

Hier bin ich Mensch im Zeitalter von KI



Stephan Seitz

Geschäftsbereichsverantwortlicher Customer Technology
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG / dmTECH GmbH





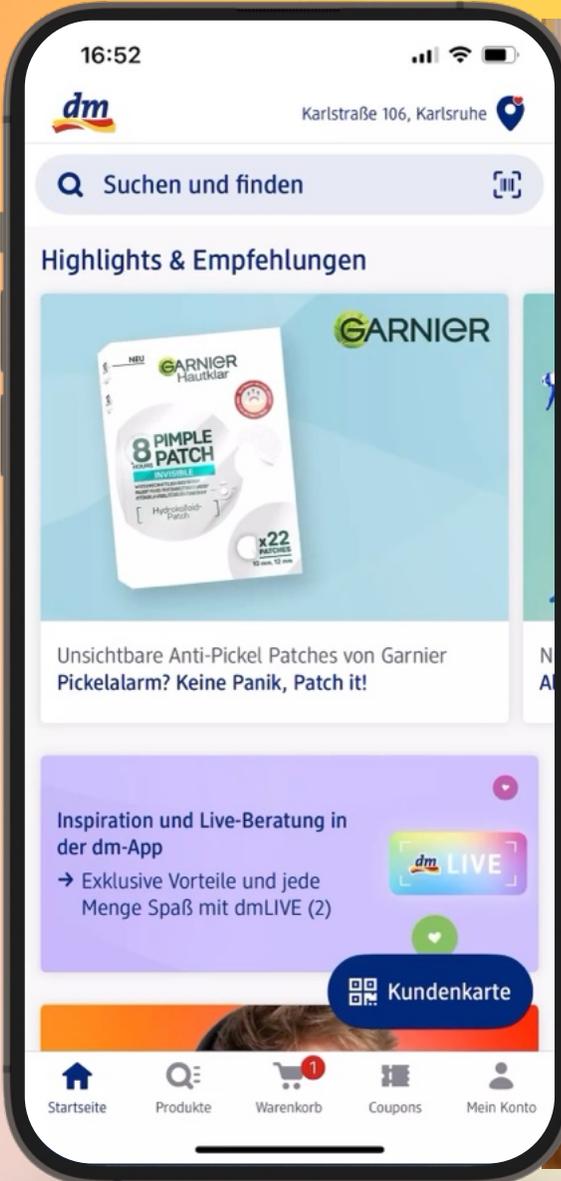
2,1 Mio. Kunden täglich

Mehr als 4.000 Filialen

14 Länder



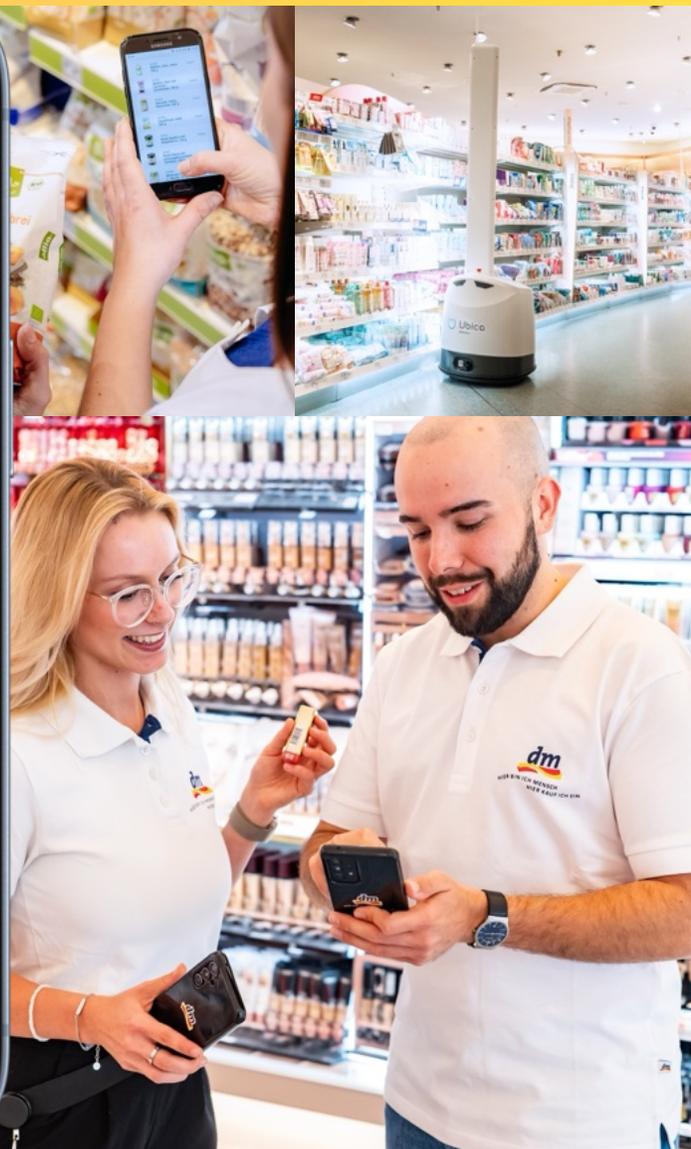
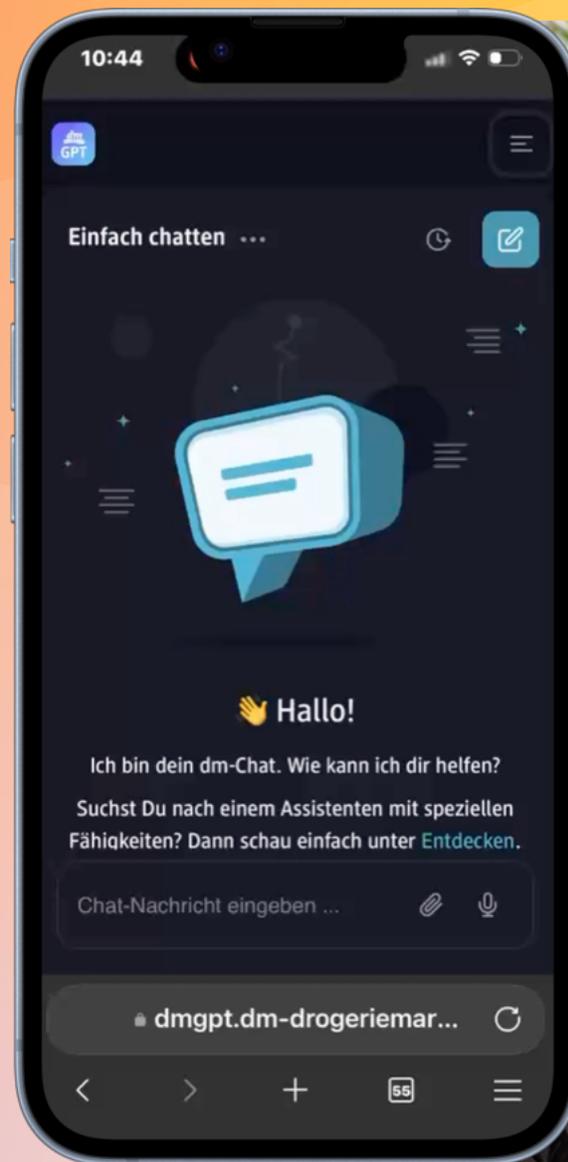
Hier bin ich
Mensch, hier
kauf ich ein.



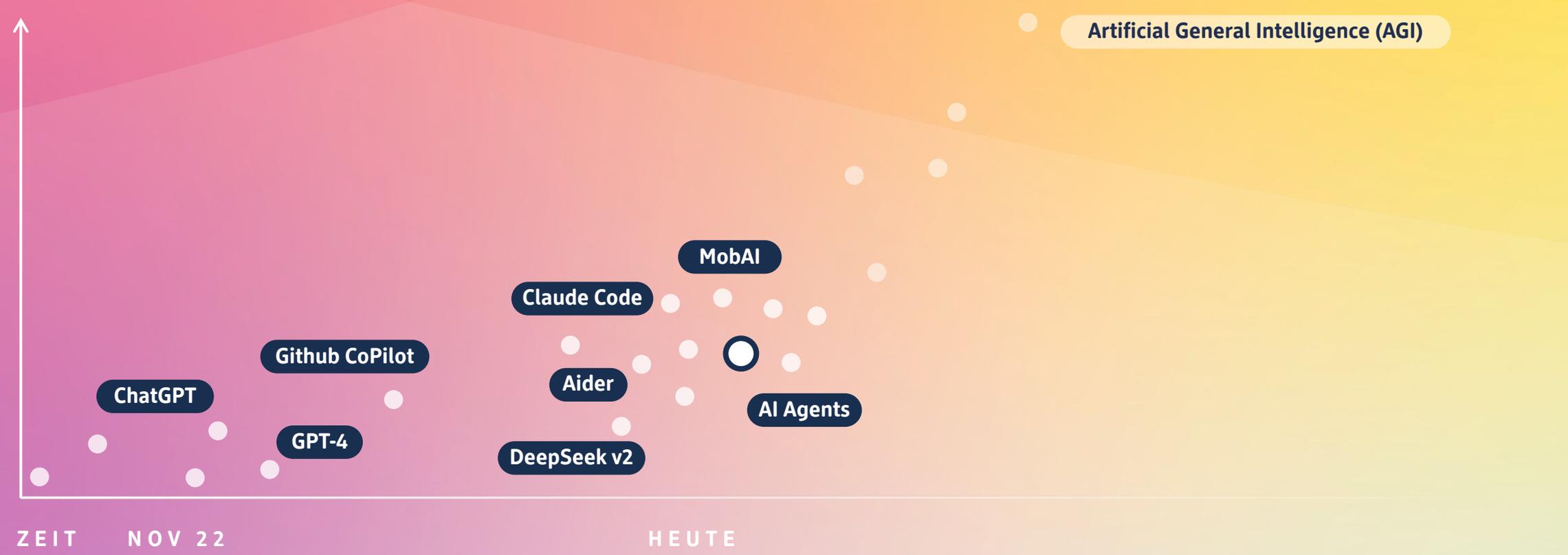
Wir schaffen digitale Erlebnisse. Für Kunden und Mitarbeiter.

dmTECH Polen: 80 MA

dmTECH Deutschland: 1.300 MA



Nach dem KI-Hype: Die exponentielle Entwicklung erfordert tragfähige Strategien im Handel



KI wirkt in **zwei Dimensionen**:
Nach innen **stärkt** sie unsere
Arbeitsgemeinschaft,
nach außen **verbessert** sie das
Kundenerlebnis –
beide sind für unseren **Erfolg unverzichtbar**.

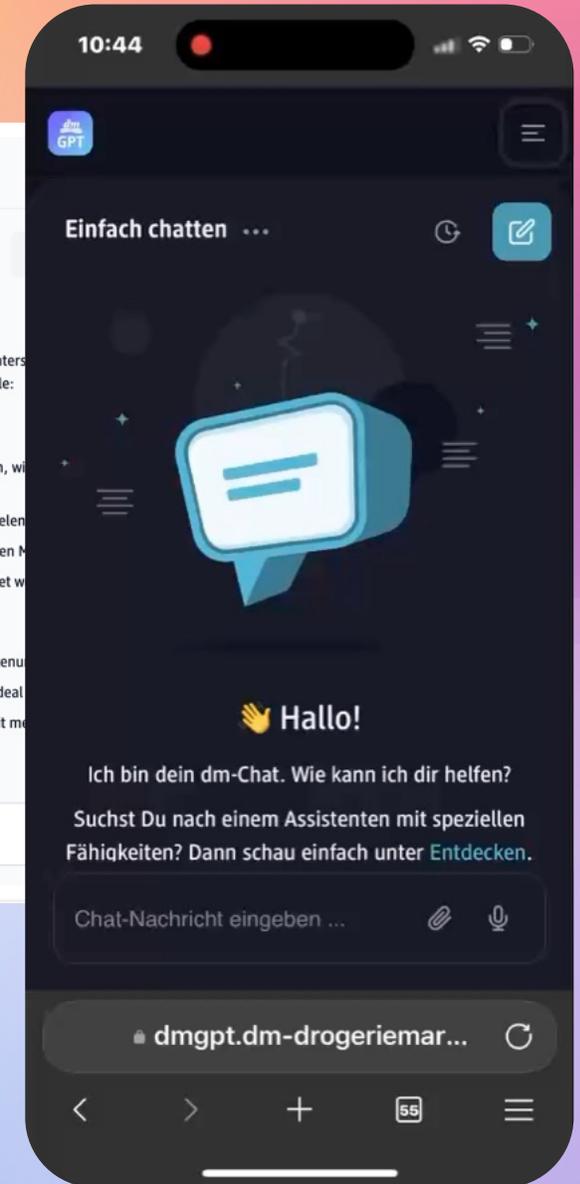
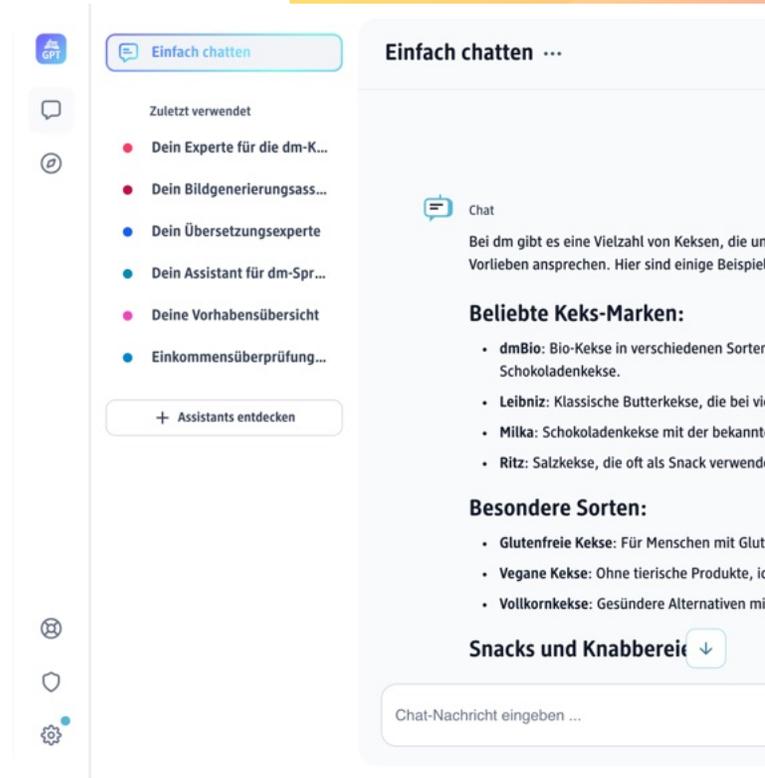
Für unsere **Arbeitsgemeinschaft**

Wie unterstützt mich KI in meiner täglichen Arbeit?

- Unterstützung bei individuellen Prozessen im täglichen Arbeiten
- Optimierung von Prozessen in internen Systemen
- Anbindung von internen Wissensquellen

„80% of the code is going to be written by Copilot. And that doesn't mean, as we discussed, that the developer is going to be replaced. That means that the developer has more time to focus on the 20% that they're writing.“

~ Thomas Dohmke (CEO GitHub)



Beispielbild dmGPT



Für unsere **Kunden**

Wie kann ich KI in meinem Produkt einsetzen?

- dmKI berät Kundinnen und Kunden zu Beauty Themen
- Perspektivisch: Touchpoint für weitreichende Kundenbedürfnisse
- Optimierung des Kundenerlebnisses im Onlineshop (Suche, ServiceCenter Anfragen, ...)
- Bereitstellung von hochwertigem Content und Marketinginhalten

„I think over time, obviously, I think **every app** is going to be an **AI app**. That's, I think, the best way to think about this **transformation**.“

~ Satya Nadella (CEO Microsoft)



Beispielbild dmKI



“Wenn es darum geht, **KI in der Geschäftswelt** einzusetzen, geht es **nicht** darum, **Menschen zu ersetzen**.
Es geht darum, den **Menschen zu verstärken.**”

Ginni Rometty

Ehemalige Präsidentin CEO / IBM

Die drei Säulen erfolgreicher KI-Umsetzung.

Was versetzt uns in die Lage, KI-Anwendungen erfolgreich zu entwickeln und produktiv einzusetzen?



Datenstrategie



Enablement



**Strategische
Priorisierung**

Das bisher aufgebaute **digitale Fundament** bestimmt die heutige **Wertschöpfung** mit KI

Die Wertschöpfung

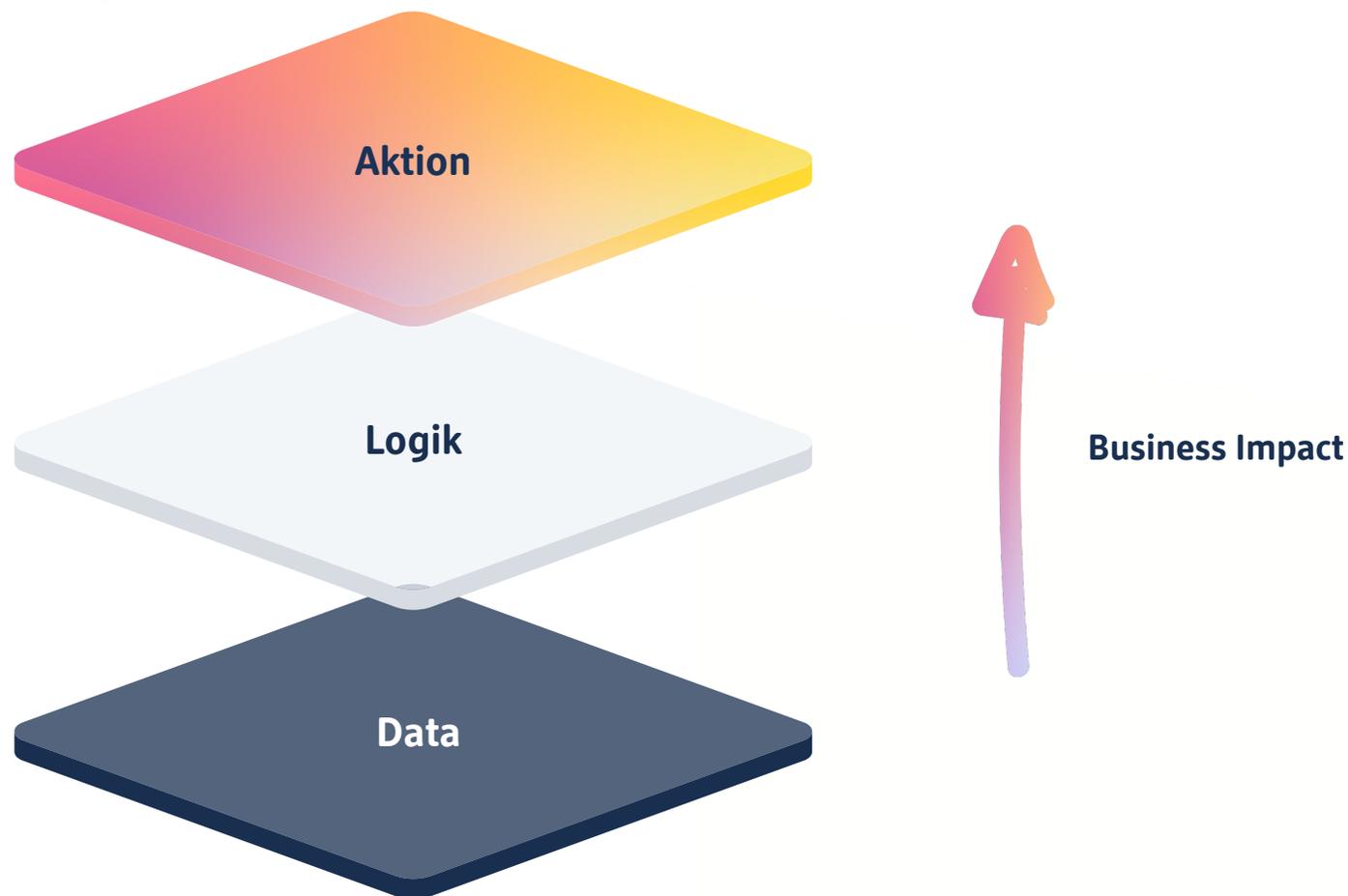
Konkrete Umsetzung in Kundenerlebnisse, operative Exzellenz und Innovationen mit direktem Geschäftswertbeitrag.

Die Prozessintelligenz

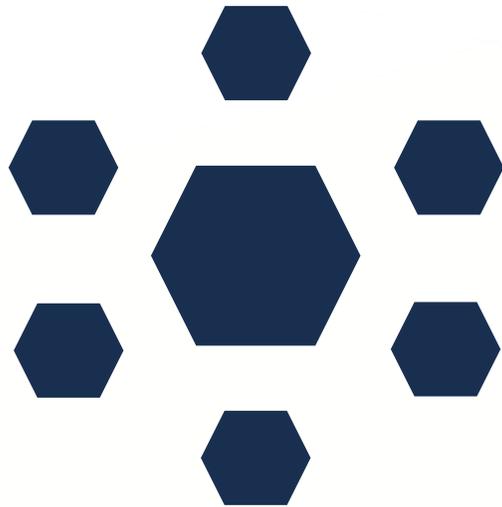
Digitalisierte Prozesse und **automatisierte Workflows** als intelligente Brücke zwischen Datenerfassung und Wertschöpfung.

Das Fundament

Systematische Erfassung, Analyse und Vernetzung aller relevanten Geschäftsdaten als Basis für datengetriebene Entscheidungen.



Daten neu denken: Von **Silos** zu selbsterklärenden Datenprodukten als **Grundlage** für **erfolgreiche KI**

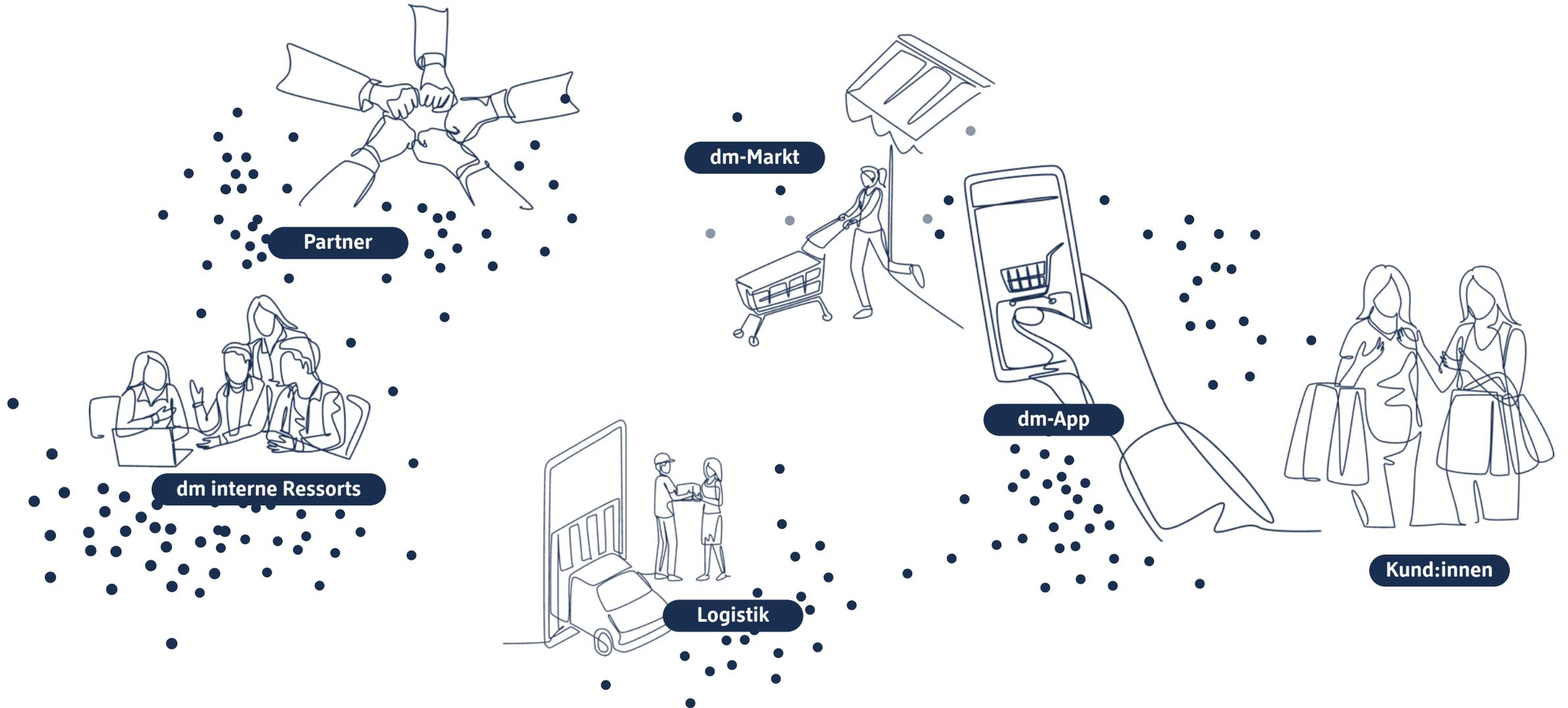


- **Zentralisierte** Datenverantwortung
- Daten als **Nebenprodukt**
- Daten fallen an
- **IT-getriebene** Datenarchitektur
- **Individuelle** Standards

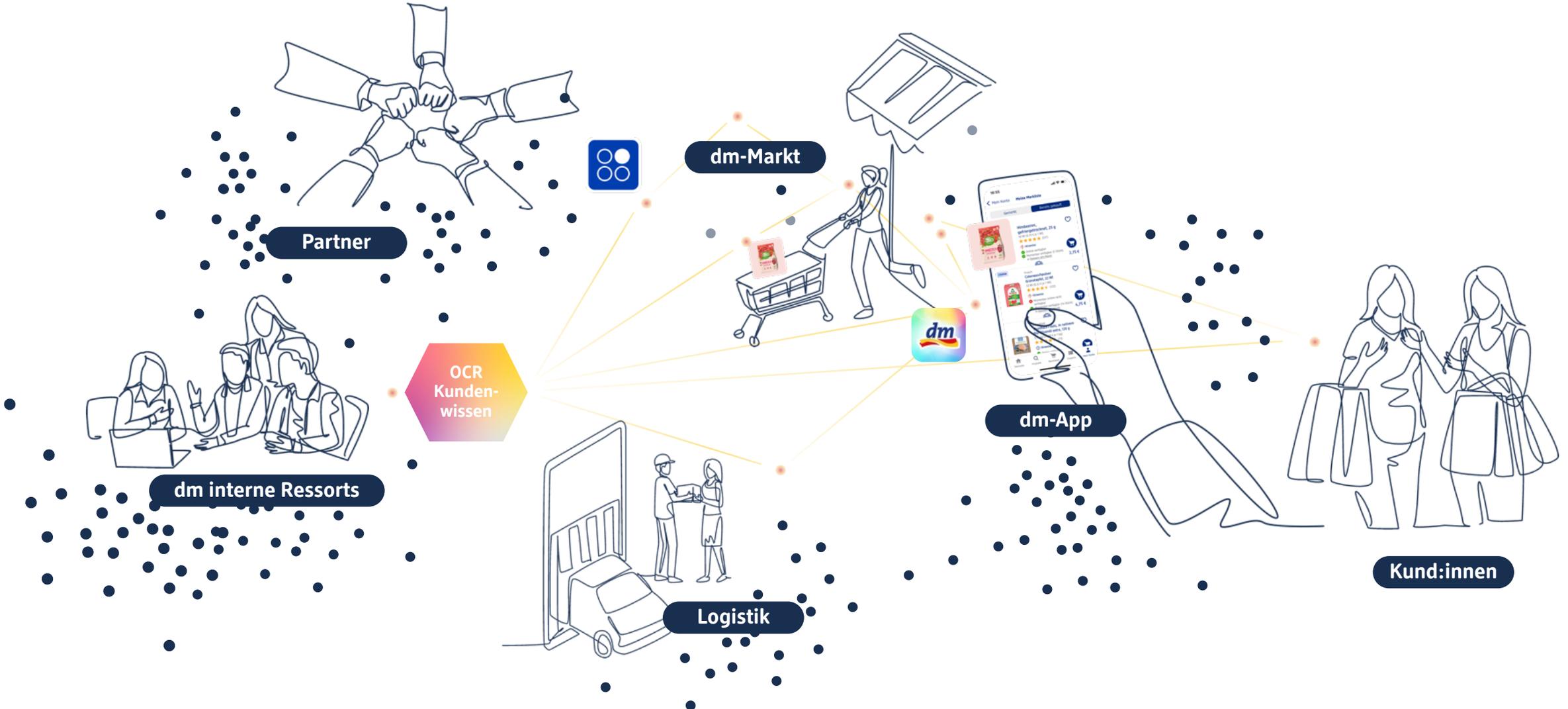


- **Dezentralisierte** Datenverantwortung
- Daten als **Produkt**
- Daten werden gestaltet
- **Self-Service** Daten Plattform
- **Zentrale** Standards & Regeln

Cluster und Datenpunkte im dm Ökosystem



Value Added OCR Services durch digitale Prozesse



Die drei Säulen erfolgreicher KI-Umsetzung.

Was versetzt uns in die Lage, KI-Anwendungen erfolgreich zu entwickeln und produktiv einzusetzen?



Datenstrategie



Enablement

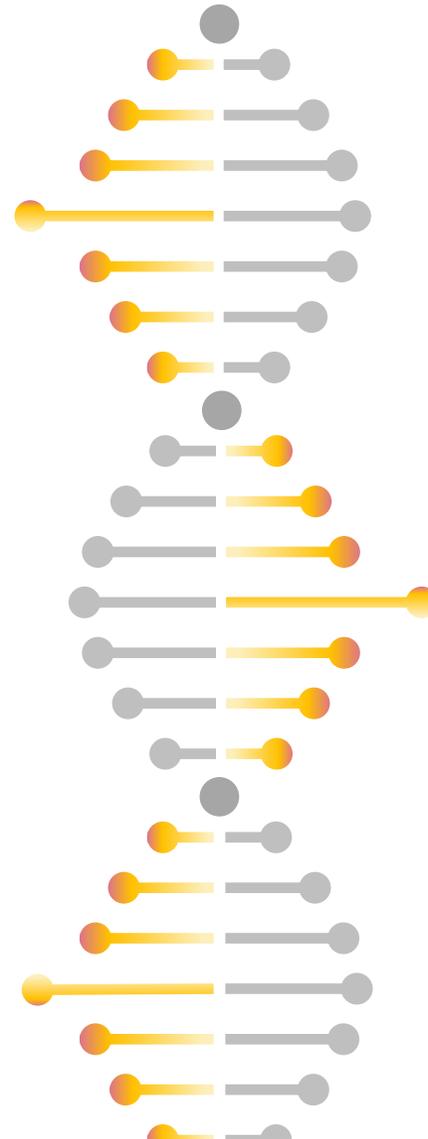


**Strategische
Priorisierung**

Menschen befähigen, KI zu nutzen: Der oft vergessene Erfolgsfaktor

DIGITALE LERNANGEBOTE

- dmGPT Lernangebote
- genAI Basecamp zur gezielten Schulung von Entwicklern und Produktverantwortlichen



AKTIVE GESTALTER

- KI L&L Befähigungsangebote
Ressortübergreifendes Lernen und Austausch im operativen AK KI
- KI-Enthusiasten (Funktion Multiplikatoren)

GROSSVERANSTALTUNGEN

- Bootcamps mit Fokus KI
- KI Townhall
- KI Hackathons und Promptworkshops



Die drei Säulen erfolgreicher KI-Umsetzung.

Was versetzt uns in die Lage, KI-Anwendungen erfolgreich zu entwickeln und produktiv einzusetzen?



Datenstrategie



Enablement



**Strategische
Priorisierung**

Strategische Priorisierung: Fokus auf Use Cases mit echtem Geschäftswert

PEAK FTE

Kreativität fokussieren

Prozessautomatisierung

Idee bis Umsetzung in 1 Tag

Teilen von Wissen und Erkenntnissen

Marktforschung virtuelle personas

...

Always-on Beratung

Value-added Services

...

...



Arbeitsgemeinschaft

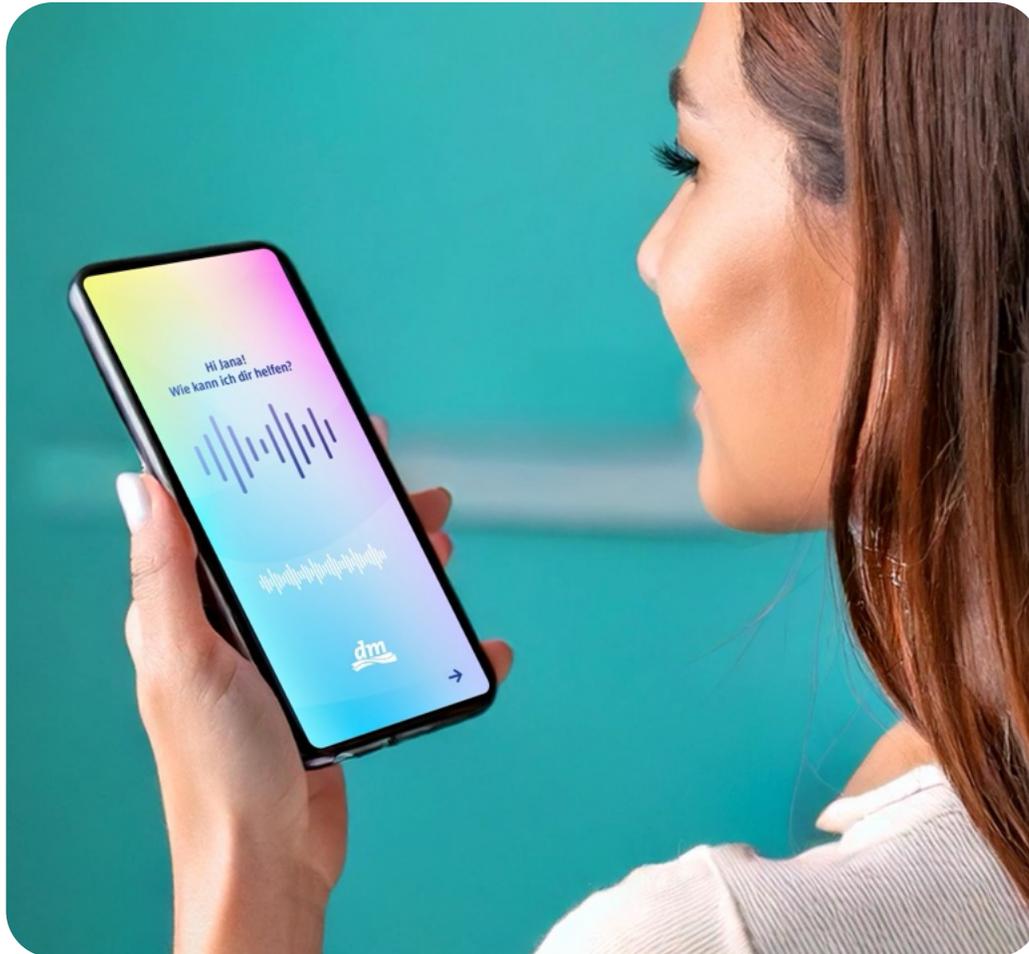


Kund:innen



Industriepartner

„dmAppKI“ – Vorausschauende Agents für Einkauf und Service



Hi dm. Würde gerne eine Bestellung aufgeben.

Gerne. Was möchtest du bestellen?

Meinen Lieblings-Primer, 2x unser Haar-Shampoo und die zwei Eyeliner, die ich letztes mal neu probiert habe. Für Tom seine zwei Proteinriegel, Rasierklingen und sein Deo. Und für Lea ihren grünen Nagellack. Bitte alles packen und bezahlen, Lea holt die Bestellung gegen 18.30 Uhr ab.

Ist euer Haferdrinkvorrat nicht auch leer?
Darf ich euch einen neuen dmBio Müsliriegel zum Probieren einpacken?

Haferdrink haben wir noch, den Riegel gerne.

Alles klar! Deine Bestellung steht heute ab 18:30 Uhr zur Abholung in der Filiale bereit. Den Betrag von 12,30 EUR haben wir via Paypal abgebucht. Wir freuen uns, Lea später bei uns zu begrüßen.



Wie kann ich dir helfen?

Stelle irgendeine Frage



Suche



Deep Research



Automatische Suche nach Produkten, Testberichten und Anbietern



Ich schaue mir günstigere, wasserfeste Sonnencremes mit Lichtschutzfaktor 30 an, um Informationen zu Phthalaten zu bekommen. Basierend auf Utopia nenne ich dabei Produkte von Cien, Nivea, Ombra und Sundance.

Gesucht nach Sundance Sonnenmilch LSF 30 Test Warentest 2024

Ich schaue mir die Noten von Warentest 2019 und Oekotest 2024 an, um die Sicherheit und Leistung des Sundance LSF30 zu bewerten.

Gesucht nach dm Sundance Sonnenmilch LSF 30 Preis

Ich schaue nach, ob bei Rossmann, DM, Nivea und Edeka auf den Produkten steht.

Gesucht nach wasserfester Sonnenmilch LSF 30 Sundance dm.de

Gesucht nach SUNDANCE Sonnenmilch LSF 30 wasserfest

Ich schaue mir die Wasserfestigkeit und Veganität der SUNDANCE Sonnenmilch LSF 30 an, die 24h Feuchtigkeitspflege bietet.

Gesucht nach Nivea Sun Schutz Pflege LSF 30 Preis dm Rossmann

ChatGPT 4o

Gemeinsam nutzen



Für den Körper.

Ich werde nach wasserfester Sonnencreme mit LSF 30 für den Körper suchen, die unter 10 € kostet. Ich lasse dich wissen, sobald ich passende Optionen gefunden habe.

Recherche abgeschlossen · 45 Quellen

Stelle irgendeine Frage



Suche



Deep Research



ChatGPT kann Fehler machen. OpenAI verwendet keine Daten aus dem Arbeitsbereich Wongdoody GmbH zum Trainieren seiner Modelle.

Aktivität

45 Quellen



Wasserfeste Sonnencreme LSF 30 ...

Klicke hier, um das Ergebnis deiner A...



Ich schaue auf Warentest und andere Quellen, um Bilder von Garner-Produkten zu finden.



bipa.at gelesen



Ich schaue mir das Bild von NIVEA Sun Pflegender Sonnenmilch LSF30 auf Seite 72 an, um festzustellen, ob das Bild die richtige Lösung ist.



Mehr von bipa.at gelesen



möglichen Lösungen durchklicken



apfelkiste.ch gelesen



Ich denke darüber nach, Bilder zu überspringen, die schwer zugänglich sind, und schaue, ob direkt zugängliche Bilder von Garner auf ihrer Website vorhanden sind.



garnier.de gelesen



Ich schaue bei Edeka an der Uniklinik nach Preisen und Bildern. Wolt scheint eher etwas für Lieferung zu sein.



testsieger.de gelesen



Ich schaue mir verschiedene wasserfeste Sonnencremes unter 10 € an, darunter

- Was bedeutet es für uns, wenn Kunden nicht mehr unsere Touchpoints, sondern **ChatGPT** zur **Einkaufsassistenz** und **Beratung** nutzen?
- Wie stellen wir sicher, dass KI **unsere Marke** und **Produkte empfiehlt**?
- Wie können wir trotz KI-gesteuerter Kaufentscheidungen eine **starke Markenverbindung** aufbauen?
- Wem **vertraut** der **Kunde** in Zukunft?

Nachhaltiger KI-Erfolg entsteht durch das harmonische Zusammenspiel aller drei Säulen – nicht durch isolierte Einzelmaßnahmen.



Datenstrategie

Qualität und Verfügbarkeit von Daten bestimmt maßgeblich den Erfolg jeder KI-Initiative



Enablement

Menschen befähigen, KI zu verstehen, zu gestalten und gewinnbringend einzusetzen



Strategische Priorisierung

Use Cases mit echtem Geschäftswert identifizieren und konsequent umsetzen

Wir gestalten KI bewusst -
für eine Welt, in der sie uns hilft:
mehr Mensch zu sein,
unsere **Stärken zu entfalten,**
Raum für **Kreativität** und **Empathie** zu schaffen,
nachhaltige Wertschöpfung zu ermöglichen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Ich freue mich auf Ihre Fragen im Gespräch



Stephan Seitz
Stephan.Seitz@dm.de

