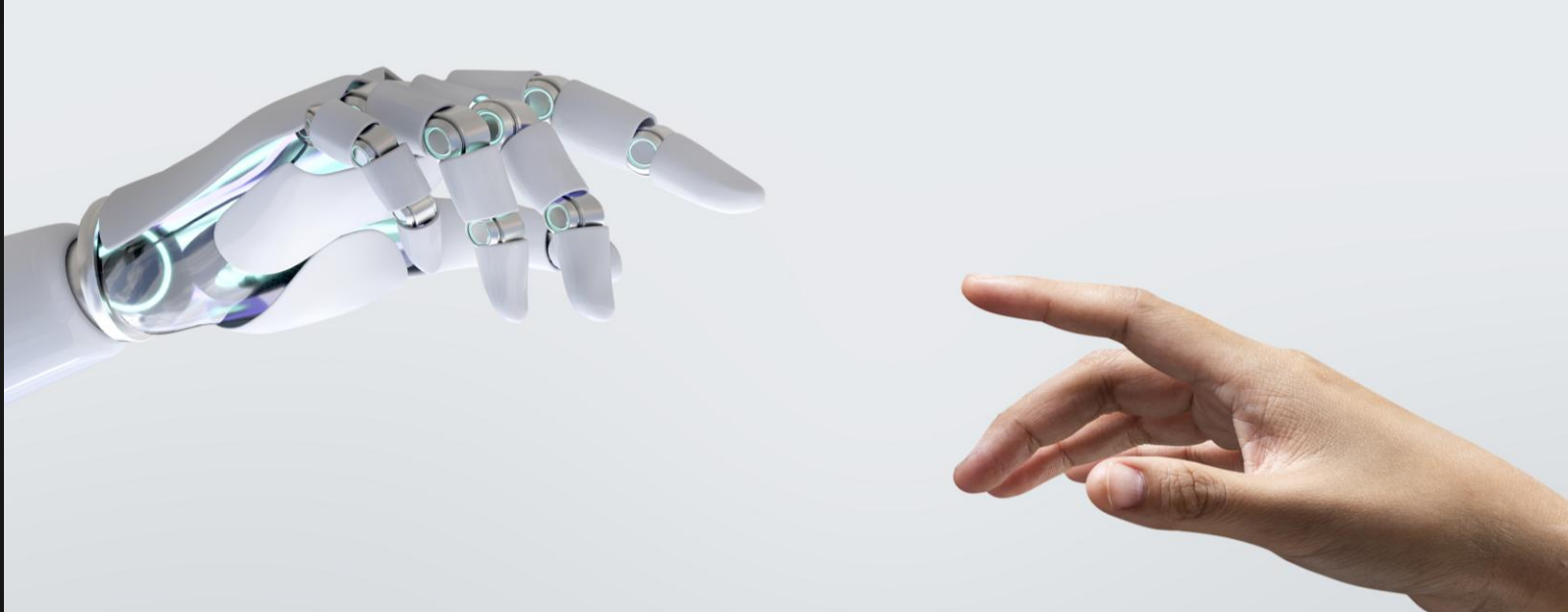


KI for Fashion 2026: Der nächste Schritt: Agenten, Tools und echte Integration



Angesichts der wachsenden Bedeutung von Künstlicher Intelligenz für die Modebranche fand der Workshop „KI for Fashion 2026: Der nächste Schritt – Agenten, Tools und echte Integration“ statt. Ein komprimierter Überblick zeigt: KI ist längst kein Zukunftsthema mehr, aber für viele Unternehmen noch kein gelebter Alltag. Der Workshop machte deutlich, dass erfolgreiche KI-Implementierung weniger eine Frage der Technologiewahl ist als eine Frage der Grundlagen. Standardisierte Abläufe, saubere Daten und klare Gouvernance sind die Voraussetzung, ohne sie liefert auch das beste KI-Tool keinen echten Mehrwert.

Ansprechpartner

Sarah Wittmann
Business Consultant – GCS Consulting GmbH
E-Mail: wittmann@gcs-consulting.de
Mobil: +49 89 8913650

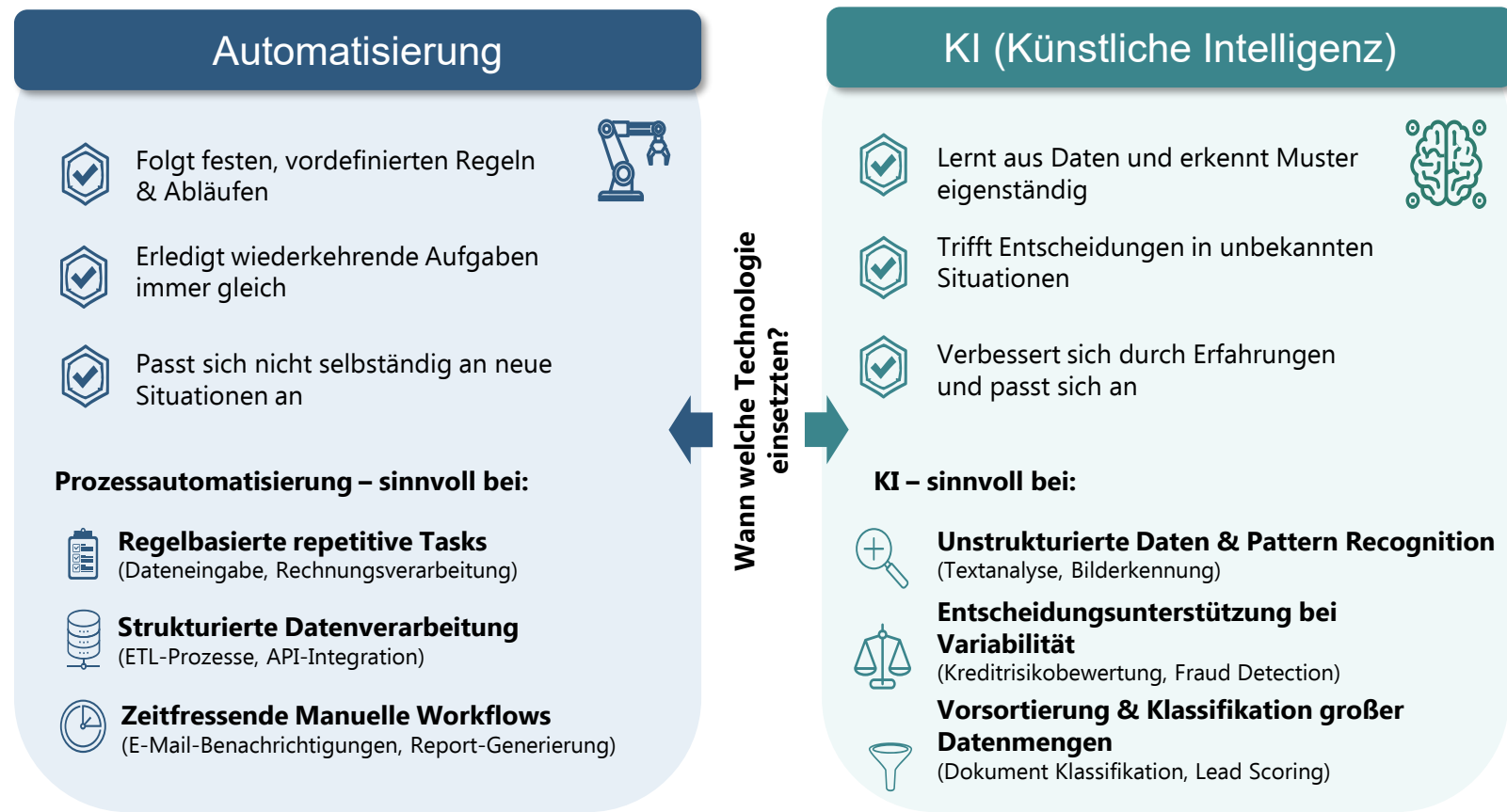
Zwei Technologien, ein strategischer Unterschied

Wenn wir heute über den Einsatz neuer Technologien nachdenken, werden Automatisierung und Künstliche Intelligenz häufig in einem Atemzug genannt, dabei handelt es sich um grundlegend verschiedene Ansätze, die unterschiedliche Probleme lösen.

- + **Automatisierung** folgt **festen, vordefinierten Regeln**. Sie erledigt wiederkehrende Aufgaben zuverlässig und gleichförmig. Besonders stark ist sie dort, **wo Prozesse klar strukturiert**, Ausnahmen selten und Geschwindigkeit entscheidend ist.
- + **KI** hingegen setzt dort an, wo **Regeln allein nicht ausreichen**. Sie **lernt aus Daten, erkennt Muster eigenständig und trifft Entscheidungen** auch in unbekannten Situationen, und verbessert sich dabei kontinuierlich durch Erfahrung. Das macht KI besonders wertvoll für **Anwendungsfälle mit hoher Variabilität**: etwa bei der Analyse unstrukturierter Daten, der Klassifikation großer Dokumentenmengen oder der Entscheidungsunterstützung in komplexen Bewertungssituationen.

Daraus ergibt sich eine klare strategische Frage: **Wann brauche ich verlässliche Regellogik, und wann brauche ich ein System, das mitdenkt?** Die Antwort auf diese Frage entscheidet maßgeblich darüber, welche Technologie sinnvoll ist.

AUTOMATISIERUNG VS. KÜNSTLICHE INTELLIGENZ



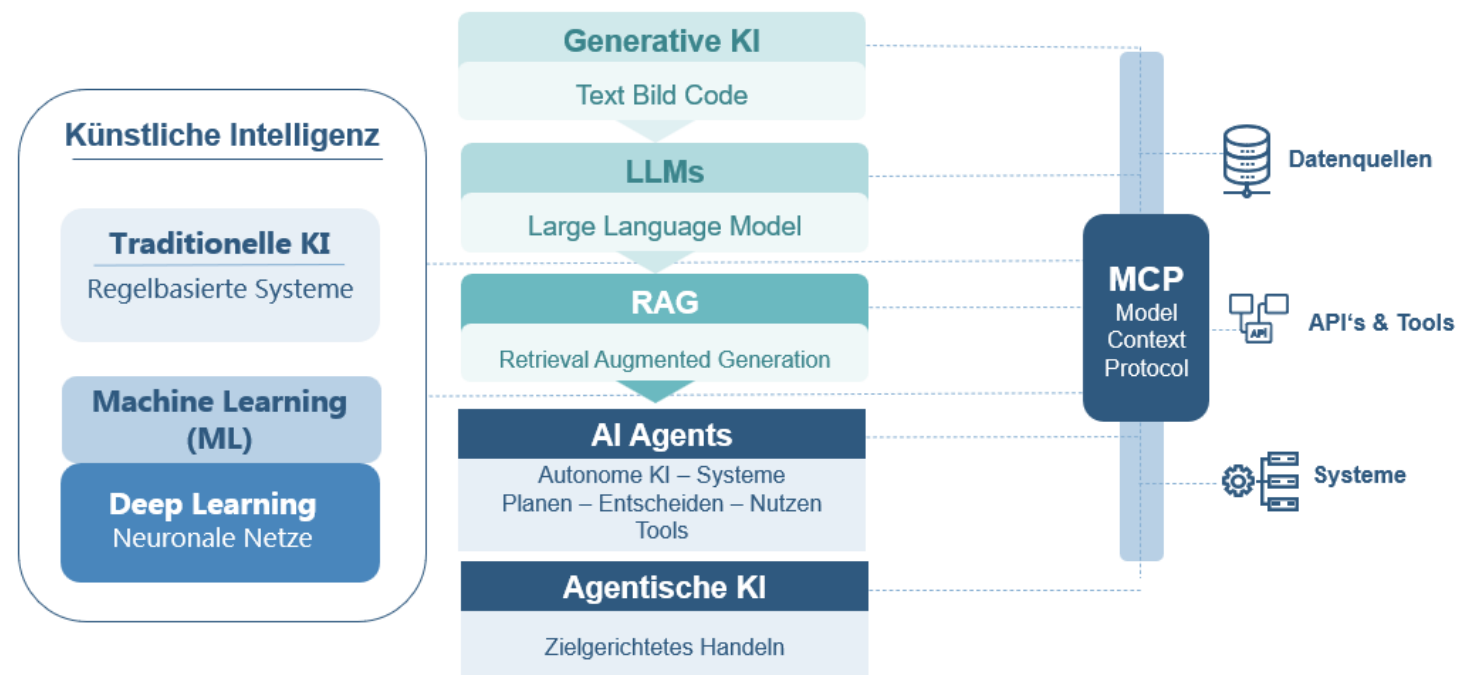
Von der Regellogik zum KI-Agenten

KI ist kein monolithisches Konzept; sondern ein Spektrum an Technologien, die sich in ihrer Funktionsweise, ihrer Lernfähigkeit und ihrem Autonomiegrad erheblich unterscheiden.

- + Den Ausgangspunkt bildet die **Traditionelle KI**, welche auf fest programmierten Regeln basiert. Sie sind zwar zuverlässig, aber wenig flexibel.
- + **Machine Learning und Deep Learning** gehen einen Schritt weiter, sie lernen eigenständig aus Daten, erkennen Muster und treffen Vorhersagen.
- + Darauf aufbauend ermöglicht **Generative KI** die Erzeugung neuer Inhalte wie Text, Bild, Code.
- + Eine wichtige Weiterentwicklung ist **RAG**: Dabei werden LLMs mit unternehmenseigenen Datenquellen verknüpft, sodass Antworten nicht nur auf allgemeinem Trainingswissen basieren, sondern auf spezifischen, aktuellen Inhalten; etwa Produktdaten, Lieferanteninformationen oder internen Dokumenten.
- + Den aktuell relevantesten Entwicklungsschritt markieren **AI Agents und Agentische KI**: Systeme, die nicht nur auf Anfragen reagieren, sondern eigenständig planen, Entscheidungen treffen und Tools nutzen.

Grundlage dafür ist das **MCP**, das KI-Modelle standardisiert mit Datenquellen, Anwendungen und Unternehmenssystemen verbindet. Dadurch kann KI tief in bestehende Systemlandschaften wie ERP, PLM, WMS oder PIM integriert werden.

KI-LANDSCHAFT IM ÜBERBLICK



MCP verbindet KI-Modelle mit Tools und Daten

Wenn KI nicht mehr assistiert, sondern organisiert: Das KI-Agenten-Team

Das Konzept des einzelnen KI-Assistenten, der auf Anfragen reagiert, ist überholt. Der nächste Entwicklungsschritt sind **koordinierte KI-Agenten-Systeme**, die gemeinsam arbeiten, Entscheidungen treffen und Prozesse eigenständig ausführen. Die Grafik illustriert dieses Prinzip am konkreten Beispiel eines vollautomatisierten Design Teams.

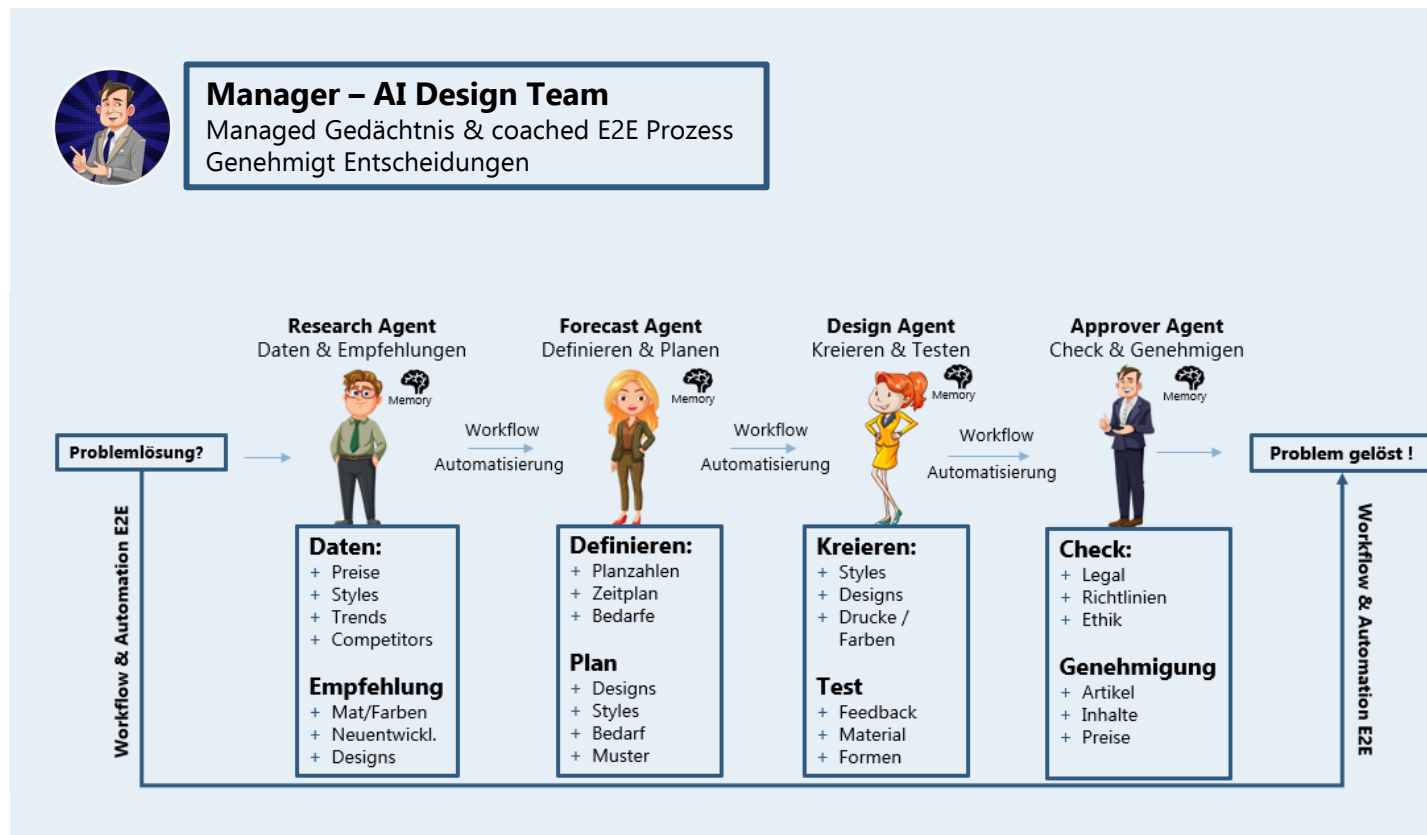
Am Anfang steht eine Problemstellung, etwa die Entwicklung einer neuen Kollektion. Von dort übernehmen vier spezialisierte Agenten sequenziell die Bearbeitung:

- + Der **Research Agent** sammelt relevante Daten zu Preisen, Styles und Trends, analysiert den Wettbewerb und leitet daraus konkrete Materialien-, Farb- und Designempfehlungen ab.
- + Der **Forecast Agent** übersetzt diese Grundlage in einen konkreten Plan.
- + Der **Design Agent** setzt den Plan operativ um.
- + Den Abschluss bildet der **Approver Agent**, der Inhalte prüft und freigibt.

Übergeordnet koordiniert ein **Manager-Agent** den gesamten Prozess: Er verwaltet das gemeinsame Gedächtnis der Agenten, begleitet den End-to-End-Ablauf und genehmigt kritische Entscheidungen.

Was zunächst nach Zukunftsmusik klingt, ist **heute bereits technisch möglich**. Die gezeigte Logik lässt sich auf typische Herausforderungen in Produktentwicklung und Design übertragen; von der saisonalen Kollektionsplanung bis zur Abstimmung zwischen Design, Einkauf und Produktion.

DESIGN TEAM - VOLL AUTOMATISIERT DURCH KI -



KI im Mittelstand: Potenzial mit Verantwortung

KI bietet echte Chancen, aber nur für Unternehmen, die auch die Risiken kennen und aktiv managen.

Auf der **Chancenseite** stehen Effizienzgewinne durch Automatisierung, personalisierte Kundenerlebnisse, datenbasierte Entscheidungen und langfristige Kostenreduktion. Gerade für Modeunternehmen mit saisonalem Druck, komplexen Sortimenten und wachsenden Kundenerwartungen sind das keine abstrakten Versprechen, sondern konkrete Hebel.

Gleichzeitig sind die **Herausforderungen** real: Datenschutz und Privatsphäre sind im europäischen Kontext regulatorisch verbindlich. DSGVO-Konformität ist keine Option, sondern Pflicht. Bias und Diskriminierung entstehen, wenn KI-Modelle auf unausgewogenen Daten trainiert werden, mit potenziell weitreichenden Folgen für Produktempfehlungen oder Personalentscheidungen. Die Black-Box-Problematik erschwert Nachvollziehbarkeit und Vertrauen. Dazu kommen regulatorische Unsicherheit durch den EU AI Act sowie wachsende Sicherheitsrisiken.

Für den Mittelstand gilt: Wer KI verantwortungsvoll einführt, mit klarer Governance, Datenschutz by Design und einem ehrlichen Blick auf die eigene Datenbasis, kann die Chancen nutzen, ohne die Risiken zu ignorieren.

CHANCEN & HERAUSFORDERUNGEN

Chancen



Effizienzsteigerung

Automatisierung, Fehlerminimierung, schnelle Entscheidungsfindungen

Personalisierung

Personalisierte Kundenempfehlungen und Produkte

Innovationsförderung

Neue Produkte, Unterstützung in Forschung & Entwicklung

Kostenreduktion

Optimierung Arbeitsprozesse, Senkungen Betriebskosten

Datenbasierte Entscheidungen

Präzise Prognosen & Trendanalyse, Unterstützung Entscheidungen

Herausforderungen



Datenschutz & Privatsphäre

Erhebung großer Datenmengen, Mangelnde Transparenz, Erhalt von Privacy

Bias und Diskriminierung

Risiko von Vorurteilen, Diskriminierung bestimmter Gruppen

Mangel an Transparenz

Black Box, fehlende Erklärbarkeit

Regulatorische Unsicherheit

Fehlende Regulierungen, fehlende Standards

Sicherheitsrisiken

Potenzial für Cyberangriffe

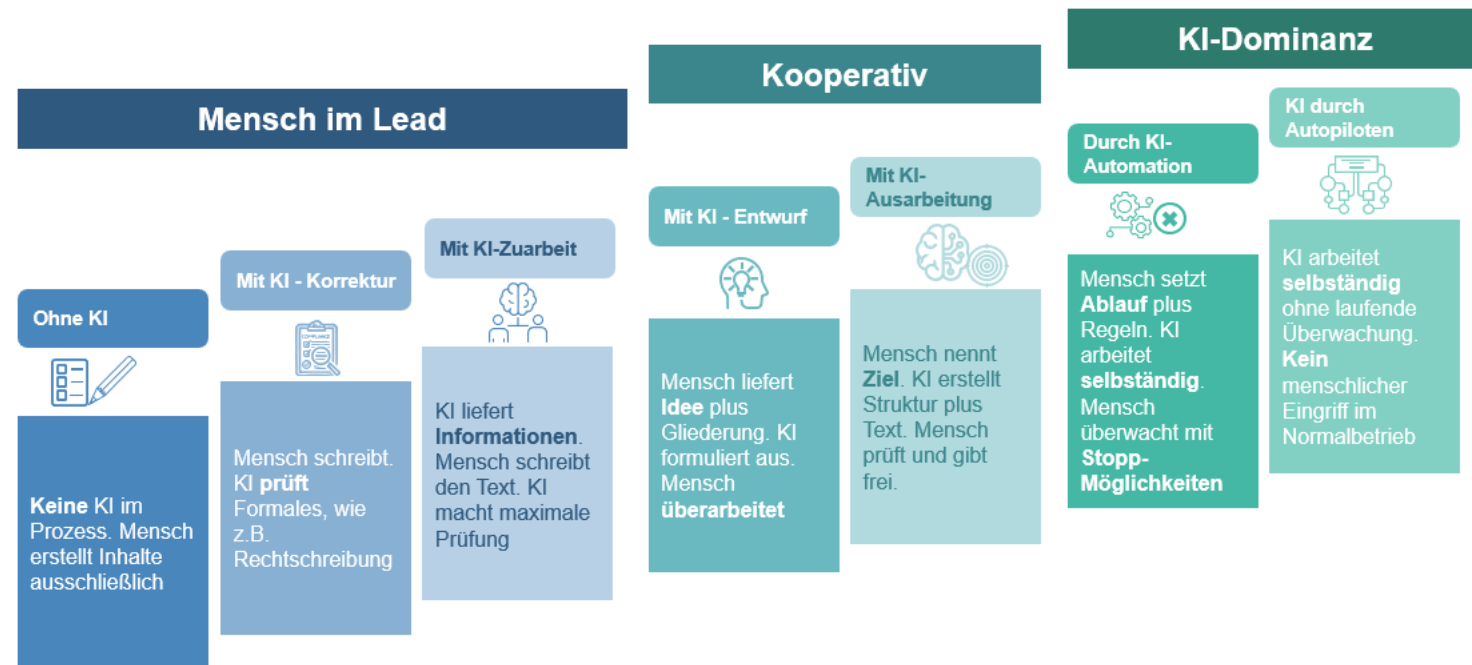
Wo stehen Sie?

KI-Einsatz ist keine Ja-oder-Nein-Entscheidung, sondern ein Kontinuum. Die Grafik zeigt sechs Stufen, die beschreiben, wie eng Mensch und KI in einem Arbeitsprozess zusammenwirken.

- + Am Ausgangspunkt steht die vollständig menschliche **Arbeit ohne KI**. Von dort entwickelt sich die Zusammenarbeit schrittweise: KI übernimmt zunächst einfache Korrekturfunktionen, liefert dann Informationen und Strukturen, formuliert auf Basis menschlicher Ideen ganze Entwürfe, und arbeitet schließlich eigenständig Inhalte aus, die der Mensch nur noch freigibt.
- + Am anderen Ende des Spektrums steht **KI-Dominanz**: Systeme, die nach festgelegten Regeln selbstständig arbeiten, mit menschlichen Stoppmöglichkeiten, aber ohne laufende Überwachung.

Für Modeunternehmen im Mittelstand ist die entscheidende Frage nicht, ob KI eingesetzt werden soll, sondern auf welcher Stufe, in welchem Prozess. Nicht jede Abteilung muss sofort auf Stufe fünf oder sechs operieren. Aber zu wissen, wo man heute steht und wo man strategisch hinwill, ist der erste Schritt zu einer sinnvollen KI-Integration.

STUFEN DER ZUSAMMENARBEIT MIT KI



KI braucht ein Fundament, und das beginnt nicht mit Technologie

Ein häufiger Fehler: Unternehmen investieren in KI-Tools, bevor ihre Prozesse dafür bereit sind. Das Ergebnis ist absehbar, die Technologie läuft ins Leere, weil die Grundlagen fehlen.

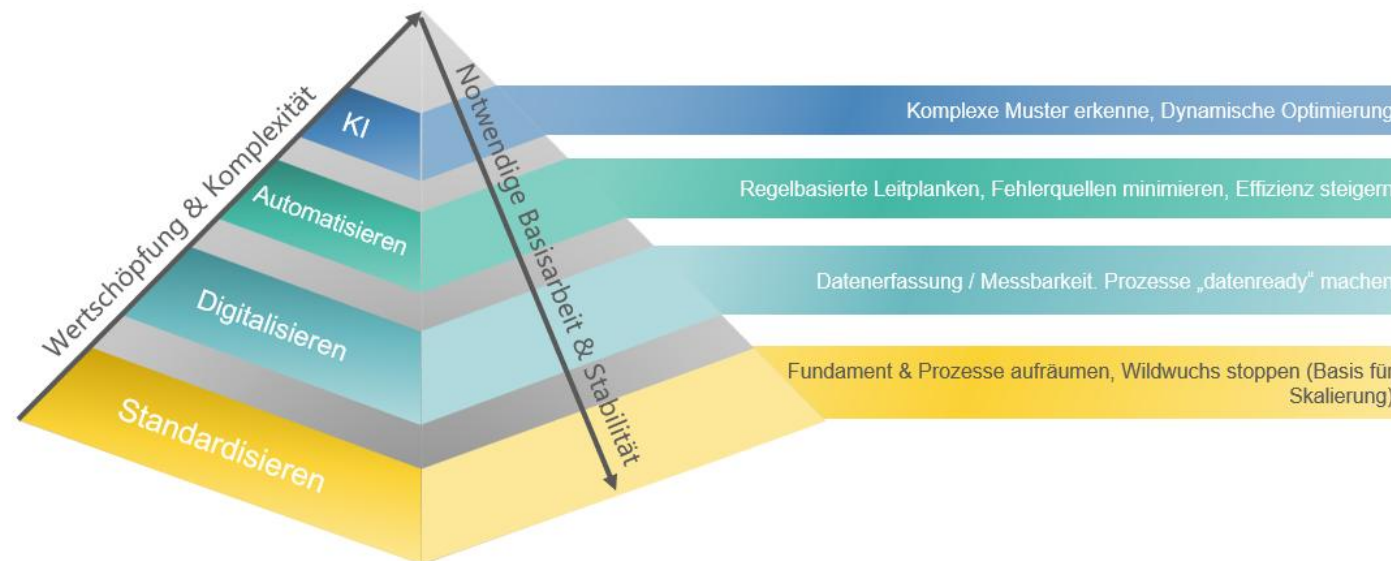
Die Pyramide zeigt, warum das so ist: **KI steht an der Spitze**: dort, wo Wertschöpfung und Komplexität am höchsten sind. Aber sie trägt nicht sich selbst. Was sie trägt, sind vier Schichten darunter:

- + **Standardisieren** ist die Basis. Prozesse müssen aufgeräumt, Verantwortlichkeiten klar und Wildwuchs gestoppt sein, erst dann entsteht eine skalierbare Grundlage.
- + Darauf folgt **Digitalisieren**: Daten müssen erfasst, messbar und „datenready“ sein. Ohne saubere Datenbasis liefert auch das beste KI-Modell keine verlässlichen Ergebnisse.
- + **Automatisieren** kommt danach, regelbasierte Abläufe werden stabilisiert, Fehlerquellen reduziert, Effizienz gesteigert.
- + Und erst auf dieser soliden Basis entfaltet **KI** ihr volles Potenzial: Mustererkennung, dynamische Optimierung, intelligente Entscheidungsunterstützung.

Für die Modebranche bedeutet das: Wer heute noch mit unstrukturierten Prozessen, Datensilos oder manuellen Workflows arbeitet, sollte nicht zuerst in KI investieren, sondern in das Fundament.

Erst Prozesse, dann der Prompt.

STANDARDISIERTE PROZESSE ALS GRUNDLAGE FÜR AUTOMATISIERUNG & KI



KI einführen heißt: Organisation, Daten und Regeln gleichzeitig denken

KI-Implementierung ist kein IT-Projekt, es ist ein Organisationsthema. Wer nur ein Tool einführt, ohne die drei ineinandergreifenden Voraussetzungen zu schaffen, wird keinen nachhaltigen Nutzen erzielen.

- + **Organisation und Struktur** kommen zuerst. KI braucht klare Verantwortung, wer steuert den Einsatz strategisch, wer trägt ihn operativ in die Teams? Rollen wie AI-Champions oder ein AI-Center of Excellence sind keine Bürokratie, sondern die Voraussetzung dafür, dass KI nicht als Einzelinitiative verpufft, sondern im Alltag wirksam wird.
- + **Daten** sind der Treibstoff. Relevante, qualitativ hochwertige und systemübergreifend verfügbare Daten entlang konkreter Use Cases sind die zentrale Voraussetzung für jeden produktiven KI-Einsatz. Wer hier Lücken hat, sei es in Qualität, Struktur oder Zugänglichkeit wird feststellen, dass auch das beste Modell keine verlässlichen Ergebnisse liefert.
- + **Gouvernance** schließt den Kreis. Verbindliche Richtlinien zu Datenschutz, Datenzugang und KI-Nutzung sind kein Hemmnis, sondern Schutz für das Unternehmen, die Mitarbeitenden und die Kunden. Ohne klare Spielregeln wächst das Risiko unkontrollierter Nutzung und fehlender Nachvollziehbarkeit.

Alle drei Zahnräder müssen ineinandergreifen. Fehlt eines, steht das System still.

KI-IMPLEMENTIERUNG = ORGANISATIONSTHEMA



Organisation / Struktur / Prozesse

Klare **organisatorische** Verankerung durch Rollen wie AI-Center of Excellence, AI-Champions und Fachbereichsverantwortliche stellt sicher, dass KI strategisch gesteuert, in **Prozesse** eingebettet und **operativ** in die Teams getragen wird, sodass sie Mitarbeitende unterstützt, Aufgaben entlastet und **Entscheidungsgrundlagen** liefert.



Daten

Relevante, qualitativ hochwertige und integrierte Daten entlang konkreter **Use Cases** sind die zentrale Voraussetzung, inklusive klarer **Datenverfügbarkeit**, -struktur und -zugänglichkeit über **Systeme** hinweg.



Governance

Verbindliche Richtlinien zu Datenzugriff, Datenschutz und KI-Nutzung sowie definierte **Verantwortlichkeiten** sind entscheidend, um Risiken zu kontrollieren und eine skalierbare, sichere Nutzung zu gewährleisten.

Vom Anspruch zur Umsetzung – ein mögliches Vorgehen:

KI-Strategie ohne strukturiertes Vorgehen bleibt Theorie. Wir empfehlen das Vorgehen entlang eines klaren, vierstufigen Ansatzes, mit Branchen-Know-how und praxiserprobten Templates für jede Phase.

- + Am Anfang steht die eine klare **Ausrichtung**: Welche Rolle sollen KI und Automatisierung im Kontext der Unternehmens-, Digital- und IT-Strategie spielen? Welchen konkreten Beitrag zur Zielerreichung sollen sie leisten? Diese Klärung schafft die Grundlage für alle weiteren Schritte.
- + In der zweiten Phase erfolgt der **Know-how-Aufbau und eine erste Bewertung**: Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette werden strukturiert analysiert und auf ihr grundsätzliches KI- und Automatisierungspotenzial hin untersucht, mit dem Ziel, die weitere Analyse gezielt zu fokussieren.
- + Darauf folgt die **Detailanalyse ausgewählter Teilprozesse**: eine vertiefte Untersuchung konkreter Ansatzpunkte unter realistischer Berücksichtigung von Aufwand, Datenlage und Umsetzbarkeit.
- + Den Abschluss bildet die **Definition und Priorisierung von Use Cases**: Welche Initiativen haben den größten Business Impact bei vertretbarem Implementierungsaufwand? Diese Entscheidungslogik schafft die Grundlage für eine konsequente Umsetzung.

KI-Implementierung gelingt nicht durch Tools allein, sondern durch strukturiertes Vorgehen, klare Prioritäten und KnowHow sowie Branchenpassung.

EINE PRAXISERPROBTE HERANGEHENSWEISE



Für alle die tiefer einsteigen möchten: Empfehlung Veranstaltung

Am 20. Oktober findet die Veranstaltung „**KI-Systeme der Branche**“ statt, gemeinsam organisiert mit dem **GermanFashion Modeverband Deutschland**.

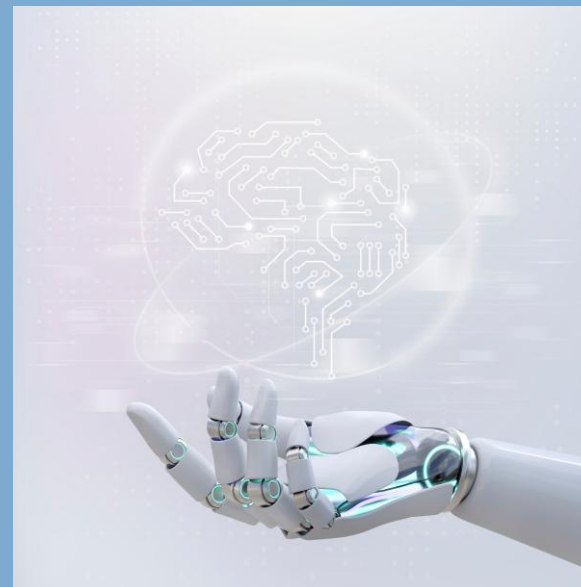
Die Veranstaltung bietet einen kompakten Überblick über KI-Systeme für die Mode-, Textil- und Lifestyle-Branche und zeigt praxisnah, wie KI alle Prozesse und Entscheidungen entlang der SupplyChain gezielt unterstützen kann. Verschiedene Anbieter stellen ihre Systeme direkt vor. Eine gute Gelegenheit, Lösungen zu vergleichen und konkrete Impulse für das eigene Unternehmen mitzunehmen.

Der Anmeldelink wird im September veröffentlicht.

Für Mitglieder ist die Veranstaltung kostenlos.

VERANSTALTUNG

Veranstaltung: KI-Systeme der Branche



Termin: 20.10.2026

Ort: digital per Teams

Kontakt

... wir freuen uns auf Ihre Anfrage:



Angelina Schock | Managing Partner
schock@gcs-consulting.de



Sarah Wittmann | Business Consultant
wittmann@gcs-consulting.de



Anschrift
GCS Consulting GmbH
Firkenweg 1
85774 Unterföhring



Fon +49 89 891365 -0



E-Mail info@gcs-consulting.de



Website www.gcs-consulting.de