

Johannes Sommer von Retresco rät: Mit KI lässt sich vieles hyperpersonalisieren. Damit gelingt zum Beispiel eine hochgradig individuelle Kundenansprache.



Sebastian Batton von Dr. Wieselhuber & Partner zeigt auf, wie KI die Datenanalyse verbessert. Das Ergebnis sind messbare Erfolge, wie etwa im Auftragsmanagement.



„Brechen Sie mit Denkmustern und schaffen so neue Geschäftsmodelle“ lautet der Ratschlag von Gehirnforscher Henning Beck.

Daten, keine sinnvollen KI-Anwendungen“ lautet ihre unmissverständliche Einschätzung. Ihr Ratschlag: „Gucken Sie, auf welchem Datenschatz Sie sitzen.“ Und: „KI-Werkzeuge helfen heute bereits Daten verwertbar zu machen, so hilft KI beispielsweise dabei, Lieferzeiten von Kommissionsware gezielter zu bestimmen.

„Die Branche stellt sich aktiv auf eine datengetriebene Zukunft ein, so zum Beispiel durch ‚Furnfusion‘, ein Projekt zur Gestaltung eines dezentralen Daten-Ökosystems für den Austausch von Kennzahlen und Feedback-Daten und die Einstellung auf zukünftige gesetzliche Verordnungen im Hinblick auf digitale Produktinformationen zur Umsetzung der Kreislaufwirtschaft“, so die beiden Experten.

An diesem Punkt hakte Arne Stock, Geschäftsführer Moebel.de, ein. Für Deutschlands größtes Möbel- und Einrichtungsportal mit über drei Millionen Produkten spielt die Datenqualität in vielerlei Hinsicht seit jeher eine bedeutende Rolle. Verstärkt durch KI werde immer deutlicher, dass derjenige, der seine Daten optimal aufbereitet, im Netz vorne liege. „KI in der Praxis“ zeigt sich bei moebel.de durch eine KI-gestützte visuelle Suchfunktion, bei der Kunden Produkte zu finden, indem sie ein Bild eines Wunschmöbels hochladen und vergleichen. Stocks Prognose: „KI-Algorithmen analysieren historische Daten, um die Kundennachfrage vorherzusagen und das Ranking inklusive Preisvergleich zu optimieren. So wird sichergestellt, dass beliebte Produkte immer sichtbar sind und die teilnehmenden Onlineshops der Handelspartner ein optimales Kosten-Umsatz-Verhältnis (KUV/KUR) erzielen.“

Handfeste Best-Practice-Beispiele lieferten Sebastian Batton, Dr. Wieselhuber & Partner, und Dr. Kamil Braschke, Codecentric AG. Für Unternehmen gehe es beim Prozessmanagement immer auch darum, Ineffizienzen aufzudecken und in der Folge zu vermeiden, sagte Sebastian Batton. Denn unsichtbare Ineffizienzen rauben den Unternehmen schleichend die Performance. Das können beispielsweise falsche Stammdaten, spezielle Kundenanforderungen, nicht abgestimmte Lieferversprechen oder mangelnde Kommunikation sein. „Process Mining ist eine datenbasierte Methode zur Analyse, Überwachung und Optimierung von Geschäftsprozessen, in der heute bereits KI eingesetzt wird.“

Mit dem Thema digitale Integration beschäftigt sich Dr. Kamil Braschke von Codecentric. Digitale Integration biete zahlreiche Vorteile, zu denen unter anderem gehöre, dass sie die Automatisierung durch einheitlich definierte Formate ermögliche, Prozesse agiler und effizienter werden lasse oder modulare Applikationen für Anwendungszwecke schaffe. Braschke hob letztlich die Vorzüge von Custom GPTs vor, also

„Daten sind der Treibstoff für den KI-Motor“, meint Dr. Olaf Plümer, der sich mit dem Daten Competence Center schon lange für „saubere“ Branchendaten einsetzt.



Patrick Sönke von Integrated Worlds/Iwofurn ist der Meinung, dass beispielsweise Kreislaufwirtschaft ein dezentrales Daten-Ökosystem benötigt.



HERAUSFORDERUNGEN ANNEHMEN
VISIONEN VERFOLGEN
KREATIVITÄT LEBEN
IDEEN UMSETZEN
NEUE TECHNOLOGIEN EINSETZEN
DATENAUSTAUSCH BESCHLEUNIGEN
FERTIGUNGSPROZESSE OPTIMIEREN
QUALITÄT STEIGERN
CHANCEN NUTZEN

INTERIOR KI SUMMIT

KI

KI

KI

KI

KI

KI

KI

KI

KI

KI

The Wild Goose veranstaltete ersten „Interior-KI-Summit“ in Bielefeld

KI individuell nutzen, um vorne mitzumischen

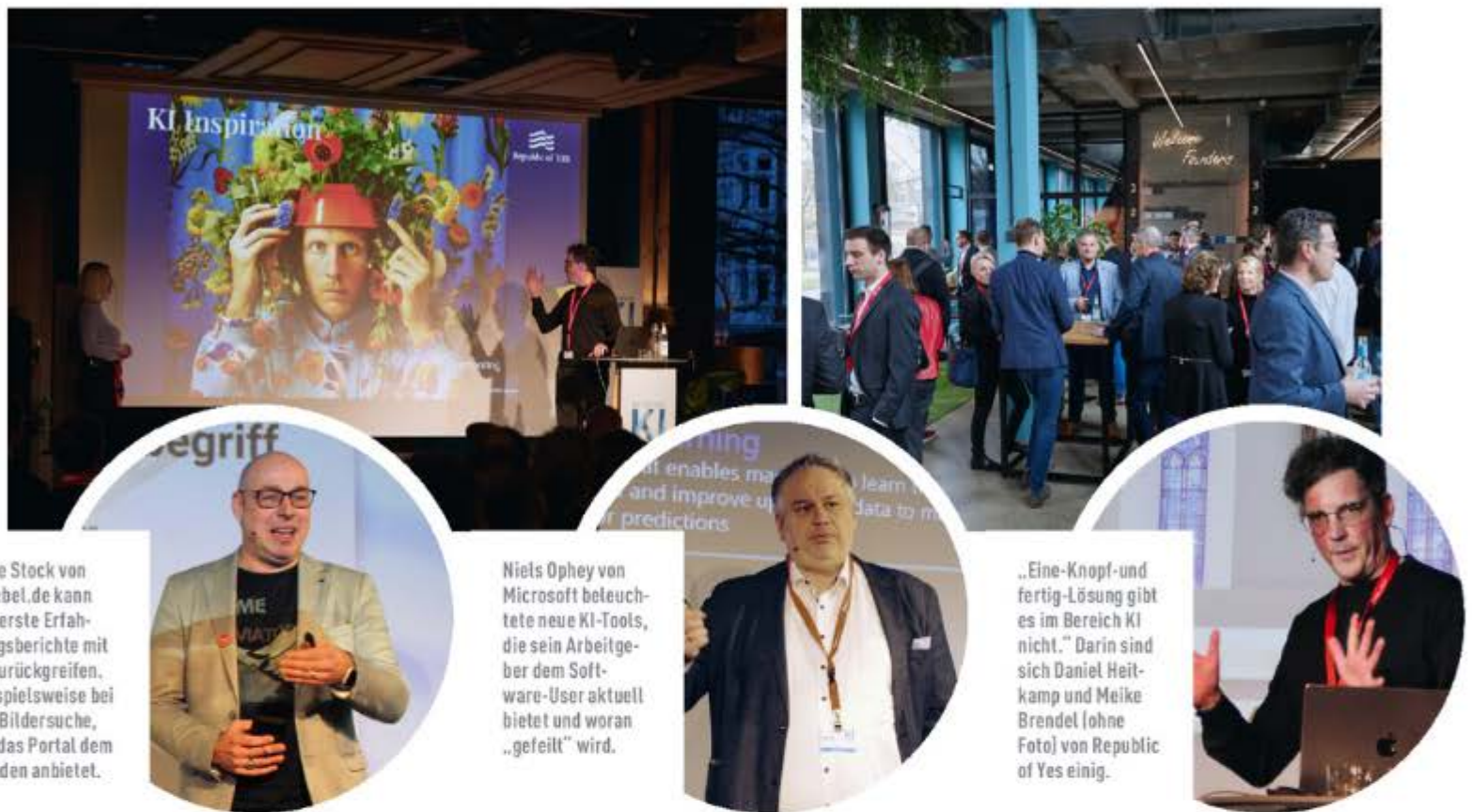
Künstliche Intelligenz eröffnet mehr Chancen als Risiken. So das Ergebnis des ersten „Interior-KI-Summits“, den The Wild Goose in Bielefeld durchführte. „möbelfertigung“ hat die Premiere als Medienpartner begleitet.

Lange Zeit war der Weg, um an Informationen im Internet zu gelangen, klar: Ein Begriff wurde in Google eingegeben und man erhielt mehr oder weniger gute Ergebnisse. Spätestens seit Chat GPT läuft das anders. 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 Ostwestfalen. Knapp 100 Teilnehmer:innen waren mit dabei, als 12 Expert:innen

aus verschiedensten Bereichen ihr Wissen im Bereich KI weitergaben. Und zwar sowohl aus der Möbelindustrie im weitesten Sinne, als auch „völlig artfremd“. Den Start machte Neurowissenschaftler Dr. Henning Beck, der den Titel seines Vortrags pointiert formulierte: „Gehirn vs. KI – Wer behält die Oberhand?“ Seine klare Botschaft: „Jeder wird die gleiche KI kaufen können, aber Sie können sie für ihre Zwecke maßschneidern.“ Niels Ophay von Microsoft Deutschland, machte deutlich, in welchem Tempo das Thema

Foto: Videografen für The Wild Goose & möbelfertigung

KI gerade um sich greift. 1956 wurde erstmals über Artificial Intelligence gesprochen, Machine Learning gibt es seit 1997, Deep Learning seit 2017 und Generative AI seit 2021. Während das Internet sieben Jahre benötigte und das Mobil Phone 16 Jahre, um 100 Millionen User zu generieren, brauchte Chat GPT dafür nur ein Jahr. Dr. Olaf Plümer vom Datencompetence Center, und Patrick Sönke von Integrated Worlds/Iwofurn, betonten, dass Daten – und damit sind standardisierte und repräsentative gemeint – der Treibstoff für den KI-Motor sind. „Ohne



Arne Stock von Moebel.de kann auf erste Erfahrungsberichte mit KI zurückgreifen. Beispielsweise bei der Bildersuche, die das Portal dem Kunden anbietet.



Niels Ophey von Microsoft beleuchtete neue KI-Tools, die sein Arbeitgeber dem Software-User aktuell bietet und woran „gefeilt“ wird.



„Eine-Knopf-und-fertig-Lösung gibt es im Bereich KI nicht.“ Darin sind sich Daniel Heitkamp und Meike Brendel (ohne Foto) von Republic of Yes einig.



individualisierbaren Versionen von ChatGPT, die beispielsweise für die Erstberatung von Küchen und Möbeln oder ganz generell bei Serviceangeboten genutzt werden können. Die eigenen Unternehmensdaten bilden dabei die „Intelligenz“ von ChatGPT.

Der „Digitalisierung und KI Zukunft in der Holz- und Möbelbranche“ widmeten sich Marcel Hinger und Pascal Inauen von Lignum Consulting. Anhand von zahlreichen konkreten Beispielen, die von der Raumplanung der Studierendebude 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. Zu den konkreten Benefits gehöre auch eine einfachere und schnellere Kommunikation in administrativen Prozessen.

Last but not least veranschaulichten Johannes Sommer, Retresco, sowie Meike Bendel und Daniel Heitkamp von der Agentur Republic of Yes, wie KI das Marketing revolutioniert. Retresco gilt als einer der Marktführer in der automatisierten Analyse und Generierung von Content. Hierbei verfolgt das Unternehmen eine Vision: Die Erfassung, Verarbeitung und Automatisierung der menschlichen Sprache. „KI ermöglicht eine neu 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 Midjourney/Discord sein kann, machte Republic of Yes, B2B-Marketingagentur für die Möbelindustrie aus Münster, mit vier unterschiedlichen Fotos deutlich, die die Agentur vor einem Jahr, vor einem halben Jahr, vor zwei Monaten und aktuell mit einem gleichen Prompting generiert hat. Ein Learning aus der Praxis: „KI trifft die Sache nie zu 100 Prozent, aber die Umwege sind interessant“, freute sich Daniel Heitkamp, weil dadurch neue kreative Prozesse angeregt werden.

Fazit des ersten Interior KI Summits: Der Einsatz von KI kann den Deckungsbeitrag erhöhen und/oder die Fixkosten senken; KI öffnet weit mehr Chancen, als sie Risiken birgt – allerdings sind dafür auch Investitionen in die Infrastruktur notwendig. Außerdern: Versäumnisse des KI-Einsatzes werden langfristig zu Preis- und Wettbewerbsnachteile führen. Ein weiteres Learning: KI ist bereits da und nichts, was erst Einzug hält. Aber genauso wenig blicken sämtliche Player auf langjährige Erfahrungen mit KI zurück, noch ist alles sehr im Wandel und auf dem Prüfstand. So ist beispielsweise auch das vielzitierte ChatGPT nicht gesetzter neuer Standard, sondern kann noch problemlos rechts und links überholt werden.

Rita Breer/Doris Bauer