



digital talk:

## KI-Trends in der Fashionbranche

30. November 2023

11:00 – 12:00 Uhr

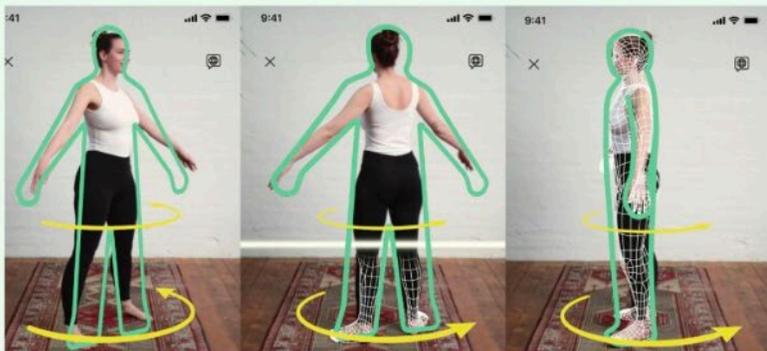
 Jetzt anmelden

 Save the Date



# Wenn die KI das Outfit vorschlägt

Eines der Assets im stationären Modehandel ist die individuelle Beratung von Mensch zu Mensch. Doch die Onliner holen auf. Künstliche Intelligenz hat das Potenzial, die Customer Experience im Netz deutlich zu verbessern.



Beispielsweise: Mit dem Handy zu dreidimensionalen Aufnahmen des eigenen Körpers

Wir sind auf einer Hochzeit in Barcelona eingeladen. Und nun bin ich auf der Suche nach einem Outfit. Was würden Sie empfehlen? Eine Frage, die – so oder so ähnlich – in stationären Modengeschäften immer wieder gestellt wird. Für fachkundige Verkäuferinnen kein Problem. Durch ein paar gezielte Nachfragen zu modischen Vorlieben, dem eigenen Stil, zur Veranstaltung an sich – eher zwanglos oder förmlich? – und eventuell auch nach den Wetterprognosen, werden sie verschiedene Outfits und meist auch die passenden Schuhe und Accessoires vorschlagen.

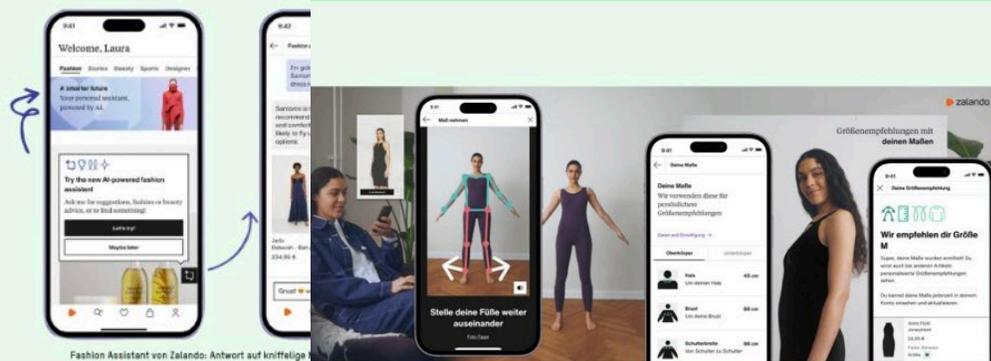
Künftig sollen solche Fragen auch online und mithilfe von Künstlicher Intelligenz beantwortet werden können. Modelhändler experimentieren auf ihren Websites mit entsprechenden Tools, um so die Beratungslücke zum stationären Handel zu schließen. Die Idee gibt es schon länger. Standard jedoch ist das noch nicht. Im vergangenen April hat Zalando die Beta-

Version eines digitalen Fashion Assistant eingeführt, der auf ChatGPT basiert. Inzwischen können auch User in Deutschland und Österreich den KI-Chat nutzen, um Mode-Empfehlungen zu erhalten, aber auch Fragen stellen. Beispielsweise, wie ein Rotweinfleck von einer Bluse entfernt werden kann. Dazu müssen sie nur auf das entsprechende Symbol klicken und ihr Anliegen in das Chatfenster schreiben. Dieses wird dann über eine Schnittstelle an OpenAI weitergeleitet und beantwortet. Das soll einerseits die digitale Customer Experience verbessern, das schnell weitergeholfen wird. Andererseits aber auch Zalando neue Insights bringen. Überraschenderweise würden Kundinnen über dieses Tool oft ein Gefühl beschreiben, das sie gerne hätten, wenn sie sich ein neues Kleidungsstück zulegen, berichtet Tian Su, VP Personalization and Recommendation bei Zalando, auf dem unternehmensinternen Blog. Während der Berliner Online-Riese auf das Sprachmodell von OpenAI vertraut, experi-

mentierte Otto auf seiner Website mit einem KI-Assistenten, der auf PaLM2 beruht, dem Large Language Model (LLM) von Google. Dieses wurde mit eigenen Daten wie Produktbeschreibungen und Kundenbewertungen angereichert. Der Testlauf startete Ende Juli 2023 mit rund 180.000 Artikeln, wobei für jeden mindestens 50 Rezensionen vorliegen mussten, damit die KI aus einer validen Basis für ihre Antworten schöpfen kann.

„Durch den Fokus auf die Produktbewertungen anderer Kunden und Kundinnen kann der KI-Assistent Meinungen sowie Vor- und Nachteile eines Produkts einfach zusammenfassen“, erklärt Olaf Schlüter, Division Manager Product Management Shopping-Plattform bei Otto. Für die User ein klarer Vorteil, müssen sie so nicht selbst hunderte von Bewertungen manuell durchforsten. Schlüter, ein solcher Einsatz von KI hat das Potenzial, unseren Kunden Zeit zu sparen und sie bei der Kaufentscheidung zu unterstützen.“

Foto: Beispielsweise, Zalando, Otto



Fashion Assistant von Zalando: Antwort auf knifflige

Zalando: Mit zwei Fotos zur richtigen Größe.

In einer mehrteiligen Serie beleuchten wir die Facetten von KI und ihre Einsatzmöglichkeiten in der Modebranche. Der Autor Hermut von Rinsum ist Journalist, Berater und Blogger. Sein Fokus: Rechtsfragen und KI-Guidelines. Bisher erschienen: „Angespielter KI“ über feste Unternehmensregeln für den Einsatz von KI (TW 31), „Wenn die KI den Rohretrag pusht“ über die Optimierung von Prozessen (TW 35), „Optimiert“ über KI in der Logistik (TW 40), „Drei Millionen Bilder – jeden Tag“ über Designsätze mit Künstlicher Intelligenz (TW 48).

das Antworten, die auf maschinellem Lernen basieren, immer subjektiv, manchmal

## BUSINESS Künstliche Intelligenz

Chats dazu bei, die Kundenzufriedenheit zu steigern und die Retourenquoten zu verringern, sagt Schlüter von Otto. Eine verlockende Win-Win-Situation also. Der Kunde hat mehr Spaß beim Onlineshopping und der Fashion-Händler senkt seine Kosten, weil weniger Ware an ihn zurückgeschickt wird.

Auf diesen Doppelpfeil setzen auch zahlreiche Start-ups, die sich mit ihren Business-Ideen zwischen Hersteller, Händler und Kunden schieben. Sie bieten KI-basierte Tools für die Größenberatung, für personalisierte Produktempfehlungen oder andere interaktive Features an. Eines dieser Start-ups ist Inspira aus Potsdam. Auf seiner Website verspricht das Unternehmen, Chatbot-Technologien mit dem digitalisierten Modewesen von mehr als hundert Stylisten und den Daten von Tausenden Beratungschats zu verschmelzen

ten und aktuelle Branchenentwicklungen, ein Geschäftsführer Willi Ibbeken. Inspira arbeitet eigenen Angaben zufolge mit einer Vielzahl von großen Modehäusern zusammen. Namen will man aber nicht nennen. Der Grund: Die meisten würden die KI-Lösungen als White Label Produkte in ihre Shops integrieren und eigenständig als Teil ihres Angebots bewerben.

Ein **Empfehlungs-Tool**, das weit über das Modell „Andere-Kunden kaufen auch“ hinausgeht, ist Picalike. Die Software-Entwickler aus Hamburg bieten eine Künstliche Intelligenz an, die jedes Produkt, das sich die User in einem Online-Shop ansehen, in zahlreiche Attribute auflöst und daraus Ähnlichkeiten mit anderen Produkten herleitet. Die KI namens „Complete the Look“ (CTL) zeigt den Shoppers also auch Produkte aus anderen Kategorien, die genau dazu passen. Zu den Kunden zählen Modelhändler wie Eckerle, Hirmer, die Witt-Gruppe und Goffino.

„Die Geschäftsidee ist, dem Kunden ein Ein-

kaufserlebnis zu schenken, das ähnlich einem Besuch in einem stationären Geschäft ist“, erläutert Sebastian Kielmann, CEO von Picalike. Markenpräferenzen, Gewicht sowie Körpergröße und -form individuelle Größenempfehlungen ausspricht. Das Unternehmen wurde im März 2023 von Soap, der Muttergesellschaft der Social-Media-Plattform Snapchat übernommen, spielt in deren Überlegungen offenbar seit kurzem aber keine Rolle mehr. Die Zukunft von Fit Analytics ist damit ungewiss.

Dennoch haben Tools, die wie eine personalisierte virtuelle Umkleidekabine, viel Potenzial. Zalando führte im Juli ein Feature ein, das auf Basis von zwei Fotos in eng anliegender Kleidung die Körpermaße ermittelt und hilft, online die passende Größe zu finden. Es sei frustrierend, auf einen Artikel zu warten und dann festzustellen, dass er nicht passt, so Stacia Carr, VP Size & Fit bei Zalando. Mit der Einführung der Größenempfehlungen auf Basis von Körpermaßen helfe der Online-Händler, eines der größten Branchenprobleme zu lösen.

Phlipp Derksen, Gründer und Product Owner von Vvinn. Damit sei die KI vor allem für die Mode- und Designbranche geeignet. Denn sie helfe, Dinge zu finden, die man nicht genau beschreiben kann. Derksen: „Dank eines scharfen Auges für Stil findet unsere KI die passende Jeans, auch wenn die gesuchte schon ausverkauft ist.“ Künstliche Intelligenz ist also auf dem besten Weg, so versiert zu werden wie erfahrene Verkäuferinnen und Verkäufer im Laden. Ein Schwachpunkt dabei bleibt allerdings der Griff zur richtigen Größe. Während im stationären Geschäft in Umkleidekabinen einfach anprobiert werden kann, hat sich im Online-Handel eine eher umständliche, vergleichsweise teure und Ressourcen aufwendige Vorgehensweise durchgesetzt: Die Käufer bestellen mehrere Artikel, probieren sie zu Hause an und schicken dann das meiste wieder zurück.

**Große Hoffnungen ruhen** deshalb auf Fit-Finder-Lösungen, die mithilfe von Künstlicher Intelligenz digitale Größenbera-



Olaf Schlüter, Division Manager Product Management Shopping-Plattform bei Otto: „KI unterstützt bei Kaufentscheidungen.“



Entscheidungshilfe: In Chat mit der KI.

Ein noch genaueres Bild der Größe versprechen derzeit 3D-Körper-Scans. Start-ups wie Beaswear aus Konstanz oder Sizekick aus München bieten hier Lösungen an, mit denen über Handy-Aufnahmen eine dreidimensionale Aufnahme kreiert wird. Dazu muss der Kunde das Smartphone vor sich aufstellen und dann in einem bestimmten Bewegungsablauf Aufnahmen von sich machen. Die KI im Hintergrund errechnet daraus ein genaues Abbild des Körpers.

**Wenn E-Shops das Tool von Beaswear** über eine Schnittstelle integrieren, können die Konfektionsgrößen sofort miteinander abgeglichen werden. Man wolle ein „magisches“ Einkaufserlebnis bieten, das Verbraucher und Verbraucherinnen in die Lage versetzt, mit ihrem eigenen Körperdaten eine fundierte Kaufentscheidung zu treffen, so Geschäftsführerin Verena Ziegler. Im Moment entwickelt Beaswear einen sogenannten „Virtual Try-On“ für Shops. Eine KI soll 2D-Bilder von Kleidungsgutachten in 3D-Bilder umwandeln, die Kunden dann

virtuell tragen können. Sie sehen sich in den Bekleidungsartikeln, die sie vielleicht kaufen möchten. User können also nicht nur auf die passende Mode zugreifen, sondern gleich auch testen, wie sie ihnen stehen würde.

**Wenn das alles funktioniert**, sind in der Modebranche weitere Zukunftsprojekte vorstellbar: Denn dann könnten Kunden ihre Körpermaße künftig mit dem Smartphone erfassen und sich bei Unternehmen Kleidungsstücke maßgeschneidert anfertigen lassen, ohne einen Laden aufzusuchen. Für Verena Ziegler liegt hier für den Mittelstand viel Zukunftspotenzial. Solche On-Demand-Factories könnten ein Meilenstein sein, wenn es um Mode geht.

Ziegler: „Sie wird zu einem transformierten Handwerk 4.0, das Arbeitsplätze schafft und zu konkurrenzfähigen Preisen passgenaue und bedarfsgerechte Mode produziert.“ ■

ANZEIGE

**PÂTISSERIE DU CHEF**  
YOUR FOOD TO BELIEVE

**Genuss zum Mitnehmen:  
Drei neue To-Go-Kuchen**

**NEU**

Vandemoortele  
PROFESSIONNELS

Home / Märkte / News

EIN JAHR CHATGPT

## Wo die KI heute schon überall mitredet

von Helmut van Rinsum, Christian Funk, dpa, Emmelle Öden und Jan Paul Stich - Montag, 04. Dezember 2023

ANZEIGE

Forum der  
Fleischwirtschaft  
Tickets sichern

11/12. SEPTEMBER 2024  
QUAKENBRÜCK  
Haltungskennzeichnung  
Erzeugung • Verarbeitung • Vermarktung

allgemeine  
Fleischer zählung  
**FLEISCHWIRTSCHAFT**



IMAGO / ZOONAR

Vom Dorf-Gasthaus bis zum Branchen-Primus experimentieren heute alle mit künstlicher Intelligenz.

E-Mail

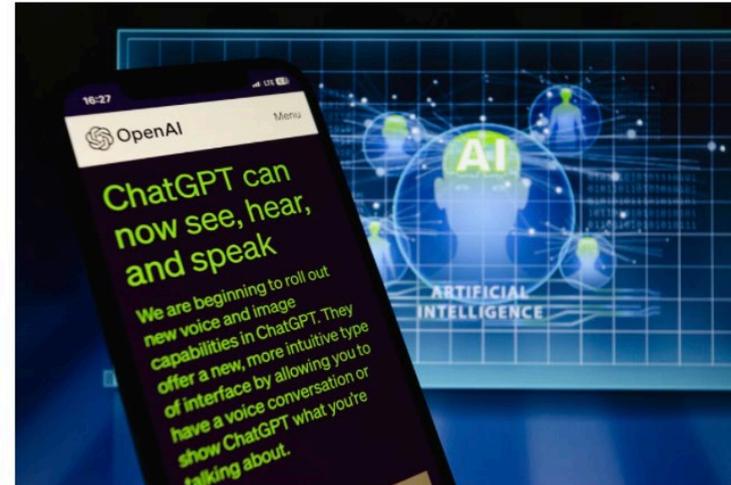


Home | Beiträge | Jobs | Kontak

**Karrierethemen**

[Alle Beiträge ansehen](#)

[Zurück zur Startseite](#)



Copyright: Imago Images/AndresMxChangx

### KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

## Ein Jahr ChatGPT: die disruptive Kraft einer KI

Am 30. November 2022 machte OpenAI seinen Chatbot „ChatGPT“ der Öffentlichkeit zugänglich. Das hat die Wahrnehmung und Nutzung von KI grundlegend verändert

Helmut van Rinsum

Der Autor ist Fachjournalist rund um das Thema "Künstliche Intelligenz". Mit seinen Beiträgen beliefert er verschiedene Redaktionen der dfv Mediengruppe, zu der auch Career Pioneer zählt.

Weitere Beiträge



Kein Employer Branding ohne Teamwork

26. April 2024

[Weiterlesen >](#)



Millennials unter Druck zwischen Kindern und

Anzeige

Home > Planung-Analyse > Nachrichten

10 TRENDS ZU KÜNSTLICHER INTELLIGENZ

## 2024: Das Jahr, in dem Generative KI normal wird

von Helmut van Rinsum

Montag, 08. Januar 2024



KI ist gekommen, um zu bleiben

2023 kann als das Jahr gelten, das Künstlicher Intelligenz auf breiter Ebene zum Durchbruch verholfen hat. ChatGPT führte zu einem völlig neuen Bewusstsein gegenüber der Technologie, die bislang nur ein Fall für IT-Nerds war. Plötzlich wurde allen klar, zu welchen Leistungen Generative KI fähig ist. Millionen Menschen befassten sich damit, Unternehmen integrierten entsprechende Tools in ihre Abläufe, jede Woche kamen neue Anwendungen auf den Markt. Doch wie wird sich Künstliche Intelligenz im Jahr 2024 entwickeln? Wird die Euphorie anhalten oder macht sich Ernüchterung breit? Wir haben uns unter KI-Expertinnen und Experten umgehört und daraus zehn wichtige Trends abgeleitet.



Die Quelle zuverlässiger Daten

Erhalten Sie die Insights, die Sie suchen - vom auftragsorientierten Panel

Mehr

norstat



EU AI Act spielt eine Rolle

## Das sind die zehn KI-Trends für 2024

von Helmut van Rinsum | Dienstag, 02. Januar 2024

E-Mail



### Meistgelesen

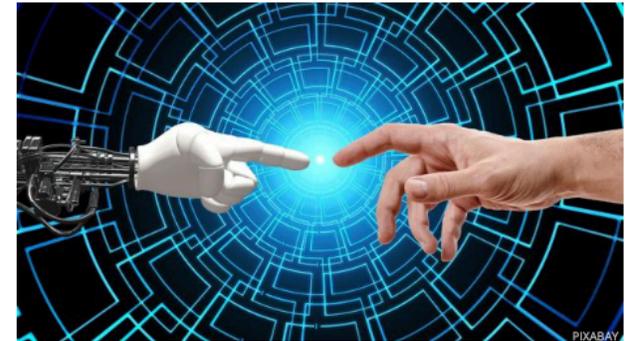
**Pakete fürs Reisebüro (exklusiv)** (2)  
Eurowings Holidays kooperiert mit Dertour

**Iberostar Hotels & Resorts**  
Selection Creta Marine feiert Wiedereröffnung

**Leiter Außendienst**  
Jens Horbach heuert bei TUI Franchise an

**Jahresbilanz 2023**  
Flughafen BER erleidet neunstelligen Jahresverlust

**Kulturhauptstädte**  
Auf zu Italiens unentdeckten Juwelen



Im Bereich der KI gibt es ein hohes Entwicklungstempo.

Das Jahr 2023 war das Jahr der generativen KI. Was folgt 2024? Welche Entwicklung wird künstliche Intelligenz vollziehen? Ein Ausblick.

Im Rückblick könnte 2023 als das Jahr gelten, das künstlicher Intelligenz auf breiter Ebene zum Durchbruch verholfen hat. Die Veröffentlichung von Chat GPT führte zu einem völlig neuen Bewusstsein gegenüber der Technik, die bislang nur ein Fall für IT-Nerds war. Plötzlich wurde allen klar, zu welchen Leistungen generative KI fähig ist. Millionen Menschen befassten sich damit, Unternehmen integrierten entsprechende Tools in ihre Abläufe, jede Woche kamen neue Anwendungen auf den Markt.

Anzeige



### Mallorca zum Träumen

Die **Zafiro Boutique Collection** hat stillvollen Nachwuchs bekommen: das Agrotourismus-Hotel Son Sabater by Zafiro – vier Sterne mit ländlichem Charme. **Jetzt entdecken!**

Künstliche Intelligenz

## Bot nennt die Zeiten des Buffets



KI in der Eventbranche. Dieses Bild wurde von DALL-E

# HORIZONT

MEDIEN MARKETING AGENTUREN **DIGITAL** PODCAST  

Home > Digital > News

 **EVENTBRANCHE**

## So verändert Künstliche Intelligenz das Event-Business

Von Helmut van Rinsum

Dienstag, 19. März 2024

8/25 ja Graf KI Vienna House Unsere Events News Vertrauen Martin K.W. Schweer Minor Hotels Neue Hotels Das

Anzeige

mehr aufmerksamkeit - mehr wirkung!



**singlespots**

jetzt anfragen!



**kronerhit**



Dieses Bild wurde von Dall-E erstellt (Prompts: Plazz AG).

---

Herausforderungen  
in der Recherche

## Börsennotierte Unternehmen

---

Zahlreiche Start-ups

---

International aufgestellt

---

Fachwelt mit eigenen Codes

---

Seit 2023: Tausende an KI-Experten

---



**Prof. Dr. Verena Rock MRICS** · 2.  
 Professorin, Beirätin, Aufsichtsrätin  
 1 Woche · 🌐

+ Folge

! Interaktives Panel: KI - Chancen und Herausforderungen  
 📌 Wie verändern sich Aufgaben und Anforderungen in  
 immobilienwirtschaftlichen Jobs durch #ki ? ... mehr anzeigen



**digital workshop: EU AI Act**

25. Juni 2024  
 10:00 – 11:30 Uhr

**Prompt Battle**

[KI, jetzt mal live und in Farbe - Agentur-Experten im Wettbewerb](#)

Vier Top-Agenturen sind bereit: Ein kurzes Briefing über Auftrag und Thema bekommen sie kurz vor Mittag auf unserer Bühne, 3,5 Stunden später präsentieren sie ihre KI-unterstützten Kampagnen.

Unser Publikum entscheidet: Wer gewinnt den Prompt Battle?

**Eröffnung Begrüßung:**

[Jicky von Bechtolsheim](#), COOH, WallDecaux

[Bernd Rabsahl](#), Geschäftsführer, IT WORKS

[Helmut van Rinsum](#), Fachjournalist

**Mit dabei sind:**

[Robert Andersen](#), Creative Services Director Live & breathe creativity,  
 Jung von Matt CREATORS

[Bastian Goldschmidt](#), Managing Partner/Chief Strategy Officer, Grabarz & Partner

[Michael Schlykow](#), CDO & Board Member, häppy

[Paulina Schumann](#), Co-Founderin, charles & charlotte

**Moderation:**

[Helmut van Rinsum](#), Fachjournalist

powered by





Helmut van Rinsum

Teams / dfv

[hvr@hotmail.de](mailto:hvr@hotmail.de)

0175 / 590 6133

089 / 741 60 554

LinkedIn

**Vielen Dank!**

**Fragen? Anregungen? Verbesserungsvorschläge?**