

06.06.2024 - 14:20 Uhr

Wie Air France künstliche Intelligenz nutzt

Wie Air France künstliche Intelligenz (KI) nutzt, um ihre Geschäftsaktivitäten zu optimieren und das Kundenerlebnis zu verbessern

Da Air France täglich 100'000 Passagiere an Bord von über 1000 Flügen befördert, erzeugt die Tätigkeit von Air France eine beträchtliche Datenmenge. Die optimale Nutzung dieser Ressource zur ständigen Leistungsverbesserung ist daher für die Fluggesellschaft eine strategische Herausforderung und verbunden mit einer absoluten Priorität: dem Schutz der Daten des Unternehmens sowie seiner Kundinnen und Kunden.

Dies ist kein neues Thema. 1958 gründete Air France eine Abteilung für operative Forschung, die für die Förderung und Strukturierung von Innovationen innerhalb des Unternehmens zuständig war. Ziel war es, das Unternehmen an die technologischen Entwicklungen einer sich ständig weiterentwickelnden Branche anzupassen. Daten wurden rasch als wertvolles Gut erkannt, das es ermöglichte, das Kundenverhalten besser zu verstehen. Diese Vorarbeit führte in den 1990er-Jahren insbesondere zur Ausweitung des Ertragsmanagements, das sich teilweise auf historische Daten und die Ermittlung von Trends stützt.

Anfang der 2000er-Jahre wurde der Ansatz, grosse Datenmengen für die Szenarioplanung zu nutzen, mit der Entwicklung einer sogenannten Predictive-Maintenance-Lösung auf das Wartungsgeschäft übertragen: [Prognos](#). Mit diesem Tool, das heute von über 80 Fluggesellschaften weltweit eingesetzt wird, begann für Air France die Ära der prädiktiven und präskriptiven künstlichen Intelligenz.

Seitdem hat künstliche Intelligenz einen selbstverständlichen Platz in allen Forschungs- und Innovationsprogrammen von Air France eingenommen und wird derzeit in den verschiedenen Phasen der Customer Journey eingesetzt: bei Chatbots, bei Tools zur Vorhersage der Anzahl Gepäckstücke und Mahlzeiten an Bord, bei der Berechnung der mitzunehmenden Wassermenge oder auch bei Öko-Pilotsystemen, welche die Flugrouten optimieren, um den Treibstoffverbrauch zu reduzieren. Durch den Einsatz von KI wird dem Personal der Zugriff auf für seine Arbeit relevante Informationen erleichtert, während Aktivitäten und Ressourcen optimiert und Bedürfnisse vorhergesehen werden können. Und all diese Einsatzmöglichkeiten verfolgen ein zentrales Ziel: die Verbesserung des Kundenerlebnisses.

2023, die Wende der generativen künstlichen Intelligenz

Anfang 2023 begann bei Air France eine neue Revolution, die der generativen KI. Diese neue Art künstlicher Intelligenz ist in der Lage, selbstständig umfangreiche Inhalte zu generieren. Im Gegensatz zur traditionellen künstlichen Intelligenz, die sich auf bestimmte Aufgaben wie die Datenklassifizierung konzentriert, erzeugt die generative KI tatsächlich neue Daten und verlässt sich in hohem Masse auf maschinelles Lernen. Kurz gesagt: Die KI nährt sich von allen Interaktionen und lernt daraus. Durch das Tool ChatGPT ist die generative KI populär geworden und stellt einen echten technologischen Durchbruch dar, indem es neue Horizonte für die Nutzung von Daten eröffnet.

Bis heute wurden mehr als 40 Projekte zum Einsatz generativer künstlicher Intelligenz in allen Geschäftsbereichen von Air France gestartet. Einige befinden sich in der Phase der Identifizierung der am besten geeigneten Lösung (Datenmanagementmodell, prädiktive KI, generative KI usw.), während andere die Proof-of-Concept-Phase erreicht haben. Hier sind vier Beispiele, welche die Entwicklung von Air France im Bereich KI veranschaulichen:

- TALIA: Das interne ChatGPT von Air France ermöglicht es den Mitarbeitenden, sich in einer sicheren Umgebung mit der Funktionsweise dieses Tools vertraut zu machen, ohne dass Informationen an Dritte weitergegeben werden. TALIA wird von Air France-Mitarbeitenden täglich verwendet, um E-Mails zu schreiben, in PDF-Dokumenten nach Informationen zu suchen, Veranstaltungen zu organisieren oder Aufgabenlisten zu erstellen.
- PAMELIA: Mit dieser Lösung können Flughafenmitarbeitende von Air France Antworten auf Kundenfragen direkt auf ihrem iPad erhalten. Erlaubte Gepäckanzahl, Transport lebender Tiere, Formalitäten: PAMELIA sucht in den Referenzhandbüchern und Verfahrensdokumentationen der Fluggesellschaft nach der Antwort und generiert eine schriftliche Antwort, die den Kundinnen und Kunden zur Verfügung gestellt und sofort in 85 Sprachen übersetzt werden kann. PAMELIA befindet sich derzeit in der Testphase und wird 2025 in Paris-Charles de Gaulle eingesetzt.
- CHARLIE: Mit diesem Tool können die Wartungsteams der Fluggesellschaft in der Dokumentation der Fluggesellschaft und der Herstellerinnen und Hersteller nach Flugzeugteilnummern suchen. Dieses Tool spart wertvolle Zeit bei der Reparatur oder dem Austausch von Teilen und trägt so zur Pünktlichkeit der Flüge bei.
- FOX: Das Tool analysiert Kundenfeedback, um Erwartungen und Sorgen besser zu verstehen. Mithilfe generativer KI ist FOX in der Lage, Kundenfeedbacks automatisch zu analysieren und die Kernaussage vielfältiger und komplexer Texte mit Humor oder Ironie zu übersetzen. Das Tool kann auch verwendet werden, um sogenannte «Weak Signals» zu erkennen und dieses Feedback an die verschiedenen Unternehmenseinheiten weiterzugeben.

Air Frances Nutzung künstlicher Intelligenz basiert auf mehreren Grundsätzen, die regelmässig an den technologischen Fortschritt angepasst werden:

Ein vernünftiger und kontrollierter Einsatz künstlicher Intelligenz, bei dem der Schutz von Kunden- und Unternehmensdaten, die Einhaltung von Regeln und ethischen Grundsätzen sowie das strikte Befolgen von Vorschriften im Vordergrund stehen. Die verwendeten Lösungen bleiben in einem geschlossenen Kreislauf und ein KI-Ausschuss stellt sicher, dass alle diese Grundsätze ordnungsgemäss eingehalten werden.

Förderung bestehender Lösungen und Unterstützung unternehmensinterner Initiativen. Das Operations-Research-Team, das mittlerweile 150 Mitarbeitende umfasst, unterstützt die verschiedenen Geschäftsbereiche bei der Erforschung der Möglichkeiten der KI. Je nach Bedarf kann die Operations-Research-Abteilung Teams zu einer mehr oder weniger komplexen Lösung führen, sie bei der Umsetzung eines Proof of Concept (POC) unterstützen und an der Umsetzung der ausgewählten Projekte teilnehmen.

Marktlösungen nutzen, statt Modelle im Unternehmen zu entwickeln. Künstliche Intelligenz, insbesondere generative KI, ist noch ein relativ neues Fachgebiet und die Technologien sind noch nicht ausgereift. Das kann dazu führen, dass sie schnell veralten. Air France verlässt sich daher auf bestehende Lösungen und Modelle, statt zu versuchen, von Grund auf neue zu entwickeln. Dies ermöglicht es, die Investitionen unter Kontrolle zu halten und eine hohe Agilität zu bewahren.

Mehr Informationen über IT und Daten bei Air France gibt es [unter diesem Link](#).

Medienstelle Air France-KLM Schweiz

c/o Pantarhei PR AG

Weinbergstrasse 81

CH-8006 Zürich

+41 (0)44 365 20 20

airfrance-klm@pantarhei.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018582/100920190> abgerufen werden.