



November 2023

Einfluss von Generative AI auf den deutschen Handel

Helfen uns Generative AI und neue Technologien wirklich
unser Geschäftsmodell zu verbessern?

Agenda & Speakers



01

Aktuelle und zukünftige Nutzung von GenAI im deutschen Einzelhandel

Egbert Wege

Lead Partner
Consumer Industry
Monitor Deloitte



02

Use Case Beispiele GenAI von Google und der Otto Group

Thorsten Zierlein

Lead Partner
Retail & Customer Strategy
Monitor Deloitte



03

Podiumsdiskussion

Anne Siegmann

Enterprise Sales Lead
Retail & CPG
Google Cloud



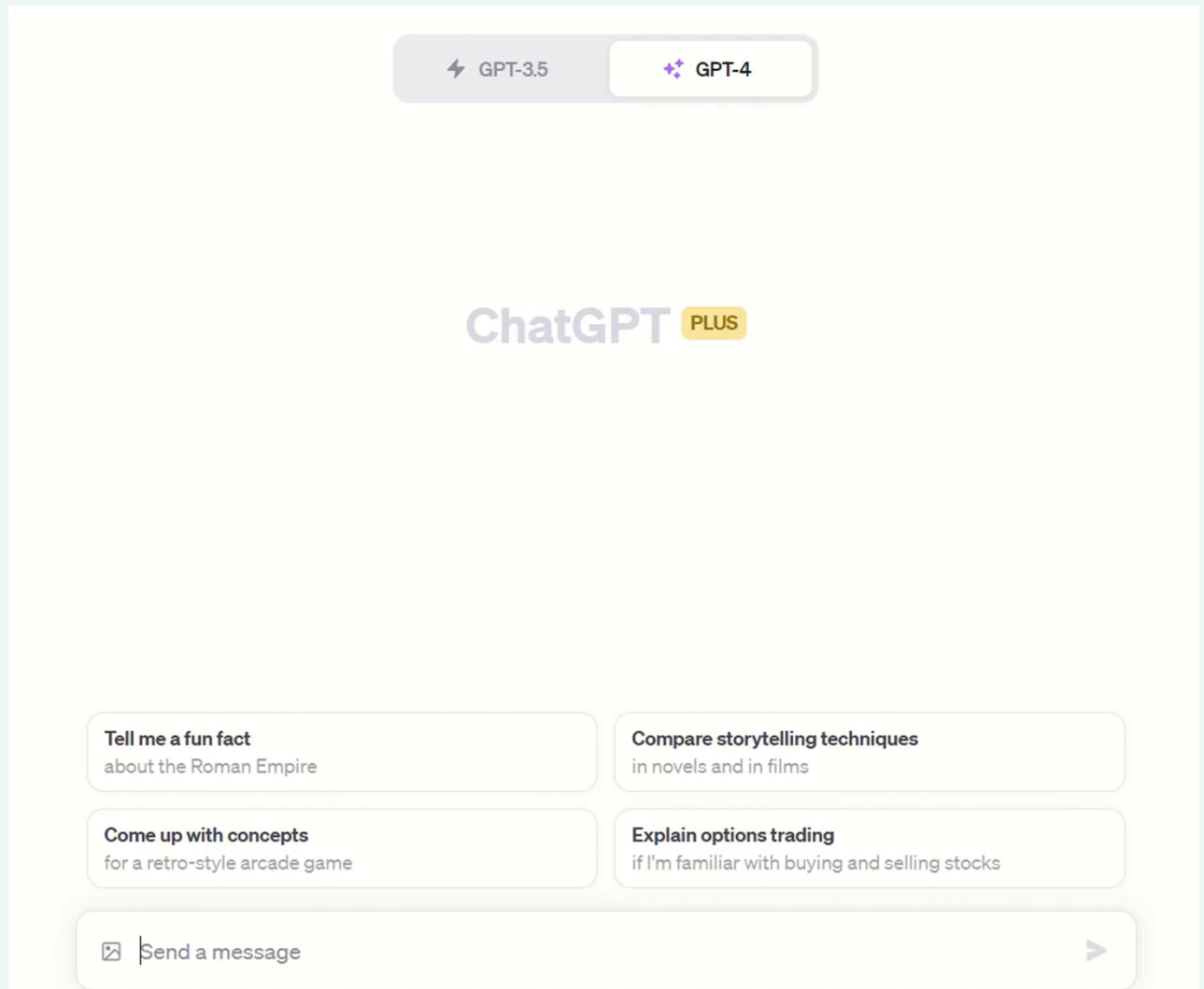
Dr. Sebastian Walter

Vice President
Digital and Consulting
Otto Group



Generative AI – ein Trend oder disruptiv?

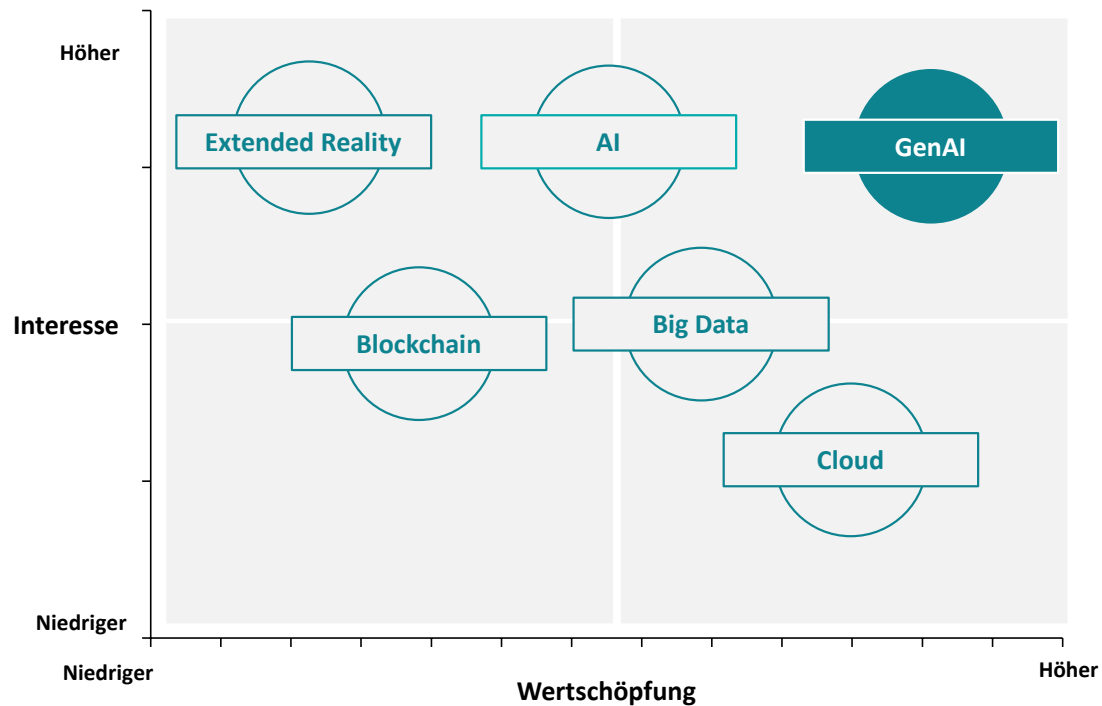
Jenseits des
Schlagworts:
Die Zukunft
kommt jetzt!



Business Impact von Tech-Trends

Viele Tech-Trends erregten in den letzten Jahren hohes Interesse: Auch GenAI lässt Unternehmen aufhorchen, Mehrwerte prüfen und teilweise mit der Umsetzung starten

GenAI im Vergleich zu anderen Technologien¹



Aktuell werden bei Deloitte drei verschiedene Arten von GenAI-Projekten angefragt:²

1. EXPLORE (42%)

- GenAI-Implikationen für Strategie, Ethik und Risiken
- Kunden befassen sich mit diversen Anwendungsbeispielen

2. EXPERIMENT (53%)

- Konzeption und technische Umsetzung von Anwendungsfällen
- Generelles Proof of Concept

3. CREATE (5%)

- GenAI-Integration in Projekte
- Gründung (Gen)AI Center of Excellence



Die Mehrheit der Handelsunternehmen **experimentiert** mit verschiedenen **Anwendungsfällen** von GenAI.

GenAI-Markt mit starkem Wachstum

Zunehmende Nutzerzahlen und konkrete Anwendungsfelder bei Unternehmen steigern die gegenwärtige Aufmerksamkeit von GenAI und führen zu einem langfristigen Marktwachstum

GenAI ist omnipräsent ...

ChatGPT überschritt die Marke von 1 Million Nutzern nur 5 Tage nach der Einführung – zum Vergleich benötigte Instagram 2,5 Monate für 1 Million Nutzer und Twitter 2 Jahre.



Michael Nilles, Chief Digital & Information Officer bei Henkel

„Künstliche Intelligenz nicht nur anzuwenden, sondern zu bauen, wird zur **unternehmenskritischen Kernkompetenz.**“²



Timo Salzsieder, IT-Chef bei der Metro

„Der Einsatz von künstlicher Intelligenz **steigert** bei uns messbar den **Umsatz.**“²



Olaf Schlüter, Product Management Shopping-Plattform bei OTTO

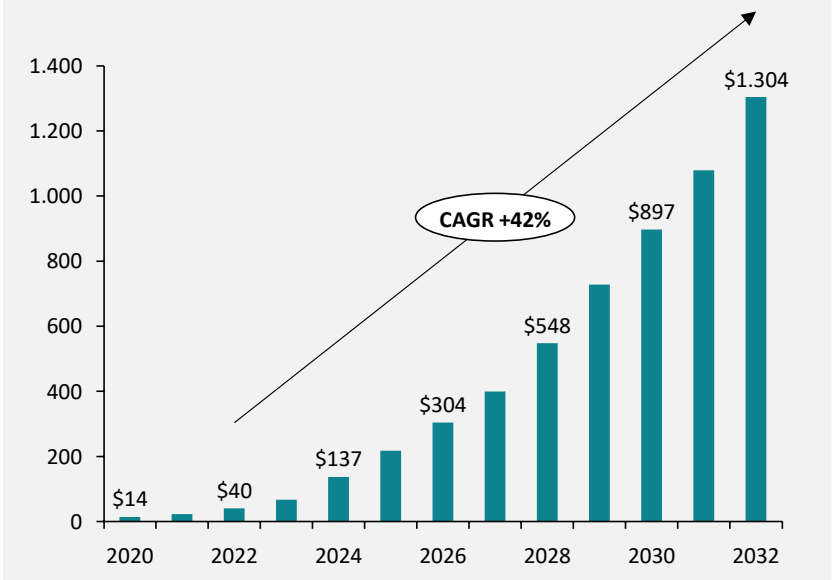
„Eine **Künstliche Intelligenz, die im Kundenservice unterstützt** und anhand derart umfangreicher Daten berät, ist ein Meilenstein für den Onlinehandel.“²



Das Management deutscher Handelsunternehmen erachtet GenAI als **Schlüssel zur künftigen Wettbewerbsfähigkeit** angesichts der prognostizierten **42%igen Marktwachstumsrate.**

... und der globale Markt wächst weiter!

Globales GenAI Marktvolumen (Rev. in Mrd. USD)¹



Inhalt, Code, Kreativität – GenAI wirkt disruptiv

GenAI bietet bereits heute im Handel signifikanten Mehrwert bei der Erstellung von Code, Inhalten und kreativen Elementen und ermöglicht somit erhebliche Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen

The image displays six vertical panels, each representing a different application of Generative AI. Each panel features a circular icon at the top, a title in large white letters, and a descriptive prompt in German. The panels are: 1. **CODE**: Icon of a document with a pencil. Prompt: "Programmiere in Python ein Programm, das die Wahrscheinlichkeit einer Kaufentscheidung eines Kunden vorhersagt." 2. **TEXT**: Icon of two speech bubbles. Prompt: "Formuliere eine E-Mail, in der die geschäftlichen Auswirkungen der Implementierung von GenAI in 50 Worten erklärt werden." 3. **BILD**: Icon of a hand holding a tablet. Prompt: "Erstelle ein digitales Kunstwerk von einer Suppe, das ein Portal in eine andere Dimension darstellt." 4. **VIDEO**: Icon of a play button. Prompt: "Erstelle ein Reel für meinen Webshop zur besseren Vermarktung von Teddybären." 5. **AUDIO**: Icon of a sound wave. Prompt: "Spiele „Wir müssen die Anzahl der Plastiktüten reduzieren“ in einem motivierenden Ton." 6. **3D/SPECIAL**: Icon of a 3D molecular structure. Prompt: "Erstelle eine 3D-Simulation der chemischen Zusammensetzung von Lebensmitteln." (RNA polymerase domain)

Die „3C’s“ – Code, Content & Creativity



Für **standardisierte Kreativitäts- und Programmierdienstleistungen** gehen wir davon aus, dass diese **zukünftig nahezu umsonst** sein werden – dies birgt **große Potenziale** für Handelsunternehmen!

... und ist auch in Deutschland im Handel angekommen

Ein Großteil der Händler gibt zwar an, ein grundlegendes Verständnis von GenAI zu haben, es fehlt aber an Wissen über konkrete Anwendungsfälle – hier heißt es intern Wissen aufzubauen und erste Pilotprojekte zu realisieren

Übersicht der aktuellen Nutzung und Bekanntheit¹

77% der Händler haben ein **Grundverständnis von GenAI.**

55% der Händler setzen GenAI in ihrem Unternehmen ein. **27%** planen GenAI auch in Zukunft **nicht einzusetzen.**

68% der Händler glauben, dass GenAI in Zukunft (sehr) wichtig für ihr Unternehmen wird. **Kleinere Unternehmen** (<100 Mitarbeiter) halten GenAI auch in Zukunft für eher **nicht wichtig.**

Hürden zur verstärkten Nutzung von GenAI¹



Einige der **größten Hürden** zur verstärkten Nutzung von GenAI können mit **gezielten Schulungen der Mitarbeiter** wirksam angegangen und entschärft werden – wir müssen jetzt handeln.

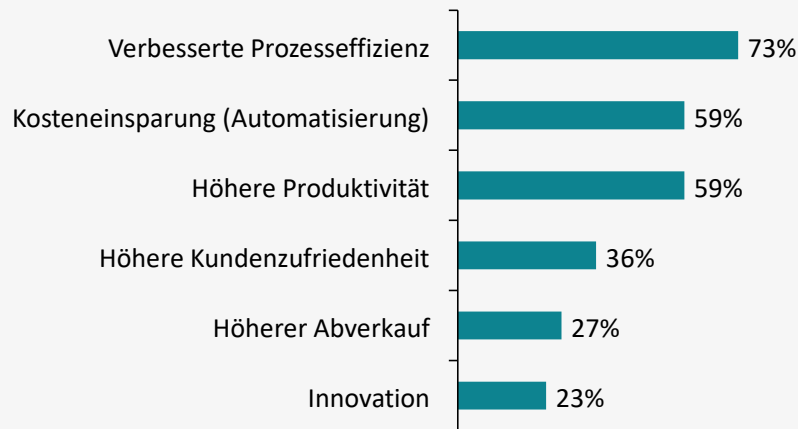
Auswirkungen von GenAI auf die Handelsbranche

Die positiven Auswirkungen von GenAI werden die negativen übersteigen. Es gilt Verständnis aufzubauen, Risiken zu mitigieren und die Potenziale schnellstmöglich zu heben



Positive Auswirkungen

Welche positiven Auswirkungen würden Sie durch eine Nutzung von GenAI in Ihrem Unternehmen sehen?¹

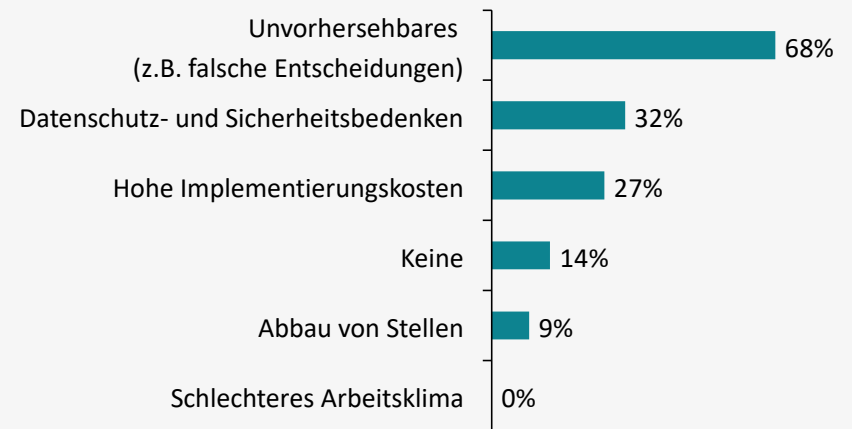


Deutsche Händler sehen insbesondere **Bottom-Line-Effekte in Bezug auf die Anwendung von GenAI.**



Negative Auswirkungen

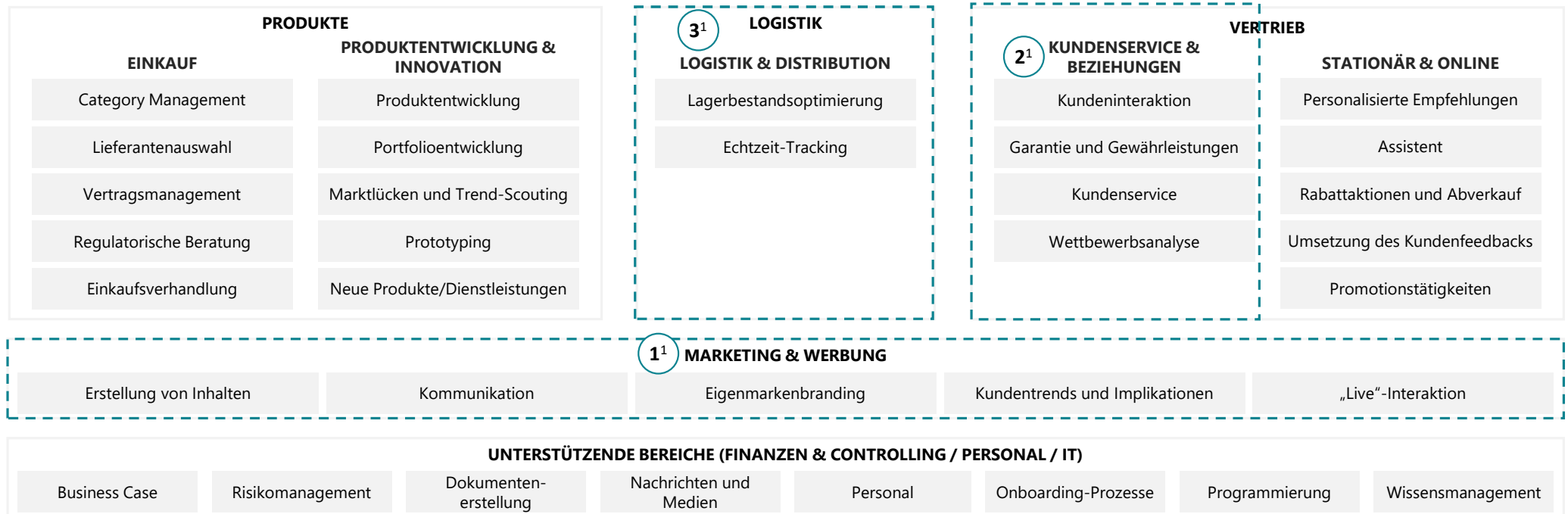
Welche negativen Auswirkungen würden Sie durch eine Nutzung von GenAI in Ihrem Unternehmen sehen?¹



Die negativen Auswirkungen konzentrieren sich auf die **Unvorhersehbarkeit** und lassen sich durch **geschulten und verantwortungsvollen Einsatz** mitigieren.

Großer Einfluss entlang der gesamten Wertschöpfungskette

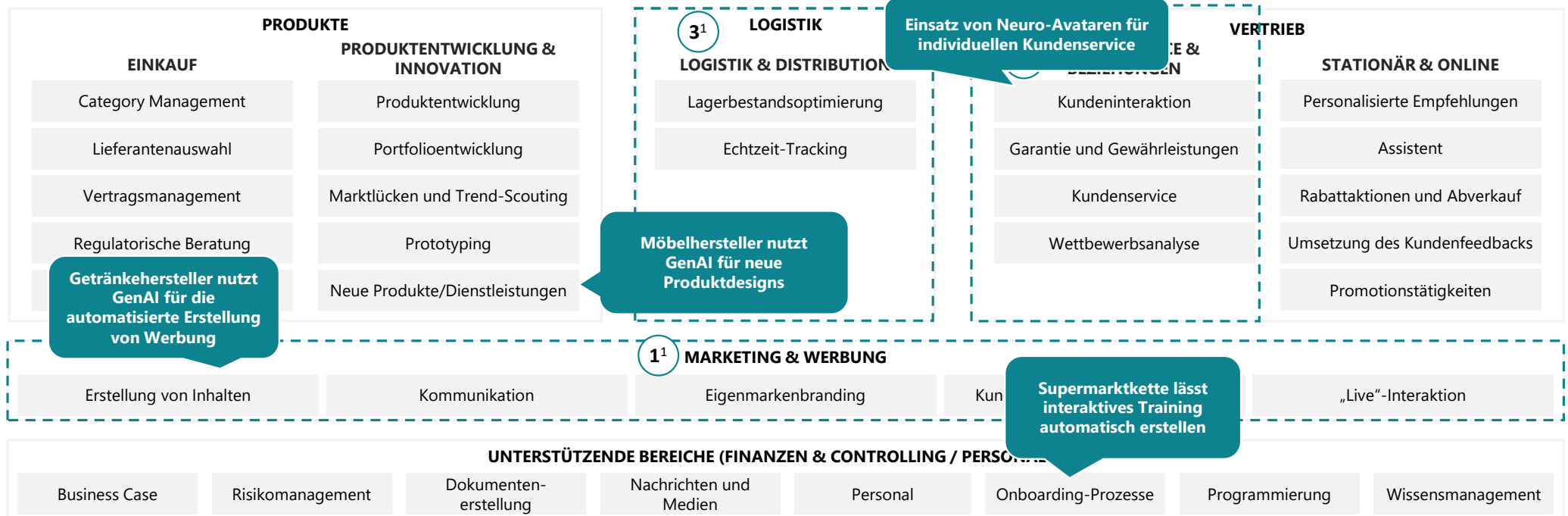
Vielfältige Optionen für Use Cases bestehen schon heute im Handel. Viele Unternehmen experimentieren bereits erfolgreich mit deren Einsatz – die größten Effekte werden in Marketing & Werbung, Kundenservice & -beziehungen sowie Logistik & Distribution gesehen



Deutsche Handelsunternehmen sehen Potenziale von GenAI entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Die größten Mehrwerte werden in **Marketing & Werbung**, **Kundenservice & -beziehungen** sowie **Logistik & Distribution** erwartet.

Großer Einfluss entlang der gesamten Wertschöpfungskette

Vielfältige Optionen für Use Cases bestehen schon heute im Handel. Viele Unternehmen experimentieren bereits erfolgreich mit deren Einsatz – die größten Effekte werden in Marketing & Werbung, Kundenservice & -beziehungen sowie Logistik & Distribution gesehen

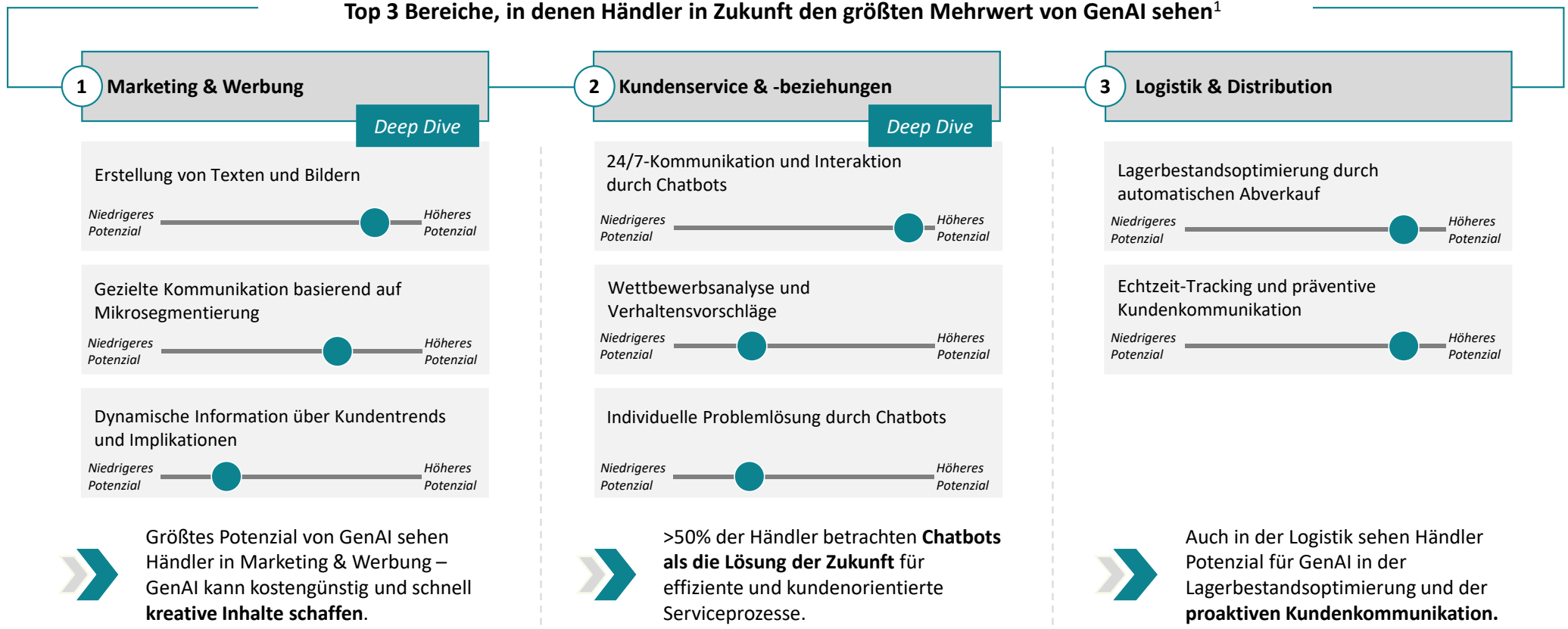


Deutsche Handelsunternehmen sehen Potenziale von GenAI entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Die größten Mehrwerte werden in **Marketing & Werbung, Kundenservice & -beziehungen** sowie **Logistik & Distribution** erwartet.

Händler erkennen konkrete Mehrwerte von GenAI

Im Speziellen sehen deutsche Händler das größte Potenzial für GenAI in kundennahen Bereichen wie Marketing, Kundenservice und Logistik – die Kommunikation, sowohl verbal als auch textbasiert, gilt dabei als Schlüsselbereich für GenAI

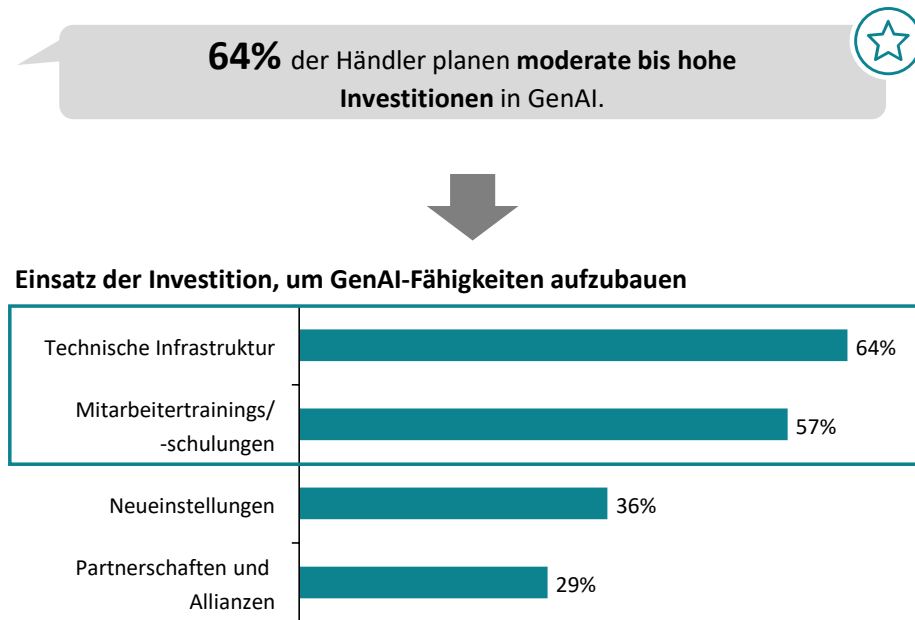
Top 3 Bereiche, in denen Händler in Zukunft den größten Mehrwert von GenAI sehen¹



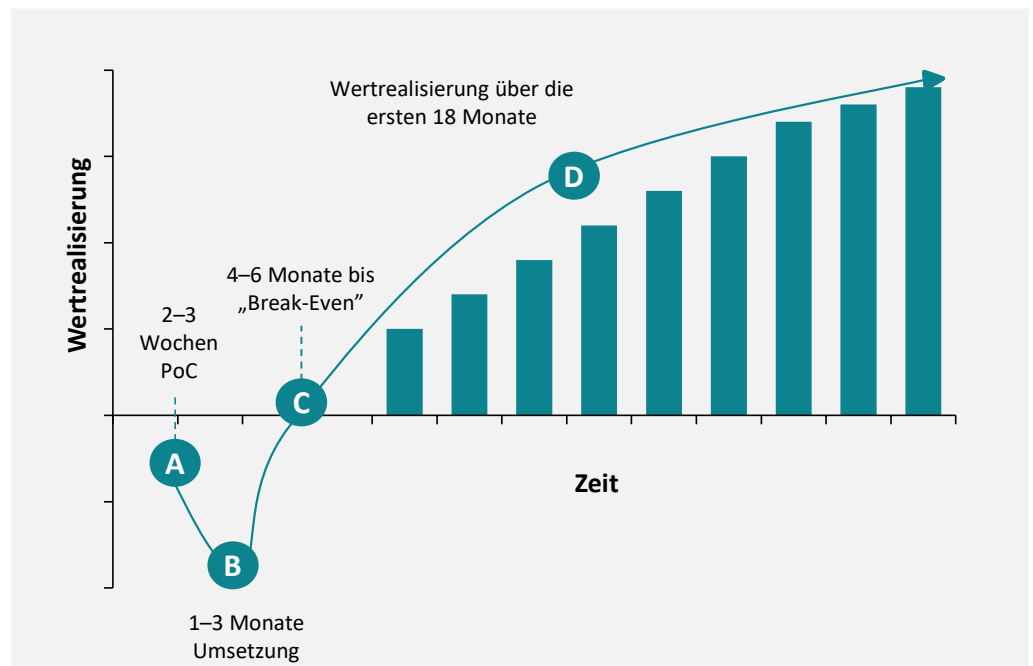
Investitionen in GenAI rentieren sich zeitnah

Um die Potenziale von GenAI zu realisieren, plant die Mehrheit der deutschen Händler moderate bis hohe Investitionen, die insbesondere in Schulungen von Mitarbeitern und die erforderliche technische Infrastruktur fließen sollen

Geplante Investitionen in GenAI im Handel¹



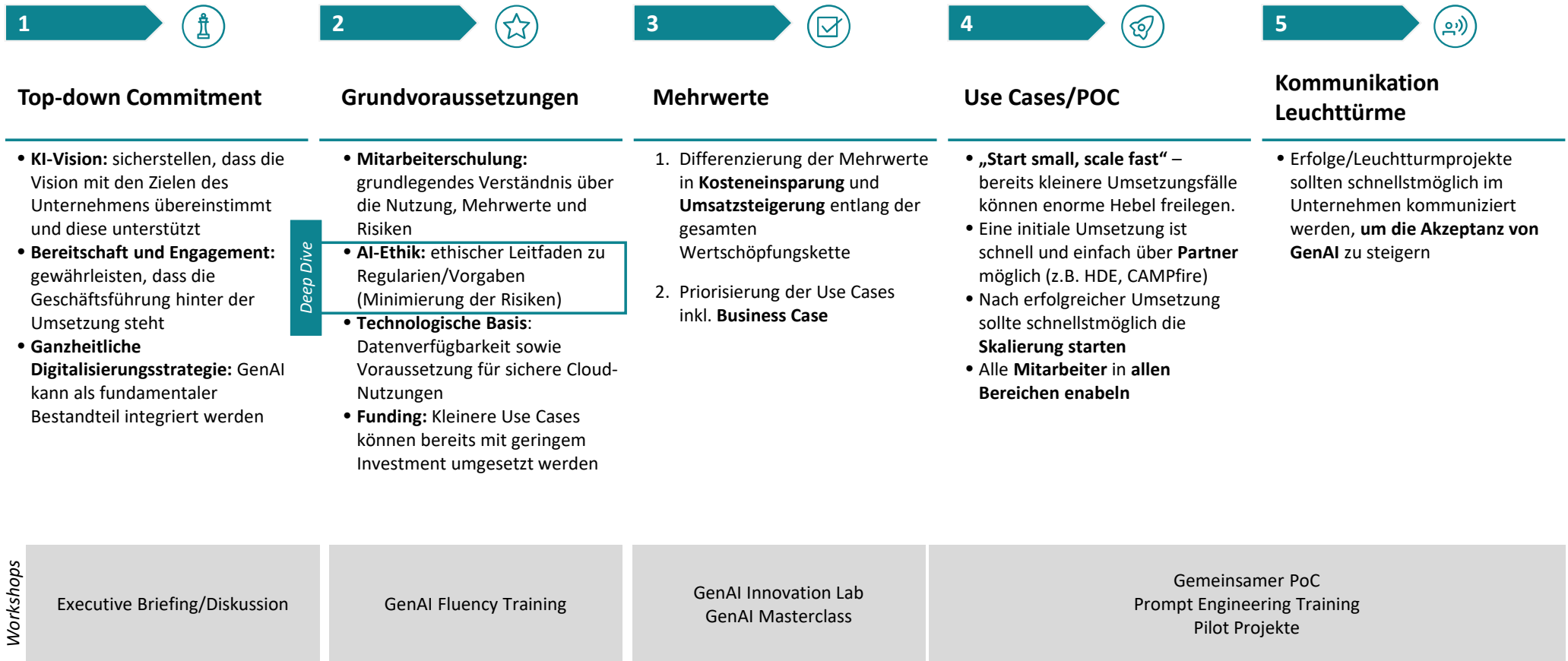
Typische Wertrealisierungskurve



Investitionen in **Infrastruktur und Schulungen** führen zu einer schnellen PoC-Entwicklung mit zumeist **geringen technologischen Anforderungen** und ermöglichen so einen **schnellen Return on Invest.**

Wie und wo fängt man an?





Zur schnellen Wertrealisierung von GenAI ist es notwendig, eine ganzheitliche Betrachtung von der Strategie bis zur Umsetzung vorzunehmen und verschiedene Aspekte wie Business Impact, technologische Machbarkeit inkl. Cyber, Recht, Ethik etc. zu bedenken



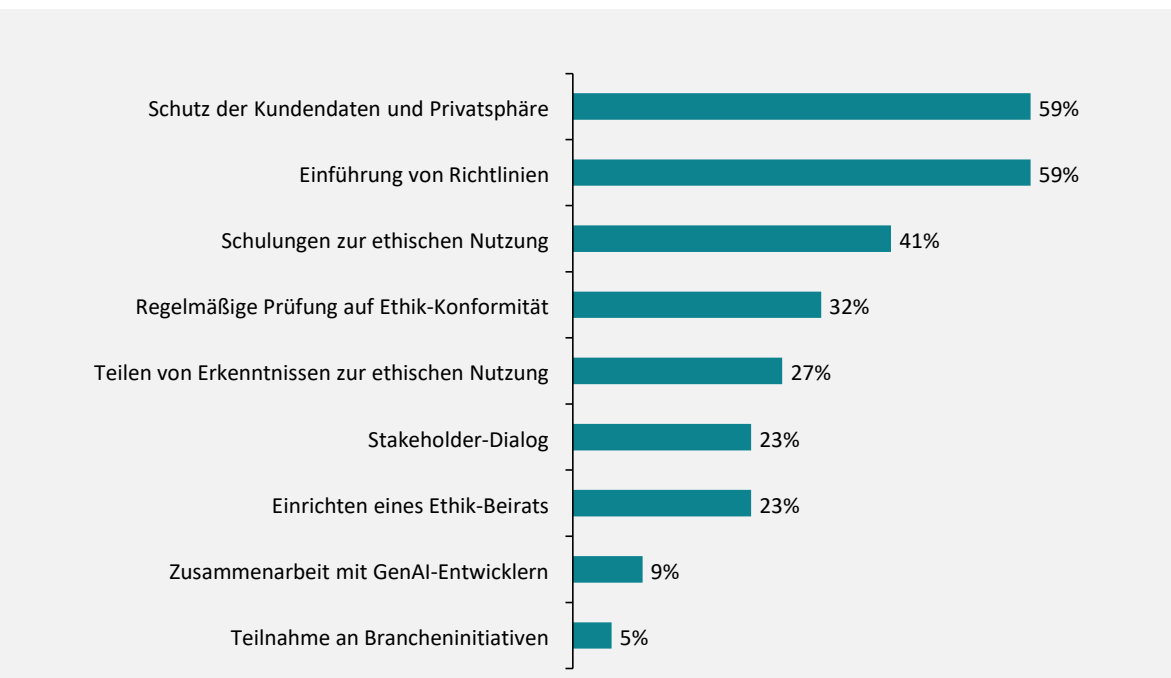
Ethischer Umgang mit GenAI


GenAI bietet unendlich viele Chancen, setzt aber auch den ethischen Umgang mit der Technologie voraus. Unternehmen müssen sich mit den Risiken auseinandersetzen und diese bestmöglich mitigieren

Was gilt es zu beachten?

-  **Verzerrung (Bias/Halluzination):** GenAI-Systeme können Vorurteile in den zugeführten Daten weitergeben (Diskriminierung/Ungerechtigkeit).
-  **Datenschutz/Vertraulichkeit:** Verwendung erfordert Zugriff auf große Mengen teils sensibler Daten (Missbrauchsgefahr).
-  **Transparenz:** Komplexe KI-Modelle können es schwierig machen, Entscheidungsprozesse zu verstehen (Black Box).
-  **Ethik und Moral:** Ethische und moralische Entscheidungen sollten nicht durch Computer getroffen werden, sondern hinterfragt werden.
-  **Vertrauen:** Mitarbeiter sollten GenAI nicht blind vertrauen und müssen Erkenntnisse stets kritisch hinterfragen.

Wie kann der Handel hierauf reagieren?¹



 Durch **Trainings und Mitarbeiterschulungen** können die ethischen Herausforderungen und damit wesentliche Risiken minimiert werden.

Wesentliche Erkenntnisse

GenAI wird das Geschäftsmodell des deutschen Einzelhandels nachhaltig prägen – dies benötigt zeitnahe Schulungen und Einbindung aller Mitarbeiter, eine relevante Infrastruktur, relevante Use Cases mit Business Impact und das Commitment der Entscheider

1

GenAI als **revolutionäre Technologie** braucht klares Commitment der Entscheidungsebene ...

... da ein hoher Einfluss auf das aktuelle Geschäftsmodell im Handel gegeben ist.

2

Der **Handel muss nötige Vorbereitungen** treffen (z.B. Infrastruktur bereitstellen) ...

... um GenAI sinnvoll im Unternehmen zu verankern und ganzheitlich zu denken.

3


Anwendungsbeispiele müssen definiert und klar nach Business Impact sortiert werden ...

... denn GenAI bietet vielversprechende Potenziale entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

4

Bedarf einer **pragmatischen Umsetzung** durch Abholung und Schulung der gesamten Belegschaft ...

... denn Potenziale sollten frühzeitig genutzt werden, um Raum für Innovationen zu schaffen.



Der Handel muss sich vorbereiten – GenAI wird das Geschäftsmodell des Handels durch bedeutende Effizienzverbesserungen und Ressourcenfreisetzung revolutionieren.

Enablers of GenAI im Handel – von Insights zum Praxisbeispiel

GenAI hat bereits im deutschen Handel Fuß gefasst und wird von Unternehmen als wertvolle Ergänzung geschätzt. Kooperationspartner helfen bei der Freisetzung von kurzfristigen Potenzialen



01

Aktuelle und zukünftige Nutzung von GenAI im deutschen Einzelhandel

02

Use Case Beispiele GenAI von Google und der Otto Group

03

Podiumsdiskussion

Egbert Wege

Lead Partner
Consumer Industry
Monitor Deloitte



Thorsten Zierlein

Lead Partner
Retail & Customer Strategy
Monitor Deloitte



Anne Siegmann

Enterprise Sales Lead
Retail & CPG
Google Cloud



Dr. Sebastian Walter

Vice President
Digital and Consulting
Otto Group



„Created with GenAI“



Handelskongress Deutschland

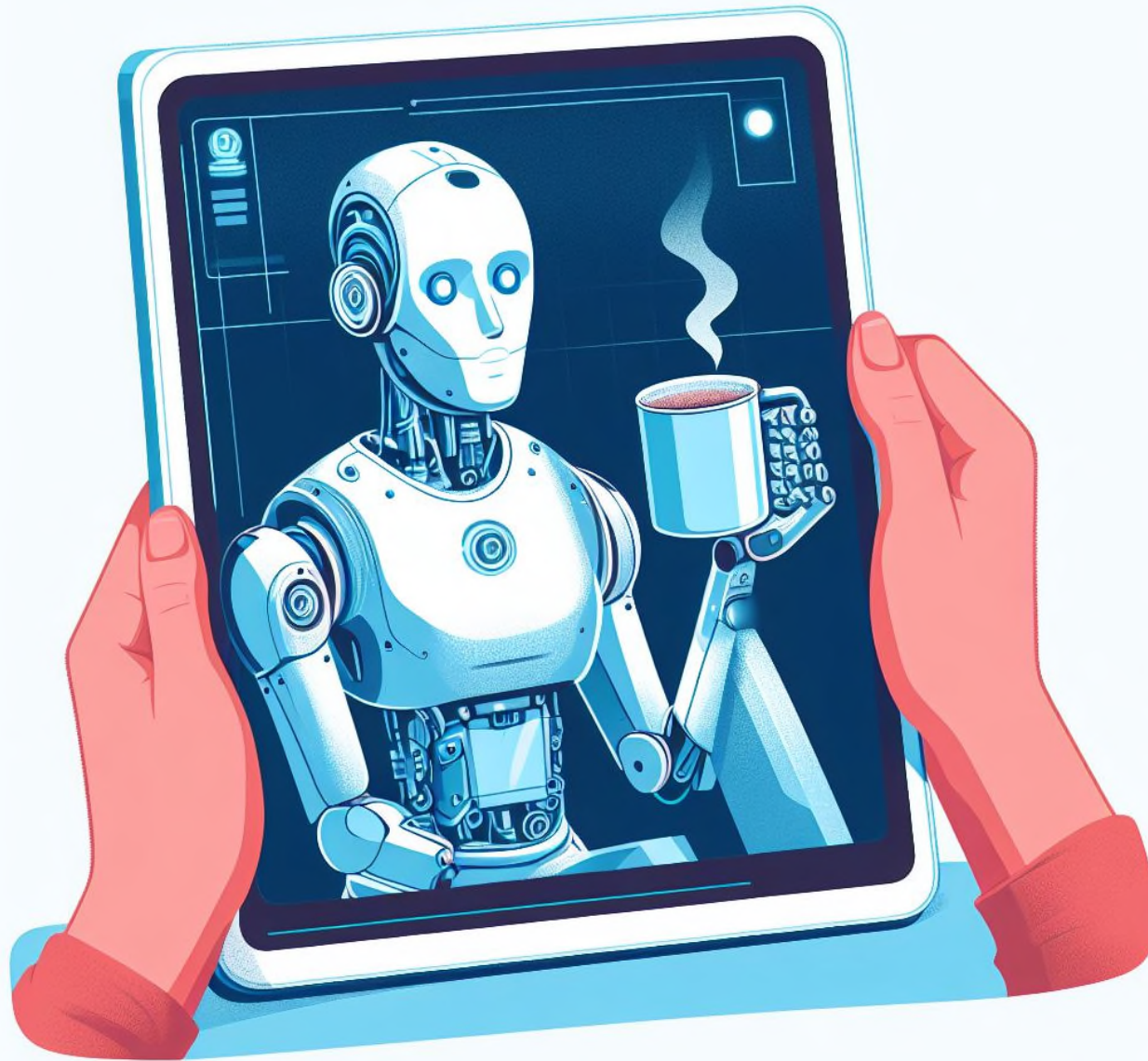
15.+16. NOVEMBER 2023

#HKD2023

Google Cloud

otto group

GenAI











77% der Händler haben ein Grundverständnis von GenAI.

27% planen GenAI auch in Zukunft **nicht einzusetzen**.

Kleinere Unternehmen (<100 Mitarbeiter) halten GenAI auch in Zukunft für eher **nicht wichtig**.

Emotionalization



**Individual
Application**

**Structural
Application**

Strategic implications long term

Foundation

Guardrails

Information
Conferences
Communities
Trainings
Support groups
...



Google Cloud



otto group

WELCOME TO DISCOVER AI

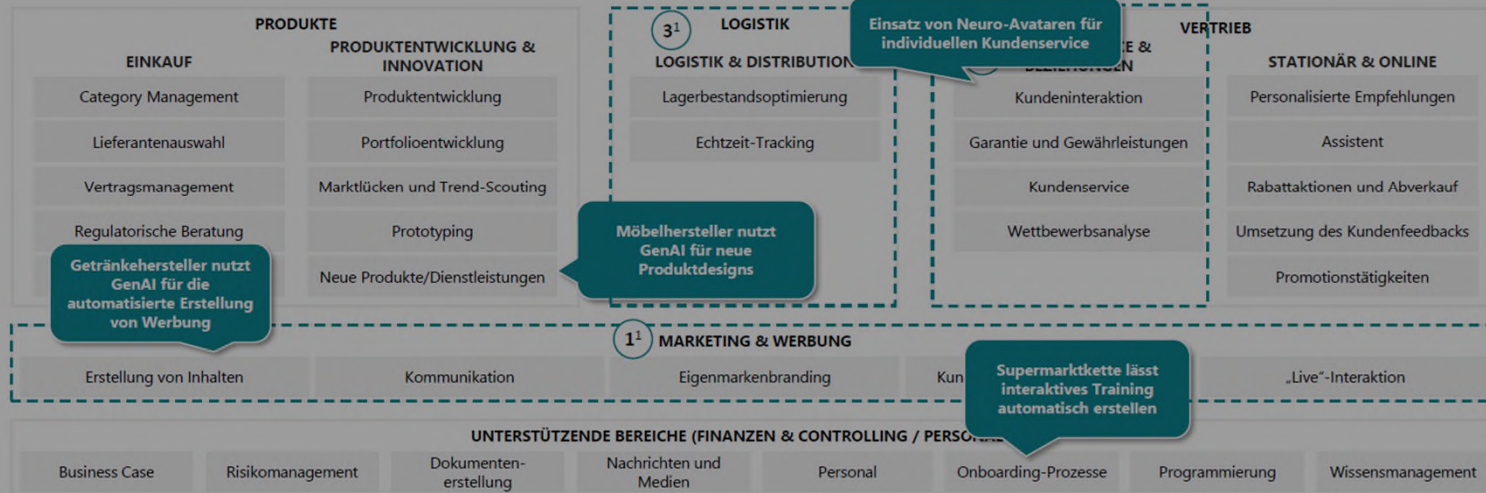
 Digital &
Consulting



og GPT
ist da!

Großer Einfluss entlang der gesamten Wertschöpfungskette

Vielfältige Optionen für Use Cases bestehen schon heute im Handel. Viele Unternehmen experimentieren bereits erfolgreich mit deren Einsatz – die größten Effekte werden in Marketing & Werbung, Kundenservice & -beziehungen sowie Logistik & Distribution gesehen



Deutsche Handelsunternehmen sehen Potenziale von GenAI entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Die größten Mehrwerte werden in Marketing & Werbung, Kundenservice & -beziehungen sowie Logistik & Distribution erwartet.

+ Growth

+ Productivity



- 2-month
- 12k SEO texts for tale products
- Strong uptick in Google Search visibility
- Significant traffic improvement on long tale products



- Test: Conversational response on review questions
- 180.000 products
- 80% of consumers rated responses and format as „helpful“

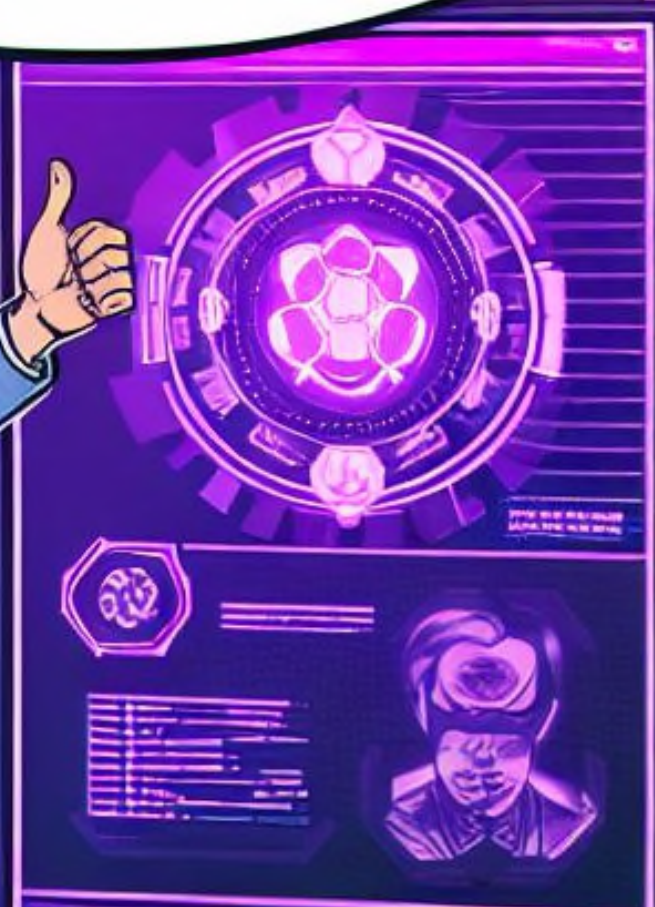
Google Cloud

**Responsible
Commerce that
Inspires**

**Responsible GenAI
that Inspires**



DANKE



Podiumsdiskussion

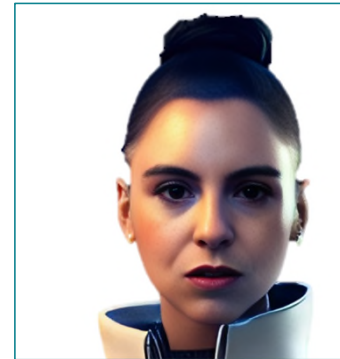
Einfluss von Generative AI auf den deutschen Handel



Egbert Wege
Lead Partner
Consumer Industry
Monitor Deloitte



Thorsten Zierlein
Lead Partner
Retail & Customer Strategy
Monitor Deloitte



Anne Siegmann
Enterprise Sales Lead
Retail & CPG
Google Cloud



Dr. Sebastian Walter
Vice President
Digital and Consulting
Otto Group



THANK YOU!



Egbert Wege
Lead Partner
Consumer Industry
Monitor Deloitte



Thorsten Zierlein
Lead Partner
Retail & Customer Strategy
Monitor Deloitte



Anne Siegmann
Enterprise Sales Lead
Retail & CPG
Google Cloud



Dr. Sebastian Walter
Vice President
Digital and Consulting
Otto Group

Monitor Deloitte.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und ihre verbundenen Unternehmen (zusammen die „Deloitte-Organisation“). DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL-Mitgliedsunternehmen und verbundene Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen und nicht für die der anderen. DTTL erbringt selbst keine Leistungen gegenüber Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.deloitte.com/de/UeberUns.

Deloitte bietet branchenführende Leistungen in den Bereichen Audit und Assurance, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory und Risk Advisory für nahezu 90% der Fortune Global 500®-Unternehmen und Tausende von privaten Unternehmen an. Rechtsberatung wird in Deutschland von Deloitte Legal erbracht. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter liefern messbare und langfristig wirkende Ergebnisse, die dazu beitragen, das öffentliche Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken, die unsere Kunden bei Wandel und Wachstum unterstützen und den Weg zu einer stärkeren Wirtschaft, einer gerechteren Gesellschaft und einer nachhaltigen Welt weisen. Deloitte baut auf eine über 175-jährige Geschichte auf und ist in mehr als 150 Ländern tätig. Erfahren Sie mehr darüber, wie die rund 415.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Deloitte das Leitbild „making an impact that matters“ täglich leben: www.deloitte.com/de.

Diese Veröffentlichung enthält ausschließlich allgemeine Informationen und weder die Deloitte Consulting GmbH noch Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), ihr weltweites Netzwerk von Mitgliedsunternehmen noch deren verbundene Unternehmen (zusammen die „Deloitte Organisation“) erbringen mit dieser Veröffentlichung eine professionelle Dienstleistung. Diese Veröffentlichung ist nicht geeignet, um geschäftliche oder finanzielle Entscheidungen zu treffen oder Handlungen vorzunehmen. Hierzu sollten Sie sich von einem qualifizierten Berater in Bezug auf den Einzelfall beraten lassen.

Es werden keine (ausdrücklichen oder stillschweigenden) Aussagen, Garantien oder Zusicherungen hinsichtlich der Richtigkeit oder Vollständigkeit der Informationen in dieser Veröffentlichung gemacht, und weder DTTL noch ihre Mitgliedsunternehmen, verbundene Unternehmen, Mitarbeiter oder Bevollmächtigten haften oder sind verantwortlich für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt im Zusammenhang mit Personen entstehen, die sich auf diese Veröffentlichung verlassen. DTTL und jede ihrer Mitgliedsunternehmen sowie ihre verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen.

Appendix

Sammlung von Quellen, welche im Deck verwendet wurden

Titelseite (Hintergrundfoto): <https://venturebeat.com/ai/ai-in-retail-smarter-stores-smarter-product-design/>

Henkel – Zitat Michael Nilles: <https://www.henkel.de/presse-und-medien/presseinformationen-und-pressemappen/2023-10-30-start-up-filestage-gewinnt-henkels-xathon-1895872>

Handelsblatt – Zitat Timo Salzsieder: <https://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/einzelhandel-wo-uns-im-supermarkt-schon-kuenstliche-intelligenz-begegnet/29047672.html>

OTTO – Zitat Olaf Schlüter: <https://www.otto.de/unternehmen/de/presse/intelligenter-einkaufen-otto-testet-ki-assistenten-im-onlineshop>

Kroger – Upselling / Cross Selling mit personalisierten Anzeigen: [Making generative AI speak retail - Walmart and Kroger have big plans for LLMs \(diginomica.com\)](https://diginomica.com/making-generative-ai-speak-retail-walmart-and-kroger-have-big-plans-for-llms/)

Coca-Cola – Generierung von Werbung: [The Amazing Ways Coca-Cola Uses Generative AI In Art And Advertising \(forbes.com\)](https://forbes.com/30-ways-coca-cola-uses-generative-ai-in-art-and-advertising/)

Wayfair – Produkt-Darstellung: <https://investor.wayfair.com/news/news-details/2023/Wayfair-Launches-Decorify-a-Virtual-Room-Styler-Powered-by-Generative-AI/default.aspx>

Ebay – Bearbeitung von Hintergrundbildern: [eBay rolls out generative AI listing tool to marketplace sellers in app \(digitalcommerce360.com\)](https://digitalcommerce360.com/ebay-rolls-out-generative-ai-listing-tool-to-marketplace-sellers-in-app/)

Newegg/Amazon – Atomisierte Rezensionsanalyse: [Newegg adds ChatGPT-powered feature to save you from review analysis paralysis | ZDNET](https://zdnet.com/article/newegg-adds-chatgpt-powered-feature-to-save-you-from-review-analysis-paralysis/)

Pepsico – Entwicklung einer Markenstrategie: [PepsiCo bewirbt alle seine Marken mit einem Spot | W&V \(wuv.de\)](https://wuv.de/wirtschaft/pepsi-co-bewirbt-alle-seine-marken-mit-einem-spot)

Etsy – Suche: [AI and online retail - learnings from Etsy CEO Josh Silverman \(diginomica.com\)](https://diginomica.com/ai-and-online-retail-learning-from-etsy-ceo-josh-silverman/)

Ebay/Shopify – Automatisierte Produktbeschreibungen: [EBay beta tests generative AI tools for sellers \(retailbrew.com\)](https://retailbrew.com/ebay-beta-tests-generative-ai-tools-for-sellers/)

Macy's – Unternehmensweite Suche mit LLMs: <https://www.youtube.com/watch?v=q4bybles7Sk>

Carrefour – Ausschreibungen verfassen und Analyse von Angeboten: [Carrefour integrates OpenAI technologies and launches a generative AI-powered shopping experience | Carrefour Group](https://www.carrefour.com/en/newsroom/carrefour-integrates-openai-technologies-and-launches-a-generative-ai-powered-shopping-experience)

Walmart – Zusammenfassung von Dokumenten: [Walmart fully embraces generative AI | Supermarket News](https://www.supermarketnews.com/walmart-fully-embraces-generative-ai/)

BBDO – Marketing Briefing: [‘We Get To Something Interesting, Faster’: BBDO Is Using AI To Write Better Briefs | The Drum](https://www.thedrum.com/news/2023/10/27/bbdo-is-using-ai-to-write-better-briefs)

Walmart – Entwicklung von interaktiven Trainings: [Making generative AI speak retail - Walmart and Kroger have big plans for LLMs \(diginomica.com\)](https://diginomica.com/making-generative-ai-speak-retail-walmart-and-kroger-have-big-plans-for-llms/)

Kroger – Automatisierte Ticketerstellung: <https://diginomica.com/making-generative-ai-speak-retail-walmart-and-kroger-have-big-plans-llms>

Google – Virtuelle Anprobe: [Google introduces new AI virtual try-on feature \(blog.google\)](https://blog.google/products/google-intellectual-property/google-introduces-new-ai-virtual-try-on-feature/)

H&M – 3D Erlebnis: [The AI in Business Podcast: Facing Retail Challenges in the Era of Generative AI - with Alan Boehme of H&M \(emerj.com\)](https://www.emerj.com/news/the-ai-in-business-podcast-facing-retail-challenges-in-the-era-of-generative-ai-with-alan-boehme-of-h-m/)

Ikea/Pepsico – Produktdesign: <https://www.fastcompany.com/90871133/ikea-generative-ai-furniture-design> ; [How AI Makes PepsiCo More Efficient – YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=q4bybles7Sk)

Otto Group – Internes GPT-Modell: [Otto Group: ogGPT: Otto Group launcht internes, datenschutzkonformes Tool mit generativer KI für alle Mitarbeitenden](https://www.otto.de/unternehmen/de/presse/intelligenter-einkaufen-otto-testet-ki-assistenten-im-onlineshop)

Essilor Luxottica – A/B-Tests für Kampagnen: [Mit AI-gestützten Kampagnen wertvolle Kunden erreichen - Think with Google](https://www.thinkwithgoogle.com/intl/en/insights/ai-powered-campaigns/)

Otto Group – Automatisierte Produktberatung: [Otto Group testet künstliche Intelligenz zur Produktberatung | Hamburg News \(hamburg-news.hamburg\)](https://www.hamburg-news.de/news/otto-testet-kuenstliche-intelligenz-zur-produktberatung/)