

DAS MAGAZIN FÜR FILIALBETRIEBE UND PREMIUMBÄCKER

Back Journal

5/2024
Mai
51. Jahrgang

ZKZ 1120 / ISSN: 0940-0362



BäckerAI ist jetzt AIPERIA

Wie die Bäckerbranche von
der Planungslösung profitiert

ab Seite 22



Wir **setzen** auf **Wachstum**

Aus **BäckerAI** wird **AIPERIA**. Was sich sonst noch ändert, erfahren Sie in diesem **Interview**.



Die BäckerAI-Gründer freuen sich auf die Zukunft unter dem Firmennamen AIPERIA: CEO Franz Seubert, COO Dr. Fabian Taigel und CTO Dr. Jan Meller (v. li. n. re.).

Foto: BJ / Dirk Wadawek 2024

Back Journal: Meine Herren, obwohl Sie BäckerAI erst im Jahre 2021 gegründet haben, zählt Ihr System inzwischen zu den bekanntesten Anwendungen für die Retourensteuerung in Filialbäckereien. Jetzt haben Sie sich in Aiperia umbenannt. Was steckt dahinter und welche Auswirkungen hat das auf Ihre Bäckerkunden?

Taigel: Um mit den Auswirkungen für die Bäcker anzufangen – für die bleibt alles wie zuvor. Allerdings profitieren unsere Kunden natürlich von unserer Expansion, weil das Programm umso leistungsfähiger wird, je mehr Bäckereien angeschlossen sind. Keine Filialbäckerei ist wie die andere, und je mehr Sonderwünsche Aiperia schon erfüllt hat, um so leichter fällt der Anschluss von Neukunden. Über unser System wird inzwischen in Deutschland die Mengensteuerung für 2.600 Bäckereifachge-

schäfte organisiert, vor zwei Jahren standen wir erst bei wenigen hundert Filialen. Um das schnelle Wachstum zu stemmen, haben wir uns Investoren ins Boot geholt. Zusammen mit ihnen sehen wir nicht nur das Potenzial des deutschen Bäckereimarktes, sondern ebenso die Chancen der internationalen Expansion. Dem Algorithmus, den wir entwickelt haben, ist es im Prinzip egal, ob er die Bestellungen für Backwaren, Wraps, Sandwiches oder Sushi optimiert. Überall wo Waren mit kurzer Haltbarkeit geplant werden müssen, können wir einen echten Mehrwert schaffen. Nun ist BäckerAI in Deutschland sehr eingängig, unter internationalen Kunden würde der Name aber eher für Verwirrung sorgen. Insbesondere weil wir uns hier ja nicht nur auf das Bäckereigeschäft konzentrieren möchten. Das ist – in Kürze – der Hintergrund unserer Umfirmierung.

Back Journal: Ich habe mich bei der Anreise zum Interview verfahren und stand deshalb zunächst vor der Keimzelle Ihres Unternehmens, was einen irgendwie an die berühmte Garage von Steve Jobs und Steve Wozniak erinnerte, in der 1976 Apple gegründet wurde. Hat man sich den Start von BäckerAI so ähnlich vorzustellen?

Seubert: Sie standen wahrscheinlich vor dem kleinen Lager des LEH-Marktes meiner Eltern in Großrinderfeld. Wir haben das nie als Büro genutzt, aber die Anfänge lagen tatsächlich in dem Markt, genauer gesagt in der Frischeabteilung. Ich hatte mich dort um die Bestellung von Obst und Gemüse zu kümmern. Artikel von begrenzter Haltbarkeit, die aber auch immer in der nötigen Menge vorhanden sein mussten. Im Rahmen meines dualen Studiums bei Aldi Süd habe ich dann festgestellt, dass der Discounter vor ganz ähnlichen Herausforderungen stand wie unser kleiner Lebensmittelmarkt, nur in ganz anderen Größenordnungen. Es stellte sich also die Frage, ob Künstliche Intelligenz hier nicht entscheidend helfen konnte. Dr. Taigel und Dr. Meller lernte ich dann als Dozenten an der Universität kennen. Die beiden hatten einen Algorithmus entwickelt, um genau solche Probleme in den Griff zu bekommen.

Back Journal: Okay, dann bleibt nur noch die Frage, wie Sie zu den Bäckern gekommen sind?

Meller: Wir haben uns von Anfang an breiter aufgestellt, deshalb hieß die Firma von Beginn an PlanerAI GmbH und BäckerAI war der Name unseres ersten Produkts. Die Backbranche mit ihren mittelständischen Unternehmerpersönlichkeiten und kurzen Entscheidungswegen war aber optimal für ein junges Unternehmen wie unseres. Wir kamen in Kontakt mit zwei Filialbäckereien aus der Region, die die Probleme der Retourensteuerung erkannten und uns unbürokratisch eine Chance gaben. Später halfen uns dann die Erfa-Organisationen der Bäcker. Da unser System bei den Kollegen gut funktionierte, wurden andere Betriebe auf uns aufmerksam. Dass wir inzwischen 60 Mitarbeiter beschäftigen können, haben wir also zu einem guten Teil der Innovationsfreudigkeit des Bäckerhandwerks zu verdanken.

Back Journal: Und natürlich den Investoren. Wer sind Ihre Geldgeber?

Taigel: Unsere Investoren setzten sich aus zwei Gruppen zusammen. Zum einen aus institutionellen Risikokapitalgebern, darunter Namenhafte Fonds wie Earlybird aus Berlin, ETF-Partners aus London sowie der Venture Capital Arm der Landesbank Baden-Württemberg. Zum anderen unterstützen uns auch eine Hand voll Einzelpersonen darunter ehemalige DAX-Vorstände, erfahrene Unternehmer und Industrieexperten - so genannte Business Angels - mit Rat und Tat.

Back Journal: Aldi Süd gehört nicht zu den Investoren?

Taigel: Sie spielen auf den Umstand an, dass unsere Retourensteuerung auf die Kassendaten von Aldi Süd zugreifen kann und das unserem System einen besonderen Vorteil gibt. Da kann ich sie beruhigen: Weder ist Aldi an unserem Unternehmen beteiligt noch sieht der Händler irgendwelche Daten des Bäckers, die der nicht freigegeben hat. Die Absicherung gilt selbstverständlich in beide Richtungen.



Als COO (Chief Operating Officer) ist Dr. Fabian Taigel zuständig für den operativen Betrieb. Zuvor arbeitete er als Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Würzburg am Lehrstuhl für Logistik und quantitative Methoden. Zu seinen spannendsten Aufgaben gehört derzeit die Betreuung eines Kunden aus dem Bereich der Lieferbäckereien. Aiperia dürfte also in Zukunft auch die Ressourcenverschwendung bei verpackter Regalware bekämpfen.

Foto: BJ / Dirk Waclawek 2024

Seubert: Aldi Süd ist wegen der Anbindung auf uns zugekommen, weil sie die Probleme bei der Retourensteuerung der Handwerksbäcker-Regale sahen. Wenn der Bäcker zur Bestückung seiner Regale die Aldi-Kassendaten nutzen kann, ergibt sich für beide Seiten eine Win-Win-Situation. Wir stellen dabei sicher, dass die Betriebsgeheimnisse jeder Seite gewahrt bleiben. Diese Fähigkeit hat sicher ihren Anteil am Erfolg von Aiperia, weil ja inzwischen viele Filialbäckereien entsprechende Regale in den Märkten versorgen.

Back Journal: Damit wären wir bei den besonderen Stärken Ihrer Lösung. Wo würden Sie die sonst noch ansetzen?

Meller: Wenn ich jetzt antworte: „an der Leistungsfähigkeit des Algorithmus und der Prognosegenauigkeit“, mag sich das etwas arrogant anhören. Wir lassen unser System aber immer wieder



Auch Dr. Jan Meller ist ein Hochschulgewächs und gehörte wie Taigel zu den Dozenten von CEO Franz Seubert. Meller ist CTO (Chief Technology Officer) von Aiperia und entsprechend am tiefsten mit den Geheimnissen des Algorithmus vertraut. Entwickelt wurde der von Taigel und Meller gemeinsam. Er hat den Ursprungscode abgelöst, der von Seubert für seine Masterarbeit programmiert wurde (und liebevoll Spaghetti-Code genannt wird).

Foto: BJ / Dirk Waclawek 2024



Franz Seubert ist Ideengeber und treibt als CEO (Chief Executive Officer) die Entwicklung des Unternehmens voran. Die Notwendigkeit, die Bestellung von verderblichen Lebensmitteln intelligent zu steuern, erkannte er schon als Aushilfe im elterlichen Lebensmittelgeschäft, wo er für Obst und Gemüse zuständig war. Ein duales Studium bei einem großen Handelskonzern brachte dann die Erkenntnis: Hier gibt es die gleichen Herausforderungen wie im kleinen Geschäft der Eltern.

gegen das von Marktbegleitern antreten und trauen uns die Aussage deshalb zu. Den Bäcker interessiert am Ende das Ergebnis und nicht der Weg dahin. Stark sind wir außerdem in der Betreuung der Kunden. Wir beschäftigen acht Mitarbeiter im technischen Support und zwölf im Kundenservice. Das ermöglicht trotz der schnellen Expansion die enge Zusammenarbeit mit den Bäckern.

Back Journal: Wie haben wir uns das Onboarding eines neuen Aiperia-Kunden vorzustellen?

Taigel: Wir betrachten die Filialbelieferung unter zwei Aspekten. Zuerst natürlich die Senkung der Retouren, aber auf der anderen Seite auch die Hebung von Umsatzpotenzialen. Ganz grob kann man sagen, dass in zwei Dritteln der Fälle der Bäcker bisher zu viel, in einem Drittel zu wenig geliefert hat. Das geht bis zur Frage, wie in der individuellen Filiale das Thekenbild aussehen soll und welche Produkte der Bäcker automatisiert und besonders rationell herstellen kann. Ideal wäre natürlich, wenn uns die Bäckereien genaue Informationen über Verkäufe und Liefermengen zur Verfügung stellen könnten. Ich habe aber noch nie erlebt, dass die Datenqualität perfekt war. Entsprechend sind im System Sicherungen eingezogen, um auf fehlende oder fehlerhafte Daten zu reagieren.

Seubert: Aiperia setzt auf ein transparentes Vergütungssystem nach Zahl der Verkaufsstellen und Größe, wir können also schnell ein Angebot erstellen. Im zweiten Schritt checken wir dann vor Ort, wie es mit der Anbindung an die Warenwirtschaft aussieht. In der Regel gibt es hier keine Probleme, einige wenige Anbieter mauern aber leider. Entsprechend muss das finale Angebot dann noch einmal angepasst werden. Unser grundsätzlicher Anspruch ist es, dem Bäcker ein Rundum-Sorglos-Paket zu schnüren.

Back Journal: Kann Aiperia helfen, unehrlichen Mitarbeitern auf die Spur zu kommen?

Taigel: Das System liefert Hinweise, wo Vorgänge nicht nachvollzogen werden können. Das ist für Unternehmerin oder Unternehmer dann aber nur der Tipp, wo genauer hingesehen werden sollte, kein Beweis für Diebstahl.

Back Journal: Wie weit im voraus unterstützt das System die Bäcker bei der Produktionsplanung?

Taigel: Zwei Wochen sind kein Problem, wobei die Prognose dann noch ständig aktualisiert wird, um zum Beispiel Wetterdaten zu berücksichtigen.

Back Journal: Bäckern wird vielleicht etwas unwohl, wenn sie einer Black Box vertrauen sollen. Erklärt Ihr System auch, warum es zu welcher Entscheidung kommt?

Seubert: Hier müssen wir differenzieren. Die Oberfläche ist auf Bedienfreundlichkeit ausgelegt und kommuniziert mit dem Anwender in ganzen Sätzen. So sind auch Prognosen und Warnungen möglich, welche Auswirkungen händische Eingriffe wahrscheinlich haben. Es ist aber nicht möglich, alle Aspekte der Entscheidungsfindung der KI prägnant zusammenzufassen, das ergäbe nur eine Scheintransparenz. Wir schauen uns in der Einführungsphase immer an, wo es zu manuellen Anpassungen kommt, und versuchen die dann nachzuvollziehen und so die KI den betriebsindividuellen Gegebenheiten anzupassen. Grundsätzlich ist der erste Anspruch, den Anwender nicht zu überfordern. Am besten haben wir gearbeitet, wenn die Mitarbeiter gar nicht das Gefühl haben, dass große Veränderungen vor sich gehen.

Back Journal: Wer ist in der Bestellung eigentlich besser: Aiperia oder eine erfahrene Filialleiterin?

Meller: Viele Bäcker setzen Aiperia ein, weil die erfahrenen Filialleiterinnen zu einem ausgesprochen seltenen Gut geworden sind. Davon unabhängig würde ich aber selbst im Vergleich zu einer guten Verkaufsleitung auf unser System wetten.

Dirk Waclawek

ÜBER 2.600 ANGEBUNDENE FACHGESCHÄFTE



Foto: Aiperia 2024

Die drei Aiperia-Gründer mit einem Teil ihres Teams in der Unternehmenszentrale in Würzburg. Vor zwei Jahren beschäftigte man zehn Mitarbeiter, heute sind es 60 – Tendenz steigend. Für ein Gruppenbild sind die aber kaum zusammenzukriegen, weil ein guter Teil im Home Office arbeitet. Die offizielle Grafik (rechts) mit der Kundenverteilung in Deutschland dürfte inzwischen schon wieder veraltet sein, aktuell sind nach Angaben des Unternehmens 2.600 Filialen angebunden.



Grafik: Aiperia 2024

Ein Programm, das Klartext redet

Der **Algorithmus** arbeitet im Hintergrund. Trotzdem behält der Mensch seine **Einflussmöglichkeiten**.

Erste Eindrücke der Benutzeroberfläche

Genauigkeit der KI
Die Vorhersagegenauigkeit der KI gibt Ihnen die Sicherheit, dass stets die optimalen Entscheidungen getroffen werden.

Wochenplanung
Die KI-generierten Bestellvorschläge bieten Ihnen einen Überblick über die nächsten 14 Tage, um eine vorausschauende Planung zu ermöglichen.

Vergleichsansicht
Die tagesgenaue Aufschlüsselung der Bestellprognosen liefert Ihnen detaillierte Vergleichswerte und Kennzahlen wie Warenverfügbarkeit und Retourenquote.

Benachrichtigungscenter
Hier erhalten Sie Informationen über Auffälligkeiten und konkrete Empfehlungen zum Gegensteuern, um optimale Bestellvorschläge sicherzustellen und effektive Maßnahmen zu ergreifen.

Wichtige Kennzahlen
Hier können Sie sich für ausgewählte Filialen und Produkte einen Überblick über Warenverfügbarkeit, Umsatz und Retourenquote verschaffen.

Verlauf und Prognose
Hier können Sie die Bestellvorschläge der nächsten 14 Tage einsehen und erhalten eine grafische Darstellung der Verkäufe und Retouren in einem ausgewählten Zeitraum.

Die Bedienoberfläche von Aiperia. Besonders gefallen haben den Bäckern, mit denen wir gesprochen haben, unter anderem die Nachrichten im Klartext, die auf Abweichungen vom Plan hinweisen: „Die Retourenquote von Stangenbrot war in der Filiale X in den vergangenen Wochen auffällig hoch.“ Die Bestellvorschläge ermöglichen eine Planung über die nächsten 14 Tage.

Screenshot Aiperia 2024

Ein System wie Aiperia wächst mit der Zahl seiner Anwender. Bekannt wurde das Programm, weil es neben der Belieferung der eigenen Filialen auch die der SB-Regale im LEH steuern konnte. Aiperia übernimmt dabei den kompletten Datenabgleich mit dem LEH, ohne dass die jeweils andere Seite Einblick in nicht freigegebene Informationen nehmen kann. Eine andere Herausforderung, mit der Planungssoftware allgemein noch vor wenigen Jahren ihre Probleme hatte, sind häufig wechselnde Sortimente, Mehrtagesartikel sowie TK-Produkte mit unterschiedlicher Haltbarkeit. Aiperia verspricht, damit dank „einzigartiger Produktgruppentechnologie“ umgehen zu können. Schließlich gehört es zu den

Vorteilen des Systems, die Produktionsleitung bei der Mitarbeiter-einsatzplanung zu unterstützen, weil frühzeitig eine Vorhersage der zu erwartenden Produktionsmengen möglich ist. Im Hinterkopf sollten Anwender immer haben, dass die Senkung der Retouren bei einer Anwendung wie Aiperia nur einer von zwei Aspekten ist. Ähnliche Bedeutung hat die Wahrnehmung von Verkaufschancen. Es kann also sein, dass Aiperia für bestimmte Produkte und bestimmte Filialen zur Erhöhung der Retouren rät. Weiterhin hat man den Anspruch, geschmeidig im Hintergrund zu arbeiten und die Mitarbeiter möglichst wenig mit Veränderungen zu behelligen – die mag der Mensch bekanntlich auch nicht.

Dirk Waclawek