KI-gestützte Aktionsplanung für den Handel

Artikel vom **27. November 2026**
IT

Die Cloud-Lösung »PromoSuite« von retailsolutions bündelt Planung, Umsetzung und Auswertung von Verkaufsaktionen im Handel und nutzt KI für Datenanalyse, Konflikterkennung und Prognosen. Händler können Aktionen kanalübergreifend planen und die Profitabilität bewerten.



Achim Schneider, Head of Product Development (Bild: retailsolutions).

Mit »PromoSuite« stellt retailsolutions eine Cloud-Lösung für das Aktionsmanagement im Handel bereit. Sie verbindet Planung, Umsetzung und Auswertung von Verkaufsaktionen und ist im SAP Store verfügbar. Über offene Schnittstellen lässt sich PromoSuite in bestehende IT-Landschaften integrieren, während vorhandene Systeme und Prognoselösungen weiterhin genutzt werden können. »Unser Ziel war nicht, die Aktionsplanung lediglich zu modernisieren, sondern sie auf ein völlig neues technologisches Fundament zu stellen. Dabei haben wir sowohl unsere Erfahrungen aus zahlreichen Handelsprojekten weltweit als auch die aktuellen Anforderungen des Marktes berücksichtigt«, erklärt Achim Schneider, Head of Product Development bei der

retailsolutions AG.

Aktionsplanung über alle Kanäle

Ein integrierter Aktionskalender zeigt geplante Kampagnen, Artikel, Filialen, Vertriebskanäle und Zeiträume. Händler können zeitlich überlappende Aktionen koordinieren, etwa saisonale Kampagnen, Lieferantenaktionen und kurzfristige Preisangebote. Die Anwendung erkennt Überschneidungen und Preiskonflikte frühzeitig; eine Erweiterung zur Erkennung möglicher Kannibalisierungseffekte ist in Arbeit. Category Manager können Artikelauswahl und Platzierung an die Anforderungen einzelner Filialen anpassen. Nach Freigabe einer Aktion werden relevante Informationen an angebundene Systeme wie POS und Onlineshops übermittelt. Außerdem stößt die Lösung nachgelagerte Prozesse wie die Warendisposition an und unterstützt die Abstimmung von Aktionspreisen und Angeboten über Vertriebskanäle hinweg.

KI für Datenanalyse und Entscheidungen

Die integrierte KI unterstützt Planer bei Angebotstexten und beim Erkennen von Konflikten zwischen Aktionen. Voraussetzung für Analysen und Prognosen ist eine einheitliche Datenbasis, die Informationen aus Einkauf, Marketing, Category Management und weiteren Unternehmensbereichen zusammenführt. »KI soll die Planer im gesamten Prozess unterstützen, nicht für sie entscheiden«, betont Schneider. »Dafür müssen alle Beteiligten Zugriff auf dieselben verlässlichen Daten haben. Nur dann lässt sich das Potenzial von KI in der Aktionsplanung effektiv nutzen.« Perspektivisch möchte retailsolutions die KI-Funktionen von »PromoSuite« weiter ausbauen und spezialisierte KI-Agenten anbinden, um komplexere Analysen und Planungsszenarien zu unterstützen.

Profitabilität und Lieferantenintegration

Für die Bewertung von Aktionen betrachtet die Anwendung nicht nur Absatzmengen und Umsatzwachstum. Einbezogen werden auch Aktionskosten, Lagerbestände, mögliche Überbestände und Effekte auf den Absatz anderer Artikel. Dadurch lässt sich die Wirtschaftlichkeit von Aktionen besser einschätzen. Die Berücksichtigung vorhandener Bestände kann zudem helfen, unnötige Nachbestellungen zu vermeiden und Kapitalbindung im Lager zu reduzieren. »Höhere Absatzmengen bedeuten nicht automatisch, dass eine Aktion auch finanziell erfolgreich war«, so Schneider. »Wir müssen auch die entstandenen Kosten, die entstandenen Lagerbestände und die Auswirkungen der Aktion auf andere Artikel berücksichtigen. Erst wenn wir das Gesamtbild betrachten, können wir eine fundierte Bewertung vornehmen.« Die Lösung richtet sich an Händler aus dem Lebensmittelhandel, der Modebranche und dem Handel mit langlebigen Konsumgütern. Entscheidend ist die Komplexität der Aktionsmanagementprozesse, etwa bei vielen Kampagnen, Vertriebskanälen und Geschäftspartnern. Durch die offene Architektur ist die Anbindung an ERP-, Prognose- und Bestandsmanagementsysteme möglich. Auch hybride IT-Landschaften und internationale Einsätze werden laut Anbieter unterstützt. Lieferantenbeiträge können bereits in das Aktionsmodell eingebunden werden, und geplant sei auch der Ausbau zu einem Lieferantenportal, um manuelle Abstimmungen per E-Mail zu reduzieren.

Hersteller aus dieser Kategorie

Jumo GmbH & Co. KG
Moritz-Juchheim-Str. 1
D-36039 Fulda

0661 6003-0
mail@jumo.net
www.jumo.net
Firmenprofil ansehen

© 2025 Kuhn Fachverlag