computing well



To learn more about where marketing in AI is heading, visit sas.com/ai-marketers.