

EHI-STUDIE

# Technologie Trends im Handel 2021

Der Weg in die digitale Zukunft aus Sicht der CIOs

EHI



Mit freundlicher Unterstützung von:

ALKEMICS

 anybill

let's make  
payment  
happen 

 GK SOFTWARE

ITAB

 Microsoft

servicenow

 snabble

  
xalution

## Liebe Leserinnen und Leser,

alle zwei Jahre befragt das EHI CIOs und IT-Leiter:innen von knapp 100 Retailern in Deutschland, Österreich und der Schweiz im Rahmen von persönlichen Interviews zu den wichtigsten Trends und Entwicklungen rund um Technologie im Handel.

In Zeiten eines durch die COVID-Pandemie bedingten Digitalisierungsbooms ist der Blick in die Zukunft diesmal besonders spannend. Corona treibt nicht nur die Digitalisierung des Handels voran – auch Institute wie das EHI müssen sich den neuen Herausforderungen stellen. So wurden sämtliche Interviews der Technologie-Trendstudie per Teams, Zoom und WebEx durchgeführt – noch vor zwei Jahren haben wir alle Handelsunternehmen persönlich in ihren Zentralen besucht.

Auch inhaltlich ist die Befragung stark von der Pandemie geprägt. Abseits des von Branche zu Branche sehr unterschiedlichen Ausmaßes, in welchem die Unternehmen wirtschaftlich betroffen sind, besteht hinsichtlich der nochmals massiv gestiegenen Bedeutung von Technologie für eine erfolgreiche Zukunft große Einigkeit bei den IT-Entscheider:innen.

Wir danken unseren Interviewpartner:innen für ihre freundliche Mithilfe bei diesem aufwendigen Untersuchungsansatz. Auch allen weiteren Personen, die bei der Erstellung dieser Studie mitgewirkt und uns unterstützt haben, möchten wir unseren Dank aussprechen.

Köln, Februar 2021

**Michael Gerling**  
Geschäftsführer  
EHI Retail Institute



**Ulrich Spaan**  
Mitglied der Geschäftsleitung  
EHI Retail Institute



**Çetin Acar**  
Projektleiter  
Forschungsbereich IT  
EHI Retail Institute



# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>3</b>	<b>Elektronische Preisauszeichnung</b>	<b>58</b>
<b>Executive Summary</b>	<b>5</b>	<b>Künstliche Intelligenz</b>	<b>61</b>
<b>Methode</b>	<b>7</b>	<b>Mitarbeitende</b>	<b>64</b>
<b>Technologie Trends und Projekte</b>	<b>13</b>	<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>67</b>
<b>Einschätzung neuer Technologien</b>	<b>20</b>	<b>Impressum</b>	<b>68</b>
<b>Rolle der IT-Abteilung</b>	<b>34</b>		
<b>IT-Budgets</b>	<b>37</b>		
<b>Softwareengineering</b>	<b>40</b>		
<b>Cloud</b>	<b>42</b>		
<b>Zukunft des Bezahlers</b>	<b>45</b>		
<b>Filialinfrastruktur</b>	<b>50</b>		
<b>Stammdatenmanagement</b>	<b>52</b>		
<b>Mobile Geräte</b>	<b>54</b>		

EHI

Ein Großteil der in der vorliegenden Studie abgebildeten Grafiken ist in unserer Online-Statistik-Datenbank [www.handelsdaten.de](http://www.handelsdaten.de) verfügbar und kann als xls-, pdf- und jpg-Datei heruntergeladen werden.

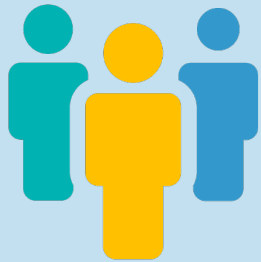
Die Grafiken zum Thema „Technologie-Trends im Handel“ finden Sie auf unserer Handelsthemen-seite unter:

<https://www.handelsdaten.de/handelsthemen/it-trends-im-handel>



Erhebungssteckbrief

97



Interviews

545,9



Mrd. Euro Netto-  
Gesamtumsatz  
(europaweit)

97.140



Filialen in Deutschland,  
Österreich und der  
Schweiz

# Methode

## Forschungsdesign

### Gestaltung der Studie (Abb. 1)

#### 1. Erstellung des Fragebogens

Relevante Fragen ermitteln



#### 2. Datenerhebung

Persönliche, digitale Interviews



#### 3. Auswertung und Interpretation der Daten

Quantitativ

Qualitativ

Inklusive:  
Auswirkungen  
von  
COVID-19

## Durchführung der Interviews

### Durchführung der Studie (Abb. 2)



Erhebung:  
September 2020 bis  
Januar 2021



Persönlich  
vor Ort



Interviewinhalte  
wurden simultan  
protokolliert



Ø 90 Minuten pro  
Interview



Online

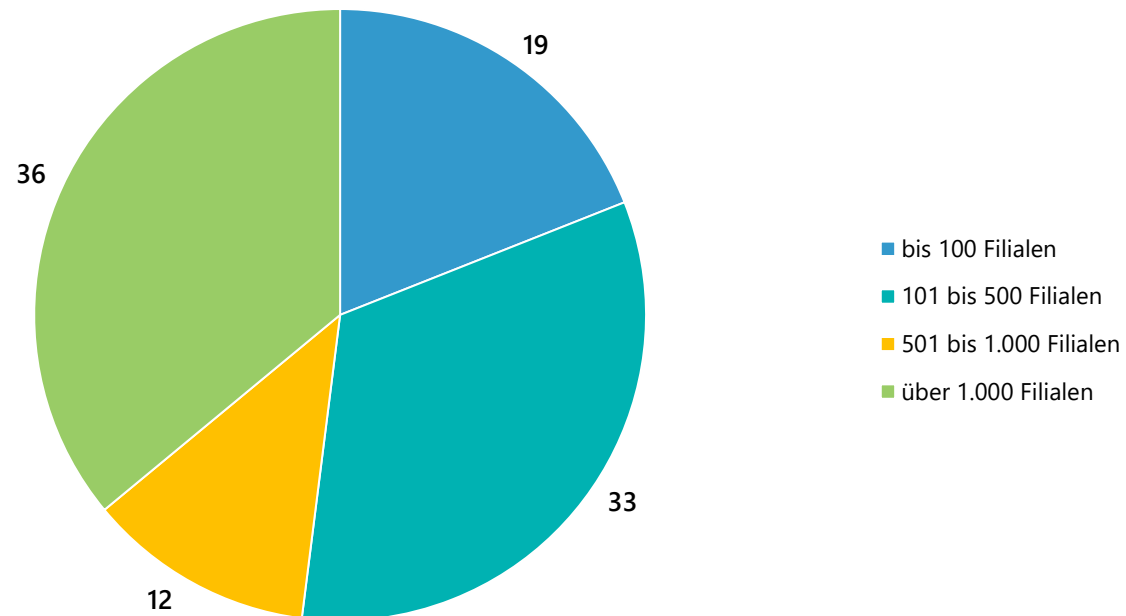


Per  
Telefon

## Studienteilnehmer nach Anzahl der Filialen

### Studienteilnehmer nach Anzahl der Filialen (Abb. 3)

in Prozent



- Insgesamt steht das Panel für 97.140 Filialen allein im deutschsprachigen Raum (D-A-CH).
- Gemessen an der Zahl der Filialen ist die Klasse „über 1.000 Filialen“ mit 36 Prozent am stärksten vertreten.
- Die Klasse „101 bis 500 Filialen“ folgt als zweitstärkste Gruppe mit 33 Prozent.
- Rund 19 Prozent der Paneteilnehmer verfügen über bis zu 100 Filialen.
- 12 Prozent der befragten Unternehmen gehören zur Gruppe „501 bis 1.000 Filialen“.

n = 97

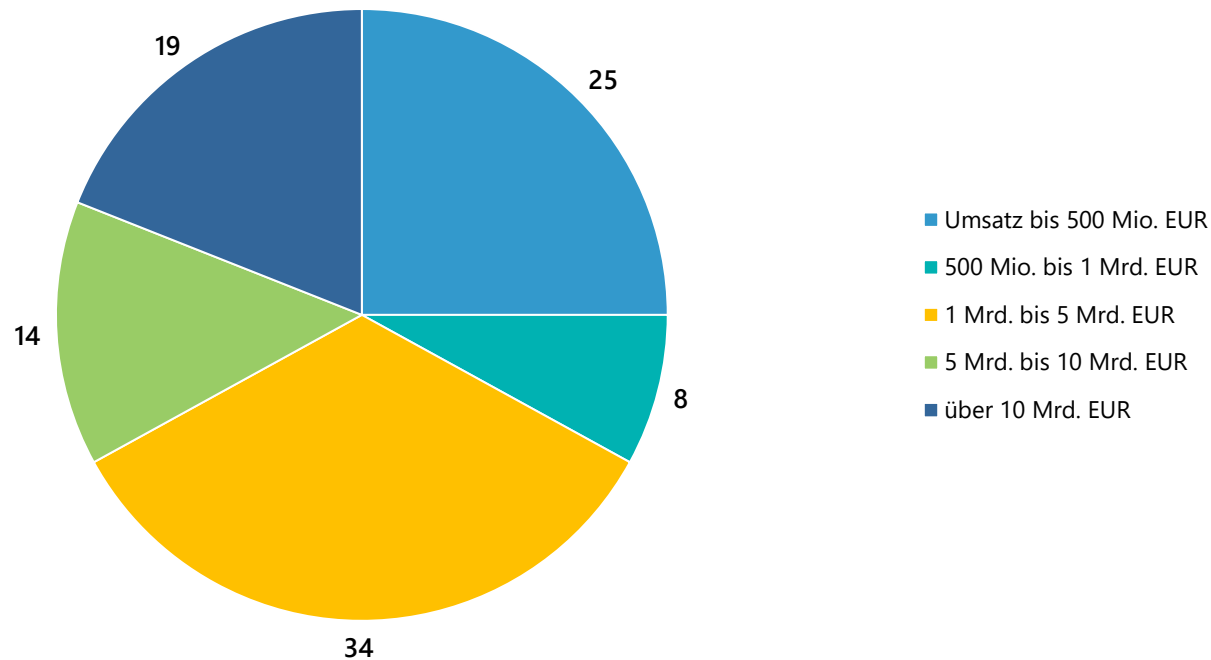
Quelle: EHI



## EHI Studienteilnehmer nach Umsatzklassen

### Studienteilnehmer nach Umsatzklassen (Abb. 4)

in Prozent



n = 97

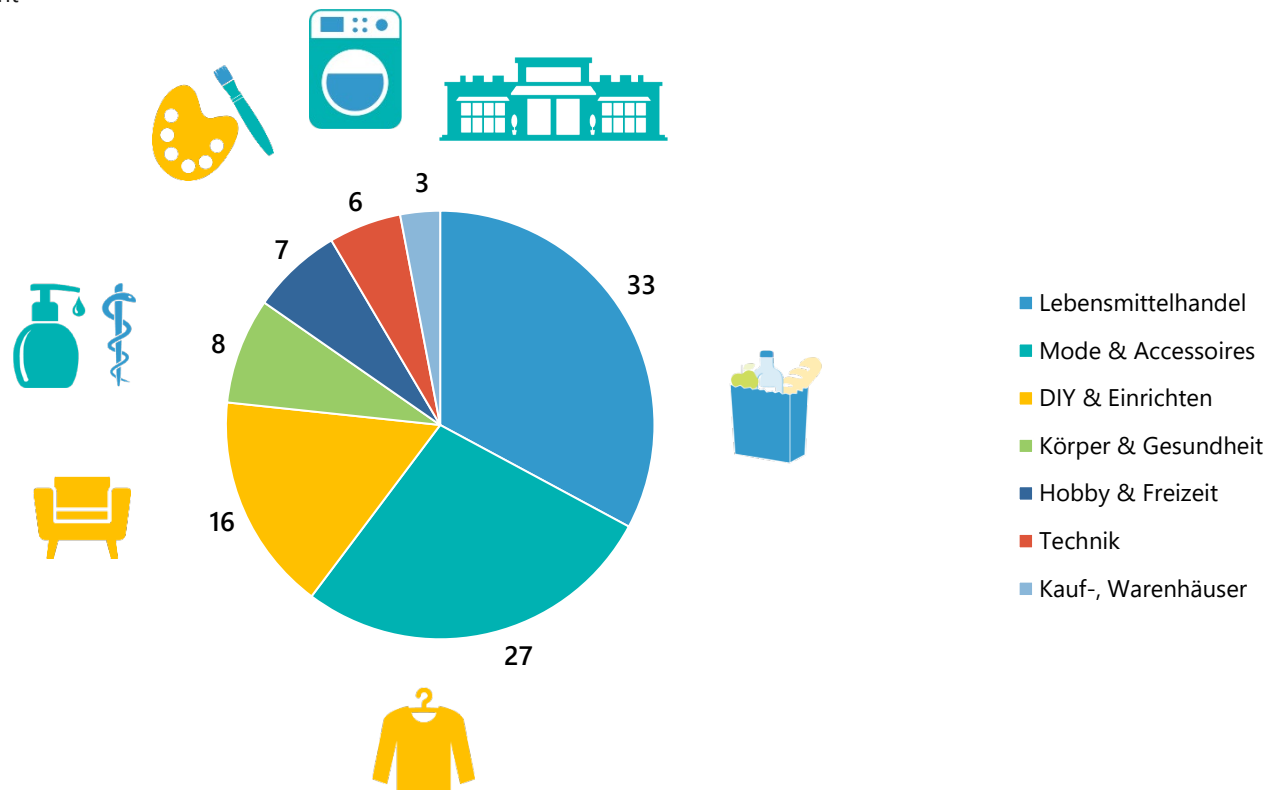
Quelle: EHI

- Bei der aktuellen Untersuchung bilden die Unternehmen der Umsatzklasse „1 bis 5 Mrd. Euro“ mit 34 Prozent die größte Gruppe des Panels, gefolgt von den Firmen der Umsatzklasse bis 500 Mio. Euro mit 25 Prozent.
- Der Nettoumsatz der befragten Unternehmen beträgt europaweit 545,9 Mrd. Euro.

## Studienteilnehmer nach Branchen

### Studienteilnehmer nach Branchen (Abb. 5)

in Prozent



n = 97

Quelle: EHI

- Die interviewten Händler:innen stammen hauptsächlich aus den Branchen **Lebensmitteleinzelhandel** und **Mode & Accessoires**. Darüber hinaus waren folgende Branchen vertreten:
- **DIY & Einrichten:** Baumärkte, Möbelhäuser, Garten & Blumen
- **Körper & Gesundheit:** Drogerien, Parfümerien
- **Hobby & Freizeit:** Sport- und Freizeitartikel, Buchläden, Spielwarenläden, Zoomärkte etc.
- **Technik:** Technikmärkte, Telekommunikation
- **Lebensmittel & Drogerie:** Drogerie & Gesundheit, Lebensmittel & Getränke, Tierbedarf
- **Kauf- und Warenhäuser:** Warenhäuser, Kaufhäuser, Nonfood-Discounter

# Technologie Trends und Projekte



„Künstliche Intelligenz bleibt der wichtigste Zukunftstrend, KI-basierte Anwendungen werden sich weiter durchsetzen.“

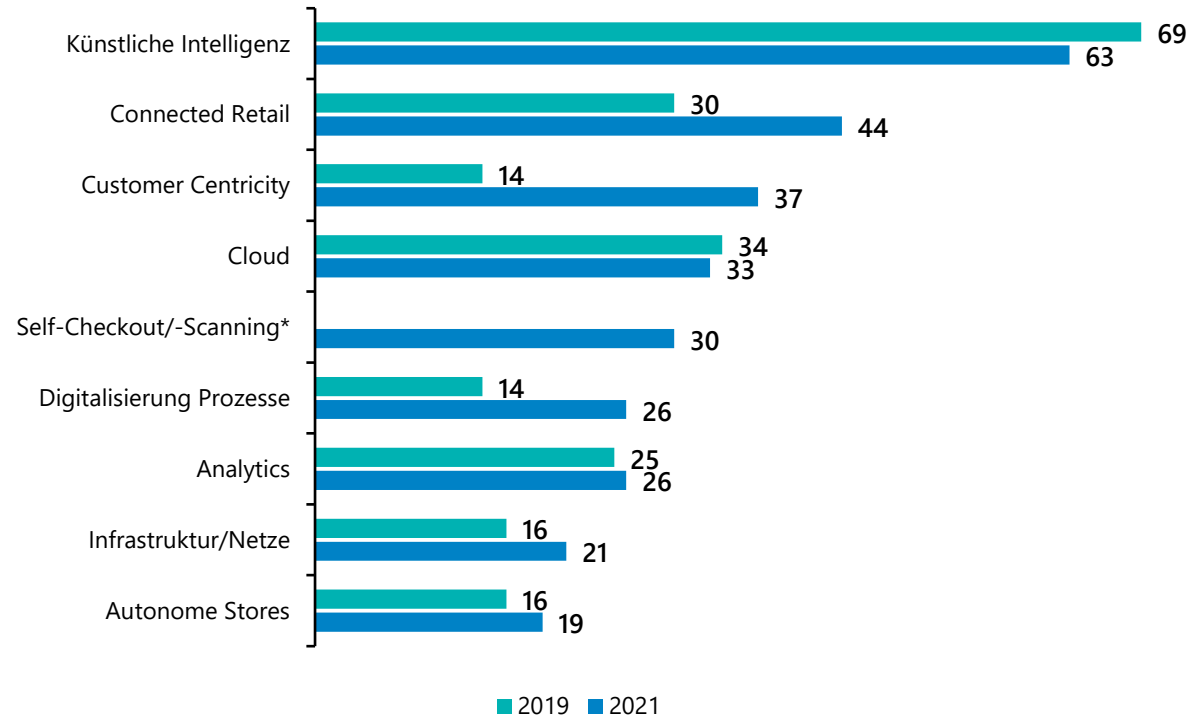
Ulrich Spaan  
EHI Retail Institute

# Technologie Trends und Projekte

Wichtigste technologische Entwicklungen der kommenden drei Jahre (Vergleich 2019/2021)

## Wichtigste technologische Entwicklungen der kommenden drei Jahre (Vergleich 2019/2021) (Abb. 6)

in Prozent



n = 90/97

\*= 2019 nicht separat aufgeführt

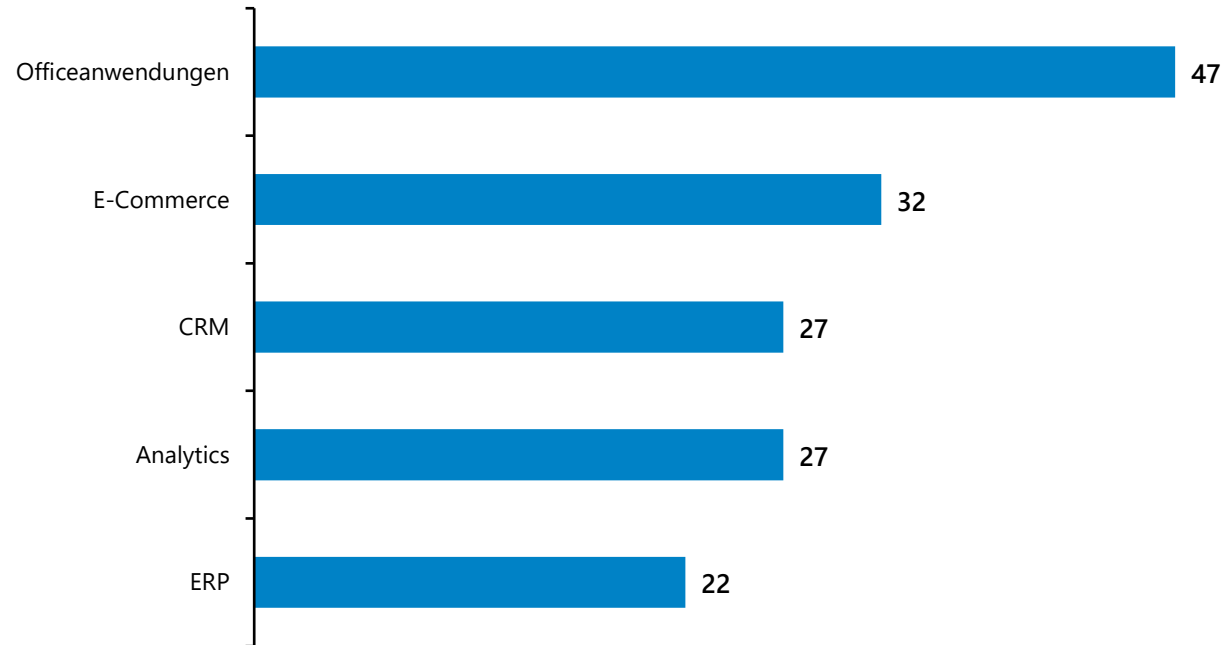
Quelle EHI

- Künstliche Intelligenz bleibt der wichtigste Zukunftstrend, KI-basierte Anwendungen werden sich weiter durchsetzen.
- Der pandemiebedingte Digitalisierungsschub beflügelt die Verschmelzung von On- und Offlinekanälen.
- Individualisierung und Personalisierung der Kundenservices gewinnen stark an Bedeutung.
- Cloud-Architekturen sind nach wie vor eine wichtige Basis für die digitale Zukunft des Handels.
- Self-Checkout/-Scanning (2019 nicht als eigener Punkt erfasst) erfährt nochmals einen Bedeutungsschub.
- Die Relevanz von Analytics bleibt ungebrochen hoch.

## Bereiche, wo Cloud eingesetzt wird (TOP 5)

### Bereiche, in denen Cloud eingesetzt wird (TOP 5) (Abb. 25)

in Prozent



n = 97

Quelle: EHI

- Vor allem bei Officeanwendungen und im CRM-Umfeld werden Cloudlösungen teilweise als alternativlos gesehen.
- Viele Unternehmen gehen davon aus, dass auch die Kernbereiche der IT-Infrastruktur wie das ERP-System in den kommenden Jahren von den jeweiligen Dienstleistern aus der Cloud betrieben werden.
- Beim Thema „Cloud-Kasse“ sind die Meinungen noch sehr gespalten, auch hier zeigen sich die Teilnehmer:innen aber zunehmend aufgeschlossen.



Das EHI Retail Institute ist ein Forschungs- und Beratungs-institut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeiter:innen. Sein internationales Netzwerk umfasst rund 80 Mitgliedsunternehmen aus Handel, Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie Dienstleister. Das EHI erhebt wichtige Kennzahlen für den stationären und den Onlinehandel, ermittelt Trends und erarbeitet Lösungen. Das Unternehmen wurde 1951 gegründet. Präsident ist Kurt Jox, Geschäftsführer ist Michael Gerling.

Die GS1 Germany ist eine Tochtergesellschaft des EHI und des Markenverbandes und koordiniert die Vergabe der Global Trading Item Number (GTIN, ehem. EAN) in Deutschland. In Kooperation mit dem EHI veranstaltet die Messe Düsseldorf die EuroShop, die weltweit führende Investitionsgütermesse für den Handel, die EuroCIS, wo neueste Produkte, Lösungen und Trends der IT- und Sicherheitstechnik vorgestellt werden, sowie die C-star für den asiatischen Handel in Shanghai.

#### Über den EHI-Forschungsbereich IT:

Der Einsatz von Informationstechnologie ist ein entscheidender Erfolgsfaktor im Handel. Wir stellen die Möglichkeiten technologischer Innovationen von der Kasse bis zur zentralen Warenwirtschaft mit ihren Schnittstellen zu den Lieferanten vor, dokumentieren die Akzeptanz von Lösungen im Handel, leiten organisatorische Anforderungen ab und kalkulieren den betriebswirtschaftlichen Vorteil.

#### Verlag:

EHI Retail Institute GmbH  
Spichernstraße 55  
50672 Köln  
Tel. +49 221 57993-0  
Fax +49 221 57993-45  
[info@ehi.org](mailto:info@ehi.org)  
[www.ehi.org](http://www.ehi.org)

#### Herausgeber:

EHI Retail Institute e.V.

#### Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

#### Autoren:

Ulrich Spaan, [spaan@ehi.org](mailto:spaan@ehi.org)  
Cetin Acar, [acar@ehi.org](mailto:acar@ehi.org)

#### Layout:

EHI Retail Institute GmbH

#### Copyright© 2021

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 aufgenommen. Dies betrifft sowohl materielle als auch immaterielle Schäden Dritter, die durch die Nutzung des Informationsangebots verursacht werden.

#### Bestellmöglichkeiten:

Tel. +49 221 57993-43  
[vertrieb@ehi.org](mailto:vertrieb@ehi.org)  
[www.ehi-shop.de](http://www.ehi-shop.de)

ISBN: 978-3-87257-545-6

Preis: 930,00 €, zzgl. gesetzlicher MwSt.

#### Bildrechte:

Cover: EHI Composing

**EHI**