



Copyright-Hinweis

Bitte beachten Sie, dass die Vortragspräsentation nur für Ihren persönlichen Gebrauch bestimmt ist und nicht vervielfältigt werden darf.

Auf der Suche nach der Einzigartigkeit – Mit KI zu kundenorientierten Produktalternativen

BVM Regionalabend Berlin-Brandenburg | 02.12.2025
Thomas Gruber & Bennet Niederhöfer



Kurzportrait



Führender Drogeriemarkt
u. a. in Deutschland



2.131 Filialen in Deutschland
4.116 Filialen in Europa



Marktpräsenz
in 14 Ländern Europas



60.373 Mitarbeitende in Deutschland
89.197 Mitarbeitende in der dm-Gruppe

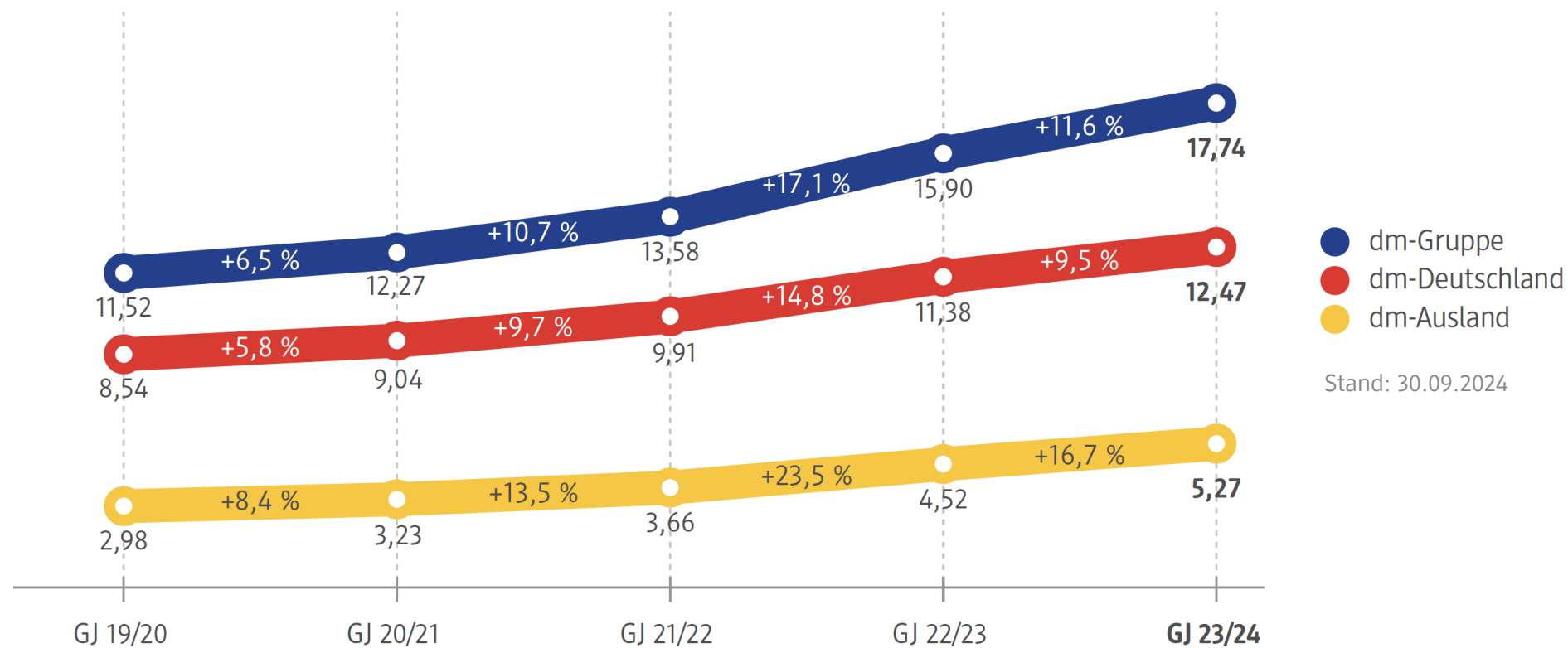


12,47 Mrd. Euro Umsatz im GJ 2023/24
17,74 Mrd. Euro Umsatz in der dm-Gruppe



Zahlen & Fakten

Umsatz in Deutschland und Europa



Herausforderungen bei dm



**Kundenbedürfnisse
umfassend berücksichtigen**



**Dynamische Sortimente
optimieren**



**Regallücken vermeiden
/managen**



Orientierung am Regal erleichtern

Ist ein Produkt im Sortiment EINZIGARTIG, oder lässt es sich durch andere Produkte im Angebot leicht ersetzen?

Einzigartiges Produkt = wenig ersatzbares Produkt

Die Ersetzbarkeit eines Produkts lässt sich mithilfe einer Analyse von Substituten feststellen

Marktforschung bei dm zu Produkt-Substituten

Umfrage-basiert



Shopper nach Produkt
Einzigartigkeit / Ersatzbarkeit
befragen

Data Science



Bon-Daten von Shoppern
analysieren



Von der Textanalyse (Google Word2Vec) von Sätzen...



Search bar containing the text: Berlin hat wie viele

Buttons: X, KI-Modus

- berlin hat wie viele **einwohner**
- berlin hat wie viele **bezirke**
- hat berlin viele **berge**

...zur Substitute-Analyse (Article2Vec) mithilfe von Kassenbons.

Produkt 1

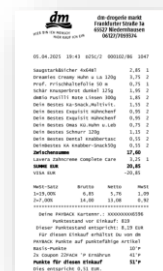
Produkt 2

Produkt 3

Bon 1



Bon 2



Artikel stehen in Beziehung: Komplementäre und Substitute



Komplementäre:

...werden typischerweise **gemeinsam gekauft** und treten deutlich **häufiger als erwartet** in denselben Transaktionen (**Bons**) auf



Substitute:

...sind **ersetzbar** und erscheinen **seltener gemeinsam** in denselben **Bons**. Sie werden meist **im Kontext ähnlicher Komplementärprodukte** gekauft

Beispiel Komplementär-Produkte



Datenbasis

Wird häufig zusammen innerhalb eines Bons gekauft



Interpretation

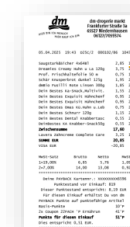
Tempo & Erkältungs Tee werden häufig zusammen gekauft → **Ergänzende Wirkung**

Beispiel Substitut-Produkte



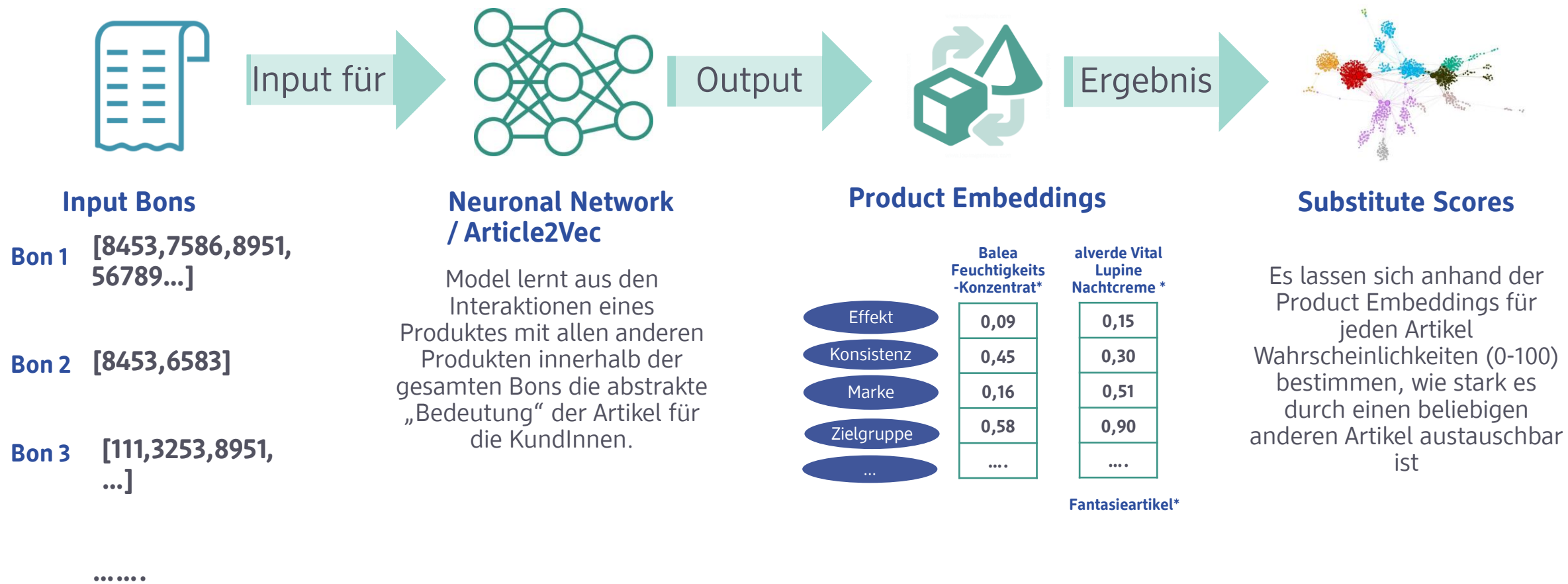
Datenbasis

Überwiegend **ähnlicher Restbon** mit Produkten wie z.B. Tempo



Ist Nasenspray 1 **nicht verfügbar**, greifen die Shopper **eher zu** Meerwasser Nasenspray 2 (und andersherum!)

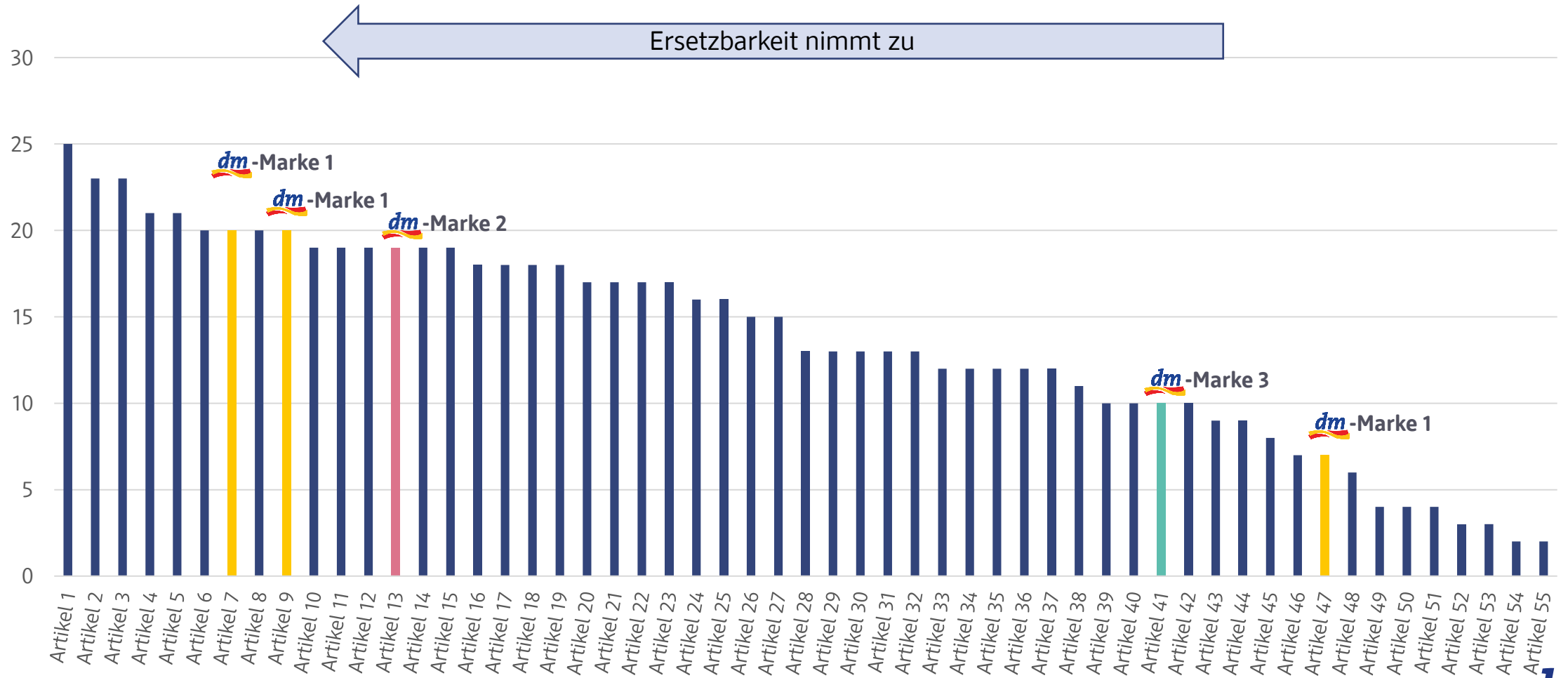
Die neuronalen Netze lernen aus Millionen Kassensbons, wie Produkte aus Kundensicht ausgetauscht werden.



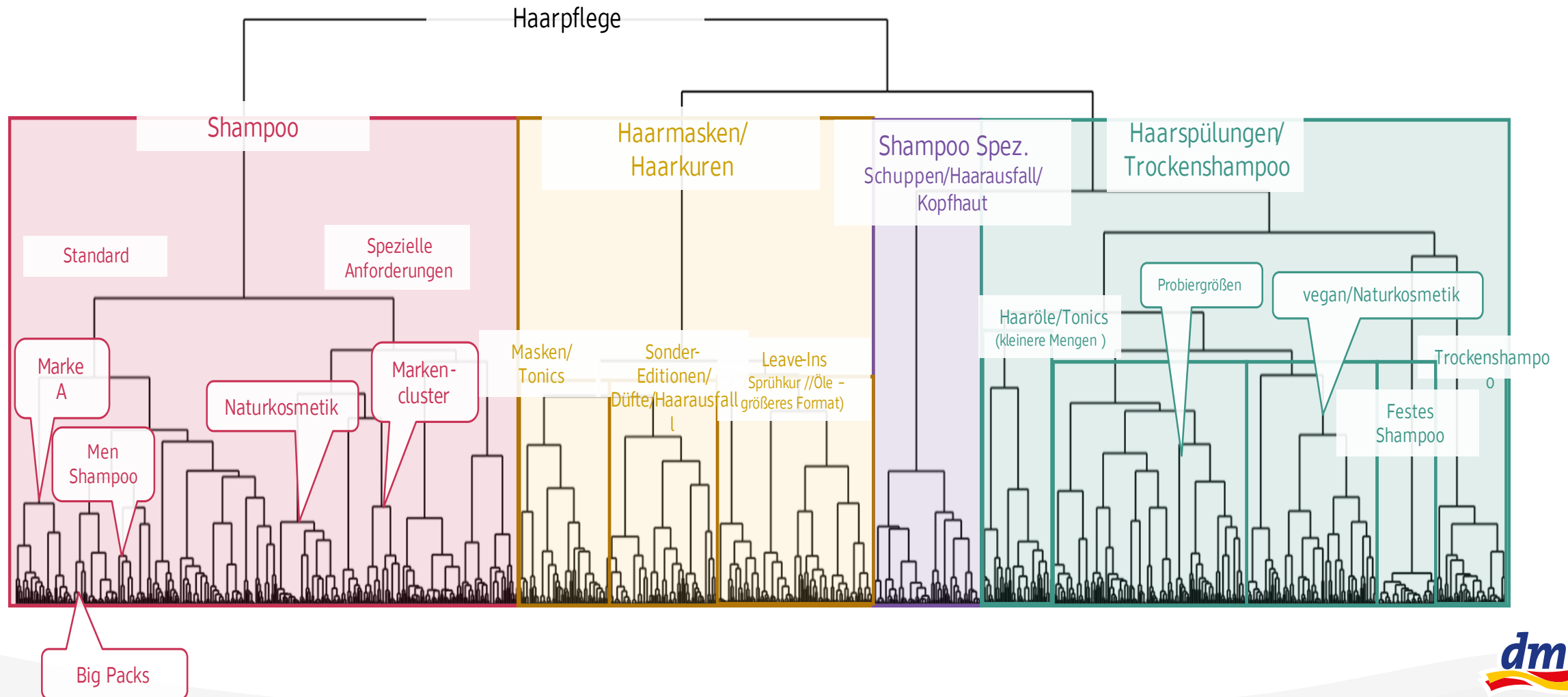


Welche Insights to Action kann man generieren?

Wie ersetzbar sind die Artikel innerhalb ihrer Kategorie?



Wie sehen Shopper das Sortiment am Beispiel Haarpflege?





Ausblick – was kann man noch ergänzen

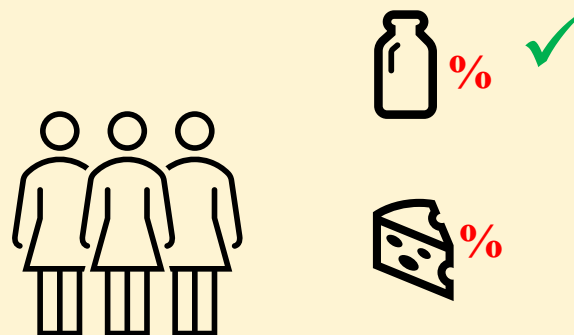
Weitere Anwendungen bei dm

Recommendation/ Bedürfnisveredelung



„Ähnliche Artikel zu Produkt X,
das Sie in der Vergangenheit
gekauft haben“

Couponselektion/ Interesse an ähnlichen Produktkategorien wecken



Couponselektions-
mechanismus verbessern mit
Komplementärprodukten

Prospektoptimierung/ Relevante Produkte darstellen



Handzettel Themen Identifizieren
& bestmögliche Produkte
auswählen

Vielen Dank