



Retail x AI
A Company of Markant Group

AI INNOVATION CANVAS

TOOLKIT FÜR AGILE KI ENTWICKLUNG

USE CASE: DEMAND FORECAST
& KAMPAGNENMANAGEMENT

Portrait Retail AI



KI TRIFFT RETAIL - TRAININGS VON EXPERTEN

Retail AI ist ein auf den Handels- und FMCG-Sektor spezialisiertes Unternehmen für generative KI, das 2024 aus dem Markant-Umfeld heraus gegründet wurde und seinen Sitz in Frankfurt am Main hat. Auf Basis einer Allianz mit Handels- und Industriepartnern entwickelt Retail AI KI-Applikationen und begleitet Unternehmen mit Trainings und Workshops bei der Einführung von KI entlang zentraler Wertschöpfungsbereiche wie Marketing, Category Management und In-Store-Prozessen.

Als vertrauensvoller, kooperativer Anbieter legt Retail AI großen Wert auf regulatorisch saubere, praxisnahe Lösungen, etwa im Lichte des EU AI Acts, und positioniert sich damit als langfristiger Partner für die strategische KI-Transformation im Handel. Die Retail AI Academy ergänzt das Portfolio um strukturierte Weiterbildungsprogramme, mit denen Händler und Hersteller systematisch „KI-ready“ gemacht und Mitarbeitende im Umgang mit generativer KI qualifiziert werden.

WWW.RETAILAI.IO
#KI ZUM MITMACHEN



Camill Maier
Head of Sales & Marketing
Retail AI

AI INNOVATION CANVAS

“KI-Projekte im Handel scheitern nicht an der Technologie, sondern an der Umsetzung. Die Canvas gibt Teams eine gemeinsame Sprache und einen klaren Rahmen.”

NORBERT HILLINGER, HEAD OF
ACADEMY

Woran scheitern KI-Projekte in der Praxis?

Fehlende Struktur

KI-Ideen bleiben im Brainstorming stecken

Unklare Verantwortlichkeiten

Ohne definierte Rollen stockt der Prozess

Überschätzte Machbarkeit

Fehlende Einschätzung technischer Risiken

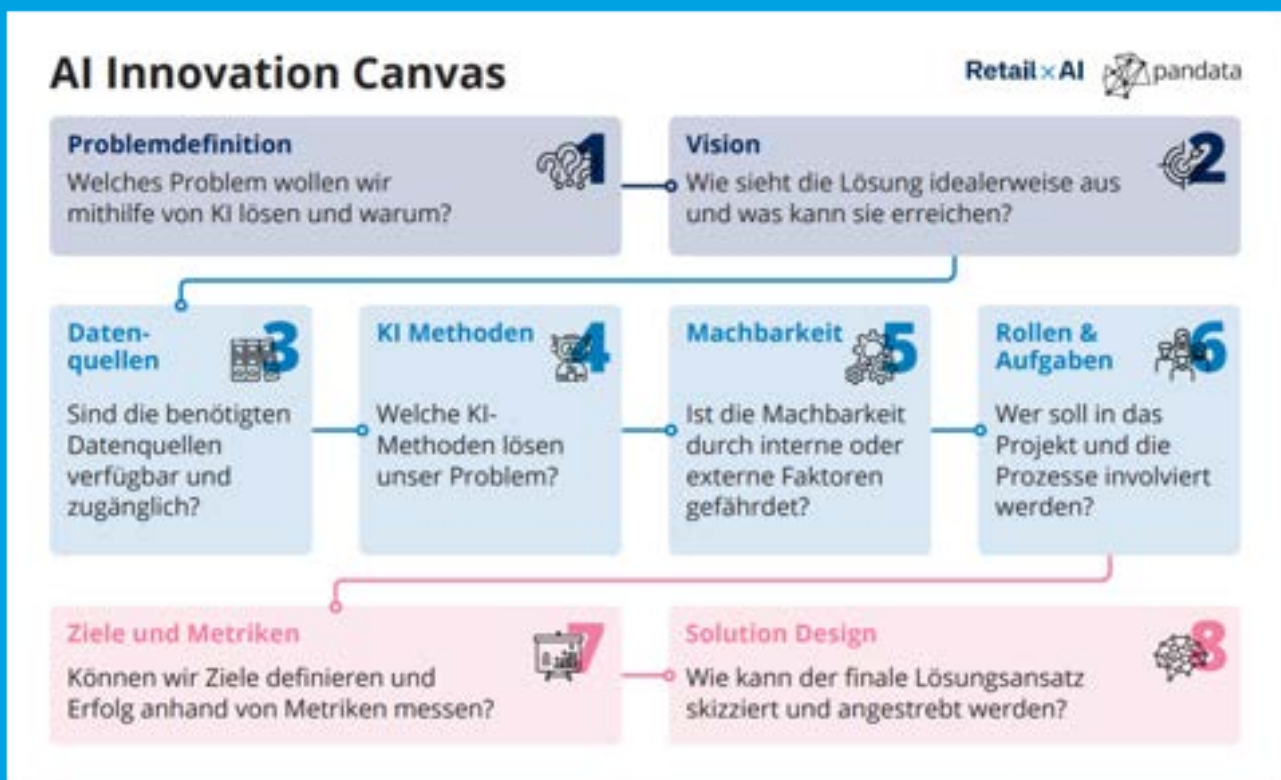
Fehlende Erfolgsmessung

Ohne Ziele bleibt der Mehrwert unsichtbar.

AI INNOVATION CANVAS

Was ist die Retail AI Innovation Canvas?

Die Retail AI Innovation Canvas ist **ein strukturiertes Workshop-Framework**, das Handelsteams in 8 aufeinander aufbauenden Schritten vom vagen KI-Gedanken zu einem konkreten, umsetzbaren Projektplan führt.



USE CASE:

Demand Forecast &
Kampagnenmanagement

I. PROBLEMDEFINITION

AI INNOVATION CANVAS

“Unser zentrales Problem liegt in der **mangelnden Abstimmung zwischen Lagerbestand und Marketingkampagnen**: Produkte werden beworben, obwohl sie vor Ort oder online gar nicht verfügbar sind – gleichzeitig bleiben überbestandsgefährdete Artikel unberücksichtigt.

Besonders kritisch ist der **fehlende Fokus auf Waren mit kurzer Restlaufzeit** (z. B. limitierte Kosmetikserien), die ohne gezielte Bewerbung unverkauft bleiben.

Diese Diskrepanz zwischen Bestand und Kampagnenplanung verursacht nicht nur **Warenverluste**, sondern auch einen **ineffizienten Einsatz des Marketingbudgets** und **sinkende Kundenzufriedenheit.**”

REALITÄTSNAH

FOKUSIERT

STAKEHOLDER

IMPACT

KLAR

Problemdefinition

Welches **Problem** wollen wir mithilfe von KI lösen und **warum**?

Prozesse binden zu viele Ressourcen

z.B. erfordern sie zu viel Zeit oder Personal

Prognosen sind ungenau

z.B. falsche Vorhersagen zur Nachfrage führen zu Ineffizienz

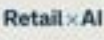
Prozesse sind fehleranfällig

z.B. bei manueller Eingabe oder Übertragung von Daten

Unübersichtliche Dokumentenverwaltung

z.B. erschwerte Auffindbarkeit und manuelle Organisation

Platz für Ihr Projekt:

 pandata  Retail AI

USE CASE

AI INNOVATION CANVAS

In diesem Use Case geht es um eine alltägliche Herausforderung im **Drogerie-Einzelhandel**: Marketingmaßnahmen, die nicht mit dem aktuellen Lagerbestand abgestimmt sind – ein idealer Anwendungsfall für Künstliche Intelligenz.

Im Kern sehen wir hier **3 Hauptprobleme**:

- Zwischen dem, was in Kampagnen beworben wird, und dem, was tatsächlich in den Regalen oder online verfügbar ist
- Zwischen prognostiziertem Kaufverhalten und den realen Bedürfnissen der Kundschaft
- Zwischen manuellen, oft verzögerten Planungsprozessen und dem, was KI heute automatisiert und dynamisch leisten kann

Ein konkretes Beispiel aus der Praxis:

Saisonale Kosmetikprodukten oder Pflegeartikeln, die kurz vor Ablauf stehen.

Oft werden solche Artikel zu spät oder gar nicht aktiv beworben – während gefragte Produkte ausverkauft sind und trotzdem in aktuellen Kampagnen beworben werden.

II. VISION

AI INNOVATION CANVAS

Wir stellen uns eine vernetzte KI-Lösung vor, die **automatisch vorhersagt, welche Produkte gefragt sein werden** – und gleichzeitig gezielt jene Artikel bewirbt, von denen wir zu viel auf Lager haben.

Gleichzeitig erzeugt generative KI daraus **gezielte Marketinginhalte für Überschussartikel** – etwa Beauty-Tipps, Wellness-Routinen oder Tricks für den Haushalt – mit dem Ziel, Lagerbestände gezielt abzubauen und Verschwendung zu minimieren.



Eine gute Vision ist ergebnisorientiert, nutzerzentriert, strategisch Ausgerichtet, **inspirierend und machbar!**

III. DATENQUELLEN

AI INNOVATION CANVAS

Daten sind nur Rohmaterial. Erst wenn sie strukturiert, relevant und nutzbar sind, werden sie zu **Informationen**. Diese Unterscheidung ist besonders wichtig, wenn es darum geht, ein **KI-System zu „füttern“**.

Um unsere Lösung zu entwickeln, brauchen wir zwei Arten von Daten:

Für Prognosen (Machine Learning):

- Historische Verkaufsdaten
- Saisonkalender und Feiertage
- Wettertrends über externe APIs
- Echtzeit-Lagerbestände

Für Erstellung von Inhalten (generative KI):

- Analyse der Lagerbestände
- Produkt-Metadaten
- Produktbilder
- Vorherige Kampagnenvorlagen



IV. KI-METHODEN PT.I

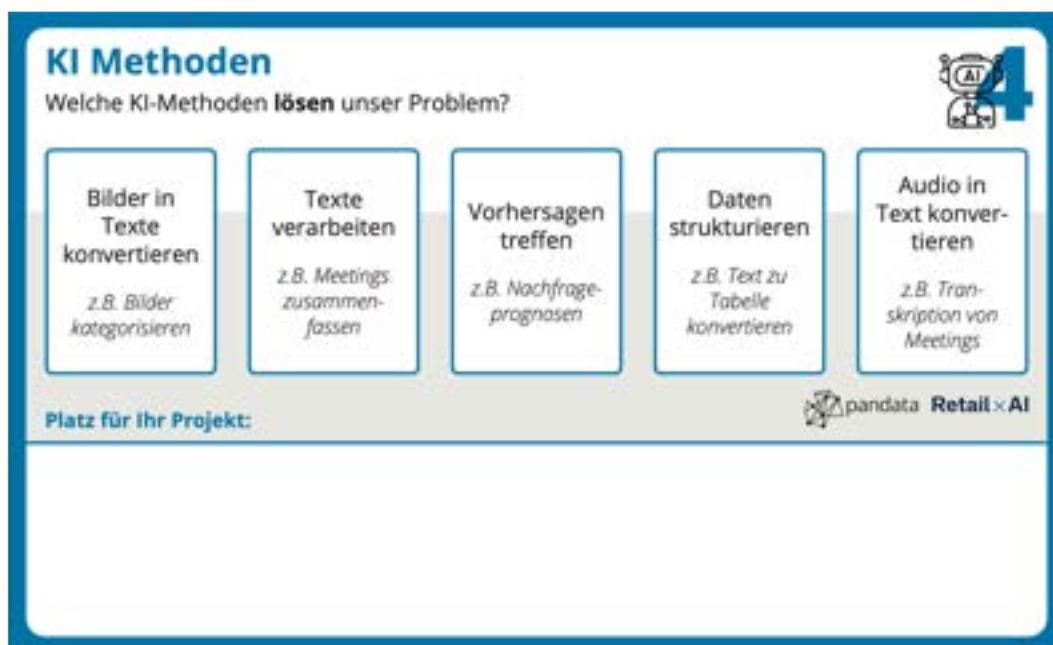
AI INNOVATION CANVAS

Nicht jede KI ist gleich. Je nachdem, welches Problem gelöst werden soll und welche Daten vorliegen, werden unterschiedliche Modelle und Techniken benötigt.

Im konkreten Fall liegt eine Herausforderung vor, welche zwei zentrale Aufgaben kombiniert:

- Prognostizieren, was die Kundschaft will
- Vermarkten, was im Lager zu viel liegt

Dafür reicht nicht ein einzelnes Modell – wir brauchen eine **Methodenkette**, in der **jede KI-Komponente** eine **spezielle Aufgabe übernimmt**.



Es geht nicht darum, die komplexeste Technologie zu nutzen, sondern die Methode, die zur Aufgabe passt.

IV. KI-METHODEN PT.II

AI INNOVATION CANVAS

SCHRITT 1: Herausforderung in Aufgaben unterteilen

Um vom Problem zur Lösung zu kommen, müssen wir die Herausforderung in KI-freundliche Teilaufgaben aufsplitten:

- Können wir die **Nachfrage frühzeitig vorhersagen**, um Engpässe oder Überbestände zu vermeiden?
- Können wir erkennen, **welche Artikel zu lange im Lager liegen**?
- Können wir gezielte **Marketing-Inhalte erzeugen**, um diese Artikel zu bewerben?

SCHRITT 2: Aufgaben den passenden KI-Methoden zuordnen

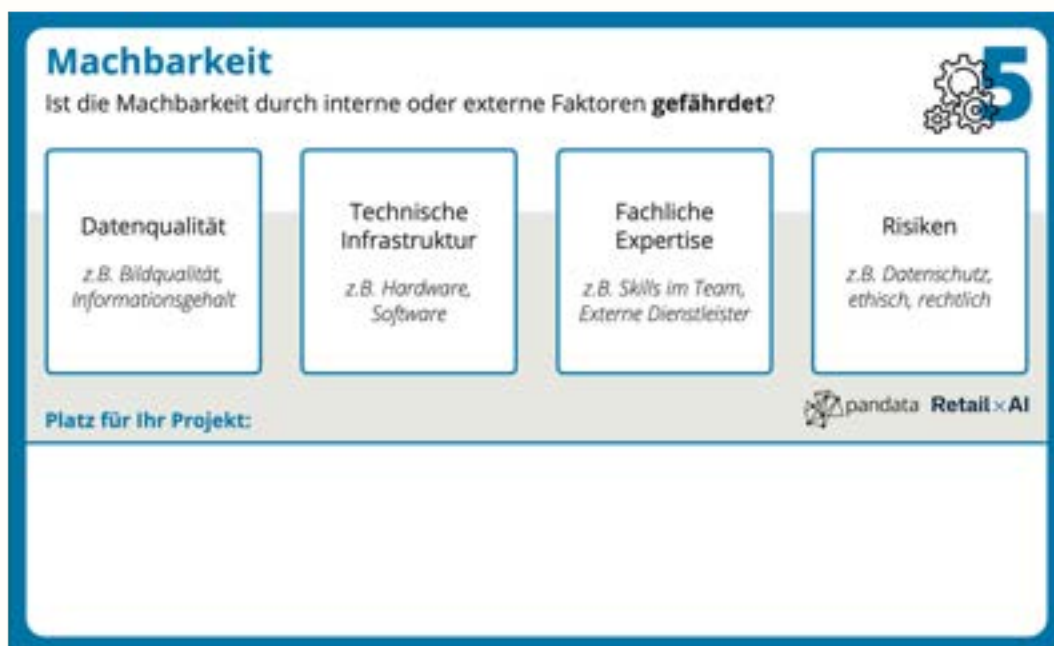
Aufgabe	Was wird benötigt?	Passende KI-Methode
Nachfrage prognostizieren	Absatzschätzung für kommende Woche	Vorhersage durch Time Series Prediction
Überbestand identifizieren	Abgleich von Prognose und Lagerbestand	Geschäftslogik + Differenz zwischen Bedarf und Bestand
Marketing Inhalte generieren	Rezepte, Angebote oder DIY-Ideen für überschüssige Produkte	Generative KI (Large Language Models / LLMs)

V. MACHBARKEIT PT.I

AI INNOVATION CANVAS

Eine Machbarkeitsprüfung ist ressourcenorientiert und reflektiert die **tatsächlichen Tools, Teams und Budgets** – keine hypothetischen Möglichkeiten. Sie erkennt **Risiken und Grenzen** an und **benennt Blocker** frühzeitig, damit sie gelöst im Konzept berücksichtigt werden können.

Sie ist **interdisziplinär und abgestimmt**, bezieht Tech-, Legal-, Betriebs- und Datenverantwortliche von Anfang an mit ein. Sie ist flexibel im Denken und ermöglicht eine **stufenweise Umsetzung** oder die **Umsetzung eines Teilziels** wenn die vollständige Vision nicht realistisch ist.



Nicht jede Idee lässt sich sofort umsetzen, wichtig ist die Hürden frühzeitig zu erkennen

V. MACHBARKEIT PT.II

AI INNOVATION CANVAS

Technische Infrastruktur



Unsere Lösung erstreckt sich über mehrere Abteilungen – daher müssen Infrastruktur, Tools und Datendefinitionen zwischen Marketing, Supply Chain und IT aufeinander abgestimmt sein. Ebenfalls geprüft werden muss, ob Drittanbieter-Modelle (generative KI) intern erlaubt sind.

Datenqualität



Externe Daten wie Wetterprognosen oder Eventkalender können möglicherweise die Vorhersage verbessern – wir haben aber weniger Kontrolle über deren Qualität. Das wirkt sich auf die Modellgenauigkeit aus und muss getestet werden.

Team & Ressourcen



Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit ist entscheidend. Wenn zwischen den Teams keine klare Abstimmung besteht, kann das zu Verzögerungen oder falschen Ergebnissen führen. Definierte Rollen für die Prüfung der KI-Ausgaben und Updates werden benötigt

Recht & Compliance



Wir verarbeiten keine personenbezogenen Daten – arbeiten aber mit internen Produkt- und Verkaufsdaten in Kombination mit externen KI-Plattformen. Gerade beim Einsatz großer Sprachmodelle (LLMs) wirft das Fragen zum Datenschutz und zur Datenverantwortung auf.

VI. ROLLEN & AUFGABEN

AI INNOVATION CANVAS

Prozesse funktionieren nur durch **Zusammenarbeit**. Fehlt eine Rolle oder bleibt unklar, kann das Projekt schnell ins Stocken geraten.

Praxisregeln für erfolgreiche KI-Teams

- Jede Rolle benötigt eine reale Person
- Kombiniere technisches und fachliches Wissen
- Validiere die Ergebnisse – fachliche Expertise ist entscheidend für vertrauenswürdige Ergebnisse
- Dokumentiere klar, wer was verantwortet
- Plane rechtzeitig die Übergabe – Deine KI-Lösung muss auch weiterhin betrieben und gepflegt werden



VI. ROLLEN & AUFGABEN

AI INNOVATION CANVAS



KI-Fachkräfte

wählen und optimieren die passenden Modelle für die Nachfrageprognose und setzen das System auf, das daraus Kampagnenideen und Content für das Marketing generiert – basierend auf dem aktuellen Lagerbestand.



Data Analysts

sammeln historische Verkaufsdaten, bereiten aktuelle Bestandslisten auf und stellen sicher, dass die Produktinformationen vollständig und verwendbar sind.



Entwicklungsteam

verbindet die einzelnen Bestandteile und Systeme miteinander und baut ein benutzerfreundliches Tool für die Teams/Abteilungen.



Fachverantwortliche

(z.B. Marktleitung oder Marketingverantwortliche) überprüfen die generierten Inhalte darauf, ob sie zu den Geschäftszielen passen – und für die Kundschaft sinnvoll sind.

VII. ZIELE & METRIKEN

AI INNOVATION CANVAS

Klare Zielsetzungen helfen ein Projekt auf Kurs zu halten, messbar zu machen und am Zweck auszurichten.

Das Management denkt oft in übergeordneten Ergebnissen wie „mehr Umsatz“ – das ist zwar richtig, aber zu allgemein, um Entscheidungen oder Bewertungen im Projektalltag zu ermöglichen.

Starke Ziele und Metriken helfen Teams:

- Den Fokus auf das eigentliche Problem zu behalten
- Den Nutzen klar und verständlich zu kommunizieren
- Objektiv zu entscheiden, ob weiterentwickelt, angepasst oder gestoppt werden sollte

The image shows a template for the 'Ziele & Metriken' (Goals & Metrics) section of an AI Innovation Canvas. It is a rectangular box with a pink border. At the top left, the title 'Ziele & Metriken' is written in pink. Below it, a question asks 'Können wir **Ziele** definieren und Erfolg anhand von Metriken **messen**?' in black. In the top right corner, there is a small icon of a shopping cart with a red '7' next to it. The main area is divided into two white boxes with pink borders. The left box contains the text 'Konkrete Ziele, durch deren Umsetzung die Vision erreicht wird' followed by an example: 'z.B. Zwischenschritte, Veränderung im Vergleich zur aktuellen Situation'. The right box contains the text 'Metriken, anhand deren Erfolge gemessen werden können' followed by an example: 'z.B. Arbeitszeit, Prozessdauer, Fehlerquote, Ergebnisse von Zufriedenheitsumfragen'. At the bottom left, there is a label 'Platz für Ihr Projekt:' in pink. At the bottom right, there are logos for 'pandata' and 'Retail x AI'.

Metriken müssen direkt mit dem Use Case und dem Problem verknüpft sein.

VII. ZIELE & METRIKEN

AI INNOVATION CANVAS

Ein gutes Ziel beschreibt, welche Veränderung erreicht werden soll. Eine gute Metrik zeigt, ob diese Veränderung eintritt. Nurt so kann gemessen werden, ob die Lösung das bewirkt was sie soll.

Zieltyp	Beispiel im Use Case	Metriken
Genauigkeit	Prognosen sollen besser mit realen Verkaufszahlen übereinstimmen	Prognosegenauigkeit (z. B. prozentuale Abweichung), Rückgang bei Über-/Unterbeständen
Effizienz	Aufwand für Erstellung von Marketinginhalten soll sinken	Eingesparte Zeit bei Content-Erstellung, Bearbeitungszeit pro Asset (vor/nach KI)
Nutzerwirkung	Relevantere Inhalte sollen entstehen – basierend auf echten Lagerbeständen	Engagement rate of generated content (e.g. CTR, open rates)
Business Value	Weniger Ausschuss, weniger verlorener Umsatz durch unverkaufte Ware	Rückgang bei Abschriften oder Rabatten, verkaufte Stückzahl der beworbenen Produkte
Skalierbarkeit	Mehr Kampagnen bei gleichbleibendem Personaleinsatz	Anzahl automatisch erstellter Kampagnen pro Woche

VIII. SOLUTION DESIGN

AI INNOVATION CANVAS

Solution Design ist ein Prozess bei dem

- alle Schritte aus der AI Innovation Canvas miteinander kombiniert werden
- ein Ablauf vom Input bis zum Output klar visualisiert wird
- alle Zwischenschritte für Nutzbarkeit und Validierung berücksichtigt werden
- ein früher, testbarer Prototyp definiert wird

Was gutes Solution Design ausmacht:

End-to-End-Ablauf von Input zum Output

Prototyp mit allen Kernelementen

Test & Validierungsplan

Feedback und Performance Daten sammeln



Metriken müssen direkt mit dem Use Case und dem Problem verknüpft sein.

VIII. SOLUTION DESIGN

AI INNOVATION CANVAS

Prototyp – Format & Umsetzung

- Gebaut mit: einfacher Web-Oberfläche (z.B. Streamlit)
- Input: CSV-Upload oder API-Anbindung für Lager- und Verkaufsdaten
- Funktion: Prognose der Produktnachfrage, Abgleich mit aktuellen Lagerbeständen und automatische Erstellung von Marketinginhalten für Artikel mit Überbestand.
- Output: Automatisch generierter Content – dargestellt im Review-Panel mit Optionen mit Freigabeoption
- Validierung: Inhalte werden vor Veröffentlichung durch Fachleute geprüft

FINAL PROTOTYPE

DEMAND FORECAST X

CAMPAIGN CREATION

Suchen

Lagerstatus

Ale

Zeigt 20 Ergebnissen

PRODUKTNAME	AKTUELLER BESTAND	LAGERSTATUS	AKTIONEN
Aloe Vera Shampoo	3445	Zu hoher Bestand	Anzeigen
Hyaluron Moisturizer	1260	Ausreichend	Anzeigen
Green Tea Handsoap	15	Ausreichend	Anzeigen
Vitamin C Serum	2329	Zu hoher Bestand	Anzeigen
Retinol Night Cream	875	Ausreichend	Anzeigen
Coconut Body Lotion	4111	Ausreichend	Anzeigen

Aloe Vera Shampoo Stock and Sales Timeline



KI-Info:

Weather correlation identified: Product shows 78% higher sales during rainy seasons, factored into prediction.

⚠️ Überbestandsvorhersagewarnung:

Overstocked in 2 weeks

KI-Marketing-Generator



Style: Informal

Marketing-inhalte generieren

Kopieren

Teilen



pandaid_wellness

💧 Hair feeling a bit thirsty lately? Our Aloe Vera Shampoo is like a tall drink of water for those dry strands! 💧 Infused with nature's moisture miracle, this fan-favorite gives your hair the hydration it's been craving. No more brittle ends or frizzy days—just soft, manageable locks that thank you with every wash! 🌿 Drop a 🍏 if your hair deserves this refreshing treat! #HydrationStation #AloeForTheWin



1,482 likes

2 HOURS AGO • SPONSORED

Retail AI

A Company of Markant Group

WERDE ZUM KI- MACHER

Camill Maier

Head of Sales & Marketing

camill.maier@retailai.io

www.retailai.io

