

Pressemitteilung

Pionier im DACH-Raum: Mit dem SearchBuddy suchen Kund*innen bei OTTO Österreich ab jetzt „menschlicher“ dank Künstlicher Intelligenz

Graz, am 06. Februar 2024

Lange Zeit Katalog-Händler, danach 10 Jahre Online-Händler: nun nimmt die Transformation zum KI-Händler für UNITO (OTTO Österreich, Universal, Ackermann, Quelle, Lascana) weitere Formen an. Neben dem vielfältigen internen Einsatz von Künstlicher Intelligenz bei Warendisposition, Transportlogistik und Kundenservice (Bots), kommen ab sofort Kund*innen von OTTO Österreich mit inspirativerer KI in Berührung.

Als einer der ersten deutschsprachigen Online-Shops testet OTTO Österreich eine Suche mit generativer künstlicher Intelligenz, die auf Azure OpenAI Service von Microsoft basiert. Für Kund*innen bedeutet das ab sofort inspirative Produktempfehlungen in der Suchleiste des Online-Shops von ottoversand.at. Der Testlauf soll Erkenntnisse zur Nutzung und Verwendung weiterer KI-Mehrwerte für das Online-Shopping liefern.

Inspirative Ergebnisse durch GenAI

Bisher mussten Kund*innen ihre Suchanfragen meist in Schlagwörtern oder Phrasen formulieren, um von Suchmaschinen oder anderen Online-Diensten richtig verstanden zu werden. Das ändert OTTO Österreich ab sofort in einem Testlauf: Mit generativer künstlicher Intelligenz (GenAI) interpretiert der „SearchBuddy“ Suchanfragen und übersetzt sie in ein inspiratives Ergebnis. "Generative KI ermöglicht eine neue Form der Interaktion der User*innen mit unseren Online-Shops", erklärt Christoph Schernberger, Head of Marketing Technologie bei UNITO. Weiters geht er davon aus, dass „das völlig neue Einkaufserlebnis und die intuitive Kommunikation das zukünftige Nutzungsverhalten im E-Commerce nachhaltig prägen wird“.

Die GenAI-Suche auf ottoversand.at kann nun auch komplexe persönliche Anfragen in inspirierende Ergebnisse übersetzen. Kund*innen, die beispielsweise für den Valentinstag nach Geschenken für ihre Liebsten suchen, müssen sich also nicht mehr überlegt haben, aus welcher Produktkategorie es stammen

soll. Mit Suchanfragen wie „Was kann ich meiner Partnerin zum Valentinstag schenken?“ liefert die OTTO-Suche in Zukunft eine Übersicht der beliebtesten Artikel aus den unterschiedlichsten Sortimenten. Christoph Schernberger erklärt: „Suchen Kund*innen nach einem inspirativen Ergebnis, erkennt unser SearchBuddy die Suchanfragen. Diese werden mithilfe von GenAI erkannt und in relevante Suchbegriffe übersetzt, die auf ottoversand.at passende Ergebnisse liefern.“ So erhalten sie für das Valentinstagsgeschenk ihrer Liebsten derzeit Produktvorschläge von Schmuck über Parfum bis hin zu Deko-Artikeln.

Testphase für alle User*innen

Getestet wird die GenAI-Suche über mehrere Wochen hinweg im Desktop- und Mobile-Shop von OTTO Österreich. Ziel des Tests sind Erkenntnisse zu den Kernfragen: Wie nutzen Kund*innen die neue Suchmöglichkeit? Was sind die Fragestellungen, die sie beschäftigen, und wie können durch die gewonnenen Erkenntnisse weitere Mehrwerte mit künstlicher Intelligenz geschaffen werden?

Zum Einsatz kommt der SearchBuddy auch im Online-Shop von BAUR, wovon UNITO Teil der Unternehmensstruktur ist. Entwickelt wurde das Tool von Mitarbeitenden bei UNITO, BAUR, dem Otto Group-Team "Digital & Consulting sowie der BAUR-Tochter empiriecom. Der Full-Service-E-Commerce-Dienstleister empiriecom brachte seine AI-Expertise bei der Konzeption mit ein und war verantwortlich für die Integration des SearchBuddys in die Shops von ottoversand.at und baur.de. Hierfür setzt die Otto Group auf den in der EU gehosteten Microsoft Azure OpenAI Service, durch den Unternehmen die neuesten generativen KI-Modelle von OpenAI wie ChatGPT, GPT-4 oder DALL-E über Microsoft Azure nutzen können.

„Wir sind mit OTTO Österreich einer der ersten Online-Händler im DACH-Raum, der mittels Generativer KI in der Suche das Einkaufserlebnis für alle Kund*innen noch inspirativer und vor allem komfortabler macht. Mit dem Search Buddy nehmen wir auch im österreichischen Handel eine Vorreiterrolle ein. Sind die Tests erfolgreich, dann wird der Search Buddy zukünftig auch in anderen UNITO Online-Shops wie etwa Universal zum Einsatz kommen“, so Mag. Harald Gutschi, Sprecher der Geschäftsführung der UNITO-Gruppe, abschließend.

Zusätzliche Informationen, Bilder sowie Logos zur UNITO-Gruppe finden Sie online unter <https://www.unito.at/news/>.

*Wichtigste Märkte für die UNITO-Gruppe sind Österreich, die Schweiz und Deutschland (DACH-Raum), wo man mit den E-Commerce-Marken OTTO Österreich, Universal, Quelle, Ackermann und Lascana aktiv ist. Gesteuert werden die Onlineshops von den Standorten in Salzburg und Graz aus. Die UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH zählt als Tochterunternehmen der Baur-Gruppe zur Hamburger Otto Group. Im Geschäftsjahr 2022 (1. März 2022 bis 28. Februar 2023) erzielte die UNITO-Gruppe einen Gesamtumsatz von 363 Millionen Euro lt. IFRS 15. Der größte österreichische Onlinehändler hat mehr als 3,6 Millionen Kund*innen, 500 Personen arbeiten für die Unternehmensgruppe.*

Pressekontakt:

UNITO Versand & Dienstleistungen GmbH
Natascha Breitegger
Unternehmenskommunikation & Medienarbeit
Mobil +43 664 8253461
natascha.breitegger@unito.at