



# MPREIS Warenvertriebs GmbH - Use Case Ideation

Identifikation von AI-Potenzialen

---

**Autor:** Christos Kapodistrias  
**Kategorie:** Use Case Ideation  
**Kunde:** MPREIS Warenvertriebs GmbH  
**Datum:** 19.02.2026  
**Version:** 1.0  
**Klassifikation:** **CUSTOMER OPEN ANALYSIS**

# Inhaltsverzeichnis

---

MPREIS Warenvertriebs GmbH - Use Case Ideation .....	3
Executive Summary .....	3
Methodik .....	3
Use Cases .....	4
UC-01: KI-gestuetztes Demand Forecasting fuer Frischware und Eigenproduktion .....	4
UC-02: Dynamic Pricing mit Electronic Shelf Labels (ESL) fuer ablaufende Frischware .....	4
UC-03: KI-optimierte Produktionsplanung fuer die Baeckerei Therese Moelk .....	5
UC-04: Personalisierte Angebote und KI-Einkaufsassistent in der MPREIS-App .....	6
UC-05: GenAI-Content-Engine fuer Marketing, Flugblaetter und Social Media .....	6
UC-06: KI-gestuetzte Sortimentsoptimierung pro Filialformat und Region .....	7
UC-07: Computer-Vision-Regalueberwachung und automatische Out-of-Stock-Erkennung ..	7
UC-08: Intelligente Energiesteuerung fuer Filialen und Produktion .....	8
UC-09: KI-Chatbot fuer Mitarbeiter-Self-Service ueber die MIA-App .....	9
UC-10: Automatisierte Qualitaetskontrolle in der Baeckerei und Alpenmetzgerei .....	9
UC-11: KI-optimierte Routenplanung und Logistiksteuerung .....	10
UC-12: Retail Media Network fuer regionale Lieferanten .....	11
UC-13: GenAI-gestuetzter Kundenservice und Reklamationsmanagement .....	11
UC-14: Predictive Maintenance fuer Kuehlsysteme in Filialen und Zentrallager .....	12
UC-15: KI-gestuetzte Personalplanung und Schichtoptimierung .....	13
Zusammenfassung nach Kategorien .....	14
Predictive Analytics (6 Use Cases) .....	14
GenAI / NLP (4 Use Cases) .....	14
Computer Vision (2 Use Cases) .....	15
Prozessautomatisierung / Agentic AI (2 Use Cases) .....	15
Retail Media (1 Use Case) .....	15
Zusammenfassung nach Bereichen .....	15
Quick Wins (empfohlene Startprojekte) .....	16
1. UC-09: KI-Chatbot fuer MIA-App (HR Self-Service) .....	16
2. UC-05: GenAI-Content-Engine fuer Marketing .....	16
3. UC-13: GenAI-Kundenservice .....	16
4. UC-04: Personalisierte App-Angebote & Einkaufsassistent .....	16
5. UC-01: Demand Forecasting (Pilotprojekt mit 20 Filialen) .....	16
Strategische Einordnung .....	16
MPREIS KI-Roadmap (empfohlen) .....	16
Differenzierung gegenueber Wettbewerb .....	17

# MPREIS Warenvertriebs GmbH - Use Case Ideation

---

**Analysis-Task:** MPREIS-A1 **Stand:** Februar 2026 **Status:** Abgeschlossen **Analyst:** AI Strategy Agent  
**Kunde:** MPREIS Warenvertriebs GmbH **Branche:** Lebensmitteleinzelhandel (LEH) **Scope:** ~280 MPREIS-Maerkte, 155 Baguette-Bistros, 35+ T&G-Maerkte, 50 miniM, Baeckerei Therese Moelk, Alpenmetzgerei, ~6.000 MA, >1 Mrd. EUR Umsatz

---

## Executive Summary

---

MPREIS befindet sich in einer einzigartigen Ausgangslage fuer die KI-Adoption im oesterreichischen Lebensmitteleinzelhandel: Das Unternehmen verfuegt ueber eine solide digitale Basistechnologie (Dynamics NAV, AutomationX MES, Emporix Headless Commerce, Microsoft 365 mit 76% Adoption, Kunden-App mit 100k+ Usern), hat aber bislang **keine einzige KI-Initiative** gestartet – ein reines Greenfield-Szenario. Gleichzeitig investieren die „Big 4“ (SPAR, BILLA, Hofer, Lidl) massiv in KI-gestuetztes Demand Forecasting, Dynamic Pricing und Automatisierung. MPREIS muss handeln, um nicht abgehaengt zu werden.

Die strategischen Differenzierungsmerkmale von MPREIS – **Eigenproduktion** (Baeckerei Therese Moelk mit 12.000t/Jahr, Alpenmetzgerei), **regionale Verankerung** in Tirol, und **Nachhaltigkeitspionierrolle** (Wasserstoff, PV) – bieten gleichzeitig hervorragende Anknuepfungspunkte fuer KI-Use-Cases, die kein Wettbewerber in dieser Form replizieren kann.

Die folgenden 15 Use Cases adressieren die gesamte MPREIS-Wertschoepfungskette – von der Eigenproduktion ueber Logistik und Filiale bis hin zu Kunden-App, Marketing und internen Prozessen. Jeder Use Case knuepft gezielt an bestehende Systeme an und beruecksichtigt die wirtschaftliche Situation (Verlustjahre 2021-2023, beginnender Aufwind 2025) mit einem klaren Fokus auf schnellen ROI.

---

## Methodik

---

Die Use-Case-Ideation basiert auf:

- 1. OSINT-Research (MPREIS-R1):** Unternehmensprofil, Geschaeftsentwicklung, SWOT-Analyse
- 2. People Research (MPREIS-R2):** Geschaeftsfuehrung, Entscheidungsstrukturen, IT-Organisation (70 MA)
- 3. IT-Landschaft (MPREIS-R3):** Detaillierte Analyse aller Kernsysteme (ERP, MES, E-Commerce, M365)
- 4. Wettbewerbsanalyse (MPREIS-R4):** Digitalisierungsstand und KI-Initiativen der Big 4
- 5. Branchentrends (MPREIS-R5):** Globale und oesterreichische LEH-Technologietrends 2026

**Bewertungskriterien:** - Anknuepfung an bestehende IT-Landschaft (Dynamics NAV, AutomationX, Emporix, M365) - Branchenspezifische Relevanz fuer den Lebensmitteleinzelhandel - Differenzierungspotenzial gegenueber SPAR, BILLA, Hofer, Lidl - Wirtschaftlicher Nutzen (ROI) unter Beruecksichtigung der angespannten Ertragslage - Umsetzbarkeit mit der bestehenden IT-Organisation (70 Mitarbeitende)

---

## Use Cases

---

### UC-01: KI-gestuetztes Demand Forecasting fuer Frischware und Eigenproduktion

- **Kategorie:** Predictive Analytics
- **Bereich:** Filiale / Eigenproduktion / Logistik
- **Problembeschreibung:** MPREIS betreibt ueber 280 Filialen in sechs Regionen mit stark unterschiedlicher Nachfrage (Tourismusgebiete, Tiroler Taeler, urbane Standorte). Die Bestellplanung fuer Frischware – insbesondere Brot und Backwaren aus der Baeckerei Therese Moelk (12.000t/Jahr) sowie Fleisch- und Wurstwaren aus der Alpenmetzgerei – erfolgt derzeit auf Basis historischer Erfahrungswerte und manueller Planung ueber das AutomationX MES. Bei einem Verlust von 15,2 Mio. EUR (2022) ist die Reduktion von Lebensmittelverschwendung und Ueberproduktion ein unmittelbarer Ertragshebel.
- **Loesungsansatz:** Aufbau eines ML-basierten Demand-Forecasting-Modells auf Filial- und Artikel-ebene, das Wetterdaten, Saisonalitaet, Feiertage, Tourismusauslastung, Aktionen und lokale Events beruecksichtigt. Das Modell liefert taegliche Bestellvorschlaege pro Filiale, die direkt in das AutomationX-Produktionsplanungsmodul der Baeckerei und in die Navision-Warenwirtschaft einfließen. Pilotierung mit den 20 umsatzstaerksten Filialen und schrittweiser Rollout.
- **Erwarteter Nutzen:**
  - 30-40% Reduktion von Lebensmittelverschwendung bei Frischware (Branchenbenchmark SPAR: >90% Prognosegenauigkeit)
  - 2-5% Umsatzsteigerung durch weniger Out-of-Stock-Situationen
  - Optimierung der Baeckerei-Produktionsplanung: Weniger Ueberproduktion, gleichmaessigere Auslastung
  - Geschaetztes Einsparungspotenzial: 1,5-3 Mio. EUR p.a. (bei 1% Waste-Reduktion auf den Gesamtumsatz)
- **Technische Voraussetzungen:**
  - POS-Transaktionsdaten aus Dynamics NAV (historisch 3+ Jahre)
  - Produktionsdaten aus AutomationX MES (Chargen, Mengen, Rezepturen)
  - Externe Daten (Wetter-API, Tourismusstatistiken, Ferienkalender)
  - Cloud-Plattform fuer Modelltraining (Azure ML empfohlen, da Microsoft-Oekosystem)
- **Bezug zur IT-Landschaft:** Direkte Integration in Dynamics NAV (Bestellvorschlaege) und AutomationX MES (Produktionsplanung Baeckerei/Fleischwerk). POS-Daten als Trainingsdaten. Azure ML als Cloud-Plattform passt zum bestehenden Microsoft-Oekosystem.
- **Komplexitaet:** Mittel
- **Time to Value:** 6-12 Monate

---

### UC-02: Dynamic Pricing mit Electronic Shelf Labels (ESL) fuer ablaufende Frischware

- **Kategorie:** Predictive Analytics / Prozessautomatisierung
- **Bereich:** Filiale
- **Problembeschreibung:** MPREIS hat derzeit keine elektronischen Regaletiketten (ESL) und keine automatisierte Preissteuerung fuer ablaufende Produkte. Waehrend SPAR bereits ueber 550 Maerkte mit ESL ausgestattet hat und BILLA nachzieht, muss MPREIS manuelle Preisreduktionen durch Filialmitarbeiter durchfuehren – zeitaufwaendig, fehleranfaellig und oft zu spaet. Bei ueber 280 Filialen mit breitem Frische-Sortiment (Brot, Fleisch, Milch, Obst/Gemuese) geht hier taeglich Marge verloren.
- **Loesungsansatz:** Rollout von ESL in den 50 umsatzstaerksten MPREIS-Filialen als Pilotphase, gekoppelt mit einer KI-gestuetzten Dynamic-Pricing-Engine. Das System beruecksichtigt Restlauf-

zeit (MHD), aktuelle Nachfrage, Tageszeit, Wochentag und Lagermenge und berechnet automatisch Preisstaffelungen fuer ablaufende Produkte. Die Preisaenderungen werden in Echtzeit an die ESL uebertragen und zeitgleich in der MPREIS-App angezeigt („Jetzt reduziert in deiner Filiale“).

- **Erwarteter Nutzen:**
    - 20-30% Reduktion von Lebensmittelverschwendung bei MHD-kritischen Produkten
    - Hoererer Abverkauf statt Entsorgung: Umsatzsteigerung durch Markdown-Optimierung
    - Einsparung von 2-3 Personalstunden pro Filiale und Tag fuer manuelle Preisaktualisierungen
    - Nachhaltigkeits-Positionierung: „MPREIS rettet Lebensmittel“ als Markenbotschaft
  - **Technische Voraussetzungen:**
    - ESL-Hardware (E-Paper-Displays) und Gateway-Infrastruktur in den Filialen
    - Integration mit Dynamics NAV (Artikelstamm, Preise, MHD-Daten)
    - Dynamic-Pricing-Engine (z.B. Wasteless, Focal Systems oder Eigenentwicklung)
    - Anbindung an die MPREIS-App fuer Kunden-Push-Benachrichtigungen
  - **Bezug zur IT-Landschaft:** ESL-Steuerung ueber Dynamics NAV/Business Central (zentrale Preisdatenbank). Integration mit der bestehenden Emporix-E-Commerce-Plattform fuer Online-Preissynchronisierung. App-Push via bestehende Push-Infrastruktur (PushEngage).
  - **Komplexitaet:** Hoch
  - **Time to Value:** 12-18 Monate
- 

### UC-03: KI-optimierte Produktionsplanung fuer die Baeckerei Therese Moelk

- **Kategorie:** Predictive Analytics / Agentic AI
- **Bereich:** Eigenproduktion
- **Problembeschreibung:** Die Baeckerei Therese Moelk produziert 12.000 Tonnen Brot und Gebaeck pro Jahr fuer ca. 300 MPREIS-Supermaerkte und 170 Baguette-Filialen. Die Produktionsplanung erfolgt derzeit ueber das AutomationX MES, basiert aber weitgehend auf manuellen Planungsentscheidungen. Jede Ueberproduktion bedeutet Verschwendung, jede Unterproduktion bedeutet leere Regale. Die Backofen-Kapazitaeten, Knetmaschinen, Foerdertechnik und Kuehlsysteme muessen optimal koordiniert werden.
- **Loesungsansatz:** Entwicklung eines KI-Agenten, der als Planungsassistent fuer die Produktionsleitung fungiert. Der Agent analysiert die Demand-Forecasting-Daten (UC-01), die aktuellen Rohstofflager (Silomanagement im AutomationX), die Kapazitaeten der Backofen und Knetmaschinen, die Energiekosten (Stromtarife, PV-Eigenproduktion) und die Auslieferungsrouten. Er erstellt optimierte Produktionsplaene, die Ueberproduktion minimieren, Energieverbrauch optimieren und die Backqualitaet sicherstellen (IFS Food Higher Level). Schrittweise Automatisierung: Zuerst Empfehlungen, spaeter autonome Planung fuer Standardprodukte.
- **Erwarteter Nutzen:**
  - 10-20% Reduktion der Ueberproduktion in der Baeckerei
  - 5-10% Energieeinsparung durch optimierte Backofen-Auslastung und PV-Nutzung
  - Gleichmaessigere Qualitaet durch datenbasierte Prozesssteuerung
  - Entlastung der Produktionsplanung (aktuell manuelle Expertise weniger Personen)
- **Technische Voraussetzungen:**
  - Vollzugriff auf AutomationX MES (Produktionsdaten, Rezepturen, Maschinenkapazitaeten)
  - Demand-Forecast-Daten aus UC-01
  - Energiedatenerfassung (bereits im AutomationX vorhanden)
  - Schnittstelle zu Navision fuer Rohstoffbestaende und Bestelldaten
- **Bezug zur IT-Landschaft:** Direkt aufbauend auf dem bestehenden AutomationX MES mit seinen Modulen fuer Rezepturverwaltung, Produktionsplanung, Backofen-Steuerung, Silomanagement und Energiedatenerfassung. Die bidirektionale Navision-Schnittstelle liefert Rohstoff- und Bestelldaten. Keine neue Systemlandschaft noetig – KI als Erweiterungsschicht auf dem bestehenden MES.
- **Komplexitaet:** Hoch
- **Time to Value:** 6-12 Monate

---

## UC-04: Personalisierte Angebote und KI-Einkaufsassistent in der MPREIS-App

- **Kategorie:** GenAI / Predictive Analytics
- **Bereich:** Marketing / E-Commerce
- **Problembeschreibung:** Die MPREIS-App hat ueber 100.000 registrierte Nutzer, und App-Kunden geben durchschnittlich 120% mehr aus als Normalkunden. Die aktuelle Personalisierung ist regelbasiert (Rabattsticker auf die teuersten Produkte, Sammelbonus). Es gibt keinen KI-gestuetzten Einkaufsassistenten, obwohl laut Branchentrends 45,8% der Konsumenten einen In-App-Chatbot nutzen wuerden, der Mahlzeiten vorschlaegt und den Warenkorb befuellt. MPREIS plant fuer 2025 „KI-gestuetzte Features“ – die konkrete Umsetzung steht noch aus.
- **Loesungsansatz:** Implementierung eines KI-gestuetzten Empfehlungssystems, das auf Basis von Kaufhistorie, Einkaufshaeufigkeit, saisonalen Praeferenzen und Haushaltsprofil personalisierte Angebote generiert. Ergaenzend: Ein GenAI-basierter Einkaufsassistent (Chatbot), der Rezeptvorschlaege macht, die passende Einkaufsliste erstellt, Allergiehinweise gibt und die Verfuegbarkeit in der Wunschfiliale prueft. Der Assistent nutzt das bestehende Therese-Moelk-Backwarensortiment und regionale Produkte als Empfehlungsfokus.
- **Erwarteter Nutzen:**
  - 10-15% Steigerung des durchschnittlichen Warenkorbwerts bei App-Nutzern
  - Hoehere App-Nutzungsfrequenz und -Retention (Ziel: 200.000+ aktive User)
  - Differenzierung gegenueber SPAR- und BILLA-App durch regionale Rezept-Expertise
  - Staerkere Kundenbindung an Eigenmarken (M, Therese Moelk, Bio vom Berg)
- **Technische Voraussetzungen:**
  - Anonymisierte Transaktionsdaten aus der Kunden-App (Kaufhistorie, Warenkorbdaten)
  - Produktkatalog mit Naehrwerten, Allergenen, Herkunft (teilweise via Markant/Emporix vorhanden)
  - LLM-Integration fuer den Chatbot (Azure OpenAI Service empfohlen)
  - Echtzeit-Verfuegbarkeitsdaten pro Filiale (bereits in Emporix fuer 240 Stores abgebildet)
- **Bezug zur IT-Landschaft:** Aufbauend auf der bestehenden MPREIS-App-Infrastruktur. Produktdaten kommen aus Emporix PIM und der Markant-Datenanreicherung. Filialverfuegbarkeit ist bereits ueber Emporix fuer 240 Stores individuell abgebildet. Algolia (Suche) kann als Basis fuer die Empfehlungs-Engine dienen. Azure OpenAI passt zum M365-Oekosystem.
- **Komplexitaet:** Mittel
- **Time to Value:** 3-6 Monate

---

## UC-05: GenAI-Content-Engine fuer Marketing, Flugblaetter und Social Media

- **Kategorie:** GenAI
- **Bereich:** Marketing
- **Problembeschreibung:** MPREIS betreibt 280+ Filialen in sechs Regionen mit teils unterschiedlichen Sortimenten (MPREIS, miniM, T&G, Baguette, shopM). Die Erstellung von regionalen Flugblaettern, Aktionskommunikation, Social-Media-Content, App-Gutscheinen und Website-Texten fuer all diese Formate ist personalintensiv. Die Marketing-Abteilung wurde nach dem Abgang von Ressortleiter Christian Rausch (2024) umstrukturiert und muss mit begrenzten Ressourcen mehr Output liefern. Gleichzeitig steigt der Content-Bedarf laut Branchentrends bis 2026 um das Fuenffache.
- **Loesungsansatz:** Aufbau einer GenAI-gestuetzten Content-Engine, die auf Basis von Produktdaten, Aktionsplaenen und Markenrichtlinien automatisiert Marketing-Content erstellt: Flugblatt-Texte, Social-Media-Posts, App-Gutschein-Beschreibungen, Produktbeschreibungen fuer den Online-Shop, Rezepte mit MPREIS-Produkten und saisonale Kampagnentexte. Das System beruecksichtigt regionale Besonderheiten (Tiroler Dialekt fuer Social Media, Hochdeutsch fuer Flugblaetter, Italienisch fuer Suedtirol) und die verschiedenen Vertriebsformate.
- **Erwarteter Nutzen:**
  - 60-70% Zeitersparnis bei der Content-Erstellung fuer Standardformate

- Hoehere Content-Frequenz in der App und auf Social Media
  - Konsistente Markenkommunikation ueber alle Kanaele und Formate
  - Mehrsprachigkeit (Deutsch/Italienisch) fuer das Suedtirol-Geschaefte ohne zusaetzlichen Aufwand
  - **Technische Voraussetzungen:**
    - GenAI-Plattform (Azure OpenAI Service oder vergleichbar)
    - Produktdaten aus Emporix PIM und Markant
    - Brand-Guidelines und Tone-of-Voice-Dokumentation als Prompt-Basis
    - Bildmaterial aus Cloudinary (bestehendes DAM)
  - **Bezug zur IT-Landschaft:** Cloudinary (bestehendes DAM) liefert Produktbilder. Emporix PIM und Markant liefern Produktdaten und Beschreibungen. Integration in Microsoft 365 (SharePoint, Teams) fuer den redaktionellen Workflow. Veroeffentlichung ueber die bestehenden Kanaele (App, mpreis.at, Social Media).
  - **Komplexitaet:** Niedrig
  - **Time to Value:** 3-6 Monate
- 

## UC-06: KI-gestuetzte Sortimentsoptimierung pro Filialformat und Region

- **Kategorie:** Predictive Analytics
  - **Bereich:** Filiale / Logistik
  - **Problembeschreibung:** MPREIS betreibt funf verschiedene Vertriebsformate (MPREIS Vollsortiment, miniM mit >3.000 Artikeln, T&G mit ~5.000 Grosspackungen, Baguette und shopM Convenience) in sechs Regionen mit stark unterschiedlicher Kundschaft (Touristen, Einheimische, Pendler). Die Sortimentsgestaltung ist komplex: Ein miniM in einem Tiroler Tal hat voellig andere Anforderungen als ein MPREIS in Salzburg oder ein shopM an einer Gutmann-Tankstelle. Die aktuelle Sortimentsplanung ist ueberwiegend zentral gesteuert und beruecksichtigt regionale Unterschiede nur begrenzt.
  - **Loesungsansatz:** Entwicklung eines datengestuetzten Sortimentsoptimierungs-Tools, das auf Filialebene analysiert: Welche Artikel performen ueberdurchschnittlich, welche sind Ladenhuetter, welche fehlen im lokalen Kontext? Das Tool beruecksichtigt POS-Daten, regionale Demografie, Tourismussaisonalitaet, lokale Wettbewerber-Naehel und Filialformat. Es generiert Empfehlungen fuer Neulistungen, Auslistungen und Regalplatzoptimierung.
  - **Erwarteter Nutzen:**
    - 3-5% Umsatzsteigerung durch bessere lokale Sortimentspassung
    - Reduktion von Abschriften fuer schwach drehende Artikel
    - Optimierung der Regalflaeche in kleineren Formaten (miniM, shopM)
    - Datenbasierte Grundlage fuer die Eigenmarken-Expansionsstrategie („M“-Dachmarke)
  - **Technische Voraussetzungen:**
    - POS-Daten auf Filial- und Artikelebene aus Dynamics NAV (mindestens 2 Jahre historisch)
    - Filialstammdaten (Format, Flaeche, Region, Umfeldanalyse)
    - Externe Daten (Demografie, Tourismus, Wettbewerber-Standorte)
    - BI-Plattform fuer Visualisierung (Power BI empfohlen)
  - **Bezug zur IT-Landschaft:** Dynamics NAV als zentrale Datenquelle fuer POS-Transaktionen, Artikelstamm und Bestandsdaten. Power BI (vermutlich bereits im Einsatz im M365-Oekosystem) fuer Visualisierung und Dashboards. Emporix fuer Online-Sortiments-Synchronisierung.
  - **Komplexitaet:** Mittel
  - **Time to Value:** 6-12 Monate
- 

## UC-07: Computer-Vision-Regalueberwachung und automatische Out-of-Stock-Erkennung

- **Kategorie:** Computer Vision
- **Bereich:** Filiale

- **Problembeschreibung:** Leere Regale (Out-of-Stock) kosten den europaeischen LEH jaehrlich geschaezte USD 188 Mrd. an Umsatzverlusten. Bei MPREIS mit ueber 280 Filialen und verschiedenen Formaten ist die manuelle Kontrolle der Regalverfuegbarkeit personalintensiv und fehlerbehaftet. Besonders in Stosszeiten (Freitagabend, Samstag, Feiertage) und in Tourismusgebieten (saisonale Nachfragespitzen) bleiben Regalluecken oft zu lange unentdeckt. MPREIS hat derzeit kein automatisiertes Regalmonitoring.
  - **Loesungsansatz:** Installation von Kamerasystemen in ausgewaehlten Hochfrequenz-Filialen, die mittels Computer Vision den Regalfuellstand in Echtzeit ueberwachen. Das System erkennt Out-of-Stock-Situationen, falsch platzierte Produkte und Planogramm-Abweichungen und alarmiert Filialmitarbeiter ueber die MIA-App oder ein dediziertes Filialterminal. Pilotierung in 10 Filialen mit anschliessender Skalierung. Alternativ: kamerabasierte Loesung ueber bestehende Regale (z.B. Focal Systems).
  - **Erwarteter Nutzen:**
    - 2-3% Umsatzsteigerung durch Reduktion von Out-of-Stock-Situationen
    - Fruehwarnung bei Nachschub-Engpaessen in Echtzeit
    - Entlastung von Filialmitarbeitern bei Kontrollgaengen
    - Datengrundlage fuer die Sortiments- und Platzierungsoptimierung (UC-06)
  - **Technische Voraussetzungen:**
    - Kamerainfrastruktur in den Filialen (Edge-Computing-faehig)
    - Computer-Vision-Modell (trainiert auf MPREIS-Regalbilder)
    - Integration mit Dynamics NAV (Bestellvorschlaege) und MIA-App (Mitarbeiter-Alerts)
    - Pilotfilialen mit stabiler WLAN-Abdeckung
  - **Bezug zur IT-Landschaft:** Alerts an Filialmitarbeiter ueber die bestehende MIA-App (Microsoft 365). Bestellvorschlaege an Dynamics NAV. Bilddaten koennen auf Azure (Cloud) oder Edge-Devices verarbeitet werden. Langfristig Integration mit der Emporix-Verfuegbarkeitsanzeige im Online-Shop.
  - **Komplexitaet:** Hoch
  - **Time to Value:** 12-18 Monate
- 

## UC-08: Intelligente Energiesteuerung fuer Filialen und Produktion

- **Kategorie:** Predictive Analytics / Prozessautomatisierung
- **Bereich:** Filiale / Eigenproduktion
- **Problembeschreibung:** MPREIS betreibt ueber 280 Filialen mit energieintensiven Kuehl-, Heiz- und Beleuchtungssystemen, 50 PV-Anlagen auf Filialdaechern (5.000 MWh/Jahr) sowie die Produktionsbetriebe in Voels mit AutomationX-gesteuerter Kaeltetechnik und Gebaeudeleittechnik. Die Energiekosten sind ein wesentlicher Kostentreiber (hoehere Energiekosten waren eine der Ursachen fuer die Verlustjahre 2021-2023). Die bestehende Energiedatenerfassung im AutomationX liefert bereits Verbrauchsdaten, wird aber nicht fuer praediktive Optimierung genutzt.
- **Loesungsansatz:** Aufbau eines KI-gestuetzten Energiemanagementsystems, das den Energieverbrauch aller Filialen und Produktionsstaetten in Echtzeit ueberwacht und optimiert. Das System prognostiziert den Energiebedarf auf Basis von Wetter, Kundenfrequenz und Produktionsplanung, steuert Kuehlssysteme vorausschauend (z.B. Vorkuehlung bei guenstigen Stromtarifen), maximiert die Eigenverbrauchsquote der PV-Anlagen und identifiziert Energie-Anomalien (defekte Kuehltaeren, fehlerhafte Kompressoren). Fuer die Produktion in Voels: Optimierung der Backofen-Laufzeiten in Kombination mit PV-Erzeugungsspitzen.
- **Erwarteter Nutzen:**
  - 10-15% Reduktion der Energiekosten ueber alle Filialen und Produktion
  - Erhoehung der PV-Eigenverbrauchsquote von geschaezten 60% auf 80%+
  - Fruehwarnung bei Kuehlketten-Unterbrechungen (Lebensmittelsicherheit)
  - CO2-Reduktion als Beitrag zur Nachhaltigkeitsstrategie
  - Geschaeztes Einsparungspotenzial: 1-2 Mio. EUR p.a.

- **Technische Voraussetzungen:**
    - IoT-Sensorik fuer Energieverbrauch, Temperaturen, Kuehlsystemstatus (teilweise ueber AutomationX BMS bereits vorhanden)
    - PV-Erzeugungsdaten aller 50 Anlagen
    - Wetter- und Kundenfrequenzdaten
    - Zentrale Cloud-Plattform fuer Aggregation und Optimierung
  - **Bezug zur IT-Landschaft:** AutomationX Gebaeudeleittechnik und Energiedatenerfassung als bestehende Datenbasis fuer die Produktion in Voels. SCADA-Leitwarte fuer Echtzeit-Ueberwachung. Microsoft Azure als Cloud-Plattform fuer die filialuebergreifende Aggregation. Integration mit dem Kuehlkettenmanagement.
  - **Komplexitaet:** Mittel
  - **Time to Value:** 6-12 Monate
- 

### UC-09: KI-Chatbot fuer Mitarbeiter-Self-Service ueber die MIA-App

- **Kategorie:** GenAI / NLP
  - **Bereich:** HR / IT
  - **Problembeschreibung:** MPREIS beschaeftigt rund 6.000 Mitarbeiter aus ueber 80 Nationen, davon die uebergrosse Mehrheit Frontline-Worker in Filialen ohne PC-Arbeitsplatz. Die MIA-App erreicht bereits 76% der Belegschaft und bietet Zugang zu Dienstplaenen, Gehaltsabrechnungen und Unternehmensnews. Allerdings muessen HR-Anfragen (Urlaubsantraege, Gehaltsauskuenfte, Arbeitsrechtsfragen, Onboarding-Informationen) weiterhin telefonisch oder per E-Mail gestellt werden – bei 80 Nationen oft mit Sprachbarrieren. Die HR-Abteilung ist dadurch ueberlastet, und Mitarbeiter in abgelegenen Tiroler Filialen warten oft tagelang auf Antworten.
  - **Loesungsansatz:** Integration eines multilingualen GenAI-Chatbots in die bestehende MIA-App (Microsoft 365), der HR-Standardfragen in Deutsch, Englisch, Tuerkisch, Serbokroatisch und weiteren Sprachen der 80 Nationen beantwortet. Der Bot hat Zugang zu HR-Richtlinien, Kollektivvertrag, Dienstplansystem und internen FAQ. Er kann Urlaubsantraege entgegennehmen, Gehaltsabrechnungen erklaren, Onboarding-Checklisten bereitstellen und bei Standardfragen sofort helfen. Komplexe Faelle werden automatisch an HR-Sachbearbeiter eskaliert.
  - **Erwarteter Nutzen:**
    - 50-60% Reduktion von HR-Routineanfragen (Telefon, E-Mail)
    - Sofortige Antworten fuer Filialmitarbeiter – auch nachts und am Wochenende
    - Ueberwindung von Sprachbarrieren durch multilinguale KI
    - Hoehere Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung (Employer Branding in der Region)
  - **Technische Voraussetzungen:**
    - Microsoft 365 als bestehende Plattform (SharePoint, Teams, Power Apps)
    - Azure OpenAI Service fuer den Chatbot (natuerliche Erweiterung des M365-Oekosystems)
    - Wissensbar: HR-Dokumente, Kollektivvertrag, FAQ, Onboarding-Materialien
    - Anbindung an Zeitwirtschaftssystem (Dienstplan, Urlaub)
  - **Bezug zur IT-Landschaft:** Vollstaendig innerhalb des bestehenden Microsoft 365-Oekosystems umsetzbar. MIA-App (SharePoint + Teams + Power Apps) als Frontend. Azure OpenAI Service als KI-Backend. SharePoint als Wissensbasis. Microsoft Intune fuer die Geraeteverwaltung. Communardo als bestehender Microsoft-Implementierungspartner koennte die Umsetzung begleiten.
  - **Komplexitaet:** Niedrig
  - **Time to Value:** 3-6 Monate
- 

### UC-10: Automatisierte Qualitaetskontrolle in der Baeckerei und Alpenmetzgerei

- **Kategorie:** Computer Vision
- **Bereich:** Eigenproduktion

- **Problembeschreibung:** Die Baeckerei Therese Moelk produziert taeglich tausende Brot- und Gebaeckstuecke und ist IFS Food Higher Level zertifiziert. Die Qualitaetskontrolle – Backgrad, Form, Groesse, Oberflaechenbeschaffenheit, Fremdkoerper – erfolgt primaer durch manuelle Sichtpruefung und Stichproben. Gleiches gilt fuer die Alpenmetzgerei bei Fleisch- und Wurstwaren. Bei steigenden Anforderungen an die Chargenrueckverfolgbarkeit (EU-Vorgaben) und der IFS-Zertifizierung ist eine lueckenlose, automatisierte Qualitaetsdokumentation ein Wettbewerbsvorteil.
  - **Loesungsansatz:** Installation von Computer-Vision-Systemen an den Foerderbaendern der Baeckerei (nach dem Backofen) und in der Alpenmetzgerei (an den Verpackungslinien). KI-Modelle erkennen Abweichungen in Form, Groesse, Farbe und Oberflaechenstruktur und sortieren fehlerhafte Produkte automatisch aus. Die Ergebnisse werden mit der Chargenrueckverfolgung im AutomationX MES verknuepft, sodass jede Charge eine vollstaendige Qualitaetsdokumentation erhaelt. Besonderer Fokus: Erkennung von Backfehlern (zu dunkel/zu hell, Risse, Hohlräume) und Fremdkoerper.
  - **Erwarteter Nutzen:**
    - 95-99% automatisierte Qualitaetspruefung statt Stichproben
    - Reduktion von Reklamationen und Retouren aus den Filialen
    - Lueckenlose Qualitaetsdokumentation fuer IFS-Audits
    - Fruehwarnung bei systematischen Produktionsfehlern (Feedback an Backofen-Steuerung)
    - Differenzierungsmerkmal: „Jedes Brot KI-geprueft“
  - **Technische Voraussetzungen:**
    - Industriekameras an den Foerderbaendern (lebensmitteltaugliche Ausfuehrung)
    - Bilderkennungsmodelle, trainiert auf Therese-Moelk-Produktpalette
    - Integration mit AutomationX MES (Chargenrueckverfolgung, Qualitaetsprotokoll)
    - SCADA-Rueckkopplung fuer automatische Backofen-Nachjustierung
  - **Bezug zur IT-Landschaft:** Direkte Integration in das AutomationX MES, das bereits Chargenrueckverfolgung, Rezepturverwaltung und Backofen-Steuerung abbildet. SCADA-Leitwarte fuer Echtzeit-Monitoring. Qualitaetsdaten fließen zurueck in die Produktionsplanung und in das Navision-ERP fuer Reklamationsmanagement.
  - **Komplexitaet:** Mittel
  - **Time to Value:** 6-12 Monate
- 

## UC-11: KI-optimierte Routenplanung und Logistiksteuerung

- **Kategorie:** Agentic AI / Predictive Analytics
- **Bereich:** Logistik
- **Problembeschreibung:** MPREIS beliefert taeglich ueber 280 Filialen in sechs Regionen aus dem Zentrallager in Voels (25.000 Palettenplaetze, 300 Logistik-Mitarbeiter). Die alpine Topografie Tirols macht die Tourenplanung besonders komplex: Enge Taeler, saisonale Strassenverhaeltnisse (Schnee, Passstrassen), unterschiedliche Lieferfenster und die Kombination aus trockener Ware, Kuehl- und Tiefkuehlprodukten sowie Backwaren aus der Baeckerei. Die Wasserstoff-LKW haben zusaetzliche Reichweitenrestriktionen. Es gibt keine KI-gestuetzte Routenoptimierung.
- **Loesungsansatz:** Implementierung eines KI-gestuetzten Routenplanungssystems, das die taegliche Belieferung aller Filialen optimiert. Der Agentic-AI-Ansatz ermoeglicht, dass das System Echtzeit-Verkehrsdaten, Wetterbedingungen (Alpenpaesse), Fahrzeugverfuegbarkeit (konventionell vs. H2-LKW mit Reichweitereinschraenkung), Filial-Lieferfenster und Auftragsprioritaeten beruecksichtigt. Das System erstellt optimierte Tourenplaene und kann bei Stoerungen (Strassensperren, Fahrzeugausfaelle) autonom umplanen.
- **Erwarteter Nutzen:**
  - 10-15% Reduktion der Transportkosten durch kuerzere Routen und bessere Fahrzeugauslastung
  - CO2-Reduktion durch weniger Leerfahrten und optimierte H2-LKW-Einsatzplanung
  - Bessere Einhaltung von Lieferzeitfenstern (weniger Verzuege durch alpine Wetterbedingungen)
  - Grundlage fuer den schrittweisen Ausbau der H2-LKW-Flotte

- **Technische Voraussetzungen:**
    - GPS-/Telematikdaten der LKW-Flotte
    - Historische Touren- und Lieferdaten aus Dynamics NAV
    - Echtzeit-Verkehrs- und Wetterdaten (APIs)
    - Fahrzeugstammdaten inkl. H2-LKW-Reichweitenprofile
  - **Bezug zur IT-Landschaft:** Integration mit Dynamics NAV fuer Auftragsdaten und Bestellmengen. GS1/EDI-System (eXite) fuer Lieferantenaviase. Telematikdaten der LKW-Flotte. Azure Cloud fuer Echtzeit-Routenberechnung.
  - **Komplexitaet:** Hoch
  - **Time to Value:** 6-12 Monate
- 

## UC-12: Retail Media Network fuer regionale Lieferanten

- **Kategorie:** Predictive Analytics / Prozessautomatisierung
  - **Bereich:** Marketing / Finance
  - **Problembeschreibung:** Retail Media Networks (RMN) wachsen global von USD 184 Mrd. (2025) auf USD 312 Mrd. (2030) und werden fuer Lebensmittelhaendler zu einer wichtigen Nebeneinnahme-Quelle. FMCG-Hersteller buchen gezielte Werbung auf den digitalen Kanaelen der Haendler. MPREIS hat mit der Kunden-App (100k+ User), dem Online-Shop (Emporix), der MIA-App und Digital Signage in Filialen eine solide Kanal-Basis – nutzt diese aber bislang nicht fuer Retail Media.
  - **Loesungsansatz:** Aufbau einer Retail-Media-Plattform, die es regionalen und nationalen Lieferanten ermoeglicht, gezielte Werbung auf MPREIS-Kanaelen zu buchen: Sponsored Products im Online-Shop (Emporix/Algolia), In-App-Banner und personalisierte Gutscheine in der Kunden-App, und perspektivisch Digital Signage in Filialen. Ein Self-Service-Buchungsportal mit KI-gestuetztem Targeting (basierend auf anonymisierten Kauf- und Suchdaten) ermoeglicht Lieferanten, ihre Kampagnen eigenstaendig zu steuern.
  - **Erwarteter Nutzen:**
    - Neue Einnahmenquelle: 0,5-1% des Gesamtumsatzes (5-10 Mio. EUR p.a. Potenzial bei Skalierung)
    - Attraktives Angebot fuer regionale Tiroler Lieferanten (direkter Zugang zur Zielgruppe)
    - Staerkung der Lieferantenbeziehungen und Listungsverhandlungen
    - Kein kannibalisierender Effekt auf bestehende Umsaetze
  - **Technische Voraussetzungen:**
    - Werbemanagement-Plattform (Self-Service-Portal fuer Lieferanten)
    - Integration mit Emporix (Sponsored Products im Online-Shop)
    - Integration mit Algolia (Suchergebnisplatzierung)
    - Anonymisierte Kundendaten fuer Targeting (DSGVO-konform)
    - Reporting-Dashboard fuer Lieferanten
  - **Bezug zur IT-Landschaft:** Emporix Headless Commerce (API-basiert) ermoeglicht flexible Integration von Werbeformaten im Online-Shop. Algolia kann Sponsored Products in Suchergebnisse einblenden. Die App-Infrastruktur (PushEngage, Kunden-App) ist bereits fuer personalisierte Inhalte ausgelegt. Hotjar-Daten koennen fuer die Werbewirkungsmessung genutzt werden.
  - **Komplexitaet:** Hoch
  - **Time to Value:** 12-18 Monate
- 

## UC-13: GenAI-gestuetzter Kundenservice und Reklamationsmanagement

- **Kategorie:** GenAI / NLP
- **Bereich:** E-Commerce / Filiale
- **Problembeschreibung:** MPREIS betreibt einen Online-Shop mit Lieferservice in 115+ Gemeinden in Tirol, Salzburg und Oberoesterreich. Kundenanfragen zu Bestellstatus, Produktverfuegbarkeit, Reklamationen (falsche Lieferung, beschaedigte Ware, MHD-Probleme) und Filialinformationen werden

derzeit manuell bearbeitet. Mit wachsendem Online-Anteil und 100k+ App-Usern steigt das Anfragevolumen. Gleichzeitig gibt es keine 24/7-Erreichbarkeit fuer den Kundenservice.

- **Loesungsansatz:** Implementierung eines GenAI-Chatbots als First-Level-Support fuer den Kundenservice, integriert in die MPREIS-App, den Online-Shop (mpreis.at) und perspektivisch WhatsApp. Der Bot beantwortet Fragen zu Bestellstatus (via Emporix Order Management), Produktverfuegbarkeit (Emporix + Algolia), Filialstandorten und Oeffnungszeiten, Aktionen und Gutscheinen. Er kann einfache Reklamationen aufnehmen, Ersatzlieferungen anstoessen und bei komplexen Faellen an den Kundenservice eskalieren. Kontextuebergang wird sichergestellt, damit der Mitarbeiter den Gespraechsverlauf sieht.
  - **Erwarteter Nutzen:**
    - 40-50% der Kundenanfragen automatisiert bearbeitet
    - 24/7-Erreichbarkeit ohne zusaetzliches Personal
    - Schnellere Reklamationsabwicklung (Minuten statt Tage)
    - Hoehere Kundenzufriedenheit (sofortige Antworten, kein Warten in der Warteschleife)
  - **Technische Voraussetzungen:**
    - GenAI-Plattform (Azure OpenAI Service)
    - API-Zugang zu Emporix (Bestellstatus, Produktdaten, Verfuegbarkeit)
    - Wissensbasis: FAQ, Reklamationsrichtlinien, Filialstammdaten
    - Integration in App und Website (Chat-Widget)
  - **Bezug zur IT-Landschaft:** Emporix Backend (Order Management, PIM) als primaere Datenquelle fuer Bestell- und Produktinformationen. Algolia fuer Produktsuche. Usercentrics fuer DSGVO-konforme Einwilligung. Azure OpenAI als KI-Backend passt zum M365-Oekosystem.
  - **Komplexitaet:** Niedrig
  - **Time to Value:** 3-6 Monate
- 

## UC-14: Predictive Maintenance fuer Kuehlsysteme in Filialen und Zentrallager

- **Kategorie:** Predictive Analytics
- **Bereich:** Filiale / Logistik
- **Problembeschreibung:** MPREIS betreibt Kuehlanlagen in ueber 280 Filialen und einem Zentrallager mit 25.000 Palettenplaetzen. Ein Kuehlsystemausfall bedeutet nicht nur hohe Reparaturkosten, sondern auch den Verlust grosser Mengen an Kuehl- und Tiefkuehlware. In alpinen Lagen mit eingeschraenkter Erreichbarkeit (z.B. im Winter) kann ein Ausfall in einer abgelegenen miniM-Filiale stundenlang unbemerkt bleiben. Die AutomationX-Kaeltetechnik am Produktionsstandort Voels wird bereits zentral ueberwacht, fuer die Filialen gibt es aber kein praediktives System.
- **Loesungsansatz:** Anbringung von IoT-Sensoren (Temperatur, Vibration, Stromaufnahme) an den Kuehlkompressoren und Kuehlregalen aller Filialen. Machine-Learning-Modelle erkennen Anomalien im Betriebsverhalten (z.B. laengere Laufzeiten, hoehere Stromaufnahme, Temperaturdrift) und prognostizieren Ausfaelle, bevor sie eintreten. Alerts gehen an die technische Leitung und den Wartungsdienst. Fuer die Produktion in Voels: Erweiterung des bestehenden AutomationX-Monitorings um eine KI-Schicht.
- **Erwarteter Nutzen:**
  - 30-50% Reduktion ungeplanter Kuehlausfaelle
  - Vermeidung von Warenverlust bei Kuehlkettenunterbrechungen (geschaetzt 200-500 kEUR p.a.)
  - Optimierung der Wartungsintervalle (Condition-Based statt zeitbasiert)
  - Erhoehung der Lebensmittelsicherheit und Compliance
- **Technische Voraussetzungen:**
  - IoT-Sensorik (Temperatur, Vibration, Stromaufnahme) an Kuehlaggregaten
  - Edge-Gateway pro Filiale fuer lokale Datenvorverarbeitung
  - Cloud-Plattform fuer Modelltraining und zentrale Ueberwachung
  - Integration mit AutomationX (Voels) und zentralem Monitoring-Dashboard

- **Bezug zur IT-Landschaft:** AutomationX Kaeltechnik-Steuerung und Gebaudeleittechnik am Standort Voels als bestehendes Fundament. SCADA-Leitwarte fuer zentrale Ueberwachung. Microsoft Azure IoT als Cloud-Plattform fuer die Filial-Sensorik. Alerts ueber MIA-App an technisches Personal.
  - **Komplexitaet:** Mittel
  - **Time to Value:** 6-12 Monate
- 

## UC-15: KI-gestuetzte Personalplanung und Schichtoptimierung

- **Kategorie:** Predictive Analytics / Prozessautomatisierung
  - **Bereich:** HR / Filiale
  - **Problembeschreibung:** MPREIS beschaeftigt rund 6.000 Mitarbeiter in ueber 280 Filialen mit stark schwankender Kundenfrequenz (Tageszeit, Wochentag, Saison, Tourismus, Wetter). Die Schichtplanung ist komplex: Verschiedene Vertragsmodelle (Vollzeit, Teilzeit, Aushilfen), Qualifikationsprofile (Kassa, Feinkost, Backshop, Lager), gesetzliche Arbeitszeitregelungen und individuelle Praeferenzen muessen beruecksichtigt werden. Die Zeitwirtschaft ist „derzeit in Modernisierung begriffen“ (laut IT-Landschaft-Report). Die aktuelle Planung ist zeitaufwaendig fuer Filialleiter und fuehrt haeufig zu Ueber- oder Unterbesetzung.
  - **Loesungsansatz:** Implementierung eines KI-gestuetzten Workforce-Management-Systems, das die Kundenfrequenz pro Filiale prognostiziert (auf Basis von POS-Daten, Wetter, Events, Tourismus) und automatisch optimierte Schichtplaene erstellt. Das System beruecksichtigt Mitarbeiter-Qualifikationen, Vertragstypen, gesetzliche Vorgaben (Ruhezeiten, Maximalarbeitszeiten) und individuelle Praeferenzen. Filialleitende erhalten einen vorgeschlagenen Dienstplan, den sie nur noch anpassen muessen.
  - **Erwarteter Nutzen:**
    - 5-10% Reduktion der Personalkosten durch optimierte Besetzung
    - Weniger Ueber- und Unterbesetzung in den Filialen
    - 70-80% Zeitersparnis bei der Schichtplanerstellung fuer Filialleiter
    - Hoehere Mitarbeiterzufriedenheit durch Beruecksichtigung individueller Praeferenzen
    - Bessere Planbarkeit fuer Teilzeitkraefte und Aushilfen
  - **Technische Voraussetzungen:**
    - POS-Daten fuer Kundenfrequenzprognose aus Dynamics NAV
    - Mitarbeiterstammdaten (Vertraege, Qualifikationen, Praeferenzen)
    - Anbindung an das (modernisierte) Zeitwirtschaftssystem
    - Integration mit MIA-App fuer Dienstplananzeige und Schichttausch
  - **Bezug zur IT-Landschaft:** Dynamics NAV fuer POS-Daten und Personalstammdaten. MIA-App (Microsoft 365) fuer die Dienstplanveroeffentlichung und Mitarbeiterkommunikation. Power Apps (bereits in MIA verwendet) fuer die Filialleiter-Oberflaeche. Die laufende Modernisierung der Zeitwirtschaft bietet die Chance, KI von Anfang an zu integrieren.
  - **Komplexitaet:** Mittel
  - **Time to Value:** 6-12 Monate
-

## Zusammenfassung nach Kategorien

### Predictive Analytics (6 Use Cases)

UC	Name	Bereich	Komplexitaet	Time to Value
UC-01	Demand Forecasting Frischware & Eigenproduktion	Filiale/Produktion	Mittel	6-12 Monate
UC-06	Sortimentsoptimierung pro Filialformat	Filiale/Logistik	Mittel	6-12 Monate
UC-08	Intelligente Energiesteuerung	Filiale/Produktion	Mittel	6-12 Monate
UC-11	Routenplanung und Logistiksteuerung	Logistik	Hoch	6-12 Monate
UC-14	Predictive Maintenance Kuehl-systeme	Filiale/Logistik	Mittel	6-12 Monate
UC-15	Personalplanung und Schichtoptimierung	HR/Filiale	Mittel	6-12 Monate

**Kernaussage:** Predictive Analytics ist der reifste und wirkungsvollste Ansatzpunkt fuer MPREIS. Die Datengrundlage (POS-Daten aus 280+ Filialen, AutomationX-Produktionsdaten, Energiedaten) ist vorhanden, und die Use Cases haben den hoechsten erwarteten ROI.

### GenAI / NLP (4 Use Cases)

UC	Name	Bereich	Komplexitaet	Time to Value
UC-04	Personalisierte App-Angebote & KI-Einkaufsassistent	Marketing/E-Commerce	Mittel	3-6 Monate
UC-05	GenAI-Content-Engine Marketing	Marketing	Niedrig	3-6 Monate
UC-09	KI-Chatbot fuer MIA-App (HR)	HR/IT	Niedrig	3-6 Monate
UC-13	GenAI-Kundenservice & Reklamationen	E-Commerce/Filiale	Niedrig	3-6 Monate

**Kernaussage:** GenAI-Use-Cases bieten den schnellsten Time to Value und sind im Microsoft-365-Oekosystem (Azure OpenAI Service) mit geringem Aufwand umsetzbar. Ideal als erste KI-Projekte fuer schnelle Erfolge.

## Computer Vision (2 Use Cases)

UC	Name	Bereich	Komplexitaet	Time to Value
UC-07	Regalueberwachung und OOS-Erkennung	Filiale	Hoch	12-18 Monate
UC-10	Qualitaetskontrolle Baeckerei/ Metzgerei	Eigenproduktion	Mittel	6-12 Monate

**Kernaussage:** Computer Vision hat hohes Potenzial, insbesondere in der Eigenproduktion (Qualitaetskontrolle Therese Moelk), erfordert aber Pilotprojekte und Hardware-Investitionen.

## Prozessautomatisierung / Agentic AI (2 Use Cases)

UC	Name	Bereich	Komplexitaet	Time to Value
UC-02	Dynamic Pricing mit ESL	Filiale	Hoch	12-18 Monate
UC-03	KI-Produktionsplanung Baeckerei	Eigenproduktion	Hoch	6-12 Monate

**Kernaussage:** Agentic AI und Prozessautomatisierung adressieren die strategischen Kernthemen (Eigenproduktion, Preissteuerung), erfordern aber hoeheren Implementierungsaufwand.

## Retail Media (1 Use Case)

UC	Name	Bereich	Komplexitaet	Time to Value
UC-12	Retail Media Network	Marketing/Finance	Hoch	12-18 Monate

**Kernaussage:** Retail Media ist ein neuer Geschaeftsmodell-Ansatz mit hohem Ertragspotenzial, erfordert aber strategische Grundlagenarbeit und Lieferanten-Onboarding.

## Zusammenfassung nach Bereichen

Bereich	Anzahl Use Cases	Fokus
Filiale	7 (UC-01, 02, 06, 07, 08, 14, 15)	Demand Forecasting, Pricing, Energie, Regal, Personal
Eigenproduktion	3 (UC-03, 08, 10)	Produktionsplanung, Qualitaet, Energie
Marketing / E-Commerce	4 (UC-04, 05, 12, 13)	Personalisierung, Content, Retail Media, Kundenservice
Logistik	2 (UC-01, 11)	Routenoptimierung, Supply Chain
HR / IT	2 (UC-09, 15)	Mitarbeiter-Self-Service, Personalplanung

---

## Quick Wins (empfohlene Startprojekte)

---

Die folgenden Use Cases sind aufgrund niedriger Komplexitaet, schneller Time to Value und direkter Anknuepfung an bestehende Systeme als **Sofort-Projekte** (Q2-Q3 2026) empfohlen:

### 1. UC-09: KI-Chatbot fuer MIA-App (HR Self-Service)

- **Warum Quick Win:** MIA-App bereits bei 76% der Belegschaft im Einsatz. Azure OpenAI Service im Microsoft-Oekosystem. Kein Hardware-Invest noetig. Sofortiger Nutzen fuer 6.000 Mitarbeiter aus 80 Nationen (Sprachbarrieren-Abbau). Sichtbares Projekt, das intern Vertrauen in KI aufbaut.
- **Aufwand:** ca. 3 Monate, 1-2 Entwickler + HR-Fachexperte
- **Investition:** Gering (Azure OpenAI Lizenz, Prompt-Engineering, Wissensbasis-Aufbau)

### 2. UC-05: GenAI-Content-Engine fuer Marketing

- **Warum Quick Win:** Marketing-Abteilung nach Umstrukturierung mit begrenzten Ressourcen. Sofortige Produktivitaetssteigerung. Keine Integration in Kernsysteme noetig. Clouinary und Emporix als bestehende Datenquellen. Schnell sichtbare Ergebnisse (mehr Content in kuerzerer Zeit).
- **Aufwand:** ca. 2-3 Monate, 1 Entwickler + Marketing-Team
- **Investition:** Gering (GenAI-Lizenzen, Prompt-Templates)

### 3. UC-13: GenAI-Kundenservice

- **Warum Quick Win:** Online-Shop und App-Nutzung wachsen. Emporix bietet API-basierte Datenanbindung. 24/7-Verfuegbarkeit ohne Mehrpersonal. Sofortige Entlastung des Kundenservice-Teams. Wettbewerbsvorteil gegenueber SPAR und BILLA, die hier noch kein vergleichbares Angebot haben.
- **Aufwand:** ca. 3-4 Monate, 1-2 Entwickler + Kundenservice-Team
- **Investition:** Gering (Azure OpenAI, Chat-Widget-Integration)

### 4. UC-04: Personalisierte App-Angebote & Einkaufsassistent

- **Warum Quick Win:** App bereits bei 100k+ Usern mit nachgewiesenem Mehrumsatz (120% Warenkorbwert). MPREIS hat fuer 2025 bereits „KI-gestuetzte Features“ in der App angekuendigt – die Erwartungshaltung ist da. Emporix-Produktdaten und Algolia-Suche als bestehende Basis. Direkter Umsatzeffekt messbar.
- **Aufwand:** ca. 4-5 Monate, 2-3 Entwickler + Data Scientist
- **Investition:** Mittel (Empfehlungsmodell, LLM-Integration, A/B-Testing)

### 5. UC-01: Demand Forecasting (Pilotprojekt mit 20 Filialen)

- **Warum Quick Win:** Hoechster erwarteter ROI aller Use Cases (1,5-3 Mio. EUR p.a.). Datengrundlage in Dynamics NAV und AutomationX vorhanden. SPAR und BILLA setzen bereits KI-Forecasting ein – MPREIS muss nachziehen. Kann als Pilot mit 20 Filialen starten und schrittweise skalieren.
- **Aufwand:** ca. 5-6 Monate (Pilotphase), 2-3 Data Scientists + Warenwirtschafts-Experten
- **Investition:** Mittel (Azure ML, Datenbereinigung, Modelltraining, Integration)

---

## Strategische Einordnung

---

### MPREIS KI-Roadmap (empfohlen)

**Phase 1 – Quick Wins (Q2-Q4 2026):** UC-09, UC-05, UC-13, UC-04 – GenAI-Use-Cases mit schnellem ROI und geringer Komplexitaet

**Phase 2 – Core Analytics (Q1-Q3 2027):** UC-01, UC-06, UC-08, UC-15 – Predictive Analytics fuer Kerngeschaeftsprozesse

**Phase 3 – Advanced AI (Q4 2027 - Q2 2028):** UC-03, UC-10, UC-11, UC-14 – Produktions-KI, Computer Vision, Logistik-Optimierung

**Phase 4 – Transformation (2028+):** UC-02, UC-07, UC-12 – ESL/Dynamic Pricing, Retail Media, Regalueberwachung

### Differenzierung gegenueber Wettbewerb

Dimension	MPREIS-Vorteil durch KI	Abgrenzung zu Big 4
<b>Eigenproduktion</b>	UC-03, UC-10: KI in Baeckerei und Metzgerei – kein Wettbewerber hat dies	SPAR, BILLA haben keine eigene Backwaren-Produktion in dieser Groesse
<b>Regionale Tiefe</b>	UC-06: Hyperlokale Sortiments-optimierung fuer Tiroler Taeler	Big 4 optimieren national, nicht auf Taelebene
<b>App-Personalisierung</b>	UC-04: Regionale Rezepte + Eigenprodukte als Empfehlungsfokus	SPAR/BILLA-Apps haben keinen Eigenproduktions-Bezug
<b>Nachhaltigkeit</b>	UC-08: PV-optimierte Energiesteuerung, H2-Logistik	MPREIS ist Wasserstoff-Pionier, kein anderer LEH hat dies
<b>Mitarbeiter</b>	UC-09: 80-Nationen-Chatbot in der MIA-App	Einzigartige Frontline-Worker-Integration im AT-LEH

*Report erstellt im Rahmen der A1 AI Stack Kundenanalyse. Naechster Schritt: MPREIS-A2 (Use Case Scoring) und MPREIS-A3 (Ranking)*