

„Ich bin jeden Tag begeistert, wie nah wir am realen Leben sind.“

Als Physiker bei Lidl Analytics wendet Armin Müller Methoden der Statistik und der künstlichen Intelligenz an.

Kerstin Sonnabend

Im
Porträt



Lidl nutzt für seine Filialen auch historische Gebäude, wie hier vom ehemaligen Emser Blei- & Silberwerk in Bad Ems.

Dr. Armin Müller (34) arbeitet bei der Lidl Stiftung & Co. KG in Neckarsulm. Als Bereichsleiter bei Lidl Analytics unterstützt er andere Geschäftsbereiche beim Einsatz analytischer Methoden. Ziel ist es dabei, die Geschäftsprozesse des international agierenden Discounters zu optimieren – damit sich ein Einkauf bei Lidl für die Kunden lohnt.

Was waren Ihre Schwerpunkte im Studium?

Ich habe am Karlsruher Institut für Technologie studiert und für meine Diplomarbeit untersucht, wie Halbleiter-Nanopartikel auf Polymerstrukturen wachsen. Die Frage dahinter war, ob elektronische Strukturen auch ohne lithographische Verfahren herstellbar sind.

Haben Sie das in der Promotion vertieft?

Nein, ich habe nach dem Diplom bei einer Unternehmensberatung gearbeitet. Für die Promotion an der FernUniversität in Hagen war ich freigestellt und habe mich an der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät mit Monte-Carlo-Verfahren befasst.

Und sind danach zurück in die Unternehmensberatung?

Genau. Ich habe noch zwei Jahre dort gearbeitet und mich verstärkt mit dem Einsatz künstlicher Intelligenz beschäftigt.

Die Forschung hat Sie nicht gereizt?

Mich hat die unsichere Perspektive abgeschreckt: Eine Karriere in der Wissenschaft hat für mich etwas von einer Lotterie. Ohne das nötige Quäntchen Glück reichen auch exzellente Leistungen nicht aus, um eine Professur zu bekommen.

In der freien Wirtschaft sieht das anders aus?

Die Arbeitsbedingungen sind dort besser und die Perspektiven sicherer. Wenn ein Unternehmen in seine Beschäftigten investiert, will es diese auch langfristig an sich binden. Dazu muss ein Arbeitgeber attraktiv sein, weil ein Wechsel leichter möglich ist als in der Wissenschaft.

Warum sind Sie zu Lidl gewechselt?

Ich habe durch Zufall erfahren, dass Lidl ein Analytics-Team aufbaut – mit der Aufgabe, analytische Methoden für das Unternehmen nutzbar zu machen. Da ich mit meiner Familie in der Nähe der Firmenzentrale in Neckarsulm gewohnt habe, bot sich der Wechsel auch aus privaten Gründen an.

Hat es sich gelohnt?

Auf jeden Fall. Ich bin auch nach zwei Jahren noch jeden Tag begeistert, welche Einsatzmöglichkeiten und Anwendungen von analytischen Methoden und künstlicher Intelligenz es hier gibt – und wie nah wir am realen Leben sind: Unsere Arbeit hat häufig direkten Einfluss darauf,

Armin Müller – zur Vita



2007 – 2011 Physikstudium am Karlsruher Institut für Technologie; Diplomarbeit am Institut für Nanotechnologie bei Prof. Dr. Thomas Schimmel
2012 – 2019 McKinsey & Company: Consultant und Analytics Specialist
2015 – 2017 freigestellt, Promotion an der FernUniversität in Hagen am Lehrstuhl für Angewandte Statistik bei Prof. Dr. Hermann Singer
Seit 2019 Lidl Stiftung und Co. KG: Bereichsleiter Analytics

welche Waren der Kundschaft wann und wo in welcher Menge angeboten werden. Es ist sehr motivierend zu sehen, dass unsere Analysen und Modelle unmittelbar Anwendung finden und nicht in Schubladen verschwinden.

Womit beschäftigen Sie sich?

Hinter dem Unternehmen Lidl mit seinen mehr als 11 000 Filialen steht ein riesiges Logistiknetzwerk: Von den Lieferanten über die Umschlaglager und die Regionallager bis hin zu den Filialen gilt es, zahlreiche Prozesse zu optimieren. Dazu nutzen wir bei Lidl Analytics fortgeschrittene mathematische Algorithmen.

Was bedeutet das konkret?

Wir suchen mit statistischen Methoden, aber auch mit künstlicher Intelligenz in vorliegenden Datenmengen nach Mustern und erstellen damit Vorhersagen und Handlungsempfehlungen, um den Ablauf einzelner Geschäftsprozesse gezielt zu steuern.

Das hört sich sehr abstrakt an...

Ein Beispiel ist der Weg eines Artikels vom Lager in die Filiale, der möglichst effizient ablaufen soll. Das Optimieren fängt beim Bestücken der Paletten an und geht über das Beladen der LKW bis hin zu deren Fahrtrouten.

Wie hilft Ihnen dabei der Physikabschluss?

Eigentlich greife ich täglich auf die Fertigkeiten zurück, die ich mir in Studium und Promotion angeeignet habe. Dazu gehören das analytische Denken, Programmierkenntnisse und die Fähigkeit, reale Fragestellungen mit mathematischen Modellen zu beschreiben. Wir bearbeiten letztlich immer Optimierungsprobleme – da ist entscheidend, die mathematisch-analytische Seite zu verstehen.

Wie wichtig ist der betriebswirtschaftliche Hintergrund?

Betriebswirtschaftliches Know-how ist natürlich hilfreich. Aber nach einem erfolgreich absolvierten Physikstudium stellen die Zusammenhänge von Umsatz, Kosten und Gewinn kein Rätsel mehr dar.

Und wie sieht ein typischer Arbeitstag für Sie aus?

Die Aufgaben sind so vielfältig, dass jeder Tag anders abläuft. Als Bereichsleiter arbeite ich mit meinen Projektteams an den Fragestellungen, die aus verschiedenen Unternehmensbereichen kommen – in meinem Fall vor allem vom Einkauf und aus der Personalabteilung. Ich Sorge dafür, dass wir gemeinsam eine Lösung entwickeln. Aber ich programmiere nicht mehr selbst.

Wie viele Personen gehören zu Ihrem Team?

Bei Lidl Analytics arbeiten im Moment insgesamt etwa vierzig Kolleginnen und Kollegen – Tendenz steigend. In meinem Team sind es zehn Personen.

Kommen alle aus der Physik?

Ganz im Gegenteil. Der akademische Hintergrund reicht von Physik und Mathematik über IT bis hin zu Volkswirtschaft, Psychologie und Politikwissenschaft. So können wir an ein Problem mit sehr unterschiedlichen Sichtweisen herangehen. Dabei hilft es auch, dass wir ein internationales Team sind mit Mitarbeitenden zum Beispiel aus Taiwan oder Brasilien.

Dann sprechen Sie Englisch miteinander?

Ab und an schon. Grundsätzlich ist Deutsch die Unternehmenssprache; die Lidl Stiftung & Co. KG hat ja ihren



Bei Lidl Analytics fühlt sich der Physiker Armin Müller genau am richtigen Platz.

Sitz in Deutschland. Daher unterstützt das Unternehmen auch mit Sprachkursen zusätzlich zum umfangreichen Fortbildungsangebot.

Was gehört dazu?

Bei Lidl Analytics geht es häufig um technische Kompetenzen, die sich in Onlinekursen oder auf Konferenzen erwerben lassen. Darüber hinaus gibt es Schulungen zu Soft Skills, wie Präsentationstechniken oder Zeitmanagement.

Ist Ihr Bereich auch in Kontakt mit der Forschung?

Ja, insbesondere für die Anwendungen von künstlicher Intelligenz. Manche Fragen und Probleme bedürfen zunächst einiger theoretischer und praktischer Vorarbeit. Da bieten sich Abschlussarbeiten in Kooperation mit verschiedenen Lehrstühlen an. Allerdings nicht mit der Physik; dazu sind unsere Fragestellungen zu weit vom Fach entfernt.

Was möchten Sie noch erreichen?

Mich treiben die riesigen Chancen an, die sich durch das Anwenden von künstlicher Intelligenz ergeben. Davon sollen nicht allein einige Internetkonzerne profitieren. Hier bei Lidl Analytics habe ich die Möglichkeit, die entsprechenden Methoden vielfältig einzusetzen und auszuprobieren. Deshalb fühle ich mich hier genau am richtigen Platz.