



Speaker beim KI-Summit: Marcel Hinger (o.) und Pascal Inauen (l.), Lignum Consulting sowie Meike Bendel, Republic of Yes (u.).

Lange Zeit war der Weg, um an Informationen im Internet zu gelangen, ganz klar: Ein Begriff wurde bei Google eingegeben und man erhielt mehr oder weniger gute Ergebnisse. Spätestens seit ChatGPT läuft das anders. Die Systeme „lernen“ in einem rasanten Tempo dazu, weil immer mehr Daten zu noch besseren Ergebnissen führen. KI verändert die Welt dramatisch und auch die Möbelbranche muss sich auf die veränderte Situation einstellen. Genau aus diesem Grund veranstaltete The Wild Goose den ersten Interior KI Summit in der Founders Foundation in Bielefeld. Knapp 100 Teilnehmer:innen bekamen

ein hochkarätiges Programm geboten, bei dem 12 Expert:innen das Thema Künstliche Intelligenz aus ganz unterschiedlichen Perspektiven beleuchteten.

Daten verändern nicht die Welt

Den Start machte Neurowissenschaftler Dr. Henning Beck, der den Titel seines Vortrags pointiert formulierte: „Gehirn vs. KI – Wer behält die Oberhand?“. Es werde oft gesagt, dass Daten das Gold des 21. Jahrhunderts seien, doch Daten haben noch nie die Welt verändert, sondern konzeptionelles Denken, sagte Beck. Auch wenn es für die KI Limits gebe, weil diese bei unbekanntem Daten versage, Ursache und



Neurowissenschaftler Dr. Henning Beck, Florian Goos, CEO The Wild Goose und Kirk Mangels, Lemago Consulting (v.o.).

wie ChatGPT Plug-ins/CustomGPTs funktionieren und wie diese für die Erstberatung von Küchen und Möbeln genutzt werden können. „Digitalisierung und KI – Zukunft in der Holz- und Möbelbranche“ lautete der Vortrag von Marcel Hinger und Pascal Inauen von Lignum Consulting. Anhand von zahlreichen, konkreten Beispielen, die von der Raumplanung der Studierendenbude über digitale Herkunftsnachweise für Holz bis hin zur Verschnittoptimierung reichten, verdeutlichten sie die enorme Bandbreite von KI für die Branche, die aber noch längst nicht zu Ende sei.

MASSIVE VERÄNDERUNGEN DURCH KI ERWARTET

Den Vorsprung klug nutzen

Künstliche Intelligenz eröffnet mehr Chancen als Risiken. So das Ergebnis beim ersten **Interior KI Summit** in Bielefeld. „der küchenprofi“ hat das Event als Medienpartner begleitet.

Wirkung nicht kenne und kein semantisches Verständnis habe, eröffne sie doch unendliche Möglichkeiten. „Jeder wird die gleiche KI kaufen können, aber Sie können sie für Ihre Zwecke maßschneidern“, lautete die Botschaft des Wissenschaftlers.

Niels Ophey, Microsoft Deutschland, machte anschließend deutlich, in welchem Tempo das Thema KI gerade um sich greift. Während das Internet sieben Jahre benötigte und das Mobiltelefon 16 Jahre, um 100 Mio. User zu generieren, brauchte Chat GPT dafür nur ein Jahr. Das Interesse dafür ist also groß, weil die individuellen Möglichkeiten, das eigene Businessmodell nach außen zu verändern und den Kundenservice zu erhöhen, nicht minder gewaltig sind.

Dr. Olaf Plümer, Daten Competence Center, und Patrick Sönke, Integrated Worlds/Iwofurn, betonten, dass Daten – und damit sind standardisierte und repräsentative Daten gemeint – der Treibstoff für den KI-Motor sind. Ihr Ratschlag: „Schauen Sie nach, auf welchem Datenschatz Sie sitzen.“

An diesem Punkt hakte Arne Stock, CEO moebel.de, ein: „Wenn die Grunddatenqualität nicht stimmt, kann man auch nichts aufsetzen.“ Was nicht bedeute, damit das Thema ad acta zu legen. Denn KI werde das Konsumverhalten massiv verändern. Seine Botschaft: „Operativ Mitarbeitende müssten KI-Tools einsetzen, strategisch Leitende sollten KI-Potenziale kennen und gleichzeitig nutzen. Konsumenten KI bereits. Es machen also schon andere!“

Custom GPTs für Beratung

Intensive Best Practice-Beispiele lieferten Sebastian Batton, Dr. Wieselhuber & Partner, und Dr. Kamil Braschke, Codecentric AG. Während Batton die Vorzüge des „Process Mining“ für die Effizienzsteigerung von Prozessen darstellte, erklärte Braschke,

Neue Ära der Hyperpersonalisierung

Last but not least veranschaulichten Johannes Sommer, Retresco, sowie Meike Bendel und Daniel Heitkamm von der Agentur Republic of Yes, wie KI das Marketing revolutioniert. „KI ermöglicht eine neue Ära der Hyperpersonalisierung“, sagte Johannes Sommer und verwies darauf, dass aus der ursprünglichen Suche im Netz nun ein Dialog entstehe, der Neues hervorbringt. Für all dies seien Regelwerke wichtig. Wie faszinierend genau inzwischen die Ergebnisse bei der zielgerichteten Generierung von Bildern durch den kombinierten Einsatz von verschiedenen Tools wie z. B. Midjourney/Discord sein kann, machte Republic of Yes mit vier unterschiedlichen Fotos deutlich, nach denen die Agentur vor einem Jahr, vor einem halben Jahr, vor zwei Monaten und aktuell gesucht hat. Ein Learning aus der Praxis: „KI trifft die Sache nie zu 100 Prozent, aber die Umwege sind interessant.“

Das Fazit des ersten Interior KI Summits zog Mitveranstalter Kirk Mangels (Lemago Consulting): Der Einsatz von KI kann den Deckungsbeitrag erhöhen und/oder Fixkosten senken. KI öffnet mehr Chancen, als sie Risiken birgt, allerdings sind dafür Investitionen in die Infrastruktur notwendig. Versäumnisse des KI-Einsatzes werden langfristig zu Preis- und Wettbewerbsnachteilen führen – also nicht warten, sondern damit starten!

RITA BREER



„KI trifft die Sache nie zu 100%, aber die Umwege sind interessant“ – Daniel Heitkamm, Republic of Yes mit Blick auf die „aufblasbare Küche“ (o.). Speaker v.l.: Dr. Olaf Plümer, DCC, Patrick Sönke, Integrated Worlds/Iwofurn und Sebastian Batton, Senior Manager Dr. Wieselhuber & Partner.

Fotos: Vogelsänger, der küchenprofi