

Presse-Information

19.05.2025

## **Künstliche Intelligenz für höhere Effizienz und Produktivität – Generative KI im Einkauf der BMW Group.**

- Die BMW Group treibt die Digitalisierung im Einkauf und Lieferantennetzwerk durch den Einsatz von generativer KI voran.
- Neuartiges intelligentes Multi-Agenten-System BMW Group Alconic Agent, steigert die Effizienz der Informationsbeschaffung und optimiert die Entscheidungsfindung.

**München.** Digitalisierung ist eine zentrale Strategie-Stossrichtung im Bereich Einkauf und Lieferantennetzwerk der BMW Group. Insbesondere die generative Künstliche Intelligenz (KI) steht im Fokus, um das Einkauf und Lieferantennetzwerk effizienter und zukunftsfähiger zu gestalten. Die Entwicklung innovativer Anwendungen und die strategische Zusammenarbeit mit dem konzerneigenen IT-Hub in Rumänien treiben die digitale Transformation des Unternehmens voran.

„Für die BMW Group ist KI mehr als nur eine technologische Innovation – sie ist ein zentraler Baustein der digitalen Transformation“, betont Hendrik Lang, Bereichsleiter Strategie, Nachhaltigkeit, Digitalisierung im Einkauf und Lieferantennetzwerk der BMW Group. „Die Befähigung der Mitarbeitenden im Umgang mit KI-Technologien hat dabei höchste Priorität“, so Lang weiter. Eine unternehmensweite KI-Plattform ermöglicht massgeschneiderte Anwendungen, um Prozesse zu optimieren, Effizienz zu steigern und innovative Lösungen zu entwickeln. KI dient als Unterstützung, um bestimmte Aufgaben schneller zu erledigen oder Teilaufgaben zu automatisieren und damit den Mitarbeitenden mehr Freiraum für Kreativität und innovatives Denken zu ermöglichen.

Die BMW Group baut gezielt KI-Kompetenzen auf und entwickelt im IT-Hub in Rumänien spezifische KI-Applikationen für das Einkauf und

Datum

Thema

Seite 2

Lieferantennetzwerk. Hier entsteht bis zum Ende des Jahres ein Experten-Team, welches an hochmodernen Anwendungen im Bereich generativer KI arbeitet, die für interne Prozesse weltweit eingesetzt werden sollen. Das Joint Venture von der BMW Group mit NTT DATA Romania wurde im Sommer 2024 am Technologiestandort Cluj-Napoca eröffnet und soll langfristig die europäische Software-Expertise der BMW Group konsequent und bedarfsorientiert erweitern. BMW TechWorks Romania ist eng in die globale Entwicklungs- und Innovationslandschaft der BMW Group integriert und profitiert von der starken IT- und Softwareentwicklungsbranche in Rumänien.

Der BMW Group Einkauf treibt aktiv die Entwicklung und Implementierung unternehmensinterner KI-Anwendungen voran. Bereits im Jahr 2024 wurden erste generative KI-Anwendungen wie der Knowledge Navigator, Offer Analyst und Tender Assistant im Einkauf eingeführt. Die Anwendungen dienen als zentrale Wissensdatenbank, unterstützen bei Analyse und Vergleich von Lieferantenangeboten sowie bei der Erstellung und Verwaltung von Ausschreibungen. Durch den Offer Analyst können beispielsweise repetitive Arbeiten reduziert und signifikante Zeitersparnisse pro Angebot erzielt werden.

Darüber hinaus wurde Ende 2024 das unternehmensinterne BMW Group **Alconic Agentensystem** als zentraler KI-Zugangspunkt für das Einkauf und Lieferantennetzwerk eingeführt. Diese innovative KI-Anwendung revolutioniert die Art und Weise, wie Informationen gesucht und genutzt werden, indem sie modernste natürliche Sprachverarbeitung und intelligente Algorithmen kombiniert. Das Multi-Agenten-System ermöglicht nicht nur eine schnelle und präzise Informationssuche, sondern auch eine personalisierte

Datum

Thema

Seite 3

Aufbereitung der Ergebnisse, die auf die individuellen Bedürfnisse der Nutzer zugeschnitten ist. Durch die Integration verschiedener Datenquellen wird eine umfassende und gezielte Informationsbeschaffung gewährleistet, die bisherige Suchprozesse deutlich übertrifft. Mit über 10.000 Zugriffen pro Monat und 1.800 aktiven Nutzern innerhalb kürzester Zeit zeigt die Anwendung eine aussergewöhnlich hohe Akzeptanz und unterstreicht ihren Mehrwert. „Unser Multi-Agenten-System **Alconic** steigert nicht nur die Effizienz und Produktivität der Mitarbeitenden erheblich, sondern setzt auch neue Massstäbe für die Nutzung von KI“, betont Markus Kronen, Leiter Generative KI im Einkauf und Lieferantennetzwerk der BMW Group.

Das **Alconic** Multi-Agenten-System wird kontinuierlich weiterentwickelt, um den steigenden Anforderungen im Einkauf und Lieferantennetzwerk gerecht zu werden. Ein zentraler Schwerpunkt liegt dabei auf der sogenannten Agentisierung, bei der **Alconic** nicht nur als passives Suchtool agiert, sondern zunehmend proaktiv wird. Das umfangreiche Agentensystem beinhaltet aktuell bereits zehn Agenten zu Themen wie Qualität, Einkaufs- und Lieferantendaten und Unterstützung von Einkaufsprozessen. Künftig wird die Anwendung in der Lage sein, eigenständig Aufgaben zu übernehmen, wie beispielsweise das Monitoring von Daten aus der Lieferkette, das Erstellen von Berichten oder das Identifizieren von Optimierungspotenzialen. Durch diese Weiterentwicklung wird **Alconic** zu einem intelligenten internen Assistenten, der nicht nur Informationen bereitstellt, sondern aktiv Handlungsempfehlungen gibt und Prozesse automatisiert. Um die optimale Nutzung von KI-Anwendungen zu gewährleisten, schult die BMW Group Mitarbeitende auf allen Ebenen sowohl digital als auch in speziellen KI-Innovationsräumen. Dabei erwerben sie nicht nur digitale Kompetenzen,

Datum

Thema

Seite 4

sondern multiplizieren diese in der gesamten Organisation. Klare Governance-Regelungen setzen sowohl bei der Schulung als auch in der Implementierung von KI-Lösungen einen verbindlichen Rahmen – sei es bei internen Anwendungen oder beim Einkauf von externer KI-Expertise.

Mit dem **Alconic Agent** hat die BMW Group einen der ersten Multi-Agent Use-Cases auf einer zentralen KI-Plattform umgesetzt und erfolgreich im Einkaufsressort als Standardfunktion etabliert. Grundlage dafür ist der BMW Group AI Assistant, der als zentraler KI-Zugangspunkt für die gesamte Organisation dient. **Alconic** zeigt beispielhaft, wie intelligente Agentensysteme auf der KI-Plattform entwickelt und in der Breite des Unternehmens ausgerollt werden können.

**Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an:****Fabio Zingg, Corporate Communications**

Tel: +41 79 430 86 47

Mail: fabio.zingg@bmw.ch

**Sven Grützmacher, Director of Corporate Communications**

Tel: +41 58 269 1091

Mail: [sven.gruetzmacher@bmw.ch](mailto:sven.gruetzmacher@bmw.ch)**Die BMW Group**

Die BMW Group ist mit ihren Marken BMW, MINI, Rolls-Royce und BMW Motorrad der weltweit führende Premium-Hersteller von Automobilen und Motorrädern und Anbieter von Premium-Finanzdienstleistungen. Das BMW Group Produktionsnetzwerk umfasst über 30 Produktionsstandorte weltweit; das Unternehmen verfügt über ein globales Vertriebsnetzwerk mit Vertretungen in über 140 Ländern.

Im Jahr 2024 erzielte die BMW Group einen weltweiten Absatz von 2,45 Mio. Automobilen und über 210.000 Motorrädern. Das Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2024 belief sich auf 11,0 Mrd. €, der Umsatz auf 142,4 Mrd. €. Zum 31. Dezember 2024 beschäftigte das Unternehmen weltweit 159.104 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Seit jeher sind langfristiges Denken und verantwortungsvolles Handeln die Grundlage des wirtschaftlichen Erfolges der BMW Group. Nachhaltigkeit ist ein wichtiger Bestandteil der



Unternehmenskommunikation

## Presse-Information

Datum

Thema

Seite 5



ROLLS-ROYCE  
MOTOR CARS LTD

Unternehmensstrategie der BMW Group, von der Lieferkette über die Produktion bis zum Ende der Nutzungsphase aller Produkte.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

YouTube: <https://www.youtube.com/bmwgroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

Facebook: <https://www.facebook.com/bmwgroup>

X: <https://www.x.com/bmwgroup>