

KI-basierte Absatzplanung zur Vermeidung von Verschwendung

Zur effizienteren Produktion und zur Reduzierung von Verschwendung soll die Produktion durch eine KI-basierte Absatzplanung optimiert werden. Ausgehend von Einflussfaktoren soll der optimale Absatz ermittelt werden.



Quelle: wirestock/elements.envato.com

Herausforderung

Ein kritischer Punkt, der seitens des Unternehmens adressiert wurde, liegt in der Berücksichtigung von Absatzschwankungen an den unterschiedlichen Standorten der Supermärkte. Da es sich bei Sushi um ein leicht verderbliches Produkt handelt, wünscht sich die Maru Sushi UG ein Prognose-Tool, welches derartige Effekte berücksichtigt. Langfristig kann die Absatzplanung bei gleichbleibendem Wachstum nicht mehr manuell vorgenommen werden.

Zielsetzung

Im Rahmen des Projektes soll ein digitales Tool entstehen, welches eine KI-basierte Absatzplanung für nicht lagerbare Güter ermöglicht. Dafür soll das Programm basierend auf Vergangenheitsdaten prognostizieren, wie viel des Produktes

benötigt wird. Der Algorithmus bezieht Schwankungen durch z. B. das Wetter mit ein. Die Absatzplanung wird für verschiedene Supermärkte einzeln vorgenommen. Das Ziel ist es, Abfälle um 10 bis 12 % zu senken.

Projektbeschreibung

Die Produktion nicht lagerbarer Güter stellt Unternehmen vor besonders große Herausforderungen. Neben der komplexen Abschätzung der optimalen Absatzmenge spielt vor allem im Bereich der Lebensmittelproduktion die Verschwendung eine große Rolle. Daher befasst sich das Projekt mit der Entwicklung einer KI-basierten Absatzplanung. Das Ziel ist die Reduzierung von Lebensmittelverschwendung. Hierzu werden vergangene Absatzzahlen verwendet. Darüber hinaus werden Einfluss-

Unternehmensprofil



Maru Sushi UG

Die Maru Sushi UG produziert Sushi für Supermärkte in der Region Stade und beliefert mittlerweile rund 11 Supermärkte mit den verschiedensten Varianten.

faktoren identifiziert, die wesentlich für den optimalen Absatz sind. Der Algorithmus ermöglicht eine tagesaktuelle, automatisierte Vorhersage von Kundenverhalten zur effizienten Reduktion von Lebensmittelverschwendung. Die flexible Anpassung der Einflussparameter und die einfache Erweiterung auf neue Supermärkte bzw. Kunden stellen eine Innovation dar. Außerdem wird ein digitales Tool speziell für junge, wachsende Unternehmen entwickelt, die noch nicht über eine entsprechende IT-Infrastruktur verfügen.