

Pressemitteilung

11/2024 – 31. Mai 2024

Optimierte Geschäftsaktivitäten und Customer Journey mit KI

Von der vorhersagbaren Wartungslösung zur generativen künstlichen Intelligenz



Mit 100.000 Kunden, die täglich an Bord von mehr als 1.000 Flügen befördert werden, generiert Air France eine beträchtliche Menge an Daten. Für die Airline ist es eine strategische Herausforderung, diese Ressource optimal zu nutzen, um die Leistung zu verbessern und gleichzeitig Kunden- und Unternehmensdaten zu schützen.

Dieses Thema ist nicht neu. Bereits 1958 richtete Air France die Abteilung Betriebsforschung ein, die für die Förderung und Strukturierung von Innovationen im Unternehmen zuständig war. Ziel war es, die Fluggesellschaft an die technologischen Entwicklungen einer sich ständig weiterentwickelnden Branche anzupassen. Der Informations- oder „Datenstrom“ wurde schnell als wertvolles Gut erkannt, das ein besseres Verständnis des Kundenverhaltens ermöglicht. Diese Vorarbeiten führten in den 1990er Jahren insbesondere zum Ausbau des Revenue Management, das sich teilweise auf historische Daten und die Ermittlung von Trends stützte.

Anfang der 2000er Jahre wurde dieser Ansatz der Nutzung großer Datenmengen für die Szenarioplanung mit der Entwicklung einer so genannten vorhersagbaren Wartungslösung, Prognos, auf das Wartungsgeschäft übertragen. Mit diesem Tool, das inzwischen von über 80 Fluggesellschaften weltweit genutzt wird, begann für Air France die Ära der vorhersagbaren und bestimmte Normen festlegenden künstlichen Intelligenz.

Seitdem hat die künstliche Intelligenz einen natürlichen Platz in allen Forschungs- und Innovationsprogrammen von Air France eingenommen und wird derzeit in den verschiedenen Phasen der Customer Journey eingesetzt. Mit verschiedenen KI-Anwendungen wie Chatbots, Tools zur Vorhersage der Anzahl von Gepäckstücken und Mahlzeiten an Bord, der Berechnung der mitzunehmenden Wassermenge oder Eco-Pilot-Systemen zur Optimierung der Flugrouten, um den Treibstoffverbrauch zu reduzieren, verbessert Air France Aktivitäten und Ressourcen, antizipiert Bedürfnisse und erleichtert den Mitarbeitern den Zugang zu Informationen, die für ihre Arbeit relevant sind. Alle diese Anwendungen dienen einem zentralen Ziel: der Verbesserung des Kundenerlebnisses.

2023, die Wende zur generativen künstlichen Intelligenz

Seit 2023 engagiert sich Air France für eine neue Revolution im Bereich der generativen KI. Eine neue Art künstlicher Intelligenz, die in der Lage ist, eigenständig umfangreiche Inhalte zu generieren. Im Gegensatz zur traditionellen künstlichen Intelligenz, die sich auf spezifische Aufgaben wie die Klassifizierung von Daten konzentriert, generiert die generative KI tatsächlich neue Daten und stützt sich dabei weitgehend auf maschinelles Lernen. Kurz gesagt, die KI nährt sich von allen Interaktionen und lernt daraus. Die generative KI, die durch das Tool ChatGPT bekannt wurde, stellt einen echten technologischen Durchbruch dar und eröffnet neue Horizonte für die Nutzung von Daten.

Bis heute wurden mehr als 80 Projekte zum Einsatz generativer künstlicher Intelligenz in allen Geschäftsbereichen von Air France gestartet. Einige befinden sich in der Phase der Identifizierung der bestmöglichen Lösung (Datenmanagementmodell, prädiktive KI, generative KI usw.), während andere das Stadium des Machbarkeitsnachweises (Proof of Concept) erreicht haben.

Die folgenden vier Beispiele veranschaulichen die Entwicklungen von Air France im Bereich der KI:

TALIA: Die interne ChatGPT-Lösung von Air France, die es den Mitarbeitern ermöglicht, sich mit der Funktionsweise dieses Tools in einer gesicherten Umgebung vertraut zu machen, ohne dass Informationen an Dritte weitergegeben werden. TALIA wird täglich von Air France-Mitarbeitern genutzt, um E-Mails zu schreiben, Informationen in PDF-Dokumenten zu suchen, Veranstaltungen zu organisieren oder To-Do-Listen zu erstellen.

PAMELIA: eine Lösung, die es den Flughafenmitarbeitern von Air France ermöglicht, Antworten auf Kundenanfragen direkt auf ihrem iPad zu erhalten. Erlaubte Anzahl von Gepäckstücken, Transport von lebenden Tieren, Formalitäten: PAMELIA durchsucht die Handbücher und Verfahrensdokumente der Fluggesellschaft und erstellt eine schriftliche Antwort, die sofort in 85 Sprachen übersetzt werden kann und dem Kunden zur Verfügung steht. PAMELIA befindet sich derzeit in der Testphase und soll 2025 in Paris-Charles de Gaulle eingeführt werden.

CHARLIE: ein Tool für die Wartungsteams der Airlines, mit dem sie in den Unterlagen der Fluggesellschaft und der Hersteller nach den Teilenummern der Flugzeuge suchen können. Dieses Tool spart wertvolle Zeit bei der Reparatur oder dem Austausch von Teilen und trägt so zur Pünktlichkeit der Flüge bei.

FOX: ein Tool zur Analyse von Kundenfeedback, um ein besseres Verständnis für Erwartungen und Anliegen zu erhalten. Mit Hilfe generativer KI ist FOX in der Lage, Kundenfeedback automatisch zu analysieren und den Kern verschiedener und komplexer Texte zu übersetzen, die Humor oder Ironie enthalten. Dieses Tool kann auch eingesetzt werden, um Anzeichen für Verbesserungspotenziale zu erkennen und dieses Feedback an die verschiedenen Unternehmenseinheiten weiterzugeben.

Der Ansatz von Air France für den Einsatz von künstlicher Intelligenz basiert auf mehreren Grundsätzen, die regelmäßig an den technologischen Fortschritt angepasst werden:

- Ein vernünftiger und kontrollierter Einsatz von künstlicher Intelligenz, bei dem der Schutz von Kunden- und Unternehmensdaten, die Einhaltung von Regeln und ethischen Grundsätzen sowie die strikte Einhaltung von Vorschriften im Vordergrund stehen. Dies bedeutet, dass die verwendeten Lösungen in einem geschlossenen

Kreislauf gehalten werden und ein KI-Ausschuss eingerichtet wird, der die ordnungsgemäße Einhaltung all dieser Grundsätze gewährleistet.

- Förderung von bestehenden Lösungen und Unterstützung von Initiativen innerhalb des Unternehmens. Das Team der operativen Forschung, das inzwischen 150 Mitarbeiter zählt, unterstützt die verschiedenen Geschäftsbereiche bei der Erforschung der Möglichkeiten, die die künstliche Intelligenz bietet. Je nach Bedarf kann die Abteilung für operative Forschung Teams zu einer mehr oder weniger komplexen Lösung führen, sie bei der Umsetzung eines Proof of Concept unterstützen und an der Umsetzung der ausgewählten Projekte mitwirken.
- Nutzung von Marktlösungen anstelle der Entwicklung von Modellen im Unternehmen. Künstliche Intelligenz, insbesondere generative KI, ist noch ein relativ neues Fachgebiet und die Technologien sind noch nicht ausgereift. Dies kann sie relativ schnell veralten lassen. Air France stützt sich daher auf bestehende Lösungen und Modelle, anstatt zu versuchen, eigene Modelle von Grund auf zu entwickeln. Dieser Ansatz hilft vor allem auch dabei, die Investitionen zu kontrollieren und die Agilität zu bewahren.

Mehr über IT und Daten bei Air France erfahren Sie [hier](#).

Pressestelle AIR FRANCE KLM Deutschland:

f2kreation, Susanne Freitag, Eberbacher Straße 61, 65346 Eltville, Tel. 06123 – 60 52 51,
E-Mail: s.freitag@f2kreation.de