



### Die Revolution der Generativen KI im Handel und Fast-Moving Consumer Goods-Sektor

Forscher der Hochschule Aalen veröffentlicht ein Whitepaper zum Status Quo von GenKI im Handel

**04.04.2024** | Prof. Dr. Peter Gentsch beleuchtet in seinem neuesten Whitepaper den Status Quo von generativer Künstlicher Intelligenz (GenKI) in der Handelsbranche und im Fast-Moving Consumer Goods (FMCG)-Sektor. Dabei stellt der Wissenschaftler, der im Studiengang Internationale Betriebswirtschaft an der Hochschule Aalen lehrt, auch die zentralen Anwendungsfelder vor und zeigt die Chancen und Herausforderungen auf.

Die aktuelle Marktübersicht zeigt, dass GenKI im Handel und FMCG-Bereich zunehmend an Bedeutung gewinnt, sowohl weltweit als auch speziell in Deutschland. Eine Studie von McKinsey prognostiziert ein erhebliches Wertschöpfungspotenzial durch den Einsatz von GenKI in diesen Sektoren, mit einer zusätzlichen Wertschöpfung von ca. 400 bis 660 Milliarden US-Dollar jährlich. Trotzdem zeigt die Marktforschung, dass die tatsächliche Einführung und Nutzung von GenKI in deutschen Handelsunternehmen noch in den Kinderschuhen steckt. Nur etwa ein Drittel der Unternehmen haben bereits mit der Implementierung begonnen.

Die Implementierung von GenKI stellt Unternehmen vor komplexe Herausforderungen. Zu diesen zählen insbesondere die Notwendigkeit, sich schnell an technologische Entwicklungen anzupassen, gezielte Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeitende zu implementieren sowie die Aufklärung über KI-bezogene Vorurteile. Dafür bedarf es einer strategischen Planung und ein tiefes Verständnis der KI-Technologien.

Parallel dazu erweitert sich das Spektrum der Anwendungsmöglichkeiten von GenKI stetig, was neue Perspektiven und Chancen für Unternehmen eröffnet. Besonders in Bereichen wie dem Operations- und Supply-Chain-Management, der In-Store-Optimierung und bei personalisierten Kundeninteraktionen zeigt GenKI sein großes Potenzial. Unternehmen wie dm, Walmart und Carrefour haben bereits den Nutzen von GenKI erkannt und setzen diese Technologie erfolgreich für verschiedene Zwecke ein. Durch die Optimierung interner Prozesse und die Ermöglichung personalisierter Kundenerlebnisse können diese Unternehmen nicht nur ihre Effizienz steigern und Kosten re-



duzieren, sondern auch die Kundenzufriedenheit erhöhen. Ein solcher strategischer Einsatz von GenKI verschafft den Nutzenden dieser Technologie einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Innovationstreiber in der Branche, wie dm mit seinem dmGPT, MediaMarkt Saturn mit der GenAI Sandbox und Rewe mit seinen KI-Supermärkten, verdeutlichen die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von GenKI. Sie demonstrieren nicht nur die aktuellen Möglichkeiten, sondern weisen auch den Weg in die Zukunft der Branche.

Die Handels- und FMCG-Industrie erlebt eine rasante Veränderung. Die fortschrittliche Integration generativer KI im Handels- und FMCG-Sektor weist den Weg zu einer zukunftssträchtigen Transformation, die immense Wachstumschancen und Wettbewerbsvorteile verspricht. Für tiefergehende Einblicke und strategische Impulse steht das Whitepaper "Generative KI in Handel & FMCG 2024" von Prof. Dr. Peter Gentsch [hier](#) zum Download bereit.