

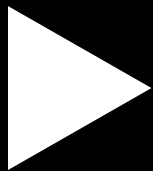
The background of the slide is a photograph of a modern retail environment, likely a pharmacy or a high-end grocery store. In the center, a male employee in a white lab coat is smiling and interacting with a customer. To the right, a female cashier is partially visible, working at a computer terminal. The store has dark shelving units filled with various products, and the lighting is warm and focused on the service area.

Strategy[฿]

Aktueller Stand von AI+BI Analytics Global 2025: Umfrage

Einzelhandel und CPG-Industrie im Fokus

Start



Zusammenfassung

Heute gehen Unternehmen sowohl im Einzelhandel als auch in der Konsumgüterindustrie (CPG) dazu über, Pilotprogramme hinter sich zu lassen und die Produktion in vollem Umfang aufzunehmen. Automatisierung, Personalisierung und schnellere Entscheidungsfindung sind nicht länger optional: Sie sind zum neuen Betriebsmodell geworden. Das Herzstück dieses Wandels ist KI+BI – die Integration von künstlicher Intelligenz mit Business Intelligence, um datengestützte Erkenntnisse zugänglicher, erklärbarer und umsetzbarer zu machen.

In diesem Kurzbericht wird untersucht, wie Einzelhandels- und CPG-Unternehmen KI+BI für Folgendes einsetzen:

- Automatisierung von Arbeitsabläufen für Datenexperten
- Befähigung von weniger technischem Personal, Datenfragen zu stellen und zu beantworten
- Verbesserung der Geschwindigkeit, Genauigkeit und Einführung von datengestützten Entscheidungen



54 % der Einzelhandels-/CPG-Unternehmen geben an, dass schnellere Entscheidungsfindung und Innovation für sie oberste Priorität bei KI+BI haben



50 % erwarten von KI+BI-Investitionen Kosteneinsparungen und eine höhere Mitarbeiterproduktivität



27 % der befragten Einzelhändler/CPG wollen in den nächsten 12 Monaten mindestens 21 % ihrer Belegschaft mit KI-gestützten Analysen ausstatten



53 % nennen die Kosten und **50 %** unrealistische Erwartungen als Haupthindernisse für die Einführung von KI+BI



35 % erhalten widersprüchliche Antworten – eine direkte Folge fehlender semantischer Schichten und

Was zeichnet Führungskräfte aus?

Sie investieren in **Self-Service-Tools**, **semantische Governance** und **domänenspezifische KI-Agenten**, während sie den Zugang über Analysten hinaus aktiv auf die Frontlinien ausweiten.

Fallstudien von **Walmart** und **L'Oréal** zeigen, was möglich ist, wenn KI+BI-Plattformen mit einer modernen Datengrundlage und einer Kultur des Experimentierens gepaart werden.

Inhaltsübersicht

- 1 [Zusammenfassung](#)
- 2 [Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025](#)
- 3 [Heutige Einsatzbereiche von KI+BI](#)
- 4 [Daten dorthin bringen, wo sie wirken](#)
- 5 [KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards](#)
- 6 [Geschwindigkeit ist die Strategie](#)
- 7 [Die 3 größten Hürden beim Skalieren](#)
- 8 [Vertrauen beginnt mit Governance](#)
- 9 [Walmart: Skalierbare KI-Agenten im Einzelhandel](#)
- 10 [L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung](#)
- 11 [Schlussfolgerung](#)
- 12 [Methodik der Forschung](#)

Heutige Einsatzbereiche von KI+BI

Einzelhandels- und CPG-Unternehmen testen nicht mehr nur KI-gestützte Analytics, sondern setzen sie dort ein, wo es am wichtigsten ist. In der gesamten Branche gibt es zwei Hauptanwendungsbereiche, die den Übergang von Pilotprojekten zur Produktion anführen:

- Automatisierung von Arbeitsabläufen für **Datenexperten**. Diese fortgeschrittenen Anwender berichten von erheblichen Zeiteinsparungen für Analysten und einer verbesserten Genauigkeit bei wiederkehrenden Aufgaben.
- Unterstützung von weniger technikaffinen Mitarbeitern bei der Beantwortung von Datenfragen mit Hilfe von KI-gestützten **Self-Service-Modulen**. Diese Tools verringern die Abhängigkeit von Datenteams und beschleunigen die täglichen Entscheidungen in allen Geschäftsbereichen.

Piloten und Paten

Datenexperten treiben die Einführung voran, Self-Service Analytics folgen (Antworten in %)



Anwendungsfall 1: Daten-Experten

Unternehmen nutzen KI, um Aufgaben für technische Benutzer zu beschleunigen, von der Datenaufbereitung bis zur Erstellung von Dashboards.

- **15 %** der befragten Unternehmen haben operative Einsätze in einzelnen Abteilungen
- **8 %** sind über mehrere Abteilungen und Anwendungsfälle hinweg vollständig skaliert



Anwendungsfall 2: Self-Service

KI+BI-Tools erleichtern es technisch nicht versierten Nutzern, Daten über natürliche Sprache und automatisch generierte Visualisierungen zu ermitteln.

- **19 %** der Befragten haben operative Programme für Self-Service Analytics
- **38 %** erwägen die Einführung innerhalb der nächsten 12 Monate

1	Zusammenfassung
2	Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025
3	Heutige Einsatzbereiche von KI+BI
4	Daten dorthin bringen, wo sie wirken
5	KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards
6	Geschwindigkeit ist die Strategie
7	Die 3 größten Hürden beim Skalieren
8	Vertrauen beginnt mit Governance
9	Walmart: Skalierbare KI-Agenten im Einzelhandel
10	L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung
11	Schlussfolgerung
12	Methodik der Forschung

Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025

KI-gestützte Analytics sind im Einzelhandel und in der Konsumgüterindustrie nicht länger nur ein Experiment. Dieser Bericht enthält die Ergebnisse einer weltweiten Umfrage, die in der ersten Hälfte des Jahres 2025 von einem unabhängigen Forschungsunternehmen im Auftrag von Strategy durchgeführt wurde und sich an Führungskräfte im Einzelhandel und in der Konsumgüterindustrie richtete.

Geschwindigkeit hat oberste Priorität

Einzelhandels- und CPG-Unternehmen stellen schnellere Entscheidungsfindung und Innovation über alle anderen Ergebnisse von KI-gestützter Analytics.

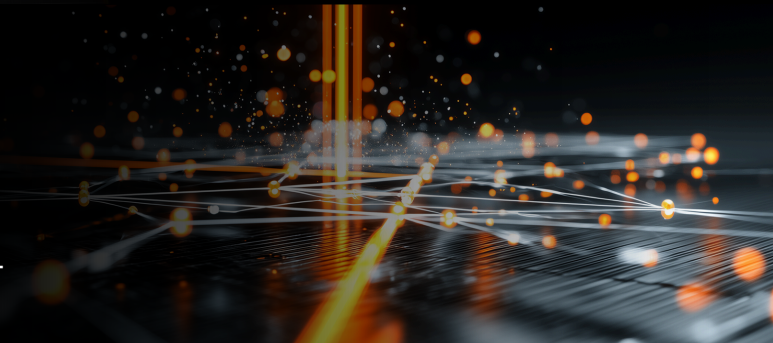


Vertrauen beginnt mit Governance

Uneinheitliche Antworten und eine stockende Einführung sind auf schlechte Datenqualität und das Fehlen einer semantischen Ebene zurückzuführen.

Der nächste Schritt: Zugang für Mitarbeitende im direkten Kundenkontakt

27 % der befragten Unternehmen planen, KI+BI-Tools auf mehr als 20 % ihrer Belegschaft auszuweiten – dreimal mehr als die derzeitige Einführung.



1	Zusammenfassung
2	Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025
3	Einsatzbereiche von KI+BI Jetzt
4	Daten dorthin bringen, wo sie wirken
5	KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards
6	Geschwindigkeit ist die Strategie
7	Die 3 größten Hürden beim Skalieren
8	Vertrauen beginnt mit Governance
9	Walmart: KI im Einzelhandel Agenten in großem Maßstab
10	L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung
11	Schlussfolgerung
12	Methodik der Forschung

Daten dorthin bringen, wo sie wirken

Trotz jahrzehntelanger Investitionen in Business Intelligence verlassen sich die meisten Mitarbeiter immer noch auf Tabellenkalkulationen oder verwenden überhaupt keine Analytics. KI-gestützte Analytics ändern das – und zwar schnell.

Einzelhandels- und CPG-Unternehmen beginnen mit der Einführung von natürlichsprachlichen Tools und eingebetteten Visualisierungen, die Daten für Mitarbeiter an vorderster Front zugänglich machen, von Mitarbeitern in den Geschäften bis hin zu Bedienern in der Produktion.

Dieser Wandel könnte die größte Welle der Einführung von Analysen seit der Ära der Tabellenkalkulation auslösen.

Was ist der Grund für diese Expansion?

Neue Funktionen senken die Einstiegshürde und stärken das Vertrauen in Daten.



Natürlichsprachliche Schnittstellen, die es jedem ermöglichen, Datenfragen zu stellen



Automatisierte Visualisierungen, die Dashboard-Abhängigkeiten beseitigen



Eingebettete Analysen in Tools, die bereits genutzt werden wie Microsoft Office, Slack und POS-Anwendungen



Schulungen zu KI-Kenntnissen und Unterstützung beim Änderungsmanagement, um die Einführung voranzutreiben

Einführungspotenzial

Unternehmen überdenken den Zugang zu Analytics-Funktionen.

9 %

der Mitarbeiter in den meisten Unternehmen nutzen derzeit BI-Tools

27 %

der befragten Unternehmen planen, in den nächsten 12 Monaten über 20 % oder mehr ihrer Belegschaft Zugang zu KI+BI zu verschaffen

- 1 [Zusammenfassung](#)
- 2 [Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025](#)
- 3 [Heutige Einsatzbereiche von KI+BI](#)
- 4 [Daten dorthin bringen, wo sie wirken](#)
- 5 [KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards](#)
- 6 [Geschwindigkeit ist die Strategie](#)
- 7 [Die 3 größten Hürden beim Skalieren](#)
- 8 [Vertrauen beginnt mit Governance](#)
- 9 [Walmart: Skalierbare KI-Agenten im Einzelhandel](#)
- 10 [L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung](#)
- 11 [Schlussfolgerung](#)
- 12 [Methodik der Forschung](#)

KI-Bots: Analytics jenseits von Dashboards

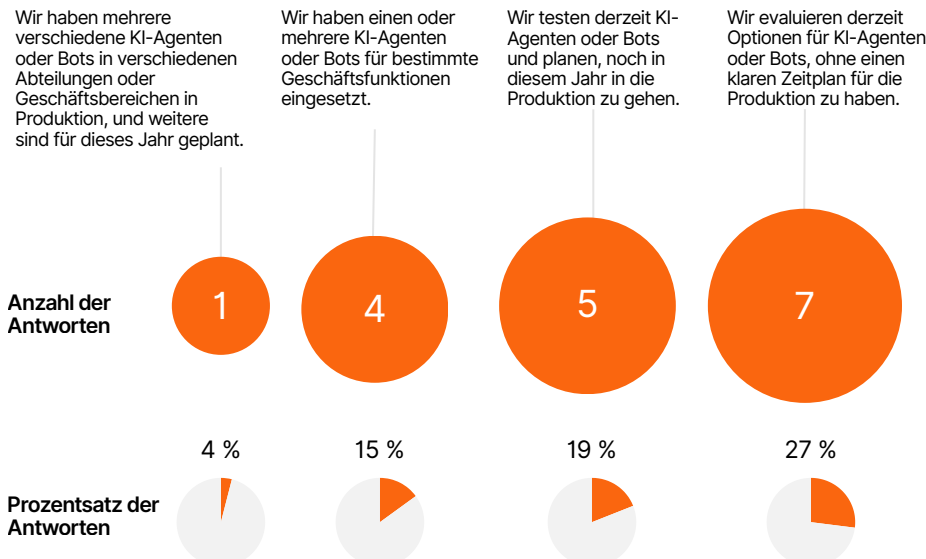
KI-gestützte Analytics sind nicht mehr nur in Dashboards zu finden, sondern dort, wo die Arbeit stattfindet. Eine wachsende Zahl von Einzelhandels- und Konsumgüterunternehmen setzt KI+BI-Bots ein, die Erkenntnisse direkt in Tools liefern, die die Mitarbeiter bereits nutzen, wie Microsoft Office, Slack und POS-Systeme.

KI-Bots sind für Folgendes gebaut:

- Fassen Sie die wichtigsten Kennzahlen in natürlicher Sprache zusammen, um ein schnelleres Verständnis in allen Geschäftsbereichen zu ermöglichen.
- Vorschlagen von Maßnahmen auf der Grundlage von Verkaufs- und Bestandstrends zur Verbesserung der betrieblichen Entscheidungsfindung.
- Alarmieren Sie Manager bei Anomalien oder Nachfrageverschiebungen, bevor sie sich auf die Leistung oder das Serviceniveau auswirken.
- Beantworten Sie Ad-hoc-Fragen mithilfe sicherer, kontrollierter Datenquellen schnell, präzise und konsistent.

Einführung von KI-Bots im Einzelhandel + CPG-Bereich

KI-Bots gehen von der Erprobung in die Bereitstellung über.



Was ist KI+BI?

Generische Generative AI-Tools wie ChatGPT oder andere Large Language Models (LLMs) haben Schwierigkeiten mit Mathematik, Statistik oder Logik. In der KI+BI übernimmt das LLM die Eingabe und Erklärung in natürlicher Sprache. Die Analytics-Plattform führt die eigentlichen Berechnungen durch und gewährleistet die Genauigkeit der Ergebnisse durch eine semantische Schicht für die Data Governance.

1	Zusammenfassung
2	Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025
3	Heutige Einsatzbereiche von KI+BI
4	Daten dorthin bringen, wo sie wirken
5	KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards
6	Geschwindigkeit ist die Strategie
7	Die 3 größten Hürden beim Skalieren
8	Vertrauen beginnt mit Governance
9	Walmart: Skalierbare KI-Agenten im Einzelhandel
10	L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung
11	Schlussfolgerung
12	Methodik der Forschung

Geschwindigkeit ist die Strategie

Einzelhandels- und Konsumgüterunternehmen wenden sich KI-gestützten Analytics mit einem klaren Ziel zu: Sie wollen schneller werden.

Im Gegensatz zum weltweiten branchenübergreifenden Trend, bei dem die Mitarbeiterproduktivität den am häufigsten erreichten oder erwarteten Nutzen darstellt, messen Einzelhandels- und Konsumgüterunternehmen der Geschwindigkeit die höchste Priorität bei. Insbesondere nannten 54 % der Unternehmen in diesen Sektoren schnellere Entscheidungsfindung und Innovation als ihr wichtigstes aktuelles oder erwartetes Ergebnis.

Dies spiegelt den starken Wunsch wider, schnell auf Marktveränderungen zu reagieren, Planungszyklen zu beschleunigen und die Ausführung mithilfe von KI und Business Intelligence Tools zu optimieren.

Die 3 wichtigsten Ergebnisse für den Einzelhandel und die CPG-Industrie

KI-gestützte Erkenntnisse liefern messbare Ergebnisse, wo es am wichtigsten ist.



**Schnellere
Entscheidungsfindung
und Innovation**

54%



**Gesteigerte
Mitarbeiterproduktivität**

50%



Kosteneinsparungen

50%

Diese Top-Prioritäten signalisieren eine Verlagerung weg vom theoretischen Potenzial hin zu messbarem, operativem Wert. Führungskräfte sind auf der Suche nach Tools, die nicht nur Informationen liefern, sondern Entscheidungen beschleunigen, Arbeitsabläufe vereinfachen und sich direkt auf den Gewinn auswirken.



Inhaltsübersicht

- 1 [Zusammenfassung](#)
- 2 [Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025](#)
- 3 [Heutige Einsatzbereiche von KI+BI](#)
- 4 [Daten dorthin bringen, wo sie wirken](#)
- 5 [KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards](#)
- 6 [Geschwindigkeit ist die Strategie](#)
- 7 [Die 3 größten Hürden beim Skalieren](#)
- 8 [Vertrauen beginnt mit Governance](#)
- 9 [Walmart: Skalierbare KI-Agenten im Einzelhandel](#)
- 10 [L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung](#)
- 11 [Schlussfolgerung](#)
- 12 [Methodik der Forschung](#)

Die 3 größten Hürden beim Skalieren

Während die Begeisterung für KI-gestützte Analytics im Einzelhandel und CPG zunimmt, stößt die Einführung in großem Maßstab noch auf echte Hindernisse. Die am häufigsten genannten Hindernisse lassen sich in drei Kategorien einteilen: Kosten, Klarheit und Fähigkeiten.



Kostendruck

Das **größte Hindernis für die Einführung sind die Kosten**. Mehr als die Hälfte der Befragten (**53 %**) nannten Budgetbedenken oder einen unklaren ROI als Haupthindernis für den Ausbau von KI+BI-Tools.



Falsche Erwartungshaltung

50 % der befragten Unternehmen gaben an, dass **unrealistische Erwartungen** – entweder von der Unternehmensleitung oder von Anbietern – die Einführung verlangsamt haben. Dazu gehören Annahmen über die Geschwindigkeit der Wertschöpfung, die Einfachheit der Implementierung oder die Automatisierungsmöglichkeiten.



Lücken in der Data Governance

Das Fehlen einer soliden Datenstrategie und Governance erwies sich als weiteres großes Hindernis. **42 %** der Befragten nannten eine **inkonsistente Datenqualität**, das Fehlen einer semantischen Ebene und fragmentierte Berichterstattungspraktiken als kritische Herausforderungen.

Diese Hindernisse spiegeln ein gemeinsames Thema wider: Organisationen wollen skalieren, aber ihnen fehlt die strukturelle Grundlage, um dies sicher zu tun. Ohne vertrauenswürdige Daten, klare Erwartungen und zentrale Verantwortung laufen KI+BI-Initiativen Gefahr, ins Stocken zu geraten, bevor sie eine messbare Wirkung erzielen.



Operative Hürden

Auf die Frage nach den größten technischen und betrieblichen Hindernissen:

38 %

der Befragten wiesen auf das Fehlen eines internen Kompetenzzentrums für KI+BI hin

35 %

stellten fest, dass die Antworten uneinheitlich waren, was häufig auf Datensilos oder unzureichende Metadatenstandards zurückzuführen war.

- 1 [Zusammenfassung](#)
- 2 [Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025](#)
- 3 [Heutige Einsatzbereiche von KI+BI](#)
- 4 [Daten dorthin bringen, wo sie wirken](#)
- 5 [KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards](#)
- 6 [Geschwindigkeit ist die Strategie](#)
- 7 [Die 3 größten Hürden beim Skalieren](#)
- 8 [Vertrauen beginnt mit Governance](#)
- 9 [Walmart: Skalierbare KI-Agenten im Einzelhandel](#)
- 10 [L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung](#)
- 11 [Schlussfolgerung](#)
- 12 [Methodik der Forschung](#)

Vertrauen beginnt mit Governance

Unter all den genannten Herausforderungen sticht eine hervor, die über finanzielle oder praktische Erwägungen hinausgeht: Es geht nicht um die Frage, was KI+BI leisten kann, sondern um die grundsätzliche Frage, **ob man ihren Antworten trauen kann**.

Bei den befragten Einzelhandels- und CPG-Unternehmen erwiesen sich Dateninkonsistenz und schlechte Governance als wiederkehrende Probleme. 35 % der Befragten gaben an, inkonsistente oder falsche Antworten auf Datenfragen zu erhalten, was häufig auf fragmentierte Systeme, unklare Definitionen und das Fehlen einer semantischen Ebene zurückzuführen ist.

KI-Modelle sind auf **saubere, strukturierte und gut definierte Daten** angewiesen, **um zuverlässige Erkenntnisse zu gewinnen**. Ohne eine semantische Schicht, d. h. einen gemeinsamen Satz von Geschäftsdefinitionen und -beziehungen, können verschiedene Abteilungen dieselben Daten unterschiedlich melden oder interpretieren, was zu einer Fehlanpassung und einem Vertrauensverlust in KI-Empfehlungen führt.

Lücken in der Governance

Die Umfrageteilnehmer wiesen auf tiefer gehende Probleme hin:

31%

wiesen auf das Fehlen einer **unternehmensweiten Datenstrategie und einer semantischen Ebene** hin.

Andere beschrieben die Herausforderung als "abhängig von der Sauberkeit der Daten", was die dringende Notwendigkeit von Konsistenz, Verantwortlichkeit und Eigenverantwortung widerspiegelt

Semantische Schichten ermöglichen die Skalierung

Die fortschrittlichsten Unternehmen trennen die Geschäftslogik von den zugrundeliegenden Datenstrukturen und verwalten sie zentral – oft durch moderne semantische Schichten. Dies ermöglicht:

- Konsistente Antworten über Tools und Teams hinweg
- Einfachere Bereitstellung von KI-gestützten Abfragen in natürlicher Sprache
- Bessere Konformität und Prüfbarkeit

KI+BI kann sich nur so schnell entwickeln wie das Vertrauen, das dahinter steht. Unternehmen, die die Einführung von KI in größerem Umfang anstreben, müssen Governance nicht als Back-Office-Funktion, sondern als strategische Voraussetzung für KI in großem Umfang betrachten.

1	Zusammenfassung
2	Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025
3	Heutige Einsatzbereiche von KI+BI
4	Daten dorthin bringen, wo sie wirken
5	KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards
6	Geschwindigkeit ist die Strategie
7	Die 3 größten Hürden beim Skalieren
8	Vertrauen beginnt mit Governance
9	Walmart: Skalierbare KI-Agenten im Einzelhandel
10	L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung
11	Schlussfolgerung
12	Methodik der Forschung

GUESS: Nutzung von Daten für bahnbrechende Innovation

GUESS ist eine globale Premiummarke mit einer Lifestyle-Kollektion aus Kleidung und Accessoires und ist in über 90 Ländern über Großhandel, Einzelhandel und Online-Kanäle vertreten.

Herausforderung & Lösung

Um im schnelllebigen Modengeschäft wettbewerbsfähig zu bleiben, setzte sich GUESS zum Ziel, Daten im gesamten Unternehmen besser zugänglich zu machen – durch verbesserte Daten-Nutzbarkeit für schnellere und intelligentere Entscheidungen, den Wechsel von statischen Berichten zu Echtzeit-Erkenntnissen und die Befähigung von Mitarbeitenden aller Kompetenzstufen mit einfachem Zugriff auf geschäftskritische Informationen.

GUESS hat sich mit Strategy zusammengetan, um eine moderne Daten- und Analyseplattform zu implementieren, die diese Anforderungen erfüllt durch:

- Dashboards & Mobile Apps: Echtzeit- und historische Verkaufsdaten, Store-Performance und Produkttrends – alles auch unterwegs abrufbar
- KI-Chatbots: Sofortiger Zugriff in natürlicher Sprache auf Supply-Chain- und Loyalty-Daten, sodass auch nicht-technische Nutzer in Echtzeit aussagekräftige Erkenntnisse gewinnen können.



“

Die KI von Strategy befreit eingeschlossene Daten – Daten, die wir mit großem Aufwand aufgebaut haben, die in den Ressourcen des Unternehmens vorhanden sind, auf die die Menschen jedoch nur schwer zugreifen konnten.“

Bruce Yen,
Vice President of Retail Applications, GUESS

[Mehr erfahren >>](#)

Auswirkungen

Effizienz: Verkürzte die Berichtserstellung von zwei Wochen auf wenige Sekunden mit mobilen Dashboards.

Zugänglichkeit:

Ermöglichte Tausenden den Zugriff auf Echtzeit-Erkenntnisse über Dashboards und KI-Chatbots.

Innovationen:

Transformierte den Datenzugriff durch die frühe Einführung der KI von Strategy.

Inhaltsübersicht

- 1 [Zusammenfassung](#)
- 2 [Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025](#)
- 3 [Heutige Einsatzbereiche von KI+BI](#)
- 4 [Daten dorthin bringen, wo sie wirken](#)
- 5 [KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards](#)
- 6 [Geschwindigkeit ist die Strategie](#)
- 7 [Die 3 größten Hürden beim Skalieren](#)
- 8 [Vertrauen beginnt mit Governance](#)
- 9 [Walmart: Skalierbare KI-Agenten im Einzelhandel](#)
- 10 [L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung](#)
- 11 [Schlussfolgerung](#)
- 12 [Methodik der Forschung](#)

The Warehouse Group: Transformation des Einzelhandels mit Daten & KI

The Warehouse Group, Neuseelands größter Non-Food-Händler, nutzt Advanced Analytics und eine 20-jährige Partnerschaft mit Strategy, um eine führende Rolle bei der Datendemokratisierung und im Bereich KI einzunehmen.

Herausforderung & Lösung

Inmitten einer Rezession und sinkender Konsumausgaben musste The Warehouse Group Datensilos aufbrechen, Self-Service-Erkenntnisse ermöglichen und den Betrieb durch eine bessere Datennutzung optimieren.

The Warehouse Group nutzte Strategy One, um seine Datenbasis zu modernisieren, die Entscheidungsfindung im gesamten Unternehmen zu stärken und:

- Entwickelte **individueller Analysen** und **Self-Service-Berichtstools**, um Teams direkten Zugriff auf relevante Erkenntnisse zu ermöglichen
- Setzte **KI-Chatbots** ein, die in Echtzeit umsetzbare Daten über einfache Abfragen in natürlicher Sprache bereitstellen
- Aufbau einer **geregelten Datenstruktur** zur Gewährleistung von Konsistenz, Sicherheit und Vertrauen in die unternehmensweite Berichterstattung



“

Daten sind das Lebenselixier unseres Unternehmens – sie sind der Sauerstoff, der alles, was wir tun, antreibt. Strategy demokratisiert unsere Daten auf eine sichere, kontrollierte, konsistente und gut verwaltete Weise“

Keryn McKenzie,
Chapter Area Lead, Data, Insights & Services
The Warehouse Group

[Mehr erfahren >>](#)

Auswirkungen

Demokratisierte Daten:

unternehmensweit zugängliche Daten, die für den täglichen Betrieb unerlässlich sind.

Operative Effizienz:

Verbesserte Entscheidungen in den Bereichen Kundenservice, Merchandising und Logistik.

KI-Integration: Zugriff auf Daten in natürlicher Sprache durch KI-Chatbots.

Inhaltsübersicht

- 1 [Zusammenfassung](#)
- 2 [Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025](#)
- 3 [Heutige Einsatzbereiche von KI+BI](#)
- 4 [Daten dorthin bringen, wo sie wirken](#)
- 5 [KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards](#)
- 6 [Geschwindigkeit ist die Strategie](#)
- 7 [Die 3 größten Hürden beim Skalieren](#)
- 8 [Vertrauen beginnt mit Governance](#)
- 9 [Walmart: Skalierbare KI-Agenten im Einzelhandel](#)
- 10 [L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung](#)
- 11 [Schlussfolgerung](#)
- 12 [Methodik der Forschung](#)

Schlussfolgerung

Einzelhandels- und Konsumgüterunternehmen treten in eine neue Phase der Analysereife ein, in der KI nicht nur den Einblick verbessert, sondern auch die Arbeitsabläufe neu gestaltet. Diese Umfrage bestätigt, dass der Übergang von KI+BI-Piloten zur Produktion im Gange ist. Führende Unternehmen nutzen bereits KI-gestützte Analytics für Folgendes:

- Automatisierung von Routineabläufen für Datenteam
- Ermöglichen Sie es den Mitarbeitern, selbständig Fragen zu stellen und zu beantworten
- Beschleunigung der abteilungsübergreifenden Entscheidungsfindung
- Personalisierte Erlebnisse in großem Umfang bereitstellen

Aber der Weg, der vor uns liegt, erfordert weiterhin Disziplin. Es gibt nach wie vor reale Hindernisse für die Einführung, insbesondere in Bezug auf Kosten, Governance und inkonsistente Daten. Die nächste Transformationswelle wird vom Aufbau der richtigen Grundlage abhängen: saubere, vertrauenswürdige Daten, semantische Klarheit und skalierbarer Zugang für alle Mitarbeiter – nicht nur für Analysten

Die Unternehmen, die den Einsatz von KI+BI über Menschen, Prozesse und Plattformen hinweg bereitstellen, werden am besten positioniert sein, um die Führung zu übernehmen.

*“KI+BI ist nicht länger ein nur ein Innovationsexperiment.
Es ist eine Kernkompetenz des Unternehmens.*

Was als nächstes zu erwarten ist

Da der wirtschaftliche Druck zunimmt und die Fristen für den Wettbewerb immer kürzer werden, erwarten wir, dass dies der Fall sein wird:

- Breitere Einführung von KI+BI bei den Teams an der Basis, insbesondere im Einzelhandel
- Verstärkte Investitionen in Governance- und Schulungsprogramme zur Unterstützung eines verantwortungsvollen Umgangs mit KI
- Wachsende Bedeutung von Multi-Cloud-Flexibilität und Anbieterunabhängigkeit
- Eine klarere Unterscheidung zwischen Generative AI für allgemeine Zwecke und KI-gestützter Analytics für Unternehmen

Inhaltsübersicht

1	<u>Zusammenfassung</u>
2	<u>Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025</u>
3	<u>Heutige Einsatzbereiche von KI+BI</u>
4	<u>Daten dorthin bringen, wo sie wirken</u>
5	<u>KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards</u>
6	<u>Geschwindigkeit ist die Strategie</u>
7	<u>Die 3 größten Hürden beim Skalieren</u>
8	<u>Vertrauen beginnt mit Governance</u>
9	<u>Walmart: Skalierbare KI-Agenten im Einzelhandel</u>
10	<u>L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung</u>
11	<u>Schlussfolgerung</u>
12	<u>Methodik der Forschung</u>

Forschungsmethodik

Dieser Bericht basiert auf der globalen Umfrage 1H 2025 zu KI-gestützter Analytics, die von einem unabhängigen Forschungsunternehmen, Dúnedain Research, durchgeführt wurde.

- **Größe der Umfrage:** 235 Organisationen weltweit
- **Segment – Einzelhandel + CPG:** 26 Organisationen
- **Vertretene Länder:** 11 in diesem Segment
- **Größe der Organisation:** Von weniger als 500 Mitarbeitern bis zu über 20.000
- **Untersuchte Rollen:** Datenverantwortliche, BI-Fachleute und leitende Unternehmensvertreter

Die Teilnehmer aus dem Einzelhandel und der CPG-Industrie repräsentierten eine Mischung aus globalen Einzelhändlern, Spezialmarken und multinationalen Unternehmen für verpackte Waren mit einer geografischen Verteilung über Nordamerika, Lateinamerika, Europa, Afrika und den Nahen Osten.

Jede Antwort spiegelt die Perspektive einer Organisation wider. Alle Antworten wurden zu Berichtszwecken anonymisiert.

Über die Autoren

Dieser Bericht wurde vom Forschungsteam von Dúnedain Research verfasst, das sich auf Enterprise Analytics, KI-Einführung und Datenstrategie spezialisiert hat. Der leitende Analyst, Brett Sheppard, verfügt über mehr als zwei Jahrzehnte Erfahrung im Bereich Business Intelligence und war unter anderem als Analyst bei Gartner und Dateningenieur beim US-Militär tätig. Die Arbeit des Teams ist in Veröffentlichungen von Gartner, GigaOM und O'Reilly erschienen und wurde von Medien wie Businessweek, Wired und Computerworld zitiert. Ihr Ziel ist es, umsetzbare, datengestützte Einblicke zu liefern, die Unternehmen helfen, sich in der sich entwickelnden Analytics-Landschaft zurechtzufinden.

Weitere Erkenntnisse aus der globalen Umfrage, einschließlich regionaler Ergebnisse und branchenspezifischer Berichte, finden Sie unter:

strategysoftware.com/survey



Copyright ©2025. All Rights Reserved.



Inhaltsübersicht

1	<u>Zusammenfassung</u>
2	<u>Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Umfrage 2025</u>
3	<u>Heutige Einsatzbereiche von KI+BI</u>
4	<u>Daten dorthin bringen, wo sie wirken</u>
5	<u>KI-Bots: Analytics Jenseits von Dashboards</u>
6	<u>Geschwindigkeit ist die Strategie</u>
7	<u>Die 3 größten Hürden beim Skalieren</u>
8	<u>Vertrauen beginnt mit Governance</u>
9	<u>Walmart: Skalierbare KI-Agenten im Einzelhandel</u>
10	<u>L'Oréal: KI-gestützte Personalisierung</u>
11	<u>Schlussfolgerung</u>
12	<u>Methodik der Forschung</u>