

KI-STANDORT DEUTSCHLAND

Verharren wir im
Vorbereitungsmodus?

UMSETZUNGSSTRATEGIEN

KI ist der Hammer.
Doch wo sind die Nägel?

STARTUPS

Fortschritt braucht
Kooperationen.

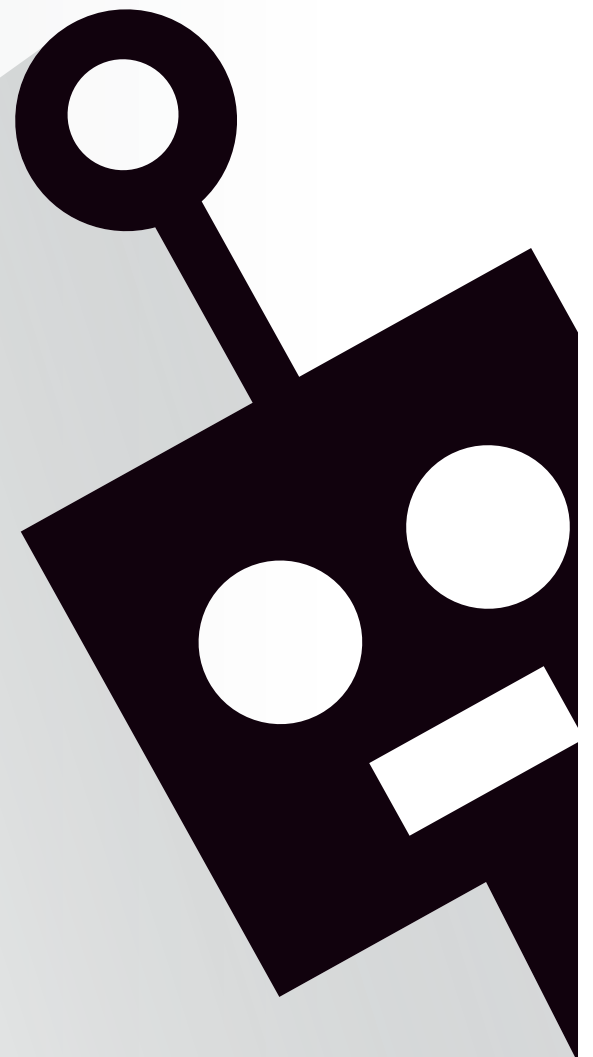
Handelsblatt **Journal**

Eine Sonderveröffentlichung von Euroforum Deutschland

MÄRZ 2019 | WWW.HANDELSBLATT-JOURNAL.DE

Künstliche Intelligenz

WIE SIE DEN GAME CHANGER KI
FÜR IHR UNTERNEHMEN NUTZEN



euroforum

Medienpartner

Handelsblatt

Substanz entscheidet.

ADVERTORIAL

Hürden für Künstliche Intelligenz im Mittelstand bewusst angehen

Diese Anwendungsszenarien zeigen, dass KI im Mittelstand vielerorts schon sinnvoll angewendet wird. Doch bis sie in kleinen und mittleren Unternehmen tief verwurzelt ist, müssen noch viele Hürden genommen werden. Das zeigt eine Expertenbefragung, die für eine aktuelle Studie der Begleitforschung von Mittelstand-Digital durchgeführt wurde: Als größte Herausforderung für den KI-Einsatz wird fehlendes IT-Know-how genannt. Auf Rang zwei folgen Datensicherheitsbedenken. Dahinter der mangelnde digitale Reifegrad in vielen Unternehmen sowie eine zu kleine Datenbasis auf den Rängen drei und vier.

Das spiegelt altbekannte Probleme wider: Mittelständler haben aufgrund des Fachkräftemangels regelmäßig Probleme, IT-Fachkräfte für sich zu gewinnen. Teils noch schwerer wiegt die überschaubare Datenmenge, welche kleine und mittlere Unternehmen zur Verfügung haben. Denn die selbstlernenden Algorithmen in KI-Lösungen müssen im Vorfeld mit möglichst vielen Daten gefüttert werden, um später brauchbare Ergebnisse zu liefern. Ein Lösungsansatz kann hier die Nutzung von KI-Services in der Cloud sein - sogenannte KI-as-a-Service-Angebote: Der Cloudanbieter stellt dabei verschiedenste KI-basierte Services zur Verfügung. Das Unternehmen kann sich diese nach dem Baukastenprinzip passend zusammenstellen und zahlt nur so viel, wie tatsächlich genutzt wird. Dieses Pay-as-you-go-Prinzip reduziert das Investitionsrisiko erheblich. Zudem benötigen mittelständische Unternehmen, die auf KI-as-a-Service-Angebote setzen, weniger eigenes IT-Know-how und können die Technologie schneller einsetzen als das bei einer betriebsspezifischen Entwicklung der Fall wäre. Ein weiterer Vorteil: Die IT-Infrastruktur von Cloudanbietern ist im Durchschnitt sicherer als die im eigenen Betrieb. Bei sorgfältiger Auswahl des Anbieters ist somit auch eine hohe Datensicherheit gewährleistet.

Unterstützung bei der richtigen KI-Strategie

Unternehmen, die KI nutzen wollen, können von den Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren profitieren: Sie helfen beim Erarbeiten von Strategien, die etwa Mitarbeiter richtig in den Veränderungsprozess einbinden oder demonstrieren praxisnahe Anwendungen für KI im Mittelstand. In Kürze startet im Rahmen der nationalen Strategie Künstliche Intelligenz der Bundesregierung zudem ein Trainingsprogramm. Dafür werden KI-Trainer an den vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie geförderten Kompetenzzentren angesiedelt und speziell ausgebildet, um den Transfer von KI-Lösungen in den Mittelstand zu unterstützen.

Auch wenn heute in den meisten Unternehmensprozessen noch keine KI steckt, nimmt ihre Bedeutung rasant zu. Fast jedes Unternehmen wird sich - unabhängig von seiner Größe - künftig mit KI-Anwendungsszenarien beschäftigen müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Immerhin 70 Prozent der Experten aus der Mittelstand-Digital-Befragung sehen die Gefahr, dass der deutsche Mittelstand von der internationalen KI-Entwicklung abgehängt wird. Möchte Deutschland seine zahlreichen mittelständischen Weltmarktführer behalten, dann müssen die Weichen jetzt gestellt werden.

KI für Fast Moving Consumer Goods (FMCG)

Das European EPC Competence Center (EECC) in Neuss hat ein Ziel: Alle logisch abbildbaren Prozesse sollen automatisch verifiziert, getriggert und nach intelligenten Regeln ausgeführt werden: Vom Electronic Product Code (EPC) zum Intelligent Product Code (IPC)

von Conrad von Bonin

Schon vor 12 Jahren gab es in den EECC InnovationLabs intelligente Kühlschränke, die etwa eine Weinsorte in drei Schritten identifizierten, ihren Zustand bewerteten und der Konsument dank automatisiertem Prozess richtig gekühlten Wein inklusive Hinweisen zu Rezepten und Allergenen erhielt. Heute identifizieren neueste Sensoren wie Kameraerkennung oder Sensor-RFID von SICK nicht nur die Produkte selbst, sondern auch dynamisch etwa ihre Temperatur, oder ihre Umgebung, ob Ort oder Mensch. Zu 30 Mio. dieser Produkte sind über die EECC Schwester IWorldSync heute bereits je mehr als 60 Attribute verfügbar, die nun dynamisch bewertet werden können. Dies geschieht im EECC mit Hilfe weltweit gültiger GS1-Standards durch KI-Executionsregeln - programmiert oder gelernt in der Logistik, im Store oder zu Hause.

Die Dinge lernen dabei selbst, wer sie sind und was sie ausmacht. Vor elf Jahren lernten Supermarkt-Waagen, selbst Produkte zu erkennen. Etwa, dass es sich um eine Tomate handelt. Heute lernt eine RFID-Kaffeetasse auch ihre nächsten Prozessschritte nach nur wenigen Umläufen. Etwa den Weg zur Kaffeemaschine, von dort zum Gast und von dort, wenn erkannt wird, dass sie kalt oder leer ist, schließlich zurück in die Spülmaschine. Gelernt wird auch individuelles Konsumentenverhalten, das aufgezeichnet und intelligent bewertet wird, um in Echtzeit passende Aktionen automatisch auszuführen.

Dass dieses Lernen auch im Praxisbetrieb funktioniert, zeigte jetzt der Go-Live der für real entwickel-

ten RealTimeDecisionEngine im Bereich der Treueprogramme. Hier werden Kunden- und Produktdaten erstmalig in Beziehung gesetzt und steuern die vollautomatisierte Ausspielung individueller Coupons in Echtzeit. Dabei werden neben klassischen Marketingregeln auch selbstlernende KI-Systeme unterstützt: Die Einlöserate von Coupons wird durch evolutionäre Algorithmen optimiert, indem über Feedbackfunktion das Logikmodell regelmäßig adaptiert wird.

Es wird deutlich, wohin die KI-Reise geht: Alle Aktionen, die durch Regeln steuerbar wären, werden automatisiert. Dabei können Maschinen die Regeln schneller und auf Basis ungleich umfangreicherer Datenbasen individueller erstellen als jeder Mensch. So wird KI in den EECC InnovationLabs sichtbar, wenn nicht kabel- oder stromgebundenen FMCG-Produkte beginnen, sich immer mehr selbst zu steuern, etwa den nachhaltigsten Weg zum individuellen Kunden finden.

Spätestens wenn Produkte sich über diese Servicefähigkeit definieren, erwächst aus dem EPC so ein intelligenter Product Code (IPC).

www.eecc.info



Conrad von Bonin, CEO, EECC GmbH

