

Eine KI sagt mehr als 1.000 Worte

Automatisierungspotenziale bei Produktbeschreibungen

Eine Handlung gehört zum Einkaufen einfach dazu: Die Ware in die Hand nehmen, um die Qualität zu erfassen. Sei es Material, Gewicht oder Beschaffenheit, sei es ein Pullover, eine Küchenmaschine oder ein Stück Obst. Dieser sinnliche Eindruck beeinflusst viele Kaufentscheidungen. Er ist etwas, das Unternehmen in der Welt von Online-Shops und digitalen Produkten nur schwer vermitteln können. Umso wichtiger sind für Konsumenten passende Fotos und Produktbeschreibungen. Sie ersetzen die Möglichkeit des Erfahrens, sie helfen beim Einschätzen von Angeboten und erleichtern das Vergleichen.

Handelsunternehmen beschäftigen Heerscharen von Mitarbeitern damit, Beschreibungen und Daten in Produktinformationssystemen (PIM) sauber zu erfassen. Sie prüfen die Angaben auf Widersprüche und Vollständigkeit, sie halten die Daten aktuell. Eine Sisypusarbeit für die Beteiligten. Dabei sind korrekte Angaben über Produkte für Unternehmen von Bedeutung. Nicht nur für das Käuferlebnis und die Kundenkommunikation, sondern auch für das Steuern interner Prozesse. Einkauf, Vertrieb, Logistik oder Kundenservice sind darauf angewiesen, ihre Abläufe auf der Grundlage richtiger Informationen zu steuern.

Immer breitere und tiefere Sortimente, immer mehr Produktvariationen verschärfen die Situation. Allen Bestrebungen zum Automatisieren von Prozessen zum Trotz: Geht es um Produktinformationen und -beschreibungen, ist viel Handarbeit gefragt. Bis jetzt zumindest. Inzwischen haben Künstliche-Intelligenz (KI)-basierte Systeme einen Reifegrad erreicht, der sie zu einem interessanten Werkzeug für Handelsunternehmen macht. Die entscheidende Rolle dabei spielt ihre Fähigkeit zum Umgang mit Bildern und Texten. Wenn die Experten sie richtig trainieren und in die vorhandenen Prozesse einbinden, leisten sie einen Beitrag beim Erstellen von Inhalten.

Aus der Forschung in den Handel

Über das, was KI genau ist, gehen die Meinungen auseinander. Für diesen Beitrag reicht eine pragmatische Definition von Andreas Wichert über Künstliche Intelligenz: KI ist in ein



Teilgebiet der Informatik, das sich mit der Erforschung von Mechanismen des intelligenten menschlichen Verhaltens befasst. Wenn gesprochene Sprache in Text übertragen wird, wenn ein Chatbot auf einer Website eine Kundenanfrage beantwortet oder ein Bildererkennungssystem Gegenstände auf Fotos markiert, arbeiten im Hintergrund KI-Technologien.

In den vergangenen Jahren haben Forscher dank des sogenannten Machine-Learning (ML)-Verfahrens bis vor Kurzem kaum vorstellbare Durchbrüche erzielt. Dahinter verbirgt sich die Fähigkeit eines Systems, das Durchführen von Aufgabe mittels gewonnener Erfahrungen selbstständig zu verbessern. Zwei typische Einsatzszenarien sind der Umgang mit Texten – in gesprochener oder geschriebener Form – und das Erkennen von Bildinhalten. Textanalysewerkzeuge ermitteln mithilfe von maschinellen Lernverfahren das Thema eines Textes. KI-Anwendungen fassen Inhalte aus beliebigen Quellen zusammen und bereiten diese auf. Das System erkennt relevante Informationen, analysiert diese, identifiziert Zusammenhänge und Dubletten, beispielsweise ähnliche Angaben unterschiedlicher Herkunft. So lässt sich das Erstellen von Inhalten und die Qualitätskontrolle zumindest in Teilen automatisieren.

Ähnliche Ansätze ergeben sich aus dem maschinellen Sehen, dem automatischen Erkennen von Objekten und Situationen aus Bildern. Diese erlaubt es KIs, den Inhalt von Bildern zu verstehen. Ob das Werkzeug auf dem Bild ein Schlitzschraubendreher, Kreuzschlitzschraubendreher oder Sechskantschraubendreher ist: Die Systeme erkennen mit großer Zuverlässigkeit das, was ihnen gezeigt wird. Und selbst bei komplizierten

Herausforderungen, beispielsweise im medizinischen Bereich, übertrifft ihre Genauigkeit inzwischen die von Menschen. Diese Fähigkeiten – der Umgang mit Texten und Bildern – machen KI-Lösungen interessant für den Einsatz rund um das Erstellen von Produktinformationen.

Texten und texten lassen

An vielen Stellen der Arbeitsabläufe unterstützen geschulte Anwendungen die Redakteure. Beispielsweise wenn es um das Aufbereiten von Informationen geht. Ob Hersteller, Bewertungsportal oder eigener Webshop: Produktbeschreibungen stammen aus verschiedenen Quellen. Mal sind es eher technische Daten wie Größe, Gewicht oder Material, mal Erläuterungen zu Einsatzzwecken oder Anwendungstests. Will ein Handelsunternehmen plastische und ansprechende Angaben für die eigenen Zwecke nutzen, müssen die Mitarbeiter diese Informationsbausteine zu einem ganzheitlichen Bild zusammenfügen. KI-basierte Textanalysewerkzeuge assistieren dabei. Sie filtern aus den vorhandenen Informationen die Angaben heraus, die als Standard definiert sind. Dabei arbeiten sie sowohl mit strukturierten Informationen wie Datenblättern als auch unstrukturierten, beispielsweise Angaben in Freitextfeldern. Auf diese Weise müssen Experten Angaben nicht mühsam eigenständig recherchieren. Sie arbeiten mit den von der KI-Anwendung vorqualifizierten und vorbereiteten Daten weiter. So fallen Ungereimtheiten in den Angaben auf.

Spricht der Hersteller bei einem Pullover von Wolle-Synthetik-Mischgewebe aber drei Kundenrezensionen loben die Qualität der 100 Prozent Merinowolle, prüfen die Verantwort-

lichen die Faktenlage. So verhindern sie nicht nur die Fehlinformation von Interessenten und Kunden, sondern dies verbessert auch interne Prozesse wie Einkauf oder Logistik. Die Mitarbeiter in diesen Bereichen können sich sicher sein, in ihren Abläufen mit korrekten Daten zu arbeiten. Entsprechend trainierte KI-Lösungen bereiten das Erstellen von Texten nicht nur vor. Sie übernehmen zumindest Teile des Schreibprozesses direkt mit. Die Basis dafür sind Einträge in Datenbanken. Diese kombiniert das System mit erlernten beziehungsweise vorgegebenen Textbausteinen. Aus den Angaben zu Gewicht, Größe und Fassungsvermögen eines Rucksacks beispielsweise erstellt die Anwendung Kurzbeschreibungen über den Einsatz für Wanderer. Diese Beschreibungen können eine KI in unterschiedlichen inhaltlichen Varianten aufbereiten. Sie spricht den Wochenendgelegheitswanderer im Sauerland anders an als den Outdoor-Enthusiasten, der einen Kanada-Trip vorbereitet. Auf diese Weise entstehen neue Inhalte, die die Verantwortlichen für die Kommunikation nutzen. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund von immer mehr Produktvarianten ein interessantes Einsatzgebiet. Die KI-Anwendung formuliert auch die 1.000ste Beschreibung genauso gewissenhaft wie die erste. Ähnliche Einsatzgebiete ergeben sich aus dem Erkennen von Bildinhalten. Eine KI-Anwendung identifiziert auf Fotos Gegenstände und Personen, sie markiert und beschreibt diese. Auf dieser Grundlage binden die Mitarbeiter Bildmaterial einfacher in die Kommunikation ein, beispielsweise in Form automatisch erstellter Beschreibungen.

Fazit

Die Ausführungen zeigen: KI-Lösungen bringen das Potenzial mit, bestehende Prozesse beim Entwickeln von Produktbeschreibungen zu verbessern. Oder sie ermöglichen neue Abläufe, beispielsweise das automatisierte Erstellen von passgenauen Inhalten für Mikro-Zielgruppen. Einige der Technologien stehen noch in der frühen Phase der Entwicklung, noch passen nicht alle Ergebnisse exakt. Aber die Entwicklung ist zu erkennen. Menschliche Redakteure werden in Zukunft immer enger mit KI-gestützten Systemen zusammenarbeiten. Die Verantwortlichen sollten jetzt die

Basis dafür schaffen. Es gilt, passende Technologien aufzubauen, Prozesse zu entwickeln und die Mitarbeiter zu schulen und vorzubereiten. So aufgestellt profitieren Unternehmen und Kunden von besseren Informationen. Und Mitarbeiter von besseren Abläufen. ■



Der Autor:

Marcus Groß

Wirtschaftsmathematiker, Senior Business Developer für den Handel bei adesso



AI applications

In retail companies, numerous employees are engaged in the clean recording of descriptions and data in product information systems (PIM). They check, supplement and update information. Correct information is not only relevant for communication with customers, but also for controlling processes such as purchasing, sales, logistics or customer service.

AI applications support the entire process and reduce the workload of editors. For example, they automatically filter out information from various sources such as manufacturers, rating portals or their own web shop. They analyse the data and compare contents. They work with both structured information such as data sheets and unstructured informa-

tion, such as information in free text fields. Experts do not have to research the information on their own. They continue working with the data qualified and prepared by the AI application. Correspondingly trained AI solutions not only prepare the writing of texts. They take over at least parts of the writing process directly. The system combines information from databases with learned or predefined text modules. Similar operational areas result from the recognition of image contents. An AI application identifies objects and persons on photos, marks and describes them. On this basis, the employees integrate image material more easily into the communication, for example in the form of automatically generated descriptions. ■