

Künstliche Intelligenz im Handel 2018: KI bietet 300 Milliarden Dollar Potential für Händler

Anwendungen fokussieren auf Vertrieb und Marketing, Kunde steht noch nicht im Mittelpunkt

Wien, 18. Dezember 2018 – Wieviel ist Künstliche Intelligenz (KI) im Handel wert und wo liegen die Wachstumschancen? Eine neue Studie des [Capgemini Research Institute](#) errechnet ein 300+ Milliarden US-Dollar Potenzial für Händler, die ihre aktuellen KI-Anwendungen skalieren und erweitern. Bisher ist das allerdings nur bei 1 Prozent der beobachteten Anwendungsfälle möglich. Im Rahmen der Studie *“Retail superstars: How unleashing AI across functions offers a multi-billion dollar opportunity”* wurden 400 global tätige Handelsunternehmen befragt, die KI-Anwendungen bereits in unterschiedlichen Reifegraden einsetzen und gemeinsam 23 Prozent des Umsatzes im globalen Einzelhandelsmarkt repräsentieren.

Andreas Hornich, Head of I&D bei Capgemini in Österreich, meint: *„Die Händler weltweit scheinen nun zu wissen, wie wichtig KI für ihre zukünftige Wettbewerbsfähigkeit sein wird. Das Bewusstsein ist da und erste Schritte wurden eingeleitet. Der großflächige Einsatz in der Praxis ist jetzt der nächste Meilenstein. Vor allem aber sollten Händler der Versuchung widerstehen, nur kurzfristige Renditeziele zu verfolgen und dabei Kunden – vor allen Dingen im Sinne langfristiger Kundenbindung – aus dem Blick zu verlieren. Laut unserer Studie legt der Großteil der Unternehmen bei KI vor allem Wert auf Kosten, Daten und Return on Investment (ROI), statt zu beobachten, welche Steine sie ihren Kunden damit in den Weg legen. Langfristig werden sich loyale Kunden wesentlich nachhaltiger in finanziellen Kennziffern niederschlagen.“*

Wesentliche Erkenntnisse der Studie:

- **Mehr als ein Viertel (28 Prozent) der Händler verwenden heutzutage KI:** Dies entspricht einem deutlichen Anstieg von 17 Prozent im Jahr 2017, seit 2016 hat sich dieser Prozentsatz versiebenfacht (4 Prozent).
- **KI schafft Arbeitsplätze, die Verluste sind bisher überschaubar:** 71 Prozent der Händler geben an, dass KI heute Arbeitsplätze schafft, wobei sich über zwei Drittel (68 Prozent) dieser Jobs auf einem recht erfahrenen Niveau bewegen. Dagegen erklärten 75 Prozent, dass KI bislang keinerlei Arbeitsplätze in ihrer Organisation ersetzt habe. Diejenigen die sagten, dass Arbeitsplätze eingespart wurden, schätzen die Zahl auf 25 oder weniger.
- **KI führt zu weniger Kundenbeschwerden und höheren Umsätzen:** Händler sind sich bemerkenswert einig bezüglich des Einflusses von KI auf die Kundenbeziehung und Umsätze: Während die Erwartungen seit 2017 sanken, erwarten 98 Prozent der Befragten, die KI in kundennahen Funktionen einsetzen, bis zu 15 Prozent weniger Kundenbeschwerden, während 99 Prozent der Befragten einen Anstieg der Umsätze von bis zu 15 Prozent erwarten. Das ist ein bedeutender Sprung seit 2017, als die Antworten von „Null“ über „15 Prozent Wachstum“ bis hin zu „ich weiß es nicht“ reichten.



Um die Chancen für zukünftiges Wachstum, wie den erwarteten Nutzen und eine realistische Umsetzung, zu berechnen, analysierte das Capgemini Research Institute 43 Anwendungsfälle für KI mit folgendem Ergebnis:

Nur wenige Handelsunternehmen können tatsächlich Milliarden einsparen: Laut der Studie können Einzelhändler in der Zukunft 300+ Milliarden US-Dollar einsparen, indem sie die KI-Anwendungen über die gesamte Lieferkette hinweg skalieren. Bei der Prüfung aller aktiven KI-Anwendungen zeigte sich jedoch, dass nur 1 Prozent dieser Projekte für eine Implementierung an mehreren Standorten oder bei einer vollständigen, flächendeckenden Implementierung geeignet ist.

Mangelnder Fokus auf einfache, kundenorientierte Implementierungen: Diese mangelnde Skalierbarkeit beruht wahrscheinlich darauf, dass Händler sich auf komplexere Projekte mit höherer Rendite konzentrieren. Einzelhändler, die KI anwenden, arbeiten acht Mal häufiger an Projekten mit hoher Komplexität als an „quick wins“, die einfacher zu skalieren sind. Bei den bisherigen Implementierungen fehlt zudem der Fokus auf die Benutzerfreundlichkeit: Treibende Kräfte hinter den derzeitigen KI-Implementierungen sind Kosten (62 Prozent) und ROI (59 Prozent), während die Kundenerfahrung (10 Prozent) und die bekannten Kunden „pain points“ (7 Prozent) erheblich niedrigere Priorität haben.

Enormes Potenzial für die KI im Betrieb: Heute sind nur 26 Prozent der KI-Anwendungsfälle auf den Betrieb ausgelegt, die aber hinsichtlich der Renditen zu den profitabelsten gehören. Zu den herausragenden Beispielen zählen die Verwendung von AI für Beschaffungsaufgaben (rund 7,9 Prozent ROI), die Verwendung von Bilderkennungsalgorithmen zur Diebstahlerfassung im Geschäft (7,9 Prozent) und die Optimierung der Supply-Chain-Routenplanung (7,6 Prozent). Eine digitale und optimierte Lieferkette bietet große Chancen, da KI hier deutlich mehr Effizienz bringt.

Einzelhändler sind realistischer in Bezug auf ihre Bereitschaft für KI

Nun, wo Künstliche Intelligenz in der Praxis angekommen ist, sind auch die Unternehmen realistischer, was ihre eigene Bereitschaft dafür angeht. Während im Jahr 2017 noch 78 Prozent behaupteten, dass sie über die für die Implementierung der KI erforderlichen Fähigkeiten verfügen, sind es heute nur noch 53 Prozent. Mehr als acht von zehn Einzelhändlern waren 2017 zuversichtlich, dass ihr Datenökosystem für die Implementierung der KI bereit ist. In der aktuellen Studie ist dieser Wert auf 55 Prozent gefallen. Der Anteil von Organisationen, die angeblich eine Roadmap für die KI-Implementierung haben, ist von 81 Prozent im Jahr 2017 auf nur noch 36 Prozent gesunken.

Die Studie steht [hier zum Download](#) bereit.

Forschungsmethodik

Das Capgemini Research Institute befragte im August 2018 400 Führungskräfte von Einzelhändlern in den USA, Großbritannien, Frankreich, Deutschland, China, Indien, Italien, Spanien, Schweden und den Niederlanden. Alle Befragten gaben an, dass sie KI-Anwendungsfälle in verschiedenen Reifegraden über eine Reihe von Einzelhandelssektoren und Ländern hinweg implementieren. Im Oktober 2018 führte Capgemini eine umfangreiche Sekundärforschung durch, die sich auf die 250 umsatzstärksten Einzelhändler konzentrierte. Die Umsatzzahlen wurden aus den bei Bloomberg für 2017 veröffentlichten Einnahmen ermittelt. Die Stichprobe stellt eine Mischung aus Einzelhändlern dar, die in mehreren Teilbereichen und Regionen des Einzelhandels tätig sind.



Über Capgemini

Capgemini ist einer der weltweit führenden Anbieter von Management- und IT-Beratung, Technologie-Services und Digitaler Transformation. Als ein Wegbereiter für Innovation unterstützt das Unternehmen seine Kunden bei deren komplexen Herausforderungen rund um Cloud, Digital und Plattformen. Auf dem Fundament von 50 Jahren Erfahrung und umfangreichem branchenspezifischen Know-how hilft Capgemini seinen Kunden, ihre Geschäftsziele zu erreichen. Hierfür steht ein komplettes Leistungsspektrum von der Strategieentwicklung bis zum Geschäftsbetrieb zur Verfügung. Capgemini ist überzeugt davon, dass der geschäftliche Wert von Technologie durch Menschen entsteht. Die Gruppe ist ein multikulturelles Unternehmen mit 200.000 Mitarbeitern in über 40 Ländern, das 2017 einen Umsatz von 12,8 Milliarden Euro erwirtschaftet hat.

Mehr unter <http://www.capgemini.com/at-de>. *People matter, results count.*

Über das Capgemini Research Institute

Das Capgemini Research Institute^[1] ist Capgeminis hauseigener Think-Tank in digitalen Angelegenheiten. Das Institut veröffentlicht Forschungsarbeiten über den Einfluss digitaler Technologien auf große Unternehmen. Das Team greift dabei auf das weltweite Netzwerk von Capgemini-Experten zurück und arbeitet eng mit akademischen und technologischen Partnern zusammen. Das Institut hat Forschungszentren in Großbritannien, Indien und den USA.

^[1] Das „Digital Transformation Institute“ wurde kürzlich in „Capgemini Research Institute“ umbenannt.