

EHI-Studie

Kassensysteme 2018

Touchpoint für alle Kanäle



Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser,

mit der siebten Ausgabe aus der Reihe „Kassensysteme“ gibt das EHI Retail Institute einen Überblick zur aktuellen Kassenlandschaft im deutschsprachigen Einzelhandel und zeigt Themen und Trends am POS auf. Der Touchpoint Kasse ist für den Handel von großer Bedeutung. Immer neue Anforderungen in immer kürzeren Zyklen bedingen dabei höchste Flexibilität und sorgen dafür, dass Investitionen in Kassenhard- und Kassensoftware nach wie vor einen großen Anteil der IT-Investitionen ausmachen. Die EHI-Studie „Kassensysteme 2018“ zeigt auf, auf welche Bereiche die POS-Verantwortlichen dabei ihr Augenmerk legen werden.

Das EHI Retail Institute ist seit mehr als 60 Jahren im Bereich Forschung und Dienstleistung rund um Informationstechnologie im Handel aktiv. Die Projekte werden in Zusammenarbeit mit unseren Arbeitskreisen, an denen sich über 800 Mitgliedsunternehmen des EHI-Netzwerks beteiligen, konzipiert und durchgeführt.

Mit der Technologie-Messe EuroCIS, den EHI Technologie Tagen sowie unserer Zeitschrift „rt-retail technology“ bieten wir dem Handel und seinen Partnern vielfältige Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten mit klarem Branchenfokus.

Unser Dank gilt den Teilnehmern der Untersuchung und allen weiteren Personen, die bei der Erstellung dieser

Studie mitgewirkt haben. Nur durch ihre freundliche Unterstützung konnten wir die Studie aktualisieren.

Köln, im Februar 2018



Michael Gerling
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



Ulrich Spaan
Mitglied der Geschäftsleitung
EHI Retail Institute



Çetin Acar
Projektleiter
Forschungsbereich IT
EHI Retail Institute

Inhalt



Vorwort	5
Executive Summary	9
Grundgesamtheit Deutschland	13
Untersuchungsmethodik	17
Anforderungen an die Kassensysteme	21
Kassenprozesse optimieren	21
Mobile Geräte am POS	24
Eingesetzte Systeme	27
Kassenhardware und Kassensoftware	27
Betriebssysteme	32
Eingabemedien	33
Auswahl von Hard- und Software	37
Architektur und Anbindung an die Zentrale	41
Funktionalitäten	45
Self-Checkout-Systeme	51
Abbildungsverzeichnis	54
Impressum	56

Summary



Executive Summary

Wesentliche Erkenntnisse

Die Erkenntnisse aus den Interviews werden in den einzelnen Kapiteln detailliert dargestellt. Die wichtigsten Ergebnisse lassen sich in folgenden Kernaussagen zusammenfassen:

- Die absolute Anzahl der Kassensysteme in Deutschland ist im Vergleich zur Auswertung aus 2016 sehr leicht gestiegen. Insgesamt sind im Einzelhandel im weiteren Sinne ca. eine Million Kassensysteme im Einsatz. Im Einzelhandel i.e.S. gibt es pro Geschäft aktuell 2,13 (2016: 2,15) Kassen.
- Ein zentraler Schwerpunkt, in dem Optimierungspotenzial gesehen wird, ist wie in den Jahren zuvor der Zahlungsprozess. Die effizientere Abwicklung unbarer Bezahlverfahren steht für die Verantwortlichen der Filial-IT auf der To-do-Liste. In Zukunft möchten 62 Prozent der Befragten den Anteil unbarer Bezahlung aber weiter erhöhen.
- Das errechnete durchschnittliche Alter der Kassenhardware hat sich im Vergleich zu 2016 leicht verändert und liegt nun bei 5,2 Jahren (2016: 4,9 Jahre). 86 Prozent der befragten 51 Retailer wollen ihre Hardware in den nächsten Jahren ganz oder teilweise erneuern.
- Das durchschnittliche Alter der bei den befragten Unternehmen im Einsatz befindlichen Kassensoftware beträgt etwa 6,1 Jahre. 66 Prozent der befragten Unternehmen wollen in den kommenden zwei Jahren neue Kassensoftware einsetzen. 46 Prozent setzen dabei auf ein neues System.
- Der Anteil von im Handel installierten Linux-Betriebssystemen ist seit der Untersuchung 2014 unter die 50-Prozent-Marke gefallen. Diese Entwicklung setzt sich in der aktuellen Studie fort. Microsoft-Lösungen sind aktuell auf knapp 53 Prozent der Systeme aus dem Untersuchungspanel installiert. Künftig sollen auf 61 Prozent der Kassen Betriebssysteme von Microsoft laufen. Auch wenn es noch sehr geringe Stückzahlen sind, kommt iOS als Betriebssystem in den künftigen Planungen vor.
- Der Touchscreen als Eingabemedium hat sich über Branchengrenzen hinweg etabliert. Künftig wollen alle Unternehmen aus dem Panel Touchscreens einsetzen. 80 Prozent werden dabei auch auf eine unterstützende Tastatur verzichten. 60 Prozent der Befragten haben dabei 15 Zoll große Bildschirme im Einsatz, 44 Prozent sogar ganz oder teilweise multi-touchfähige Bildschirme.

„69 Prozent der Teilnehmer planen künftig, den Kassiovorgang auch auf mobilen Geräten abzuwickeln.“

Çetin Acar
EHI Retail Institute

- Die Breitbandanbindung der Filialen an die Zentralen ist im deutschsprachigen Raum weitgehend zum Standard geworden. Insbesondere für die Umsetzung von Omnichannel-Strategien ist eine Realtime- bzw. Neartime-Kommunikation zwischen Zentrale und Filiale wichtig. 70 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass sie bereits heute den Datenaustausch in Real-/Neartime vornehmen. In Zukunft wollen dies 92 Prozent der Panelteilnehmer.
- Die traditionelle Architektur mit Kasse und Backoffice-Server in der Filiale wandelt sich. Noch ist bei 74 Prozent der Befragten diese Struktur vorzufinden. In Zukunft wird dies nur noch bei 34 Prozent der Fall sein. Backoffice-Server werden vor allem physisch in die Zentralen gehen (38 Prozent). Aber auch Hybrid- und Cloud-Varianten sind in der Überlegung.
- Die Verbreitung von unterschiedlichen Self-Checkout- und Self-Scanning-Systemen gewinnt in

Deutschland nach Jahren etwas an Dynamik. Bereits heute haben 39 Prozent der befragten Self-Checkout- oder Self-Scanning-Systeme im Einsatz. Künftig wollen 51 Prozent der Unternehmen solche Systeme einsetzen.

- Eines der wesentlichen Themen ist die mobile Kasse. 69 Prozent der Teilnehmer planen, künftig den Kassiovorgang auch auf mobilen Geräten abzuwickeln. Bereits heute haben 26 Prozent der Unternehmen aus dem Panel mobile Geräte mit Kassenfunktion im Einsatz.
- Bei der Auswahl neuer Kassensoftware wird vor allem auf die Flexibilität des Systems geachtet. Für 61 Prozent der Unternehmen ist die schnelle Anpassbarkeit der Software ein sehr wichtiges Kriterium bei der Kassensoftwareauswahl. Für 46 Prozent ist die Omnichannelfähigkeit bei der Entscheidung für neue Kassensoftware sehr wichtig.
- Die Verschmelzung der Kanäle macht sich auch bei den Zahlungsarten am POS bemerkbar. 74 Prozent der Retailer stimmen der These zu, dass aus dem E-Commerce-Kanal bekannte Zahlungsarten an den Filialkassen angeboten werden. Weitere 12 Prozent arbeiten bereits aktiv an der Umsetzung.

gen im Einsatz, die bis zu zwei Jahre alt sind. Im Gegenzug nutzen 37 Prozent der Befragten eine Kassensoftware, die im Kern 10 Jahre oder älter ist.

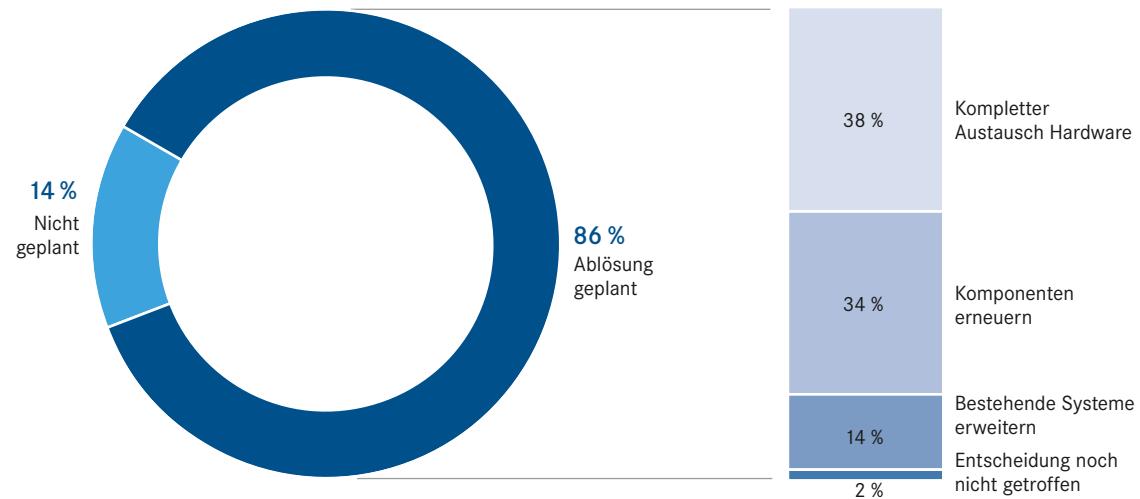
Bei 66 Prozent der befragten Händler steht ein Wechsel des Kassensystems in den kommenden zwei Jahren bevor. Davon werden 18 Prozent einen Release-Wechsel des bestehenden Systems vornehmen, 38 Prozent auf eine neue Standardlösung wechseln und 8 Prozent künftig auf Individualentwicklungen setzen. 2 Prozent befinden sich noch im Entscheidungsprozess.

Aktuell befinden sich auf rund 23 Prozent (2016: 19 %) der eingesetzten Kassensysteme Individualentwicklungen. Die Anpassung der Kassenlösung an die Bedürfnisse des einzelnen Händlers bleibt ein wichtiges Thema. Selbst bei vermeintlichen Standardlösungen geben die IT-Verantwortlichen an, dass diese teilweise sehr stark an die firmeninternen Bedürfnisse angepasst wurden und daher manchmal wenig mit dem Ausgangsprodukt der Software gemein haben (s. Abb. 12).

Pläne für die Erneuerung der Kassenhardware

(Abb. 11)

in Prozent



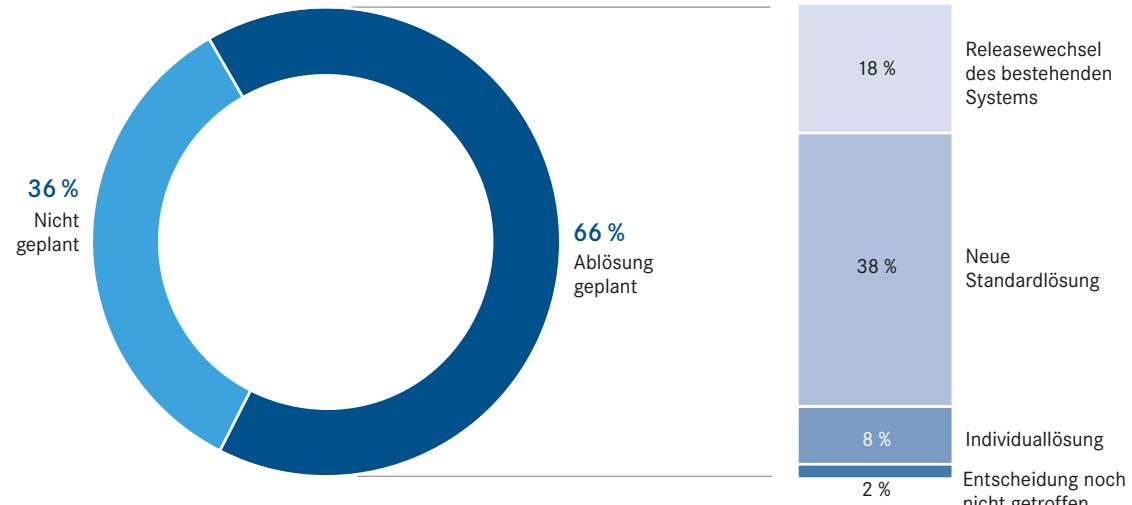
n = 51

Quelle: EHI

Pläne für die Erneuerung der Kassensoftware

(Abb. 12)

in Prozent



Quelle: EHI

Das durchschnittliche Alter der Kassensoftware beträgt bei den befragten Handelsunternehmen ca. 6 Jahre (2016: 7 Jahre). Kleinere Updates werden hier vernachlässigt, nur bei einer Neueinführung oder einem

grundlegenden Releasewechsel wird eine Softwarelösung in der vorliegenden Studie auch als „neu“ bezeichnet (s. Abb. 13).



Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln
Tel. +49 221 57993-0
Fax +49 221 57993-45
info@ehi.org
www.ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e. V.

Geschäftsführung EHI Retail Institute:
Michael Gerling

Autoren:

Çetin Acar, acar@ehi.org
Ulrich Spaan, spaan@ehi.org

Layout:

EHI Retail Institute GmbH

Druck:

cede Druck GmbH
Herseler Straße 7-9
50389 Wesseling

Copyright© 2018

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Haftungsausschluss:

Das EHI Retail Institute versucht mit größtmöglicher Sorgfalt, in der vorliegenden Studie richtige, vollständige und aktualisierte Informationen zur Verfügung zu stellen. Fehler können jedoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Das EHI Retail Institute übernimmt daher keinerlei Haftung oder Garantie für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Qualität und/oder Aktualität der veröffentlichten Informationen, es sei denn, die Fehler wurden vorsätzlich oder grob fahrlässig begangen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

Bestellmöglichkeiten:

Tel. +49 221 57993-64
vertrieb@ehi.org
www.ehi-shop.de

ISBN: 978-3-87257-494-7

Preis: 930,00 € zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:

6: Hiebers Frische Center KG
Fotolia (4: Pressmaster, 8: James Thew)
iStock (1: Neustockimages)

EHI Retail Institute
Spichernstraße 55
50672 Köln
www.ehi.org