

Magazin Standortpolitik Digitalisierung

wirtschaft

IHK-Magazin



Persönliche Beratung – digitalisierte Prozesse schaffen den Freiraum dafür

© Gorodenkoff/Adobe Stock



Gefällt mir 1



Standortpolitik

Aus- & Fort-
bildung

Berufszugang

Mehr Zeit für die Kunden

Handel ist Wandel – und digitale Innovationen gehören dazu. Welche Themen derzeit für Mittelständler relevant

sind und wie sie ihre Konzepte erfolgreich umsetzen.

Von Eva Elisabeth Ernst, IHK-Magazin 3/2026

Braucht Basilikum im Topf einen sonnigen Platz? Wie oft muss es gegossen werden? Soll man einzelne Blättchen ernten oder ganze Stiele? Im Kiefl Gartencenter in Gauting beantworten seit Februar 2025 nicht mehr nur die Mitarbeitenden solche Fragen, sondern auch der KI-Chatbot Plantfinder.

Zum ersten Mal kam der Plantfinder bei den „Urban Gardeners“ im Münchner Rathaus zum Einsatz. Im Rahmen des Förderprojekts „Future Retail Store“ der Rid Stiftung für den bayerischen Einzelhandel betrieben dort die Brüder **Jakob Kiefl** und **Valentin Kiefl** 2024 ein halbes Jahr lang ein Gartencenter mitten in der Stadt. Damals erfolgte die Eingabe der Fragen noch über ein Display.

„Gemeinsam mit Experten und Expertinnen des Fraunhofer-Instituts für Integrierte Schaltungen IIS habe ich den Plantfinder nach der Schließung des Pop-up-Stores weiterentwickelt“, sagt Valentin Kiefl (29), studierter Betriebswirt und Medieninformatiker.

„Durch die Integration eines

KI-Sprachassistenten kann man jetzt ganz normal mit ihm sprechen.“ Das sei



© Jan Schmiedel

Im Pop-up-Store 2024 im Münchener Rathaus kam der Plantfinder erstmals zum Einsatz

für die Nutzer einfacher und fühle sich natürlicher an als die Kommunikation über ein Touchdisplay.

Digitaler Pflanzenexperte

Seither können sich die Kunden im Gautinger Gartencenter mit einer künstlichen Intelligenz über die Bedürfnisse und Anforderungen der Pflanzenwelt unterhalten. „Wir haben die KI so gelenkt, dass sich die Gespräche tatsächlich nur um Pflanzen drehen“, sagt Kiefl. Derzeit werde noch getestet, ob der Plantfinder auch beantworten kann, wo bestimmte Pflanzen und Produkte im weitläufigen Gartencenter zu finden sind. „Auf den Meter genau funktioniert das noch nicht“, sagt Kiefl. „Aber den Weg in die richtigen Sektionen sowie zu allgemeinen Orten wie Toiletten oder Café kann der Plantfinder schon mitteilen.“

Ein Ziel der Neuerungen: Das Unternehmen will die Mitarbeitenden entlasten. „Damit sie mehr Zeit für komplexere Beratungen und Kundenfragen haben“, betont der Unternehmer. „Einsparen wollen wir niemanden. In unserer Branche herrscht ohnehin Fachkräftemangel.“



© Rid Stiftung

Will Mitarbeiter durch KI entlasten, nicht einsparen: Valentin Kiefl, Urban Gardeners, 2024 im Gartencenter, damals noch in Münchens Mitte

Genauso wichtig sind dem Betrieb Kundenservice und -erlebnis. Denn das Familienunternehmen, in dem sich Jakob und Valentin Kiefl gerade auf den

Generationswechsel vorbereiten, positioniert sich nicht nur als Gartencenter, sondern als Erlebnisdestination und veranstaltet laufend Events und Aktionen für alle Altersgruppen.

Smart, serviceorientiert, kundennah

Ob digitale Einkaufsassistenten wie der Plantfinder, smarte Läden ohne Kassen oder nachhaltige Geschäftsmodelle – „die Verbindung von Technologie, Service und Kundennähe wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor für den mittelständischen Einzelhandel“, sagt **Peter Groten**, Handelsexperte der IHK für München und Oberbayern. Die Branche steckt mitten in einem tiefgreifenden Wandel. Das Konsumentenverhalten verändert sich stetig, der Wettbewerb ist intensiv. Zusätzlich fordern Digitalisierung und Fachkräftemangel die Unternehmen. Innovationen können hier helfen, die veränderten Kundenbedürfnisse zu erfüllen, Prozesse zu optimieren und zukunftsfähig zu bleiben.

Ein technologisch und organisatorisch modernes Unternehmen entwickle tradierte Ansätze laufend weiter, sagt **Klaus Gutknecht** (61), Gründer und Partner der E-Commerce- und Digitalberatung elaboratum GmbH sowie Professor für Handels-, Dienstleistungs- und Electronic-Marketing an der HM Business School – Hoch-



schule München. Das gelte im Hinblick auf Arbeitszeiten und Personalführung, für die Sortimente und natürlich auch für die technologische Infrastruktur.

© elaboratum

„Auch Unternehmen mit geringem E-Commerce-Anteil sollten den digitalen Kundendialog stärken.“ Klaus Gutknecht, Partner elaboratum

Personal und Kosten KI-gestützt steuern

Mittelständische Einzelhandelsunternehmen sollten beim Thema Innovationen vor allem 2 Bereiche im Blick behalten, empfiehlt der Experte: die Sortimentssteuerung mithilfe von Warenwirtschaftssystemen sowie den 2. großen Kostenfaktor, die Personalsteuerung. Diese kann von einer intelligenten Personaleinsatzplanung unterstützt werden. Dabei helfen auch KI-Anwendungen und -Prognosemodelle → [siehe Artikel „Expertentipps“](#) .

Modern gestaltete Verkaufsflächen unter Einbeziehung neuer Display-Technologien sowie systematische Kommunikationskampagnen, die dafür sorgen, dass Kunden in den Laden kommen, sind für Gutknecht weitere Teilbereiche für Innovationen. „Und natürlich gibt es noch den Themenkreis Omnichannel. Auch Handelsunternehmen mit geringem E-Commerce-Anteil sollten den digitalen Kundendialog über Onlinekanäle stärken und die Kundenbindung über Social Media und Kundenbeziehungsmanagement ausbauen.“

Der Einsatz von Robotern, so der Experte weiter, eröffne im Einzelhandel zwar durchaus Chancen. Er erfordere aber, dass Firmen ihr Verkaufspersonal sorgsam einbinden und ihr Geschäftsmodell anpassen.

Etabliert haben sich in den vergangenen Jahren Self-Checkout-Systeme, also Terminals, an denen Kunden ihre Einkäufe bargeldlos in Selbstbedienung bezahlen. Sie kommen vor allem im Lebensmitteleinzelhandel zum

Einsatz. „Bei beratungsintensiven Sortimenten sind sie eher weniger relevant“, so Gutknecht.

Aktionismus ist beim Thema Innovationen genauso wenig sinnvoll wie das Ignorieren von Trends und neuen Technologien. Bevor ein Unternehmen in digitale Lösungen investiert, sollte es die Prozesse im Betrieb gründlich analysieren, rät Experte Gutknecht. „IT-Systeme entfalten dann ihren größten wirtschaftlichen Beitrag, wenn sie auf der Basis effizienter Prozesse eingeführt werden und diese unterstützen.“

Im Hintergrund automatisiert

Hier setzt auch **Maximilian Perez** (39) an. Er ist bei der Rid Stiftung für die Innovationsförderung zuständig und sieht das größte Potenzial im mittelständischen Einzelhandel bei der Automatisierung von Hintergrundprozessen. „Damit lässt sich viel Zeit sparen, die für die Kundenberatung oder die Inszenierung von Ladenflächen genutzt werden kann“, sagt der promovierte Wirtschaftsinformatiker.

Häufig handle es sich dabei um schrittweise, aufeinander aufbauende Prozessverbesserungen. „Das ist nicht immer sexy, aber sinnvoll.“ Bei digitalen Innovationen seien saubere Datengrundlagen, ordentliche IT-Infrastruktur und Schnittstellen der vorhandenen Systeme entscheidend für den Erfolg.

Mittelstand experimentierfreudig

Die Bereitschaft, den Handel mit neuen Ideen weiterzuentwickeln, ist jedenfalls vorhanden. „Unsere Erfahrungen zeigen, dass mittelständische Einzelhändler durchaus neugierig sind und gern neue Sachen ausprobieren“, sagt

Perez. Für das Förderprojekt „Future Retail Store“, in dem Innovationen im Praxisbetrieb getestet werden, habe die Rid Stiftung sehr viele sehr gute Bewerbungen aus dem Handel erhalten.

Um neue Ideen zu generieren und erfolgreich umzusetzen, empfiehlt der Experte, systematisch vorzugehen und die Mitarbeitenden einzubinden

➔ [siehe Artikel „Expertentipps für den Einzelhandel“](#) . Was mittelständische Einzelhändler beim Thema Innovationen derzeit besonders im Auge behalten sollten, damit sie sich nicht verzetteln? Die Antwort fällt Perez leicht: „Alles, was ihre Effizienz verbessert und Prozesse automatisiert.“



© Rid Stiftung

„Wer Hintergrundprozesse automatisiert, spart Zeit, die er für die Kundenberatung oder die Inszenierung von Ladenflächen nutzen kann.“ Maximilian Perez, Rid Stiftung

Innovationen locken den Nachwuchs

Eine gewisse Innovationsfreude trägt überdies dazu bei, eine andere Herausforderung im inhabergeführten Einzelhandel zu lösen: die Nachfolge. „Junge Menschen steigen nur dann in ein Unternehmen ein, wenn sie an die Zukunftsfähigkeit von Geschäftsmodell und Retailformat glauben“, betont elaboratum-Experte Gutknecht.

Beim Familienunternehmen Kiefl scheint das der Fall zu sein. Valentin Kiefl: „Mein Bruder und ich sind sehr glücklich darüber, dass wir einen funktionierenden Betrieb übernehmen können, in dem wir Stück für Stück neue Prozesse und neue Technologien einführen werden.“