



MPREIS Warenvertriebs GmbH - Use Case Ranking & Roadmap

Priorisierte Handlungsempfehlungen

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

Inhaltsverzeichnis

MPREIS Warenvertriebs GmbH - Use Case Ranking & Roadmap	3
Executive Summary	3
1. Top 5 Use Cases (Final Ranking)	3
Rang 1: UC-09 – KI-Chatbot fuer Mitarbeiter-Self-Service ueber die MIA-App	3
Rang 2: UC-05 – GenAI-Content-Engine fuer Marketing, Flugblaetter und Social Media	5
Rang 3: UC-01 – KI-gestuetztes Demand Forecasting fuer Frischware und Eigenproduktion	6
Rang 4: UC-03 – KI-optimierte Produktionsplanung fuer die Baeckerei Therese Moelk	7
Rang 5: UC-04 – Personalisierte Angebote und KI-Einkaufsassistent in der MPREIS-App	8
2. Quick Wins (sofort starten)	9
Quick Win 1: KI-Chatbot MIA-App (UC-09) – HR-Self-Service	10
Quick Win 2: GenAI-Content-Engine Marketing (UC-05)	10
Quick Win 3: GenAI-Kundenservice (UC-13) – optionaler dritter Quick Win	11
3. Implementierungs-Roadmap	11
Phase 1: Quick Wins und KI-Einstieg (Q2-Q3 2026)	11
Phase 2: Kernprozesse optimieren (Q4 2026 - Q2 2027)	12
Phase 3: Skalierung und Advanced AI (H2 2027+)	13
Roadmap-Uebersicht (visuell)	14
4. Dependencies und Voraussetzungen	15
Technische Abhaengigkeiten	15
Use-Case-Abhaengigkeiten im Detail	16
Kritische Abhaengigkeitsketten	16
Organisatorische Voraussetzungen	17
5. Gesamtinvestition und ROI-Projektion	18
Investitionsuebersicht nach Phase	18
Erwarteter ROI nach Use Case (jaehrlich nach Vollbetrieb)	19
Payback-Analyse	20
6. Empfehlung fuer A1 Telekom Austria	20
Konkrete A1-Services fuer MPREIS	20
Partnerschaftsmodell	21
Erstgespraech-Pitch: 5 Kernaussagen fuer MPREIS	21
Anhang: Gesamtuebersicht aller 15 Use Cases	22

MPREIS Warenvertriebs GmbH - Use Case Ranking & Roadmap

Dokumentversion: 1.0 **Datum:** 18. Februar 2026 **Kunde:** MPREIS Warenvertriebs GmbH **Erstellt von:** A1 Digital / AI-Strategy-Agent **Analysis-Task:** MPREIS-A3 **Klassifikation:** Vertraulich - MPREIS **Sprache:** AT-DE

Executive Summary

Dieses Dokument priorisiert die 15 bewerteten AI Use Cases fuer MPREIS auf Basis des gewichteten Scorings aus MPREIS-A2 und definiert eine dreiphasige Implementierungs-Roadmap ueber 24 Monate. Die Analyse beruecksichtigt explizit die finanzielle Erholungsphase nach drei Verlustjahren (2021-2023, kumuliert ueber 40 Mio. EUR Verlust) und fokussiert konsequent auf niedrige Einstiegshuerde, schnellen ROI und maximale Hebelwirkung des bestehenden Microsoft-365-Oekosystems.

Kernaussagen:

- Die **Top 5 Use Cases** generieren ein geschaeztes Gesamtpotenzial von **3,5-7 Mio. EUR p.a.** bei einer Gesamtinvestition von **750.000-1,2 Mio. EUR** ueber 24 Monate – ein Payback von unter 6 Monaten nach Vollbetrieb.
 - **Zwei Quick Wins** (KI-Chatbot MIA-App, GenAI-Content-Engine) sind innerhalb von **2-3 Monaten** produktiv einsetzbar, erfordern praktisch kein Hardware-Investment und nutzen ausschliesslich das bestehende M365-Oekosystem.
 - Die **Eigenproduktion** (Therese Moelk, Alpenmetzgerei) ist der strategische Differenzierungshebel: KI-optimierte Baeckerei und Demand Forecasting sind Use Cases, die kein oesterreichischer Wettbewerber in dieser Form replizieren kann.
 - **Alle Top-5-Use-Cases** knuepfen an bestehende Systeme an (Dynamics NAV, AutomationX MES, Emporix, M365) – keine Greenfield-Ansaetze, keine neuen Plattformentscheidungen.
 - Die empfohlene Umsetzungsreihenfolge priorisiert **GenAI-Quick-Wins** als Tueroeffner, gefolgt von den **Eigenproduktions-Use-Cases** als strategischem Kern und der **App-Personalisierung** als kundenseitigem Wachstumstreiber.
-

1. Top 5 Use Cases (Final Ranking)

Rang 1: UC-09 – KI-Chatbot fuer Mitarbeiter-Self-Service ueber die MIA-App

Gesamtscore: 4,25/5

Rang 2: UC-05 – GenAI-Content-Engine fuer Marketing, Flugblaetter und Social Media

Gesamtscore: 4,20/5

Dimension	Score	Gewicht	Beitrag
Business Impact	3	30%	0,90
Technische Machbarkeit	5	25%	1,25
Time to Value	5	20%	1,00
Ressourcenbedarf	5	15%	0,75
Strategische Passung	3	10%	0,30
Gesamt			4,20

Warum Top 5: Die Marketing-Abteilung wurde nach dem Abgang des Ressortleiters 2024 umstrukturiert und muss mit begrenzten Ressourcen deutlich mehr Content produzieren. Die GenAI-Content-Engine adressiert diesen Engpass unmittelbar, erfordert das geringste Investment aller Use Cases und liefert innerhalb von 2-3 Monaten sichtbare Ergebnisse. Kein Kernsystem muss integriert werden – Cloudinary und Emporix PIM als bestehende Datenquellen genuegen. Der Use Case ist der ideale Begleiter zu UC-09 als zweiter Quick Win.

Erwarteter ROI: - 60-70% Zeitersparnis bei der Content-Erstellung fuer Standardformate - Geschaezte Produktivitaetssteigerung im Marketing: 100.000-200.000 EUR p.a. (aequivalent zu 1-2 Vollzeitstellen) - Hoehere Content-Frequenz steigert die Sichtbarkeit und App-Engagement - Mehrsprachigkeit (Deutsch/Italienisch) fuer Suedtirol ohne zusaetzlichen Aufwand - Konsistente Markenkommunikation ueber alle 5 Vertriebsformate (MPREIS, miniM, T&G, Baguette, shopM)

Investitionsvolumen: - Einmalig: 25.000-40.000 EUR (Prompt-Templates, Brand-Guidelines-Integration, Workflow-Setup) - Laufend: 1.500-3.000 EUR/Monat (GenAI-Lizenzen, Cloudinary/Emporix-Integration) - Personalaufwand: 1 Entwickler + Marketing-Team fuer 2-3 Monate

Pilotansatz: Start mit woechentlichen Social-Media-Posts und App-Gutschein-Texten. Prompt-Templates fuer Tiroler Tonalitaet (Hochdeutsch fuer Flugblaetter, Tiroler Dialekt fuer Social Media, Italienisch fuer Suedtirol). Integration mit Cloudinary (Produktbilder) und Emporix PIM (Produkt Daten, Preise). Redaktioneller Workflow ueber SharePoint und Teams. Erweiterung auf Flugblatt-Texte, Rezepte mit MPREIS-Produkten und saisonale Kampagnen.

Skalierungspotenzial: Pilot zu 280 Maerkten: - Monat 1-2: Social-Media-Content und App-Gutscheine (zentral) - Monat 2-3: Flugblatt-Texte und Rezeptvorschlaege mit Therese-Moelk-Produkten - Monat 3-6: Regionaler Content fuer verschiedene Vertriebsformate (miniM-spezifisch, T&G-Grosshandel) - Monat 6-9: Automatisierte Kampagnenplanung (saisonale Aktionen, lokale Events in Tiroler Gemeinden) - Langfristig: Anbindung an UC-04 (personalisierte App-Inhalte auf Basis von Kaufhistorie)

Risiken und Mitigation: | Risiko | Eintrittswahrscheinlichkeit | Mitigation | |---|-----|
 ---| | Markeninadaequater Content (falscher Ton, fehlende regionale Authentizitaet) | Mittel | Brand-Guidelines als System-Prompt. Menschliche Freigabe fuer alle veroeffentlichten Inhalte. Feedback-Loop mit Marketing-Team. | | Urheberrechtsprobleme bei KI-generierten Bildern | Niedrig | Nur Text-Generierung im ersten Schritt. Bildmaterial aus dem bestehenden Cloudinary-DAM verwenden. | | Qualitaetsschwankungen bei Italienisch/Suedtiroler Inhalten | Mittel | Native Speaker im Team fuer Qualitaetskontrolle der IT-Inhalte. Dedizierte Prompt-Templates fuer Suedtirol. |

A1-Telekom-Rolle: - **Azure OpenAI Service:** A1 stellt die GenAI-Infrastruktur bereit (GPT-4, DALL-E fuer spaetere Bildgenerierung). - **Workshop „GenAI fuer Marketing“:** A1 Digital fuehrt einen initialen

2-Tages-Workshop mit dem Marketing-Team durch (Prompt-Engineering, Best Practices). - **Template-Bibliothek:** A1 liefert vorgefertigte Prompt-Templates fuer LEH-typische Content-Formate.

Rang 3: UC-01 – KI-gestuetztes Demand Forecasting fuer Frischware und Eigenproduktion

Gesamtscore: 4,10/5

Dimension	Score	Gewicht	Beitrag
Business Impact	5	30%	1,50
Technische Machbarkeit	4	25%	1,00
Time to Value	3	20%	0,60
Ressourcenbedarf	3	15%	0,45
Strategische Passung	5	10%	0,50
Gesamt			4,10

Warum Top 5: UC-01 hat den hoechsten absoluten Business Impact aller 15 Use Cases. Bei einem Gesamtumsatz von ueber 1 Mrd. EUR und einer Eigenproduktion von 12.000t Backwaren pro Jahr ist jeder Prozentpunkt Waste-Reduktion ein unmittelbarer Ertragshebel – kritisch fuer ein Unternehmen, das nach drei Verlustjahren jeden Euro Marge braucht. SPAR setzt bereits KI-Forecasting mit ueber 90% Prognosegenauigkeit ein; MPREIS muss hier nachziehen, um wettbewerbsfaehig zu bleiben. Die Datengrundlage (POS-Daten aus 280+ Filialen in Dynamics NAV, Produktionsdaten aus AutomationX) ist vorhanden.

Erwarteter ROI: - 30-40% Reduktion von Lebensmittelverschwendung bei Frischware - 2-5% Umsatzsteigerung durch weniger Out-of-Stock-Situationen - Optimierung der Baeckerei-Produktion: 10-20% weniger Ueberproduktion - **Geschaetztes Einsparungspotenzial: 1,5-3 Mio. EUR p.a.** (konservativ: 1% Waste-Reduktion auf den Gesamtumsatz) - Rueckfluss des Investments innerhalb von 6-12 Monaten

Investitionsvolumen: - Einmalig: 200.000-350.000 EUR (Azure ML, Datenbereinigung, Modellentwicklung, Integration Dynamics NAV + AutomationX) - Laufend: 8.000-15.000 EUR/Monat (Cloud-Infrastruktur, Modellpflege, externe Daten-APIs) - Personalaufwand: 2-3 Data Scientists + 1 Warenwirtschafts-Experte fuer 6-9 Monate

Pilotansatz: Start mit den 20 umsatzstaerksten Filialen in Innsbruck und Umgebung (urbane Standorte mit stabiler Datenlage). Fokus auf Backwaren (Therese Moelk) und Obst/Gemuese (hoechste Abschriftenquote). Modell trainieren auf 3+ Jahren historischer POS-Daten aus Dynamics NAV. Externe Datenquellen: GeoSphere-Wetter-API, Tiroler Ferienkalender, Tourismusstatistiken. Bestellvorschlaege als „Empfehlung“ neben der manuellen Planung – nicht als Ersatz.

Skalierungspotenzial: Pilot zu 280 Maerkten: - Monat 1-6: Pilot mit 20 Filialen (Innsbruck-Region), Fokus Backwaren und Obst/Gemuese - Monat 6-9: Erweiterung auf 80 Filialen (ganz Tirol), alle Frischware-Kategorien - Monat 9-12: Rollout auf alle 280 Maerkte, Integration in die Produktionsplanung Therese Moelk - Monat 12-18: Erweiterung auf Alpenmetzgerei, Einbeziehung von Aktionsplanung und saisonalen Sondereffekten (Tourismusspitzen) - Langfristig: Autonome Bestellgenerierung fuer Standardprodukte (aktuell: Empfehlungssystem)

Risiken und Mitigation: | Risiko | Eintrittswahrscheinlichkeit | Mitigation | |— — —|— — — — — — — — — —| — — — —| | Datenqualitaet in Dynamics NAV (inkonsistente Artikelstammdaten, fehlende MHD-Daten) | Hoch | 4-6 Wochen Datenbereinigungsphase vor Modelltraining einplanen. Datenqualitaets-Dashboard aufbauen. | | Widerstand der Filialleiter gegen KI-Bestellvorschlaege | Mittel | KI als „Assistent“ positio-

nieren, nicht als Ersatz fuer Erfahrungswissen. A/B-Testing: KI-Empfehlung vs. manuelle Planung. | | Alpine Sondereffekte (Strassensperren, Wetterereignisse) schwer prognostizierbar | Mittel | Spezifische Features fuer alpine Standorte (Wetter-Severity-Index, Passstrassen-Status). Manuelle Override-Funktion fuer Extremereignisse. | | Saisonale Touristik-Schwankungen in Skigebieten | Mittel | Tourismusstatistiken (Naechtigungszahlen) als Modell-Feature einbeziehen. Separate Modelle fuer Tourismus- vs. Einheimischen-Filialen. |

A1-Telekom-Rolle: - **Azure ML Plattform:** A1 stellt die Azure Machine Learning-Infrastruktur bereit (Training, Deployment, Monitoring). - **Data Engineering:** A1 Digital unterstuetzt bei der Datenextraktion aus Dynamics NAV und AutomationX sowie der Datenbereinigung. - **ML-Expertise:** A1 liefert Data-Science-Kapazitaeten fuer Modellentwicklung und -optimierung. - **Managed AI Service:** Laufendes Modell-Monitoring, Retraining und Performance-Tracking als Managed Service.

Rang 4: UC-03 – KI-optimierte Produktionsplanung fuer die Baeckerei Therese Moelk

Gesamtscore: 4,10/5

Dimension	Score	Gewicht	Beitrag
Business Impact	5	30%	1,50
Technische Machbarkeit	4	25%	1,00
Time to Value	3	20%	0,60
Ressourcenbedarf	3	15%	0,45
Strategische Passung	5	10%	0,50
Gesamt			4,10

Warum Top 5: Die Eigenproduktion ist das zentrale Differenzierungsmerkmal von MPREIS gegenueber den Big 4 (SPAR, BILLA, Hofer, Lidl). Die Baeckerei Therese Moelk mit 12.000t/Jahr und das AutomationX MES bieten eine weltweit einzigartige Ausgangslage fuer KI-optimierte Backwarenproduktion – kein oesterreichischer Wettbewerber hat eine vergleichbare Eigenproduktion mit integriertem MES. Der Use Case hat den gleichen Gesamtscore wie UC-01, wird aber auf Rang 4 gesetzt, weil er fuer den vollen Nutzen auf die Demand-Forecast-Daten aus UC-01 angewiesen ist und daher sequenziell nach UC-01 gestartet werden sollte.

Erwarteter ROI: - 10-20% Reduktion der Ueberproduktion in der Baeckerei (300.000-600.000 EUR p.a.) - 5-10% Energieeinsparung durch optimierte Backofen-Auslastung und PV-Nutzung (100.000-200.000 EUR p.a.) - Gleichmaessigere Qualitaet durch datenbasierte Prozesssteuerung - **Geschaetztes Gesamtpotenzial: 400.000-800.000 EUR p.a.** - Zusaetzlicher Effekt: Entlastung der Produktionsplanung (aktuell abhaengig von der Expertise weniger Personen – Wissenskonzentrations-Risiko)

Investitionsvolumen: - Einmalig: 180.000-300.000 EUR (KI-Schicht auf AutomationX, Modellentwicklung, Integration) - Laufend: 5.000-10.000 EUR/Monat (Cloud-Infrastruktur, Modellpflege) - Personalaufwand: 2-3 Spezialisten (Data Science + AutomationX-Expertise) fuer 6-9 Monate - AutomationX als potenzieller Implementierungspartner fuer die MES-Integration

Pilotansatz: Start als „Planungsassistent“ fuer die Produktionsleitung: Das KI-System empfiehlt optimierte Produktionsplaene, die Entscheidung bleibt beim Produktionsleiter. Fokus auf Standardprodukte (hoechste Volumina, stabilste Nachfragemuster). Integration der Demand-Forecast-Daten (UC-01) fuer die tagesaktuelle Bedarfsplanung. Nutzung der AutomationX-Daten (Rezepturen, Maschinenkapazitaet)

ten, Energieverbrauch, Silomanagement) als Input. Phase 2: Autonome Planung fuer Standardprodukte, manuelle Planung nur noch fuer Saisonware und Sonderproduktionen.

Skalierungspotenzial: Pilot zu 280 Maerkten: - Monat 1-4: Planungsassistent fuer Standardbrot (5-10 Hauptprodukte) - Monat 4-8: Erweiterung auf das gesamte Backwarensortiment (50+ Produkte) - Monat 8-12: Integration der Energieoptimierung (Backofen-Laufzeiten + PV-Erzeugungsspitzen abgleichen) - Monat 12-18: Erweiterung auf die Alpenmetzgerei (Fleischwerk am selben Standort, gleiche AutomationX-Plattform) - Langfristig: Vollautonome Produktionsplanung fuer Standardprodukte, KI-gestuetzte Rezepturanpassung bei Rohstoffschwankungen

Risiken und Mitigation: | Risiko | Eintrittswahrscheinlichkeit | Mitigation | |---|-----|
 ---| | Komplexitaet der Backofen-Steuerung (Sicherheitsrisiken bei Fehlplanung) | Mittel | KI als Empfehlungssystem, keine autonome Steuerung in Phase 1. Backofen-Steuerung bleibt in AutomationX. | | Abhaengigkeit von UC-01 (Demand Forecast) | Mittel | UC-03 kann auch mit historischen Daten starten, UC-01-Daten verbessern lediglich die Genauigkeit. Parallelstart moeglich. | | AutomationX-Schnittstellen-Komplexitaet | Niedrig | AutomationX hat bereits eine bidirektionale Navision-Schnittstelle. Erweiterung um KI-Outputs ist architektonisch vorgesehen. |

A1-Telekom-Rolle: - **Azure ML + IoT Hub:** A1 stellt die Cloud-Infrastruktur fuer das ML-Training und die Anbindung der AutomationX-Daten bereit. - **Implementierung:** A1 Digital entwickelt die KI-Optimierungsschicht in Kooperation mit AutomationX. - **Energieoptimierung:** A1 bringt Expertise aus der IoT-Plattform fuer die PV-Produktionsabstimmung ein.

Rang 5: UC-04 – Personalisierte Angebote und KI-Einkaufsassistent in der MPREIS-App

Gesamtscore: 3,85/5

Dimension	Score	Gewicht	Beitrag
Business Impact	4	30%	1,20
Technische Machbarkeit	4	25%	1,00
Time to Value	4	20%	0,80
Ressourcenbedarf	3	15%	0,45
Strategische Passung	4	10%	0,40
Gesamt			3,85

Warum Top 5: Die MPREIS-App hat ueber 100.000 registrierte Nutzer, und App-Kunden geben durchschnittlich 120% mehr aus als Normalkunden – jede Verbesserung der App-Personalisierung hat einen direkten, messbaren Umsatzeffekt. MPREIS hat fuer 2025 bereits „KI-gestuetzte Features“ in der App angekuendigt – die Erwartungshaltung bei Kunden und Management ist vorhanden. Die bestehende Emporix-Headless-Commerce-Architektur (API-basiert, Cloud-nativ) und die Algolia-Suche bieten eine hervorragende technische Basis. Der Use Case ist der einzige in den Top 5 mit direkter Umsatzwirkung auf der Kundenseite.

Erwarteter ROI: - 10-15% Steigerung des durchschnittlichen Warenkorbwerts bei App-Nutzern - Bei 100.000 aktiven App-Nutzern und einem durchschnittlichen Warenkorbwert von 35 EUR: **1-2 Mio. EUR p.a. zusaetzlicher Umsatz** (konservativ, bei 10% Steigerung) - Hoehere App-Retention und -Nutzungsfrequenz (Ziel: 200.000 aktive User binnen 18 Monaten) - Staerkere Kundenbindung an Eigenmarken (M, Therese Moelk, Bio vom Berg) - Differenzierung gegenueber SPAR- und BILLA-App durch regionale Rezept-Expertise

Investitionsvolumen: - Einmalig: 150.000-250.000 EUR (Empfehlungsmodell, LLM-Integration, A/B-Testing-Framework) - Laufend: 5.000-10.000 EUR/Monat (Azure OpenAI, ML-Modell-Pflege, A/B-Tests) - Personalaufwand: 2-3 Entwickler + 1 Data Scientist fuer 4-6 Monate

Pilotansatz: Phase 1 (MVP, 3 Monate): Regelbasierte Empfehlungen auf Basis von Kaufhistorie und Saisonalitaet – kein ML noetig, sofort umsetzbar. „Kunden die X kauften, kaufen auch Y“ plus saisonale Therese-Moelk-Empfehlungen. Phase 2 (ML, 3-6 Monate): ML-basiertes Empfehlungsmodell auf Basis anonymisierter Transaktionsdaten. Phase 3 (GenAI, 6-9 Monate): GenAI-Einkaufsassistent (Chatbot) fuer Rezeptvorschlaege mit MPREIS-Produkten, Allergie-Beratung und Filialverfuegbarkeitspruefung.

Skalierungspotenzial: Pilot zu 280 Maerkten: - Monat 1-3: MVP mit regelbasierten Empfehlungen fuer alle App-Nutzer - Monat 3-6: ML-Empfehlungsmodell, personalisierte Push-Notifications (PushEngage) - Monat 6-9: GenAI-Chatbot mit Rezeptvorschlaegen und Filialverfuegbarkeit (Emporix-Integration fuer 240 Stores) - Monat 9-12: Personalisierte App-Gutscheine auf Basis von Kaufverhalten und Praeferenzen - Langfristig: Cross-Selling mit Baguette-Sortiment, Integration von UC-01-Daten fuer „Frisch aus der Baeckerei“-Empfehlungen

Risiken und Mitigation: | Risiko | Eintrittswahrscheinlichkeit | Mitigation | |---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
---|---|---|---|---|---|---|---|---|---| | DSGVO-Compliance bei personalisierten Empfehlungen | Mittel | Usercentrics (bestehendes Consent-Management) fuer Einwilligung. Anonymisierte Datenverarbeitung. A/B-Testing nur mit Opt-in-Nutzern. | | Zu geringe App-Nutzerbasis fuer statistisch signifikante ML-Modelle | Niedrig | 100.000 User sind ausreichend fuer collaborative filtering. Regelbasierte Empfehlungen als Fallback. | | Kannibalisierung bestehender Rabattsticker durch KI-Empfehlungen | Niedrig | A/B-Testing: Neue Empfehlungen als Ergaenzung, nicht als Ersatz fuer bestehende Rabattmechanismen. |

A1-Telekom-Rolle: - **Azure OpenAI + ML:** A1 stellt die KI-Infrastruktur fuer Empfehlungsmodell und GenAI-Chatbot bereit. - **Data-Science-Expertise:** A1 Digital entwickelt das ML-basierte Empfehlungsmodell. - **A/B-Testing-Framework:** A1 baut das Testing-Framework fuer die kontinuierliche Optimierung. - **App-Push-Infrastruktur:** A1 unterstuetzt bei der Integration personalisierter Push-Notifications.

2. Quick Wins (sofort starten)

Quick Wins sind Use Cases oder Teilaspekte, die innerhalb von 3 Monaten produktiv einsetzbar sind, kein Hardware-Investment erfordern und sofort messbaren Nutzen liefern. Sie dienen gleichzeitig als „KI-Tueroeffner“ – erste Erfolge, die intern Vertrauen in die KI-Technologie aufbauen.

Quick Win 1: KI-Chatbot MIA-App (UC-09) – HR-Self-Service

Eigenschaft	Detail
Implementierungszeit	8-12 Wochen bis produktiv
Investition	40.000-60.000 EUR einmalig
Messbarer Nutzen	50-60% weniger HR-Routineanfragen, 150.000-250.000 EUR p.a.
Einstiegspunkt	HR-FAQ: Kollektivvertrag, Urlaub, Gehalt, Onboarding
Technologie	Azure OpenAI (RAG), M365 SharePoint als Wissensbasis, MIA-App als Frontend
Skalierung	10 Filialen (Pilot) => 280 Maerkte => IT-Self-Service => Zeitwirtschaft

Sofort-Massnahmen (Woche 1-2): 1. HR-Dokumenteninventur: Kollektivvertrag, FAQ, Onboarding-Materialien sammeln und strukturieren 2. SharePoint-Wissensbasis aufbauen (bestehende Dokumente migrieren) 3. RAG-Pipeline konfigurieren (Dokument-Embedding, Vektordatenbank in Azure) 4. Pilotgruppe definieren: 10 Filialen in der Region Innsbruck, 200 Mitarbeitende 5. Kick-off mit Communardo (bestehender Microsoft-Partner) fuer die MIA-Integration

Quick Win 2: GenAI-Content-Engine Marketing (UC-05)

Eigenschaft	Detail
Implementierungszeit	6-8 Wochen bis produktiv
Investition	25.000-40.000 EUR einmalig
Messbarer Nutzen	60-70% Zeitersparnis bei Content-Erstellung, 100.000-200.000 EUR p.a.
Einstiegspunkt	Social-Media-Posts, App-Gutschein-Texte, Produktbeschreibungen
Technologie	Azure OpenAI (GPT-4), Cloudinary (Bilder), Emporix PIM (Produktdaten)
Skalierung	Social Media => Flugblaetter => Regionaler Content => Kampagnenplanung

Sofort-Massnahmen (Woche 1-2): 1. Brand-Guidelines und Tone-of-Voice als System-Prompt dokumentieren 2. Prompt-Templates fuer die haeufigsten Content-Formate erstellen (Social Post, Gutschein, Produkttext) 3. Testphase: 2 Wochen parallele Content-Produktion (manuell vs. KI-gestuetzt) 4. Marketing-Team schulen (halbtaegiger Workshop „GenAI fuer Content-Erstellung“) 5. Redaktionellen Workflow in SharePoint/Teams aufsetzen (Erstellung => Review => Freigabe)

Quick Win 3: GenAI-Kundenservice (UC-13) – optionaler dritter Quick Win

Eigenschaft	Detail
Implementierungszeit	10-14 Wochen bis produktiv
Investition	50.000-80.000 EUR einmalig
Messbarer Nutzen	40-50% automatisierte Kundenanfragen, 24/7-Erreichbarkeit
Einstiegspunkt	FAQ-Bot fuer mpreis.at und MPREIS-App (Bestellstatus, Filialinfo, Aktionen)
Technologie	Azure OpenAI, Emporix APIs (Bestellstatus, Produktdaten), Chat-Widget
Skalierung	FAQ-Bot => Reklamationsmanagement => WhatsApp-Integration

Empfehlung: UC-13 kann parallel zu UC-09 und UC-05 gestartet werden, wenn die Kapazitaeten vorhanden sind. Die Technologie-Basis (Azure OpenAI, RAG) ist identisch – Synergieeffekte in der Implementierung.

3. Implementierungs-Roadmap

Phase 1: Quick Wins und KI-Einstieg (Q2-Q3 2026)

Fokus: Sofort sichtbare Wertschoepfung, KI-Kompetenz aufbauen, Vertrauen in die Organisation schaffen

Zeitraum	Use Case	Meilenstein
Apr 2026	UC-09: KI-Chatbot MIA	Dokumenteninventur, RAG-Pipeline, Pilotgruppe definiert
Apr 2026	UC-05: GenAI-Content	Brand-Guidelines als Prompt, erste Templates, Marketing-Workshop
Mai 2026	UC-09: KI-Chatbot MIA	Pilot gestartet (10 Filialen, 200 MA)
Mai 2026	UC-05: GenAI-Content	Produktiver Einsatz fuer Social Media und App-Gutscheine
Jun 2026	UC-09: KI-Chatbot MIA	Rollout auf alle 6.000 Mitarbeitende
Jun 2026	UC-05: GenAI-Content	Erweiterung auf Flugblatt-Texte und Rezepte
Jun 2026	UC-01: Demand Forecasting	Projektstart: Datenextraktion aus Dynamics NAV, Datenbereinigung
Jul 2026	UC-13: GenAI-Kundenservice	Projektstart: FAQ-Bot fuer mpreis.at und App
Jul 2026	UC-01: Demand Forecasting	Datenbereinigung laeuft, externe Datenquellen angebunden (Wetter, Tourismus)
Aug 2026	UC-04: App-Personalisierung	MVP-Start: Regelbasierte Empfehlungen in der App
Sep 2026	UC-01: Demand Forecasting	Erstes ML-Modell trainiert, Pilot mit 20 Filialen gestartet
Sep 2026	UC-13: GenAI-Kundenservice	FAQ-Bot produktiv auf mpreis.at und in der App

Erforderliche Ressourcen Phase 1: - 1 Cloud/AI-Architekt (extern, A1 Digital) - 1-2 Entwickler (extern, fuer UC-09, UC-05, UC-13) - 1 Data Scientist (extern, fuer UC-01 ab Juni) - IT-Team MPREIS (20% Kapazitaet von 2-3 Personen) - Marketing-Team (UC-05), HR-Team (UC-09), Kundenservice (UC-13) - Cloud-Infrastruktur: Azure OpenAI, Azure ML

Investition Phase 1: 200.000-350.000 EUR

Phase 2: Kernprozesse optimieren (Q4 2026 - Q2 2027)

Fokus: Eigenproduktion als strategischen Differenzierer aktivieren, Demand Forecasting skalieren, App-Personalisierung vertiefen

Zeitraum	Use Case	Meilenstein
Okt 2026	UC-01: Demand Forecasting	Pilot-Auswertung, Modelloptimierung, Erweiterung auf 80 Filialen (ganz Tirol)
Okt 2026	UC-03: Produktionsplanung	Projektstart: KI-Schicht auf AutomationX MES, Standardbrot-Pilotplanung
Nov 2026	UC-04: App-Personalisierung	ML-basiertes Empfehlungsmodell live, personalisierte Push-Notifications
Nov 2026	UC-06: Sortimentsoptimierung	Projektstart: POS-Datenanalyse, Power-BI-Dashboards fuer Filialformate
Dez 2026	UC-01: Demand Forecasting	Rollout auf alle 280 Maerkte, Integration in Bestellwesen
Jan 2027	UC-03: Produktionsplanung	Planungsassistent fuer Standardbrot produktiv (5-10 Hauptprodukte)
Jan 2027	UC-08: Energiesteuerung	Projektstart: Energieanalyse am Standort Voels (AutomationX-Daten)
Feb 2027	UC-06: Sortimentsoptimierung	Analyse-Dashboards fuer miniM- und Tourismus-Filialen produktiv
Mrz 2027	UC-03: Produktionsplanung	Erweiterung auf das gesamte Backwarensortiment (50+ Produkte)
Mrz 2027	UC-04: App-Personalisierung	GenAI-Einkaufsassistent (Chatbot) in der App live
Apr 2027	UC-08: Energiesteuerung	Energieoptimierung am Standort Voels produktiv (PV + Backofen)
Mai 2027	UC-01 + UC-03 Integration	Demand Forecast fliesst direkt in die Produktionsplanung Therese Moelk
Jun 2027	UC-06: Sortimentsoptimierung	Erweiterung auf alle 5 Vertriebsformate, erste automatisierte Empfehlungen

Erforderliche Ressourcen Phase 2: - 2 Data Scientists / ML Engineers (extern, A1 Digital) - 1 AutomationX-Spezialist (extern oder AutomationX-Kooperation) - 1 Data Engineer (extern) - IT-Team MPREIS (30% Kapazitaet von 3-4 Personen) - Warenwirtschafts-Experten, Produktionsleitung Therese Moelk - Cloud-Infrastruktur: Azure ML, Azure IoT Hub (fuer UC-08)

Investition Phase 2: 350.000-550.000 EUR

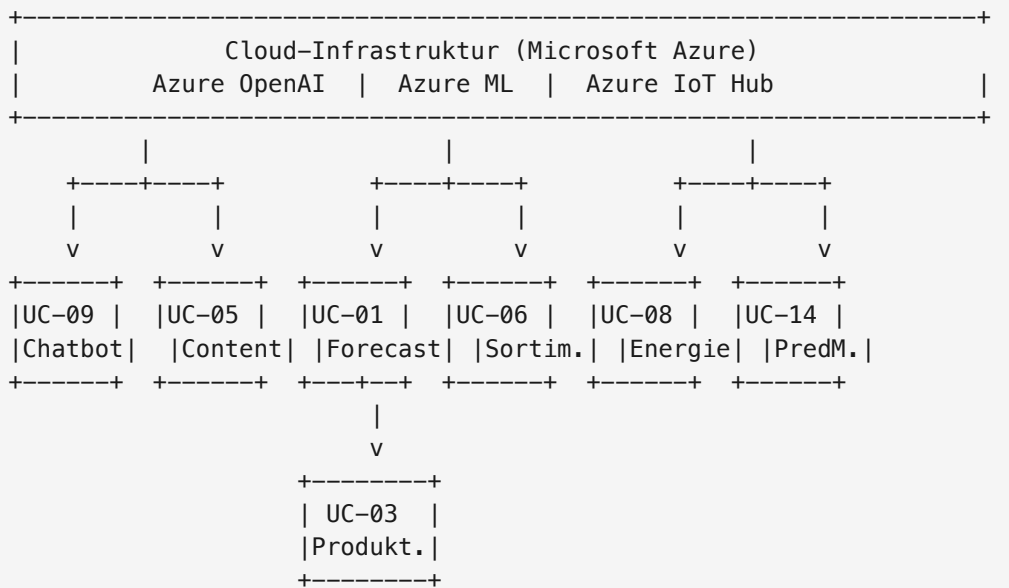
Phase 3: Skalierung und Advanced AI (H2 2027+)

Fokus: Erfolgreiche Piloten auf die gesamte Organisation skalieren, neue strategische Use Cases aktivieren

[Machbarkeit]
UC-11
[Evaluation]

4. Dependencies und Voraussetzungen

Technische Abhaengigkeiten



Use-Case-Abhaengigkeiten im Detail

Use Case	Haengt ab von	Ermoeeglicht	Art der Abhaengigkeit
UC-09: KI-Chatbot MIA	M365, Azure OpenAI	KI-Vertrauen in der Organisation	Keine harte Abhaengigkeit – kann sofort starten
UC-05: GenAI-Content	Azure OpenAI, Clouidnary, Emporix	Hoehere Content-Frequenz fuer UC-04 (App)	Keine harte Abhaengigkeit – kann sofort starten
UC-01: Demand Forecasting	Dynamics NAV-Datenexport, Azure ML	UC-03 (Produktionsplanung nutzt Forecasts)	Daten-Abhaengigkeit – Datenbereinigung als Vorlauf
UC-03: Produktionsplanung	UC-01 (Demand Forecast), AutomationX MES	UC-10 (Qualitaetskontrolle)	Weiche Abhaengigkeit – kann mit hist. Daten starten, voller Nutzen erst mit UC-01
UC-04: App-Personalisierung	Emporix APIs, App-Kaufdaten	UC-12 (Retail Media)	Keine harte Abhaengigkeit – MVP sofort moeglich
UC-06: Sortimentsoptimierung	Dynamics NAV POS-Daten, Power BI	UC-04 (bessere Empfehlungen)	Daten-Abhaengigkeit – POS-Datenexport als Vorlauf
UC-08: Energiesteuerung	AutomationX (Voels), IoT-Sensorik (Filialen)	UC-14 (Predictive Maintenance)	Dual – Voels sofort, Filialen brauchen IoT-Rollout
UC-13: GenAI-Kundenservice	Azure OpenAI, Emporix APIs	Bessere Kundenzufriedenheit	Keine harte Abhaengigkeit – kann sofort starten
UC-15: Personalplanung	Zeitwirtschafts-Modernisierung	Bessere Mitarbeiterbindung	Harte Abhaengigkeit – erst nach Modernisierung (voraussichtlich 2027)

Kritische Abhaengigkeitsketten

Kette 1: Eigenproduktions-Pfad (strategisch)

Dynamics NAV (POS-Daten) --> UC-01 (Demand Forecasting) --> UC-03 (Produktionsplanung)

Baeckerei)

|
v
UC-10 (QA

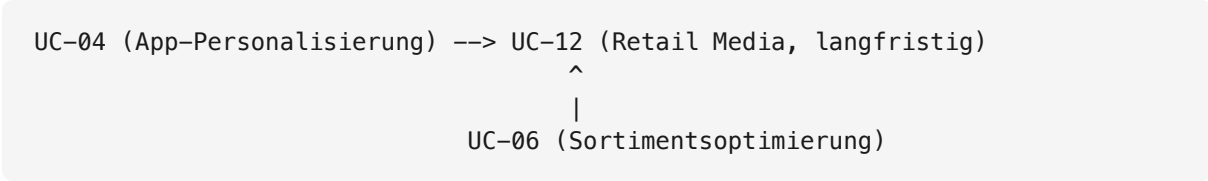
UC-01 ist der Schluessel zur Eigenproduktions-Optimierung. Ohne Demand Forecasting kann UC-03 nur mit historischen Daten arbeiten – der volle Nutzen entfaltet sich erst in Kombination.

Kette 2: GenAI-Pfad (Quick Wins)

Azure OpenAI Setup --> UC-09 (Chatbot MIA) --> UC-05 (Content) --> UC-13 (Kundenservice)

Alle drei GenAI-Use-Cases teilen sich die Azure-OpenAI-Infrastruktur. Der Aufbau fuer UC-09 schafft die Basis fuer UC-05 und UC-13 – Synergieeffekte in Architektur, Prompt-Engineering und Betrieb.

Kette 3: Kunden-Pfad (Umsatzwirkung)



App-Personalisierung und Sortimentsoptimierung schaffen die Datenbasis fuer ein spaeres Retail Media Network.

Organisatorische Voraussetzungen

Voraussetzung	Betroffene Use Cases	Empfohlene Massnahme	Zeitpunkt
Azure-Tenant fuer KI-Services einrichten	Alle	A1 als CSP konfiguriert Azure OpenAI und Azure ML im bestehenden M365-Tenant	Woche 1-2
Daten-Governance definieren	UC-01, UC-04, UC-06	Klare Regeln fuer POS-Datennutzung, Anonymisierung, DSGVO-Compliance	Monat 1
KI-Ansprechpartner intern benennen	Alle	1 Person aus dem IT-Team (70 MA) als dedizierter KI-Projekt-leiter (50% Kapazitaet)	Sofort
Communardo als Implementierungspartner briefen	UC-09	Communardo kennt die MIA-Infrastruktur – fruehzeitiges Briefing spart Einarbeitungszeit	Woche 1
AutomationX-Kooperation klaeren	UC-03, UC-08	AutomationX als Partner fuer die MES-Integration ansprechen, Schnittstellen definieren	Monat 3-4
Change Management fuer Filialleiter	UC-01	Filialleiter muessen KI-Bestellvorschlaege verstehen und vertrauen. Schulungskonzept ab Pilotstart	Monat 4-5

5. Gesamtinvestition und ROI-Projektion

Investitionsuebersicht nach Phase

Phase	Zeitraum	Investition (geschaetzt)	Kumuliert
Phase 1: Quick Wins & KI-Einstieg	Q2-Q3 2026	200.000-350.000 EUR	200.000-350.000 EUR
Phase 2: Kernprozesse optimieren	Q4 2026 - Q2 2027	350.000-550.000 EUR	550.000-900.000 EUR
Phase 3: Skalierung & Advanced AI	H2 2027+	200.000-350.000 EUR	750.000-1.250.000 EUR

Erwarteter ROI nach Use Case (jaehrlich nach Vollbetrieb)

Use Case	Erwartete Wertschoepfung p.a.	Art	Grundlage
UC-09: KI-Chatbot MIA	150.000-250.000 EUR	Kostenersparnis	50-60% weniger HR-Routineanfragen bei 6.000 MA
UC-05: GenAI-Content	100.000-200.000 EUR	Produktivitaet	60-70% Zeiterparnis, aequivalent 1-2 FTE
UC-01: Demand Forecasting	1.500.000-3.000.000 EUR	Kostenersparnis + Umsatz	1% Waste-Reduktion auf 1 Mrd. EUR Umsatz + weniger OOS
UC-03: Produktionsplanung	400.000-800.000 EUR	Kostenersparnis	10-20% weniger Ueberproduktion + 5-10% Energie
UC-04: App-Personalisierung	1.000.000-2.000.000 EUR	Umsatzsteigerung	10-15% Warenkorbsteigerung bei 100k App-Usern
UC-13: GenAI-Kundenservice	80.000-150.000 EUR	Produktivitaet	40-50% automatisierte Anfragen
UC-06: Sortimentsoptimierung	300.000-500.000 EUR	Umsatz + Abschriften	1% Umsatzsteigerung durch bessere Sortimentsspassung
UC-08: Energiesteuerung	500.000-1.000.000 EUR	Kostenersparnis	10-15% Energiekostenreduktion (Start: Voels)
Gesamt Top 5	3.150.000-6.050.000 EUR		
Gesamt alle Phase-1/2-UCs	4.030.000-7.900.000 EUR		

Payback-Analyse

Szenario	Gesamtinvestition 24 Monate	Jaehrlicher Nutzen (konservativ)	Payback
Konservativ (nur Top 5)	750.000 EUR	3.150.000 EUR	~3 Monate nach Vollbetrieb
Realistisch (alle Phase-1/2-UCs)	1.000.000 EUR	5.000.000 EUR	~2,5 Monate nach Vollbetrieb
Ambitioniert (volle Skalierung)	1.250.000 EUR	7.900.000 EUR	~2 Monate nach Vollbetrieb

Wichtiger Hinweis zur finanziellen Situation: Die Investitionen sind bewusst phasenweise strukturiert, um die Erholungsphase nach den Verlustjahren zu beruecksichtigen. Phase 1 (Quick Wins) erfordert nur 200.000-350.000 EUR und generiert bereits ab Monat 3-4 laufenden Nutzen. Die Entscheidung ueber Phase 2 kann auf Basis der Phase-1-Ergebnisse getroffen werden – kein vorab verpflichtendes Millionen-Investment noetig.

6. Empfehlung fuer A1 Telekom Austria

Konkrete A1-Services fuer MPREIS

A1 Service	Empfohlene Use Cases	Phase	Geschaetztes Volumen
A1 Cloud Services (Azure CSP)	Alle	Phase 1-3	80.000-150.000 EUR p.a. (laufend)
A1 Digital: KI-Beratung & Implementierung	UC-09, UC-05, UC-01, UC-03	Phase 1-2	300.000-500.000 EUR (Projektgeschaeft)
A1 Digital: Data Science as a Service	UC-01, UC-03, UC-04, UC-06	Phase 2-3	150.000-300.000 EUR p.a.
A1 Managed AI Services	UC-09, UC-05, UC-13, UC-01	Ab Phase 2	60.000-120.000 EUR p.a.
A1 IoT Plattform	UC-08, UC-14	Phase 3	50.000-100.000 EUR (Setup + laufend)
A1 Konnektivitaet (Mobilfunk)	UC-09 (MIA-App), UC-08 (IoT)	Laufend	Bestehendes Vertragsvolumen + IoT-SIMs

Partnerschaftsmodell

Empfehlung: „AI Acceleration Partnership“

A1 positioniert sich als langfristiger KI-Partner fuer MPREIS mit einem dreistufigen Modell:

- 1. Einstieg (Q2 2026):** Workshop „KI-Potenzial fuer MPREIS“ – kostenlos/reduziert, als Investition in die Partnerschaft. Praesentation der Top-5-Use-Cases mit konkreten ROI-Zahlen. Entscheidung ueber Quick-Win-Piloten.
- 2. Pilotphase (Q2-Q3 2026):** A1 Digital implementiert UC-09 und UC-05 als erste Pilotprojekte. Klarer Scope, feste Preise, messbarer Erfolg. A1 traegt einen Teil des Risikos: „Wenn der Nutzen nicht messbar ist, reduzieren wir die Rechnung.“
- 3. Skalierung (ab Q4 2026):** Bei nachgewiesenem Erfolg der Quick Wins: Rahmenvertrag fuer Phase 2 und 3. A1 als bevorzugter KI-Partner mit Managed-Service-Vertrag. Langfristiges Umsatzpotenzial: 500.000-1.000.000 EUR p.a.

Erstgesprach-Pitch: 5 Kernaussagen fuer MPREIS

- 1. „Ihre MIA-App ist der perfekte KI-Tueroeffner – in 3 Monaten produktiv, ohne einen Euro Hardware-Invest.“** Die MIA-App mit 76% Adoptionsrate ist ein Asset, das kaum ein anderer oesterreichischer LEH hat. Ein KI-Chatbot fuer 6.000 Mitarbeitende aus 80 Nationen ist kein Zukunftsprojekt, sondern kann mit Azure OpenAI im bestehenden M365-Oekosystem in 8-12 Wochen live sein.
 - 2. „Therese Moelk + KI = ein Wettbewerbsvorteil, den kein SPAR und kein BILLA je kopieren kann.“** Die Eigenproduktion mit 12.000t Backwaren und dem AutomationX MES ist oesterreichweit einzigartig. KI-optimierte Produktionsplanung und Demand Forecasting fuer die Baeckerei sind Use Cases, die nur MPREIS umsetzen kann. A1 hat die Expertise, diese KI-Schicht auf dem bestehenden MES aufzubauen.
 - 3. „Wir wissen, dass nach drei schwierigen Jahren jeder Euro zaehlt – deshalb starten wir mit Quick Wins, nicht mit Millionenprojekten.“** Die ersten beiden Use Cases kosten zusammen unter 100.000 EUR und generieren ab Monat 3 laufenden Nutzen. Die Entscheidung ueber groessere Investments (Demand Forecasting, Produktionsplanung) faellt erst, wenn die Quick Wins ihren Wert bewiesen haben. Kein Risiko, kein langfristiges Lock-in.
 - 4. „SPAR hat 90% Prognosegenauigkeit beim Forecasting – MPREIS hat 0%. Wir schliessen diese Luecke.“** Die Big 4 investieren massiv in KI-gestuetztes Demand Forecasting und Dynamic Pricing. MPREIS hat aktuell keine einzige KI-Initiative. Das Zeitfenster fuer den Einstieg ist jetzt – bevor der Rueckstand zu gross wird. A1 bringt die Azure-ML-Plattform und die Data-Science-Expertise.
 - 5. „Alles baut auf Ihrem bestehenden Microsoft-Oekosystem auf – keine neue Plattform, keine neue Vendor-Entscheidung.“** MPREIS hat bereits in M365, Dynamics NAV und die MIA-App investiert. Alle empfohlenen Use Cases nutzen Azure OpenAI und Azure ML als natuerliche Erweiterung dieses Oekosystems. A1 als Microsoft CSP macht den Einstieg reibungslos – eine Rechnung, ein Ansprechpartner, ein Oekosystem.
-

Anhang: Gesamtuebersicht aller 15 Use Cases

Rang	UC	Name	BI	TM	TtV	RB	SP	Gesamt	Empfohlene Phase
1	UC-09	KI-Chatbot MIA-App (HR Self-Service)	3	5	5	5	4	4,25	Phase 1 (Q2 2026)
2	UC-05	GenAI-Content-Engine Marketing	3	5	5	5	3	4,20	Phase 1 (Q2 2026)
3	UC-01	Demand Forecasting Frischware & Eigenproduktion	5	4	3	3	5	4,10	Phase 1-2 (Q3 2026)
4	UC-03	KI-Produktionsplanung Bäckerei Theres Moelk	5	4	3	3	5	4,10	Phase 2 (Q4 2026)
5	UC-04	Personalisierte App-Angebote & Einkaufs-	4	4	4	3	4	3,85	Phase 1-2 (Q3 2026)

6	UC-08	2S-Intelligentes Marketing	3	3	3	3	3	3,00	Phase 1 (Q2 2026)
7	UC-07	Intelligente Liefer- und Logistik	3	3	3	3	3	3,00	Phase 1 (Q2 2026)

Dokument erstellt: 18. Februar 2026 Klassifikation: Vertraulich - MPREIS Warenvertriebs GmbH Naechster Schritt: MPREIS-A4 (Stakeholder Map) und MPREIS-D1 (Executive Briefing) Quellen: MPREIS-A2 Use Case Scoring, MPREIS-A1 Use Case Ideation, MPREIS-R1 OSINT, MPREIS-R3 IT-Landschaft, MPREIS-R4 Wettbewerbsanalyse, MPREIS-R5 Branchentrends