



Trusted AI Advisory Alliance · Quick Guide

Datenwahrheit im AI-Zeitalter

Problem. Allianz. Lösung. Der Weg zum neuen Netzwerk. Die Kurzfassung des Master Papers für alle Zielgruppen.

Michael Mohr, Founder & CEO plugilo / DCI · Initiator der Trusted AI Advisory Alliance · September 2026

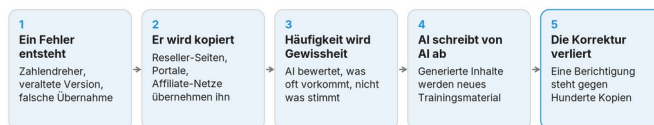
Worum es geht, in einem Satz: Das Original jedes Dateneigentümers soll überall als Original erkannt werden, in Originalqualität, in Echtzeit, unter seiner Kontrolle, in jedem System, und der Eigentümer bleibt mit seinem Kunden verbunden. Das leistet heute kein System; die Allianz baut es gemeinsam. Der Nutzen beginnt dabei sofort: Hersteller setzen pluggy als digitalen Mitarbeiter für Beratung und Verkauf ein, stärken ihre Distributoren und Reseller und erschließen über neue Channels zusätzliche Zielgruppen, ohne technische Integration am Anfang. Mehr verkaufen. Partner stärken. Neue Kunden gewinnen. Originalwissen kontrollieren.

1. Das Problem: AI wird zur Entscheidungsschicht

AI wird zur ersten Beratungs- und Entscheidungsschicht. Immer mehr Informationswege enden, bevor Kunden eine Unternehmenswebsite, einen Reseller oder Hersteller erreichen; die Fachwelt nennt es Zero-Click. Entschieden wird auf einer Wissensbasis aus Kopien, Kürzungen und Übersetzungen; ein verlässlicher Nachweis von Original, Stand und Verantwortung fehlt meist.

Fehler werden dort nicht korrigiert, sondern vervielfältigt. Häufig kopierte Falschangaben erscheinen als Konsens, AI schreibt zunehmend von AI ab, und das korrigierte Original unterliegt statistisch. Die Folgen sind operativ und strategisch: Fehlberatung, Sicherheits- und Haftungsrisiken, verlorene Nachfrage, beschädigte Marken, höhere Service- und Retourenkosten. Dazu ein Vertrauensverlust, der alle trifft.

Die Kopier-Kaskade: Wie aus einem Fehler eine „Wahrheit“ wird



Der Mechanismus läuft millionenfach und vollautomatisch ab. Im heutigen System gewinnt die am häufigsten kopierte Information.

Die Kopier-Kaskade: Aus einer Quelle werden Hunderte Kopien, und am Ende gewinnt die häufigste Angabe, nicht die richtige.

Für jeden Dateneigentümer ist das keine ferne Entwicklung, sondern der heutige Zustand seiner Informationen im Netz: Datenblätter, Handbücher und Spezifikationen kursieren als Kopien, und die AI-Systeme, die Kunden beraten, greifen auf genau diese Kopien zu. Eine belastbare Lösung braucht deshalb fünf Eigenschaften: Kontrolle beim Eigentümer, nachvollziehbare Herkunft, strukturierte und versionierte Daten, Präsenz am Entscheidungsort sowie Offenheit und Neutralität. Fehlt eine davon, trägt das Ganze nicht.

Eine Schnittstelle liefert Daten. Eine Master Data Card erhält das Original. Genau das leistet heute kein System, und genau dafür braucht es die Allianz.

Der Weckruf: AI übernimmt die Ausführung

AI bewegt sich vom Antworten zum Ausführen, und das Tempo ist messbar. Im Benchmark OSWorld für Computeraufgaben stieg der Aufgabenerfolg innerhalb kurzer Zeit von rund 12 auf 66 Prozent; noch scheitert etwa ein Drittel der Aufgaben, aber die Richtung ist eindeutig.¹⁹ Große Unternehmen skalieren bereits: 40 Prozent der Konzerne mit mehr als einer Milliarde Umsatz berichten über skalierte AI-Agenten, ein Jahr zuvor waren es 27 Prozent, und fast jedes dritte befragte Unternehmen hat mindestens ein Softwareprodukt nicht gekauft, weil es die Funktion mit Coding-Agenten selbst gebaut hat.²⁰ Vertrieb, Kundenbindung, Partnersteuerung, Einkauf, Service, Kommunikation: Es gibt keinen Unternehmensbereich, in dem Agenten nicht bereits Aufgaben übernehmen oder vorbereiten. Was Software war, wird zunehmend zu einer Fähigkeit, die man beschreibt, statt zu einem Produkt, das man kauft und bedient.

Daraus folgt die Leitthese der Allianz: Verlässliche Automatisierung braucht eine verlässliche Wissensgrundlage. Ziele, Verantwortung, Freigaben, Sicherheit und die Prüfung von Ergebnissen bleiben Aufgaben des Unternehmens; auch die Datenpflege kann AI unterstützen. Aber die eine Aufgabe, die kein Modell und kein Agent abnehmen kann, ist die Entscheidung, welche Fassung gilt: Welches Produkt, welche Konditionen, welcher Ansprechpartner, welche Richtlinie, welche Kampagne, welche Aussage ist das Original, wer verantwortet sie, und wo darf sie verwendet werden. Unternehmen, die ihr maßgebliches Wissen als identifizierbare, strukturierte, versionierte und verantwortete Originalquellen organisieren, können jede AI-Anwendung darauf aufsetzen, intern wie extern, heute und beim nächsten Modellwechsel. Unternehmen, die das nicht tun, bauen mit jedem Agenten eine weitere Wissensinsel und bezahlen sie mehrfach. **Der Content bleibt King, aber nur, wenn er als Original gepflegt, gekennzeichnet und vernetzt ist. Kopien müssen ihren Geltungsanspruch verlieren und durch das Original ersetzt werden.**

Marken sind dabei nicht untätig: PIM, Datenpools, Marktplatz-Feeds, strukturierte Daten, Schnittstellen, RAG und Herkunftsstandards sind starke Bausteine. Keiner davon garantiert jedoch, dass das Original beim End User als Original ankommt. Eine Schnittstelle garantiert keine Verwendung, Struktur keine Darstellung, Grounding keine wortgetreue Antwort, Provenienz keine Wahrheit. Und jedes AI-System baut seine eigene Wissensinsel: Dasselbe Wissen wird N-mal importiert, gekürzt und interpretiert, und die Marke kontrolliert am Ende keine einzige Fassung.

2. Die Allianz: der Zusammenschluss der Dateneigentümer

Die Trusted AI Advisory Alliance ist der offene Zusammenschluss der Dateneigentümer: Hersteller, Marken, Reseller, Verlage, Verbände, Selbständige und öffentliche Institutionen. Gemeinsam überführen sie die fünf Anforderungen aus das Master Paper in die Praxis. Ihre Aufgabe lässt sich in einem Satz sagen: Die Dateneigentümer bringen ihr Original als Master Data Card in alle Systeme, behalten die Hand darauf und bleiben mit ihren Kunden verbunden, damit das Original überall als Original erkannt wird, in Originalqualität, in Echtzeit und unter ihrer Kontrolle. Das leistet heute kein System; gemeinsam wird es zum Standard. Die Allianz ist von Beginn an als weltweite Bewegung angelegt: eine gemeinsame, unveränderliche Charta als globaler Kern, darunter nationale und branchenbezogene Chapter. Jedes Land und jede Branche gründet die eigene Bewegung mit, statt einer fremden beizutreten. Die ersten Chapter starten in Deutschland und Europa; weitere in Nordamerika und Asien entstehen parallel.

Die Charta ist unveränderlich und gilt für alle Beteiligten, auch für den Initiator. Die Daten gehören dem Eigentümer, jede Freigabe ist widerruflich, und jede Information trägt ihre Herkunft. Beratung folgt dem Prinzip „Zertifiziert zuerst“: Für jede Aussage hat die dafür maßgebliche, zertifizierte Quelle Vorrang, der Eigentümer für seinen Objektkern, zuständige Stellen für ihre eigenen Feststellungen. Das Netzwerk ist offen und neutral im doppelten Sinn, denn es konkurriert mit keinem Dateneigentümer und steht jedem seriösen AI-System offen. Der Zugang ist unabhängig von Größe, Branche und Technologiepartner (zur Trägerschaft: das Master Paper), und es gelten europäische Datenschutz- und Transparenzstandards. Das Geschäftsmodell ist darauf ausgerichtet, Dateneigentümer und beteiligte Vertriebspartner nach transparenten, vertraglich vereinbarten Regeln an der erzeugten Wertschöpfung zu beteiligen. Nutzer erhalten Kontrolle über ihre Daten und einen unmittelbaren funktionalen Mehrwert.

Damit jeder weiß, wofür er unterschreibt, sind sechs gemeinsame Ziele benannt, an denen sich Allianz und Initiator messen lassen müssen: die Datenhoheit zurückgeben, zu jedem Objekt ein Echtzeit-Original schaffen, die Wahrheit sichtbar kennzeichnen, offen für alle Systeme bleiben, den direkten Kanal zwischen Eigentümer und Kunde erhalten und gemeinsame Durchsetzungskraft gegenüber den globalen Systemen aufbauen.

Je mehr Eigentümer die Allianz vertritt, desto besser kann sie deren Einfluss weltweit in allen Systemen geltend machen. Jede Teilnahme zählt.

Drei Stufen der Teilnahme: jede zählt

- **Beobachten und unterzeichnen:** Die gemeinsamen Ziele kostenfrei und unverbindlich unterstützen, Entwicklungen aus erster Hand verfolgen und jederzeit in eine aktivere Stufe wechseln. Wer dieses Master Paper über die Registrierung erhalten hat, ist in der Regel bereits Beobachter; der Ausstieg ist jederzeit möglich.
- **Präsenz sichern:** Das vorbereitete offizielle Datenprofil übernehmen, prüfen und freigeben. So entsteht die verbindliche Fassung der eigenen Informationen, unter eigener Kontrolle und mit risikolosem Einstieg.
- **Mitgestalten:** Eigene Quellen und Partnernetze anbinden, Nachfrage-Intelligenz (beta) nutzen und in begrenzten branchenbezogenen Gründungskreisen Standards, Status und Konditionen der Startphase mitprägen. Gründungspartner behalten ihren Gründungsstatus dauerhaft.

Der offene Standard für alle AI-Systeme

Für den Einstieg eines Unternehmens ist nichts von dem, was dieses Kapitel beschreibt, Voraussetzung; es geht hier um die Frage, wie das Original später in jedem System der Welt gelesen werden kann. Die Allianz baut keine Insel für einen einzelnen AI-Berater. Ihr erklärtes Ziel ist, dass die zertifizierten Originaldaten der Eigentümer in allen seriösen AI-Systemen, Modellen und Anwendungen der Welt verwendet und referenziert werden. **Die eigene Beratungsebene ist die erste Anwendung, nicht die Grenze.**

Zu jedem Objekt ein Echtzeit-Original des Eigentümers, offen nutzbar in jedem seriösen AI-System der Welt. Das löst kein Hersteller allein. Allein bleibt jeder eine Insel; gemeinsam setzen wir den Standard.

3. Die Lösung: das Original je Objekt

Das Prinzip ist einfach: Zu jedem Objekt gibt es eine Master Data Card, die sichtbare, gekennzeichnete Karte mit den verbindlichen Daten des Eigentümers, immer aktuell, mit sichtbarem Absender und direkt befragbar. Im Hintergrund trägt sie den maschinenlesbaren Originaldatensatz, den Master Data Record: offen, strukturiert, versioniert und in Echtzeit abrufbar, zuallererst für die Maschinen optimiert, die künftig die Antworten geben. Karte und Card meinen in diesem Papier dasselbe, und im Weiteren sprechen wir oft einfach vom Original; die Karte ist sein Gesicht, der Datensatz sein Gedächtnis. Ändert der Eigentümer etwas, wird die Änderung automatisch re-indexiert und die Karte auf allen angeschlossenen Flächen fortlaufend aktuell gehalten. **Das ist keine Kopie, sondern eine lebende Verbindung zwischen Anbieter und Mensch.**

Vertrauen wird dabei nicht als Pauschalnote vergeben, sondern in drei getrennten Antworten: Wer verantwortet die Daten (fünf Vertrauensstufen, Level 1 bis 5, blaues Siegel ab Level 2, Level 5 zusätzlich mit Stern)? Wie gut sind sie (das messbare Data Quality Profile)? Und was ist extern nachgewiesen (der Evidence Passport mit Prüfungen und Zertifikaten, jeder Nachweis seiner Organisation zugeordnet)? Ein externes Zertifikat hebt nie stillschweigend eine Stufe, und eine hinterlegte Aussage wird nie als verifizierte dargestellt.

plugilo ist keine weitere Content-Plattform, kein Marktplatz und kein generischer Chatbot, sondern eine offene Daten-, Struktur- und Verteilinfrastruktur für vertrauenswürdige Information. Sie besteht aus drei einzeln nutzbaren, miteinander verbundenen Schichten:

- **A) Master Data Layer:** die eigentümerkontrollierte, strukturierte und AI-freundliche Originalbasis mit Master Data Records, Cards und Stacks, Zuordnung, Profilen und Partner-Portal.
- **B) Connect Layer:** mitnehmen, folgen und verbinden. Er bringt die Wahrheit an jeden Ort des Internets, über plug-it, Browser Extension und Follow-Service sowie, als Ausbaustufe, über Connect-Service und Business Graph (geplant).
- **C) Application Layer:** die Dienste für Menschen und Systeme: das plugilo Wallet als persönliches Wissens- und Bedarfs-Wallet der Nutzer, pluggy und der Demand Trainer. Der offene Service Store folgt als Ausbaustufe.

Der produktive Kern läuft als Beta, in laufender Weiterentwicklung: Cards und Stacks, das plugilo Wallet als Mobile App und Web-Portal, pluggy, plug-it, die Browser Extension und das Partner-Portal; die CF1 Data Services stehen allen Partnern offen. Alles darüber hinaus ist als Ausbaustufe mit klarem Status ausgewiesen, darunter plug-it in the Store: derselbe Stecker am Regal, mit dem der Kunde das Original mitnimmt und die Filiale als Kontaktpunkt erkennbar bleibt (in Entwicklung).

Vertrauen, das über Partnergrenzen erhalten bleibt

Vertrauen entsteht nicht allein durch richtige Informationen. Es entsteht, wenn der End User erkennen kann, woher eine Information stammt, wie aktuell sie ist, wer für sie einsteht und an wen er sich bei Fragen wenden kann. Das blaue Siegel der Master Data Card sagt genau das: Originalquelle bestätigt, direkt mit dem Dateneigentümer verbunden, Herkunft und Aktualisierung nachvollziehbar; unabhängige Zertifizierungen werden separat ausgewiesen. Im Netzwerk bleiben Herkunft, Aktualität, Beratung und die Verbindung zum Eigentümer über Reseller und Publisher hinweg verbunden, weltweit. Das ist der Markttrend, den Paul Vetter (Henkel Consumer Brands) auf der ECR iN MOTiON 2026 sinngemäß in drei Thesen fasste: Daten sind das neue Gold, Vertrauen wird wichtiger als reine Daten, Erfolg entsteht durch starke Partnerschaften.

Vertrauen braucht ein erkennbares Original. Aktuelle Daten. Nachweisbare Herkunft. Ein verantwortlicher Eigentümer. Und eine direkte Verbindung für jede Frage.

4. Was jede Gruppe gewinnt

Das Netzwerk trägt, weil jeder Akteur einen eigenen, sofort wirksamen Nutzen hat und weil sich diese Nutzeneffekte gegenseitig verstärken. Die Infrastruktur ist technisch in Betrieb, und die eigene Wahrheit lässt sich ab dem ersten Tag mit den eigenen Kunden und Partnern vernetzen.

- **Marken, Hersteller und OEMs:** Sie bestimmen, welche Wahrheit die AI nutzt, bewahren ihre Datenhoheit, stärken ihre Präsenz in der AI-Beratung und statten Handel und Partner mit dem eigenen Originalwissen aus. Heute besser beraten und verkaufen, morgen neue Channels erschließen, langfristig einen offenen Standard mitgestalten.
- **Distributoren, Reseller und Fachhandel:** skalierbare Beratungskompetenz ohne eigenen Wissensaufbau, qualifizierte Nachfrage, sichtbare Autorisierung durch die Marke, Chancen auf höhere Abschlussquoten, online wie im Laden (plug-it in the Store, in Entwicklung). Systemhäuser, IT-Reseller und Agenturen verkaufen und betreuen plugilo im Solution Partner Program.
- **Publisher, Medien, Eventpartner und Influencer:** Reichweite verbindet sich mit fundierter Beratung aus Originalquellen; gebuchte Channels und Rewards erschließen zusätzliche Erlöse, ohne Feed-Abhängigkeit und ohne Werbeeinblendungen.
- **Verbände, Kammern und öffentliche Hand:** Mitglieder, Normen und amtliche Informationen kommen als Original in die AI; Chapter bündeln Branchen und Länder, und Regulierung (Produktpass, AI Act, Verbraucherschutz) bekommt eine belastbare Datenbasis.
- **AI-Anbieter und Technologiepartner:** strukturierte, aktuelle Originalquellen mit klarer Herkunft und Freigabe über offene Schnittstellen, als Grundlage für verlässlichere Antworten und weniger Haftungsrisiko.
- **Investoren und strategische Partner:** eine Wahrheitsschicht mit Netzwerkeffekten, die mit jedem Eigentümer, Partner und AI-System wertvoller wird; Erlöse entstehen aus demselben Mechanismus wie das Wachstum.
- **End User, Consumer wie Business:** nachvollziehbare Antworten aus freigegebenen Trusted Data, das Original im eigenen Wallet, ohne Werbung, ohne Datenabfluss, und sie zahlen nie.

Wer bringt was ein, wer zahlt, wer erhält: die Rollen im Netzwerk

Rolle	Bringt ein	Nutzt	Zahlt	Erhält
Hersteller / OEM	Master Data Cards, Originalwissen als Skill	Cards bei Partnern und in Channels, Skill-Freigaben, optional eigener pluggy	Touchpoints und Matches bei Partnern und in Channels (eigene Seiten kostenfrei), Sessions	Das Original an jedem POS und POI, Beratung, messbare Nachfrage, Kontrolle über die Wahrheit
Distributor	Portfolio-Skill, Sortimentstiefe	Eigene Cards, eigener pluggy plus OEM-Skills als Sub-Skills	Touchpoints eigener Cards, Sessions des eigenen pluggy	OEM-Wissen ohne eigene Pflege, Rewards für Touchpoints und Matches (MDF)
Reseller	Angebots-Skill, Point of Sale, Kundenbeziehung	Hersteller-Cards via plug-it, eigener pluggy plus Hersteller- und Distributor-Skills	Touchpoints eigener Cards, Sessions des eigenen pluggy	Beste Herstellerberatung, Kunde bleibt, Rewards für Touchpoints und Matches
Publisher / Channel	Zielgruppe, Content-Skill	Anbieter-Cards via plug-it, eigener pluggy plus gebuchte Anbieter-Skills	Sessions des eigenen pluggy	Rewards je Touchpoint und Match: Erlös statt Banner
End User	Bedarf, Fragen, Follows	plugilo Wallet (App und Web), pluggy, Cards und Stacks	Nichts: Kerndienste kostenlos	Antworten mit Quelle, Entscheidungsgedächtnis, Kontrolle über das Profil

Nicht die Art des Unternehmens entscheidet, sondern die Rolle des Skills: Master-Skill im eigenen pluggy, Sub-Skill bei Partnern und in Channels.

Jede Rolle bringt etwas ein und gewinnt etwas; nicht die Art des Unternehmens entscheidet, sondern die Rolle des Skills; dazu der End User, der nie zahlt.

5. Das Geschäftsmodell: Wachsen im Netzwerk

Das Modell lässt sich in einem Satz sagen: **plugilo bringt das Original zu jedem Kunden; Dateneigentümer zahlen für Kontakte, Betreiber verdienen mit, und wer beraten will, bucht pluggy dazu.** Es kennt zwei Produkte und drei Rollen. **Dateneigentümer** ist jeder, der Originalwissen verantwortet: Hersteller und Marken ebenso wie Verlage, Verbände, Dienstleister oder Händler mit eigenem Angebot. **Betreiber** ist jeder, der dieses Wissen auf seiner Website, in seinem Shop, Portal oder Laden zeigt oder damit berät. Beides zugleich ist möglich, und die dritte Rolle, der **Solution Partner**, verkauft und betreut plugilo bei seinen Geschäftskunden. Das erste Produkt sind **plugilo Cards**: Die Master Data Cards des Eigentümers erscheinen in Echtzeit im Original auf der eigenen Website, in Shops, bei Partnern, in Fachportalen und bei Publishern, mit Herkunft und geprüfter Qualität. Die Quellen werden dafür einmal angebunden, automatisiert und kostenfrei, begleitet durch Experten oder dauerhaft gemanagt durch die CF1. Auf den eigenen Seiten des Eigentümers sind Cards kostenfrei; bei Partnern im **Network** und in gebuchten **Channels** bei Publishern, Fachportalen, Communities und Influencern zahlt der Eigentümer für Touchpoints und Matches, nie für die bloße Einblendung. Das zweite Produkt ist **pluggy**, der Trusted AI Advisory Agent, und er ist optional: Er berät, empfiehlt und verkauft auf den Seiten des Betreibers mit dessen Wissen, das als Master-Skill die Beratung führt, ergänzt um freigegebenes Originalwissen anderer Dateneigentümer als Sub-Skills. Bezahlt wird ein Monatspaket je Domain, bemessen an echten Beratungsgesprächen, den Sessions, nicht an Widgets, Bots oder Klicks; Sessions des Pakets verfallen zum Monatsende, nachgeladene nicht, und ein Free-Paket dient zum Testen. Daraus ergeben sich drei Wege, plugilo zu nutzen: Cards anderer zeigen (kostet nichts, bringt Rewards), eigene Cards ausspielen (auf eigenen Seiten kostenfrei, bei Partnern und in Channels mit Reichweite) und pluggy dazubuchen.

Die Logik dahinter braucht nur zwei Begriffe. Jeder pluggy hat genau einen **Master-Skill**, der die Beratung führt, Identität und Grundkontext bestimmt, und er kann beliebig viele freigegebene **Sub-Skills** nutzen, die passendes Originalwissen ergänzen. Daraus folgen drei Einheiten, ein Guthaben und ein Reward. Der **Touchpoint** entsteht, wenn eine freigegebene Card am Point of Sale oder Point of Interest aktiv aufgerufen wird, per Mouse-over, Klick oder Öffnen; Seitenaufrufe und Einblendungen zählen nicht. Ihn bezahlt der Dateneigentümer: auf seinen eigenen Seiten kostenfrei, bei Partnern im Network und in Channels nach Preisliste. Die **Session** ist ein zusammenhängendes Beratungsgespräch zwischen einem End User und pluggy; mehrere Fragen und Antworten gehören zur selben Session, Seitenaufrufe und technische Aufrufe zählen nicht. Alle Sessions eines pluggy bezahlt der Betreiber des pluggy, der Eigentümer des Master-Skills, im Monatspaket, unabhängig davon, wo dieser pluggy eingesetzt wird. Der **Match** entsteht, wenn pluggy in einer Session eine freigegebene Card aus einem Sub-Skill passend zum geäußerten Bedarf empfiehlt, im Network des Eigentümers genauso wie in gebuchten Channels; ihn bezahlt der jeweilige Dateneigentümer, zusätzlich zur Session des Betreibers, und je Session entsteht höchstens ein Match pro Dateneigentümer. Touchpoints, Matches und Sessions werden aus einem im Voraus aufgeladenen **plugilo Guthaben** bezahlt und nur bei gültiger Nutzung verbraucht. Und der **Reward** ist die individuell vereinbarte Beteiligung des Betreibers am Preis der Touchpoints und Matches auf seiner Seite: Für Touchpoints erhält ihn der Betreiber der Domain, für Matches der Betreiber des pluggy. Für Reseller und Distributoren kann er mit dem Dateneigentümer als MDF-Beteiligung ausgestaltet werden, für Publisher, Communities und Influencer ist er

eine neue, bedarfsgesteuerte Erlösquelle. Sessions finanzieren den Betrieb des eigenen pluggy; hier wird niemand beteiligt. Alle Zahlungen laufen über plugilo. **Je näher an der Kaufentscheidung, desto wertvoller die Einheit:** Ein Touchpoint zeigt Interesse, eine Session ist ein Gespräch, ein Match ein qualifizierter Bedarfstreffer. Wer seine Cards außerhalb der eigenen Seiten ausspielen lässt, bezahlt Touchpoints; wer seinen pluggy betreibt, bezahlt die Sessions; wessen Wissen in fremder Beratung empfohlen wird, bezahlt die Matches; wer Cards und Skills anderer ausspielt, wird beteiligt.

Drei Regeln schützen die Fairness des Modells: Ein Sub-Skill wird nur aktiv, wenn Skill-Eigentümer und Betreiber zustimmen, und jede Freigabe kann jederzeit geändert werden. Ein Match ist erst abrechenbar, wenn ein Kunde einen echten Bedarf geäußert hat und das Original-Wissen dazu sichtbar wird. Und mehrere Cards desselben Eigentümers zählen in einer Session nur als ein Match. Keine Abrechnung nach Einblendungen, keine versteckten Kosten, keine Auktion.

Der Einstieg ist kostenlos. Beahlt wird, was genutzt wird und was wirkt. Und ein Skill arbeitet nur dort, wo beide Seiten zustimmen.

Das detaillierte Preismodell wird auf corporate.plugilo.com veröffentlicht; dieses Papier nennt die Prinzipien, nicht die Konditionen. Eine Regel steht über allem: Kommerzielle Logik darf die Wahrheit nicht verzerren. Gesponserte Inhalte sind gekennzeichnet, bezahlte Informationen überschreiben nie den zertifizierten Kern.

6. Der Weg: Beobachten, Präsenz sichern, Mitgestalten

Die nächsten Schritte sind einfach, und der erste ist meist schon geschehen, denn mit der Registrierung, über die dieses Papier bereitgestellt wird, sind Sie bereits Beobachter der Allianz. Die eigene Präsenz zu sichern dauert Minuten und ist über das kostenlose Einstiegs paket ohne Risiko. Die branchenbezogenen Gründungskreise stehen aktiven Partnern offen, solange Plätze verfügbar sind. Verbände, Interessenvertretungen und politische Institutionen laden wir zum Gründungsdialog ein, dem Auftakt in Berlin, bei dem Charta, Referenzen und die ersten Gründungspartner vorgestellt werden. Wir freuen uns auf viele, die mitmachen. Informationen, Beitritt und Termine: <https://corporate.plugilo.com/contact/>

Die Praxis läuft an: Mit GS1 Germany arbeiten wir in einem gemeinsamen Proof of Concept daran, Produktidentität und DQX-geprüfte Stammdaten in die AI-Beratung zu bringen. Mit mehreren internationalen Marken zeigen wir bereits in laufenden Demonstrationen, wie das in der Praxis funktioniert: Originalwissen der Marke wird für die Beratung entlang der Verbindung von Marke, Handel und End User nutzbar; wir zeigen diese Demos gern persönlich. Weitere Referenzen aus IT, Hausgeräten, Küche und Möbeln sind im Master Paper genannt.

Der Wandel, den das Master Paper beschreibt, lässt sich nicht an eine Fachabteilung delegieren. AI wird Prozesse, Software, Kommunikation und Entscheidungen in jedem Bereich Ihres Unternehmens verändern, und die eine Grundlage, auf der das gelingt oder scheitert, ist Ihr eigenes, verantwortetes Wissen. Wir wollen diesen Übergang gemeinsam mit starken Unternehmen gestalten, und dafür brauchen wir das verbindliche Commitment ihrer Zentralen: einen Sponsor in der Geschäftsführung, verantwortliche Daten- und Fachbereichsteams, freigegebene Ressourcen und gemeinsame, messbare Ziele. Nicht als weiteres AI-Projekt, sondern als die Entscheidung, welche Fassung Ihres Wissens gilt und wer sie pflegt. Wir laden die Entscheider und Macher ein, mit uns den ersten durchgängigen Anwendungsfall umzusetzen, vom freigegebenen Original bis zur Antwort und Aktion beim Kunden, und erfolgreiche Verbindungen im Netzwerk auszubauen. Messgrößen liegen auf dem Tisch: Anteil quellengebundener Aussagen, Verwendung abgelaufener Daten, Zeit bis zur Übernahme einer Korrektur, unzulässige Zugriffe, Nacharbeit und Gesamtkosten je Ergebnis. **Datenhoheit wird wirksam, wenn Unternehmen sie gemeinsam organisieren. Nur gemeinsam sind wir stark, und wir brauchen dafür starke Partner mit vollem Commitment.**

Die Wahrheitsschicht der AI wird jetzt gebaut, Tag für Tag, mit oder ohne die Eigentümer der Daten. Dieses Papier ist die Einladung, dabei zu sein: als Beobachter, Teilnehmer oder Mitgestalter. plugilo: der neue Standard für Trusted AI Advisory. Plug it, love it, share it.

Dieser Quick Guide ist die Kurzfassung des Master Papers „Trusted AI Advisory Alliance · Datenwahrheit im AI-Zeitalter“ für alle Zielgruppen: Marken und Hersteller, Handel und Distribution, Publisher und Medien, Verbände und öffentliche Hand, AI-Anbieter, Investoren. Alle Belege, Quellen, Statusangaben und das Glossar finden sich dort. Registrierung, Master Paper und Einstieg: corporate.plugilo.com.