

21.02.2022 – 09:42 Uhr

Aimondo festigt Position als Blue Chip Lieferant

Düsseldorf (ots) -

Um über 21 Prozent soll der Anwendungsmarkt für Künstliche Intelligenz (KI) 2022 gegenüber dem Vorjahr wachsen. Auf voraussichtlich etwa 62,5 Milliarden US \$. Im Online-Handel ist KI kein Hype. Sie ist ein Game Changer. Immer mehr führende Anbieter setzen auf die Computertechnik, die den kognitiven Fähigkeiten des Menschen ähnelt. Aber sie ist viel zuverlässiger und um ganze Dimensionen leistungsfähiger. Aimondo, das ursprünglich in Düsseldorf gegründete Start-Up, beliefert immer mehr zum Teil weltbekannte Kunden mit aus KI gewonnenen Daten.

Auf Dauer sind im rasant schnellen Internet-Handel auch Großunternehmen nur noch wettbewerbsfähig, wenn sie mithilfe programmierter oder erlernter Zusammenhänge Daten analysieren und Aufgaben vollautomatisiert lösen. Darauf setzt Aimondo seit der Gründung vor fünf Jahren und liefert für Produkte täglich aktuelle Konkurrenzanalysen. Detaillierte Informationen und Preisempfehlungen unter Berücksichtigung von Wettbewerb und den Zielen der Aimondo-Kunden führen sofort zu Ergebnissen.

Gerade die erfolgreichsten Anbieter haben inzwischen erkannt, dass in den heute digital geprägten Geschäftsabläufen Präzision und Geschwindigkeit sofort über Gewinn und Verlust entscheiden. Wenn der stärkste Konkurrent für die Kunden nur einen Mouse-Click entfernt ist, zählt die schnelle Information, die zu Entscheidungen führt. Für jede dieser Firmen täglich tausend- oder hundertausendfach. Das sind Mengen, die mit menschlicher Arbeitskraft nicht zu bewältigen sind. Aimondo liefert die Eckdaten mit Entscheidungsgrundlagen digital - fix und fertig und sofort einsatzbereit.

Das Erkennen des Bedarfs, Know-How und die Fähigkeit zur Umsetzung in Verbindung mit Millioneninvestitionen waren nötig, eine weltweit führende Position zu besetzen. Das schaffte ein Entwicklerteam um den Unternehmensgründer und Digitalpionier Henrich Müller aus Düsseldorf und baut seitdem die Pole-Position weiter aus.

Seit 2021 ist es so weit. Die Kundenzahl entwickelte sich im vergangenen Jahr nicht nur stabil weiter, es kamen ganz große Namen aus Branchen wie Lebensmittel, Großsortimenter für Konsumgüter, Elektronik, Werkzeuge, Shopping TV oder Mobilität hinzu. Dieser Trend hält auch 2022 an, er gewinnt sogar an Dynamik. Die Kunden werden von Aimondo regelmäßig mit den Daten versorgt, die sofort in Umsatz und Ertrag wirksam werden. Das spricht sich herum.

Heinrich Müller, Geschäftsführer der deutschen Entwicklungsgesellschaft und Vorstand der Schweizer Aimondo AG, entwickelt die Aimondo KI für den weltweiten Einsatz. Er erklärt: "Mit Aimondo haben Konzerne, die im weitesten Sinne Konsumgüter oder -leistungen anbieten die Absatzdigitalisierung auf Best Practise gehoben. Es gibt in entscheidenden Erfolgsfaktoren wie der Schaffung von Online-Sichtbarkeit im direkten Konkurrenzvergleich niemanden, der besser aufgestellt ist als ein Kunde von uns. Stimmen dann noch die Produkte und deren Rahmenbedingungen, ist es zur Marktführerschaft oder zur wirtschaftlich besten Position nur noch ein kleiner, berechenbarer Schritt. Das ist gerade bei Großunternehmen, die eher auf Prozesse statt auf Intuition setzen, sehr wichtig."

Auf der Webseite nennt Müller neuerdings einige Namen der Anwender dieser KI-Geschäftsintelligenz. In der Vergangenheit wurde das eher als wohlgehetetes Geheimnis gehandelt. Nur die Mitarbeiter und Investoren wussten konkret, wie sich die Aimondo-Marktposition entwickelt. Auch heute bleiben etliche Aimondo-Datenkunden noch ungenannt. Aus dem Marketing hört man dazu nur, dass diese Firmen ihren Konkurrenten keinen Hinweis darauf geben wollen, wie sie es jeden Tag schaffen, zielgenau das richtige Angebot zu platzieren. Teilweise mit millionenfach gewonnenen Informationen und massenhaft neu getroffenen Entscheidungen. Thomas Baierlein, er steuert als Vertriebs- und Marketingvorstand die Globalisierung der Märkte, steht fest zu dieser Verschwiegenheit: "Unsere Kunden müssen sich auf uns verlassen können. Wir gehen mit sensiblen Informationen um, die tief in die Interna der Märkte und Industrien hineinreichen. Es handelt sich dabei um hohe und höchste Werte. Heute mit KI und Machine Learning Techniken gewonnene Daten und daraus abgeleitete Erkenntnisse sind wertvoller als es das Öl des 20sten Jahrhunderts war. Öl wird teuer transportiert, umgeformt und dann verbraucht. Danach hat es seinen Wert als Rohstoff ganz oder zum großen Teil eingebüßt. Daten hingegen werden in Millisekunden billig um die ganze Welt transportiert. Sie sind schier unbegrenzt lagerfähig. Und sie sind unendlich wiederverwertbar. Wenn Daten verwendet werden, werden sie außerdem nützlicher, anstatt dass sie verloren gehen. Wir gewinnen und analysieren für unsere Kunden die kommerziell wertvollsten Daten der Welt, heben sie auf und verwenden sie bei Bedarf immer wieder, um aus Entwicklungen in der Vergangenheit und der Gegenwart zunehmend stabilere Analysen für heute und die Zukunft zu liefern."

Aimondo Kunden sind viel größer als Aimondo selbst - sie operieren teilweise weltweit. Also wird 2022 der internationale Aimondo Auftritt noch konkreter. Mit zusätzlichem Kapital wird so investiert, dass Aimondo in den Schlüsselmärkten jeweils selbst präsent ist. Das System funktioniert - das ist inzwischen zigfach bewiesen. Investoren, die in frühen Phasen den Wert erkannt haben und sich schon engagierten, als die Firma noch tiefrote Zahlen schrieb, können inzwischen aufatmen.

Ab dem ersten Quartal 2022 werden erstmals Monat für Monat operative schwarze Zahlen erwartet. "Das Konzept geht auf. Die Fokussierung auf Großabnehmer zahlt sich für diese und uns aus. Die Grundlagen, an denen mein Kollege Müller seit Jahren mit seinem Team tüfelt, sind weit überlegen und um Jahre voraus" erklärt René Grübel, der Verwaltungsratsvorsitzende aus der Züricher Zentrale. Er ergänzt: "Bei unserem Geschäftsmodell gewinnen in erster Linie unsere Kunden. Aber wir selbst haben auch

eine komfortable Position, denn nach dem Überschreiten der schwarzen Null erzeugen wir jeden Tag millionenfach bezahlte Daten, ohne dass unsere Ausgaben proportional steigen. Die Kurven zwischen Umsatz und Kosten trennen sich immer weiter, wenn man fertige Daten statt Softwareprogramme liefert."

Für das bald erwartete Listing an einer Börse wird das Versprechen der Gründer an die Investoren erfüllt. Sie erhalten noch vor dem offiziellen öffentlichen Handel die lukrativsten Möglichkeiten, sich für ihre Weitsicht zu belohnen. Die Einzelheiten dazu werden nur direkt von den Depotbanken mitgeteilt und von Mitarbeitern der Gründungsgesellschaft im Detail erläutert. Ab diesem Jahr gilt die Win/Win Situation nicht nur für Aimondo und die Konzernkunden, sondern sie wird ganz besonders für das Team, die Investoren und Gründer wichtig.

Pressekontakt:

presse@ki-forum.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100066964/100885347> abgerufen werden.