

# KI-gestützte Software zur Artikelsuche im Baustoffhandel

Nicht nur Produkte verkaufen, sondern einen Mehrwert stiften – das ist die neue Strategie eines führenden Baustoffhändlers. Um Vertriebspartnerschaften und Mitarbeiter in der Beratung und im Verkauf zu stärken, und auch, um Endkunden besser zu erreichen, kommt ein KI-gestütztes Tool zur Bildersuche zum Einsatz. So sollen Kunden auf der Suche nach der passenden Ware unterstützt werden: Wo auch immer sie etwas sehen, können sie den Artikel fotografieren und mit dem Sortiment des Baustoffhändlers abgleichen. Der Kauf kann direkt online oder im Fachgeschäft in der Nähe erfolgen. Die Software trägt somit auch dazu bei, die Omnichannel-Präsenz des Unternehmens weiter auszubauen ...

| VON STEFANIE WENZEL



Inspirationen erhält man eher im täglichen Leben als im Fachgeschäft. Wer beispielsweise auf der Suche nach neuen Fliesen für Boden oder Wand ist, fühlt sich in der Fliesenausstellung schnell überfordert: Bei dem großen Angebot fällt es schwer, eine Auswahl zu treffen – zumal oft das Vorstellungsvermögen dafür fehlt, wie die Fliese im vorgesehenen Raum wirken wird. Zu Besuch bei Bekannten, im Wartezimmer oder im Ferienhaus hingegen findet sich oft schneller eine Fliese, die gefällt – nur fehlt dann die Produktbezeichnung, mit der sich die Fliese im Fachhandel bestellen ließe. Die STARK Deutschland GmbH, einer der führenden Baustoffhändler in Deutschland, setzt nun an dieser Stellschraube für den Vertrieb an.

Mit einem KI-Tool zur Bildersuche können Endkunden eine Fliese, die ihnen irgendwo im Alltag begegnet und die ihnen gefällt, fotografieren und unmittelbar mit dem STARK-Sortiment abgleichen. Aus der Vorschlagsliste wählen sie dann die passende Fliese aus und können sie direkt online bestellen – oder mit einer konkreten Vorstellung ins Fachgeschäft gehen und sich gezielt beraten lassen. „Die Fliese ist ein Baustoff, bei dem der Endkunde entscheidet, bei anderen Baustoffen ist das

anders“, erklärt Simon Heppt, CDO der STARK Deutschland GmbH. Über 9.000 Fliesen hat der Baustoffhändler, der an 250 Standorten im gesamten Bundesgebiet vertreten ist, im Sortiment. Am Point-of-Sale tritt der Fachhändler mit eigenen Vertriebsmarken auf, bei Fliesen sind es die Marken KERAMUNDO und Raab Karcher. Heppt weiß: „Der Entscheidungsprozess bei der Fliesenauswahl ist lang.“

## Hilfestellung für Kundschaft, Betriebe und Mitarbeiter

Das KI-Tool soll der Kundschaft als Hilfestellung dienen und auch für Handwerksbetriebe und die eigenen Mitarbeiter im Verkauf einen Mehrwert bieten. Denn nicht immer ist die Verkaufsfläche groß genug, um das gesamte Sortiment zu zeigen; Mitarbeiter können mit Hilfe der Bildersuche aber schnell und einfach nach ähnlichen Fliesen suchen – ohne sich mühsam durch die Datenbank zu klicken oder durch Kataloge zu wühlen. Ähnlich ist das Einsatzszenario bei den Partnern: In den Handwerksbetrieben gibt es oft nur ein paar Mustertafeln; dank der Bildersuche können Fliesenleger für ihre Kundschaft ähnliche Fliesen herausuchen und sie weitergehend

beraten. „Die Software schafft für unsere Partner, unsere Mitarbeiter und unsere Kunden einen großen Mehrwert und setzt unseren Omnichannel-Gedanken um“, betont Heppt. Denn der Baustoffhändler möchte den stationären und den Online-Handel künftig stärker verzahnen und die einzelnen Vertriebskanäle miteinander verbinden.

Entwickelt hat die Lösung ein Projektteam der FIS-Gruppe, das aus KI-Experten des SAP-Dienstleisters FIS, der E-Commerce-Agentur Medienwerft und dem Provider FIS-ASP besteht. „Unternehmen wie STARK werden so bestmöglich bei der Erstellung eigener, KI-gestützter Anwendungen unterstützt“, so Sandra Cararo, Head of Sales Based Customer bei FIS. Das Projektteam hat hierzu ein eigenes Embedding Modell entwickelt, mit dem unterschiedliche Einsatzmöglichkeiten trainiert und abgebildet werden können, und das Daten gewinnbringend in bestehende E-Commerce-Lösungen einbindet. Datenschutzkonformes Hosting, an individuelle Use Cases angepasste KI-Modelle und optimale User Experience sind die drei Hauptziele, die das Projektteam verfolgt und in Projekten wie das von STARK bereits erfolgreich umgesetzt hat. >>

» STARK arbeitet schon seit Jahren mit der FIS-Gruppe zusammen, die sowohl Frontend-, als auch Backendlösungen für den Baustoffhändler aufgesetzt hat. „Aufgrund der guten Erfahrungen lag die Kooperation auch bei unserem Wunsch nach einer KI-Bildersuche nahe“, so Heppt. „Und unser Wunsch wurde extrem schnell erfüllt.“ Erst Mitte 2024 hatte der Baustoffhändler diesen Wunsch geäußert und dieser reifte schnell zum Konzept.

Die reine Entwicklungszeit betrug lediglich rund neun Wochen und verlief reibungslos, denn: „Was zum Problem hätte werden können, wurde von FIS von vornherein mit- und weggedacht“, so Heppt. Die KI hatte zum Beispiel Schwierigkeiten, ein Mosaik von einem Fliesen Spiegel zu unterscheiden oder Fliesen aufgrund von Lichtverhältnissen oder



„Aufgrund der guten Erfahrung lag die Kooperation nahe ...“

Simon Heppt, CDO der STARK Deutschland GmbH

Zeitgleich mit der KI-Bildersuche wird über die Raab Karcher- sowie die Keramundo-Serviceplattform auch ein Tool zur Visualisierung bereitgestellt, das mit der Bildersuche verknüpft ist. Kunden können dann per KI-Bildersuche die passende Fliese finden und diese in ein Foto ihrer Küche oder ihres Badezimmers integrieren – der vorhandene Wand- und Bodenbelag wird von der Visualisierungssoftware ausgetauscht, und es entsteht ein realistisches Bild der neuen Küche bzw. des neuen Badezimmers. Kunden erhalten so eine deutlich bessere Vorstellung.

sicher, daß die von Kunden erstellten Fotos weder gespeichert noch verarbeitet werden – so werden auch Personen, die möglicherweise auf den Fotos zu erkennen sind, geschützt. Die Bilder werden in Vektoren umgewandelt und nur temporär verarbeitet. Zudem hat FIS-ASP eine eigene Serverinfrastruktur geschaffen, um KI-Anwendungen auf eigenen Servern in Deutschland zu hosten und auszuführen und so die Datensicherheit zu gewährleisten.



anderen Winkeln richtig zuzuordnen. Die Entwickler der FIS-Gruppe lösten dies, indem die Nutzer des Tools aufgefordert werden, den Bildausschnitt so zu wählen, daß nur eine Fliese bzw. ein Mosaik fokussiert wird. „Zudem wurde die KI mit Bildern von Fliesen trainiert, die ein Algorithmus verdreht hatte, damit die Software auch Fliesen in anderen Winkeln als dem frontal aufgenommenen Quadrat erkennt“, so Cararo.

### Datenschutz wird gewährleistet

Auch etwaige Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes wurden bereits bei der Entwicklung aus dem Weg geräumt: Ein Algorithmus im Hintergrund stellt

Das KI-Tool ist zunächst nur für das Produktsortiment der Fliesen verfügbar, soll aber langfristig innerhalb der gesamten STARK-Gruppe ausgerollt werden. Im nächsten Schritt sollen über die Software auch Arbeitskleidung, Arbeitsgeräte und Werkzeuge gesucht werden können, bevor Baustoffe wie Beton, Estrich, Mörtel oder Spachtelmasse an der Reihe sind. „Die Fliese war für uns erstmal der beste Anwendungsfall, um das Projekt als Pilot zu starten“, begründet Heppt. „Da es so gut funktioniert und perfekt zu unserer Strategie paßt, weiten wir es aber auf jeden Fall aus.“

Noch Fragen?  
[www.fis-gmbh.de](http://www.fis-gmbh.de)

## IMPRESSUM

### Computern im Handwerk/ handwerke.de

gegründet 1984, dient als unabhängiges Fachmagazin für moderne Kommunikation den Betrieben der Bauhaupt- und Nebengewerbe im „portionierten“ Wissens- und Technologietransfer.

Herausgeber: Horst Neureuther

© Copyright: CV München  
CV Computern-Verlags GmbH  
Goethestraße 41, 80336 München

Telefon 0 89/54 46 56-0

Telefax 0 89/54 46 56-50

Postfach 15 06 05, 80044 München

E-Mail: [info@cv-verlag.de](mailto:info@cv-verlag.de)  
[redaktion@cv-verlag.de](mailto:redaktion@cv-verlag.de)  
[www.handwerke.de](http://www.handwerke.de)

### Geschäftsleitung:

Dipl.-Vw. H. Tschinkel-Neureuther

### Anzeigenleitung:

Dipl.-Vw. Heide Tschinkel-Neureuther  
e-mail: [anzeigen@cv-verlag.de](mailto:anzeigen@cv-verlag.de)

### Redaktion und redaktionelle Mitarbeiter in dieser Ausgabe:

Nico Bäumer, Steffen Bauer,  
Dimitrij Beetz, Michael Koudelka,  
Abir Kassis Krause, Rolf Leicher,  
Simon Lübeck, Horst Neureuther  
(verantw.), Lea Oltersdorf,  
Gundo Sanders, Astrid Steigemann,  
Alex Wallberger, Stefanie Wenzel

### Anzeigenvertretung:

Medienmarketing SANDERS

### Layout:

AD&D Werbeagentur GmbH,  
Silvia Romann, Dietmar Kraus

### Druck:

Walstead NP Druck GmbH, St. Pölten

**Druckauflage: 50.000**

**Tatsächliche Verbreitung:**  
49.947 (1/26)



**Auflage und Verbreitung kontrolliert.**

**42. Jahrgang**

**Erscheinungsweise:** 10 x jährlich

### Abo-Preis:

29,- € p.a. plus Porto inkl. MwSt.

### Einzelpreis: 2,90 €

Ein Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht spätestens 3 Monate vor Ablauf des Bezugszeitraumes gekündigt wird.

### ISSN 0931-4679

Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) Berlin

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 43 vom 01.11.2025.

Titelkopf: © Fotolia.de/yellowj