

EHI-STUDIE

Technologie Trends im Handel 2021

Der Weg in die digitale Zukunft aus Sicht der CIOs

EHI



Mit freundlicher Unterstützung von:



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

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



Ein Großteil der in der vorliegenden Studie abgebildeten Grafiken ist in unserer Online-Statistik-Datenbank 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 Handelsthemenseite unter:

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



Methode

Erhebungssteckbrief



Interviews



Mrd. Euro Netto-
Gesamtumsatz
(europaweit)

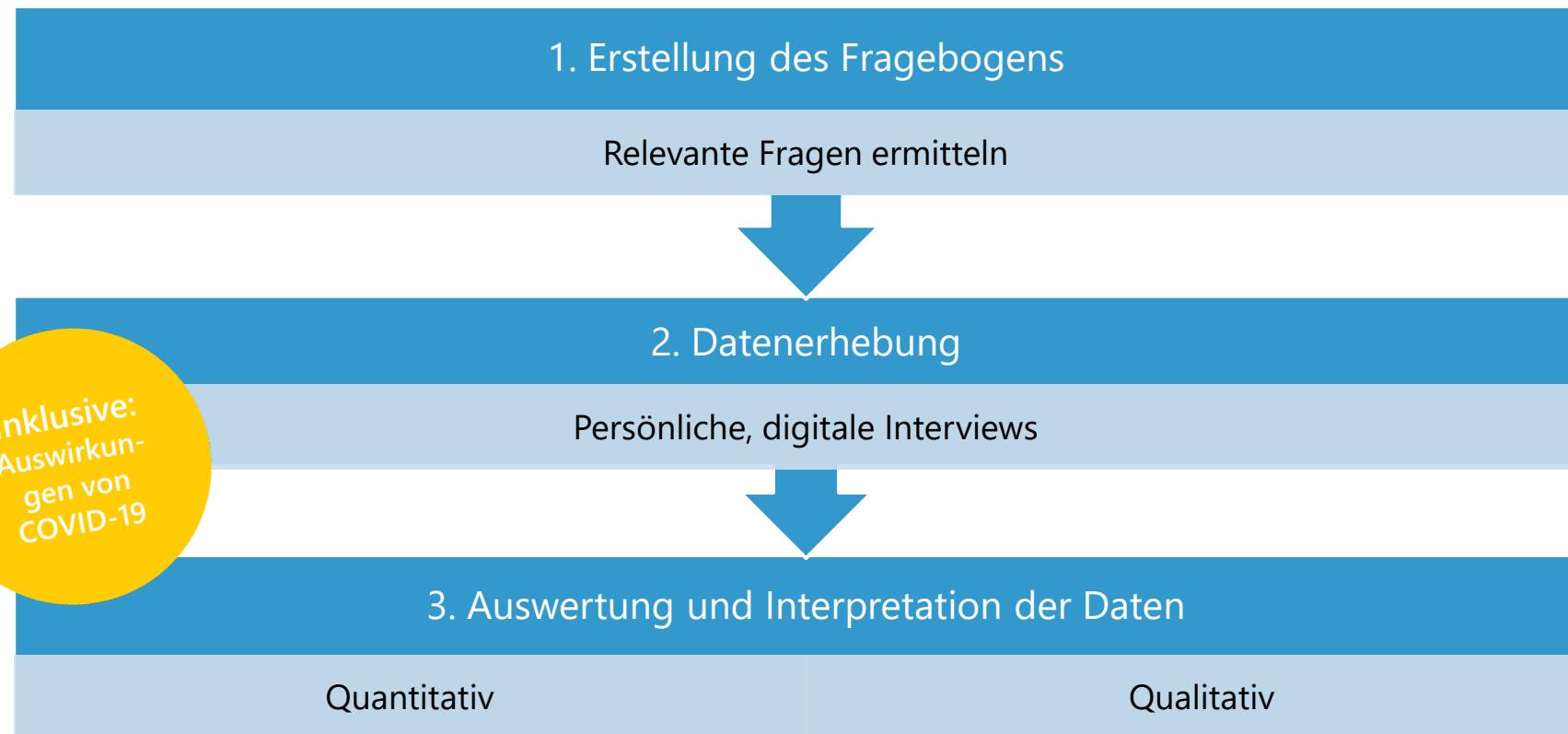


Filialen in Deutschland,
Österreich und der
Schweiz

Methode

Forschungsdesign

Gestaltung der Studie (Abb. 1)



Durchführung der Interviews

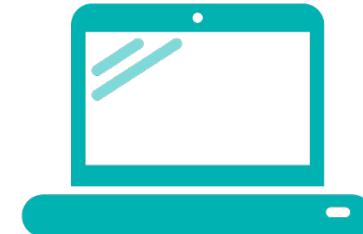
Durchführung der Studie (Abb. 2)



Erhebung:
September 2020 bis
Januar 2021



Persönlich
vor Ort



Interviewinhalte
wurden simultan
protokolliert



Ø 90 Minuten pro
Interview



Online

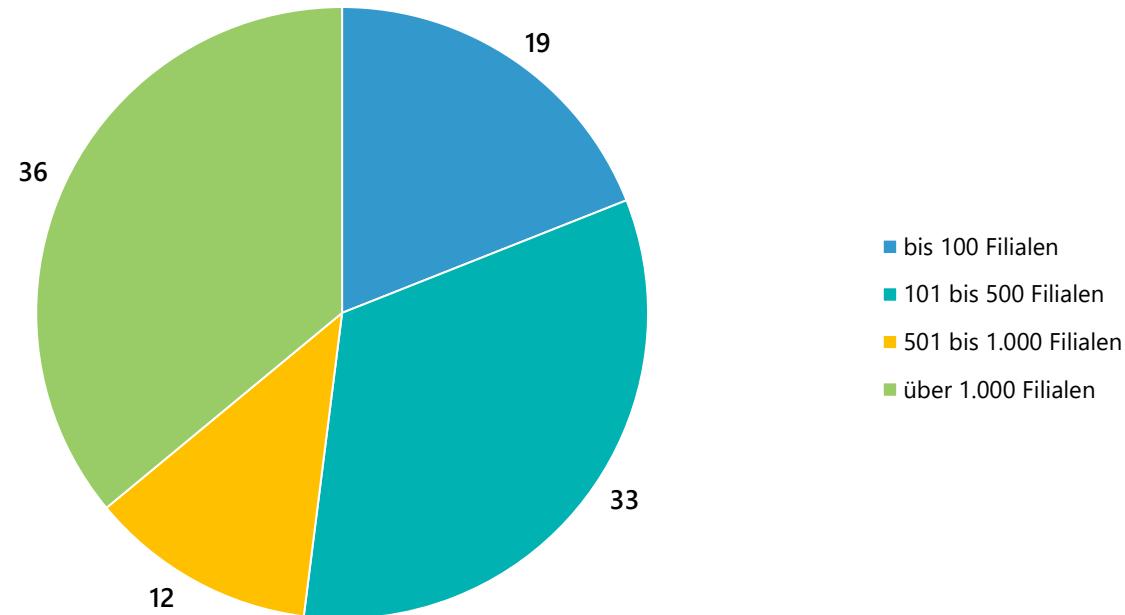


Per
Telefon

Studienteilnehmer nach Anzahl der Filialen

Studienteilnehmer nach Anzahl der Filialen (Abb. 3)

in Prozent



n = 97

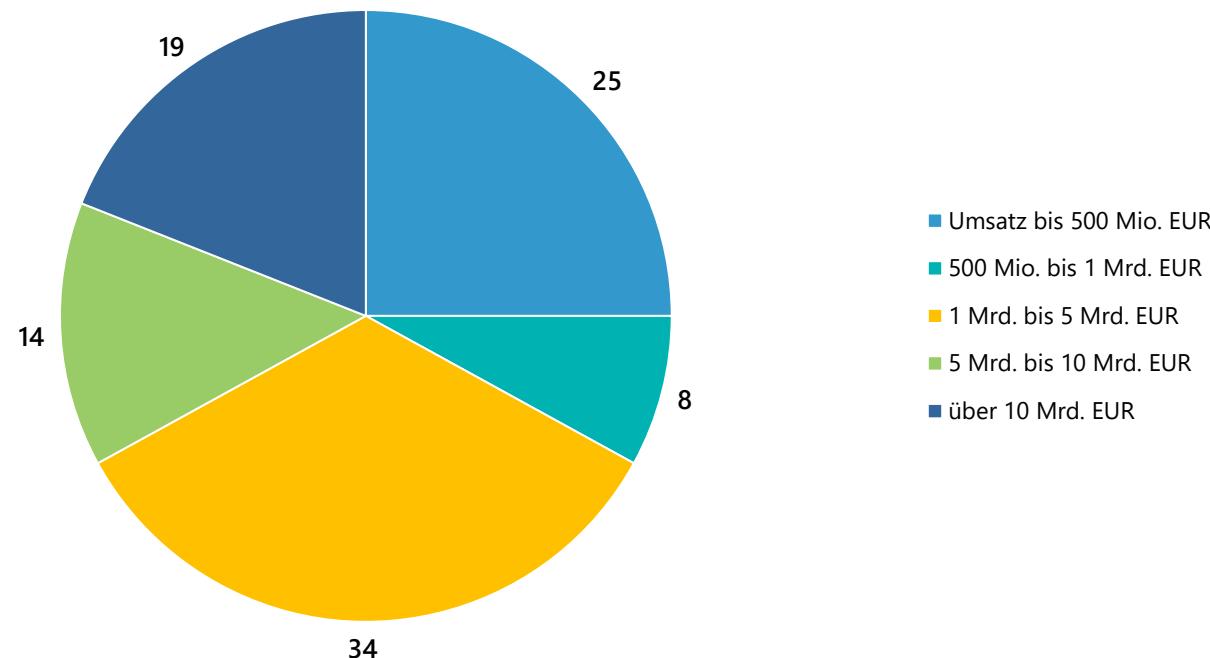
Quelle: EHI

- 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 Panelteilnehmer verfügen über bis zu 100 Filialen.
- 12 Prozent der befragten Unternehmen gehören zur Gruppe „501 bis 1.000 Filialen“.

Studienteilnehmer nach Umsatzklassen

Studienteilnehmer nach Umsatzklassen (Abb. 4)

in Prozent



n = 97

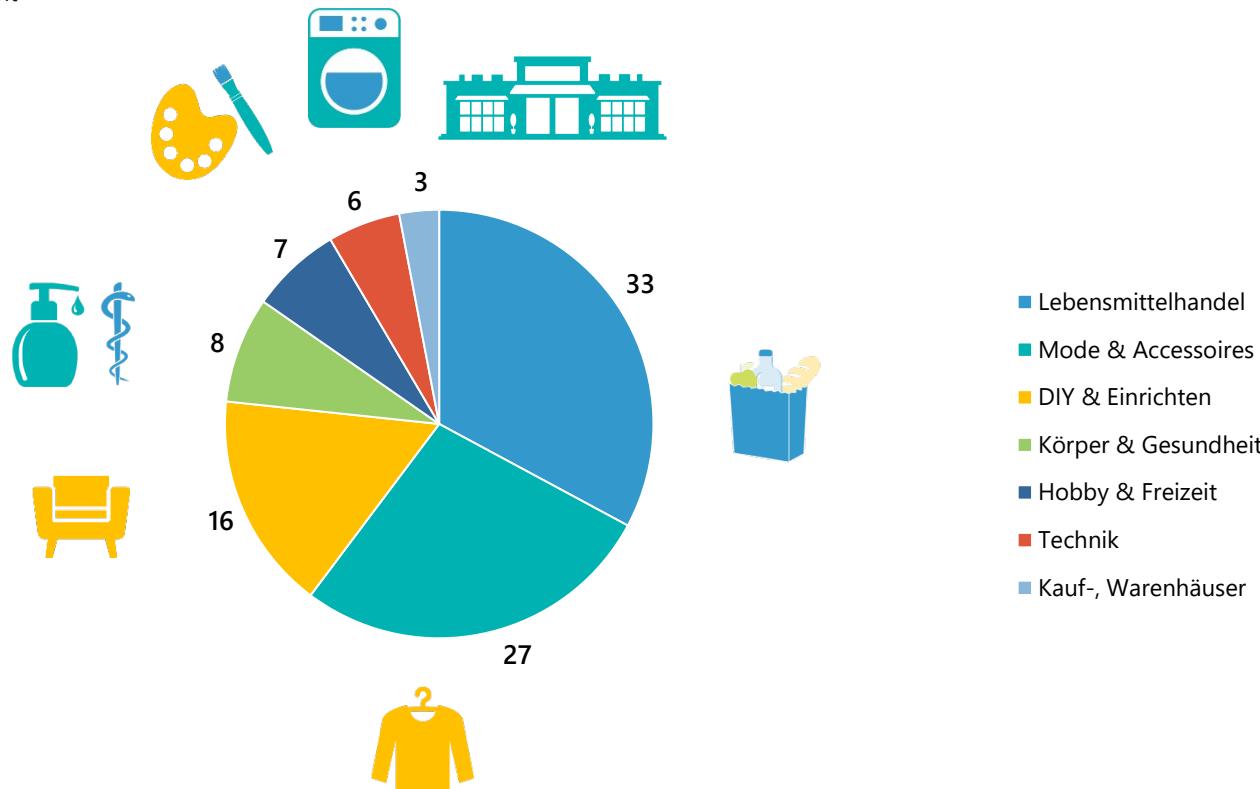
Quelle: EHI

- 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 **Lebensmittelhandel** 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.“

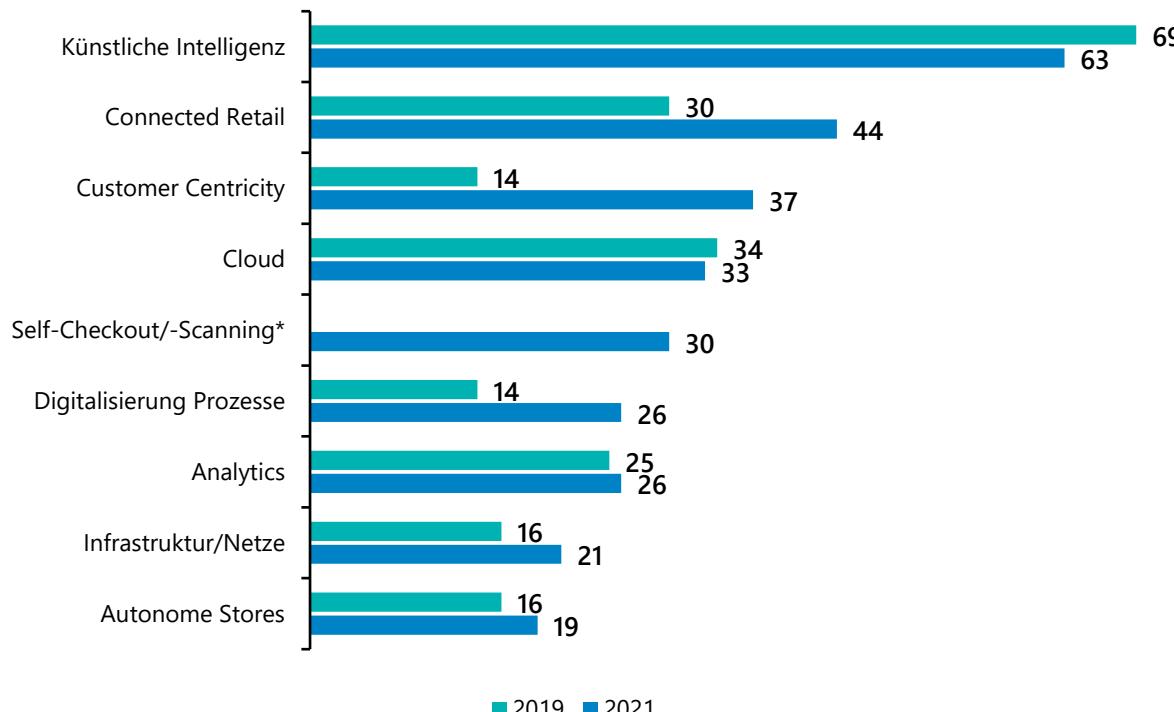
Ulrich Spaan
EHI Retail Institute

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



- Künstliche Intelligenz bleibt der wichtigste Zukunftstrend, KI-basierte Anwendungen werden sich weiter durchsetzen.
- Der pandemiebedingte Digitalisierungsschub befähigt 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.

n = 90/97

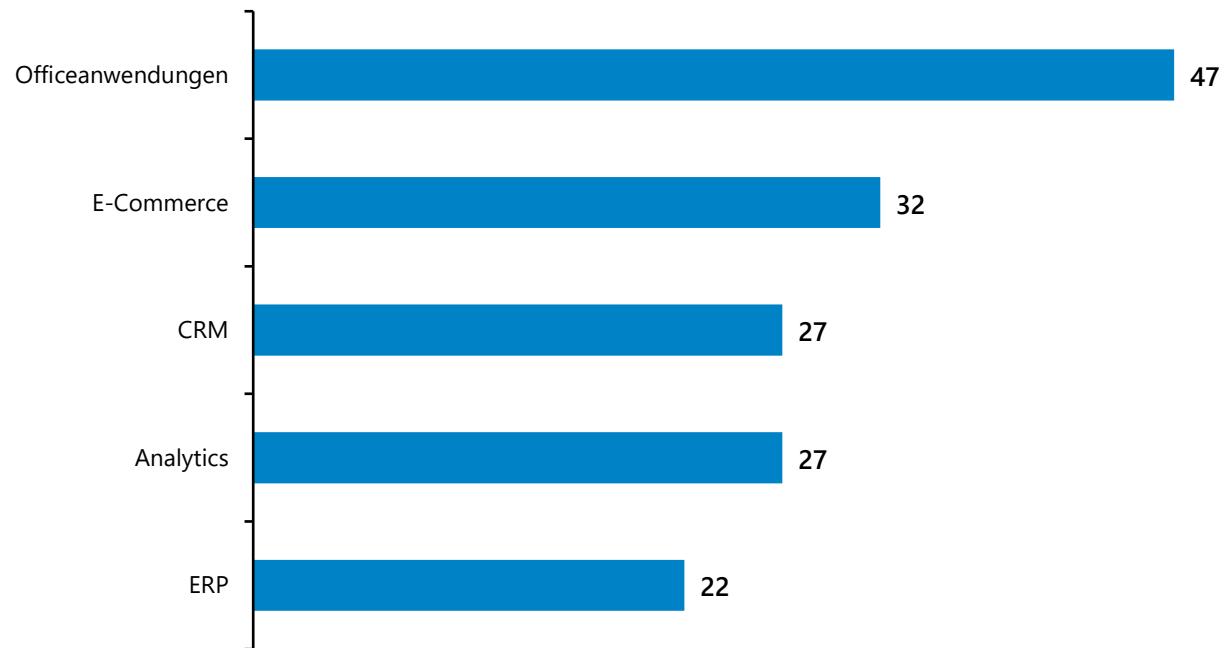
*= 2019 nicht separat aufgeführt

Quelle EHI

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 800 Mitgliedsunternehmen aus Handel, Konsum- und Investitionsgüter-industrie 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
www.ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e.V.

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

Autoren:

Ulrich Spaan, spaan@ehi.org
Cetin Acar, 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
www.ehi-shop.de

ISBN: 978-3-87257-545-6

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

Bildrechte:

Cover: EHI Composing

EH
I