

Die Zukunft ist jetzt

SOWOHL HANDEL als auch Hersteller öffnen sich dem Thema KI. Erfahren Sie, welche Chancen sich bieten.

Ob ChatGPT oder Robotik - es vergeht kein Tag, an dem diese Themen nicht medial ausgegriffen werden. Kein Wunder also, dass nicht nur die Analysten von Mordor Intelligence in Künstlicher Intelligenz (KI) einen milliardenschweren Wachstumsmarkt sehen: Bis 2026 sollen global 185,17 Milliarden US-Dollar in Investitions für KI fließen, lautet ihre Prognose.

Während wir über die Auswirkungen von KI-Systemen auf unser Leben diskutieren, ist sie längst fester Bestandteil unseres Alltags - beispielsweise im Handel. Hier gewährt uns Andreas Kruse, Director Business Development beim EHI-Retail Institute, Einblicke in die jüngste Trendstudie: „75 Prozent der Lebensmittelhändler sagen, dass sie KI als das wichtigste aller derzeitigen Themen beurteilen. Jedoch zeigen die Zahlen der Studie auch, dass zwar in erste Projekte investiert wurde, das Potenzial aber noch lange nicht ausgeschöpft ist. Dabei dominieren derzeit Lösungen für die Bereiche Prognose & Bestandsführung (41%), Pricing (22%) und Kundendialog (17%). Also liegt die Annahme nahe, dass viele KI-Anwendungen im Bereich ‚verderblicher Ware‘ und ‚schnelldrehender Konsumgüter‘ laufen.“ Auch wenn die Händler selbst aus wettbewerbsrechtlichen Gründen zum Thema schmallippig bleiben, lässt Rewes Pick&Go-Konzept erahnen, was möglich und möglicherweise bald Alltag ist.

Um KI im Handel von heute (z.B. Automatisierung, Bilderkennung, Frequenzmessung) und von morgen dennoch erlebbar zu machen, haben sich EHI, der Handelsverband Deutschland (HDE) und das Mittelstand-Digital Zentrum Handel zusammengetan und mit der Retail Garage einen Showroom und Vortragsort geschaffen. Dieser soll vor allem kleinen und mittelständischen Handelsunternehmen Orientierung und Unterstützung bei der Digitalisierung mit KI bieten.

Für den Getränkehandel im Speziellen sieht Dirk Reinsberg, geschäftsführender Vorstand des Bundesverbands des Deutschen Getränkefachgroßhandels (BV GFGH) viel Potenzial beim Thema KI für die kommenden Jahre. „Einsatzgebiete für KI können beispielsweise in der Lagerhaltung,

dem Bestandsmanagement, der Optimierung von Lieferketten oder auch in der Analyse von Verbraucherdaten liegen“, fasst er zusammen.

Revolutionierend wäre seiner Ansicht nach der Einsatz von KI beispielsweise bei der Leergutrücknahme. Seine Vision: „Das Leergut könnte direkt automatisiert und zurückgegebene Flaschen erkannt und sortiert werden. Somit kann auch sichergestellt werden, dass fehlerhafte Flaschen nicht den Rücknahmeprozess stören. Auch könnte das Kundenverhalten untersucht und Schlüsse für das Leergut-Rücknahmesystem gezogen werden.“ Entsprechende Hersteller beschäftigen sich derzeit mit dem Thema, können aber noch nichts „Spruchreifes“ nach außen tragen.

Eines stellt Reinsberg dennoch klar: „Vor der Entwicklung und dem Einsatz von KI in der Branche steht jedoch aktuell erst einmal die abschließende Schaffung und Nutzung eines einheitlichen Datenpools für Artikel- und Leergutdaten, denn ohne einheitliche Daten keine KI.“

Ebenso von Herstellerseite Aufgeschlossenheit: Coca-Cola beschäftigt sich laut Sprecherin Marlen Knapp bereits seit Jahren mit KI-Systemen. Derzeit verfügbare KI-Angebote bildeten für den

Bottler allerdings das Thema Datensicherheit noch nicht hinreichend ab. Sie erklärt: „Wir setzen deshalb aktuell vorrangig auf bereits erprobte KI-Vorstufen, insbesondere bei internen Prozessen und in der Planung.“ Chancen für

KI sehe Knapp perspektivisch aber auch im Vertrieb und im Verkauf. Carlsberg interessiert sich ebenso für den Einsatz in der Kampagnenproduktion und im Vertrieb, aber im besonderen Maße für die Erstellung von Texten, Social Media Plänen, Posts oder auch das Produkt Packaging.

Beim Fruchtsafter Eckes-Graniere, wie CDO Chaichana Sinthua-ree, preisgibt, habe die IT angekündigt, eine transparente, effiziente und nachhaltige Lieferkette durch den Einsatz einer Digital Brain-KI-Plattform und weiterer Expertise in der Supply-Chain-Optimierung und digitalen Prozessen schaffen zu wollen, was zu Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen führen soll. Zudem laufe ein Pilot mit einem Logistikmanagement-Software-Unternehmen, die Lieferkette zu digitalisieren und zu optimieren. Diese ermögliche Echtzeit-Transparenz sowie die Planung, Ausführung und Überwachung der Transportlogistik über eine Plattform.

Cecilia Hohls

» Verfügbare KI-Angebote bilden für uns das Thema Datensicherheit noch nicht hinreichend ab.

Marlen Knapp, Coca-Cola

NACHGEFRAGT

Auf individuellen Bedarf zugeschnitten



Dara Kossok-Spieß antwortet

Welche Lebensmittelhändler nutzen schon aktiv KI?

Es gibt viele Lebensmittelhändler, die KI aktiv nutzen, um ihre Geschäftsprozesse zu optimieren. Ein Beispiel ist Rewe, die mit ihrer Pick&Go-Technologie maschinelles Lernen und Computer Vision mit Hunderten Kameras für einen hybriden bzw. voll automatisierten Einkauf vereinen. Auch Edeka nutzt KI in der Logistik, um die Lieferung von Waren zu optimieren. Zudem greifen kleine und mittlere Händler verstärkt auf KI zurück.

Kann KI bei der Erstellung von Angeboten helfen?

Zum Beispiel kann KI genutzt werden, um die Wirksamkeit von Angeboten und Promotions vorherzusagen und um personalisierte Angebote zu erstellen, die auf den individuellen Bedarf des Kunden zugeschnitten sind. Prognostizierende KI kann zudem im Marketing eingesetzt werden, um zukünftige Marketingtrends vorherzusagen und die Effektivität von Marketingkampagnen zu optimieren.

Welche Felder sind vor allem für den Getränkehandel interessant?

Da der Getränkehandel häufig mit saisonalen Schwankungen der Nachfrage und variablen Lieferzeiten umgehen muss, kann KI dazu beitragen, die Bestandsplanung und die Lieferkettenmanagementprozesse zu optimieren, um Engpässe und Überbestände zu vermeiden und den Kundenservice zu verbessern. Zudem kann KI die Preisgestaltung für verschiedene Produkte optimieren, indem es historische Daten und Markttrends analysiert, um wettbewerbsfähige Preise anzubieten, die sowohl profitabel als auch attraktiv für Kunden sind.

Dara Kossok-Spieß, Referentin für Digitalpolitik, Handelsverband Deutschland.

ZAHLEN & FAKTEN

185 Mrd. \$

Bis 2026 werden sich die Ausgaben auf dem globalen Markt für KI voraussichtlich auf 185,17 Milliarden US-Dollar belaufen.

(Quelle: Mordor Intelligence)

» **Pick&Go hat das disruptive Potenzial, das Schlangestehen abzuschaffen.**

Annika Vooes, Innovationsmanagerin, Rewe

14 Prozent

Filialmitarbeiter bilden mit rund 14 Prozent des Umsatzes den Spitzenreiter unter den Betriebskosten. Steigern Händler mit KI die Effizienz der Filialarbeit, macht sich das bezahlt.

(Quelle: Relex/EHI)

Künstliche Intelligenz (KI) bezeichnet die Fähigkeit von Computern bzw. Software, menschenähnliche Intelligenzleistungen auszuführen, wie zum Beispiel Mustererkennung, Entscheidungsfindung und Spracherkennung. Sie basiert auf Algorithmen, die aus großen Datenmengen lernen und eigenständig Entscheidungen treffen können.

» Revolutionierend wäre KI in der Leergutrücknahme.

Dirk Reinsberg
BV GFGH

Beispiel: Handel

Das Pick&Go-Konzept von Rewe ist ein KI- und kamera-gestützter Einkaufsvorgang: Kunden scannen am Eingang einen QR-Code, wählen dann im Laden ihre Produkte und können die Einkäufe ohne Schlangestehen direkt aus dem Laden mitnehmen, die Zahlung erfolgt automatisch.

Beispiel: Marke

MPG hat für die Fillermarke Goldberg & Sons „Jacob“, eine KI, als festes Teammitglied etabliert. Jacob ist darauf programmiert, Wissen mehrsprachig rund um das Thema Cocktails, Spirituosen und Filler zu vermitteln, aber auch Drink-Rezepte oder Produkte zu kommunizieren.

