

EHI-STUDIE

Technologie Trends im Handel 2023

Themen, Investitionen und Projekte 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 den drei Jahren der Pandemie hat die Digitalisierung im Handel einen massiven Schub erlebt. Viele Unternehmen haben sich in sehr kurzer Zeit technologisch stark verändert und in den Ausbau ihrer digitalen Verkaufskanäle investiert. Für die Zukunft steht die Handelsbranche weiterhin vor gewaltigen Herausforderungen, die großen Einfluss auf Technologieinvestitionen haben werden. So wird beispielsweise der akute Personalmangel die Automatisierung der Store-Prozesse vorantreiben.

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 2023

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	Personalisierung im Store	54
Executive Summary	5	Digital Signage im Store	56
Methode	7	Künstliche Intelligenz	58
Technologie Trends und Projekte	12	Beschaffungsmärkte	61
Einschätzung neuer Technologien	19	Cybersecurity	64
Rolle der IT-Abteilung	33	Abbildungsverzeichnis	67
IT-Budgets	35	Impressum	68
Business Alignment	38		
Nachhaltigkeit	40		
Softwareengineering	42		
Cloud	44		
Mobile Geräte	46		
Elektronische Preisauszeichnung	51		

EHI

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:

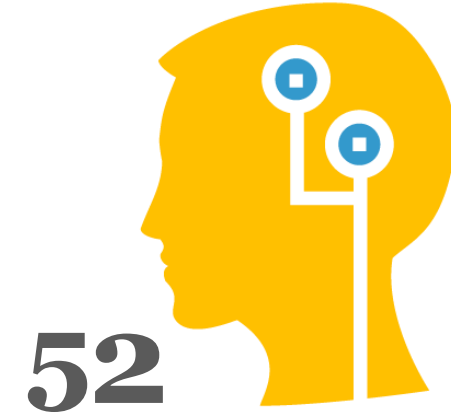
<https://www.handelsdaten.de/handelsthemen/it-trends-im-handel>



Executive Summary

Kernergebnisse

- Künstliche Intelligenz gilt nach wie vor als wichtigste Zukunftstechnologie für den Handel. Unternehmen haben in den vergangenen Jahren in erste Projekte investiert, die Potenziale werden aber noch lange nicht als ausgeschöpft angesehen.
- Beim derzeitigen Einsatz KI-basierter Anwendungen dominieren Lösungen in den Bereichen Forecasting & Replenishment, Pricing und Kundendialog.
- Die Automatisierung von Prozessen jeglicher Art steht klar im Fokus der Entscheider:innen, nicht zuletzt aufgrund des alarmierenden Personalmangels in vielen Bereichen. Dem Seamless Checkout vom klassischen SCO über Scan & Go bis hin zum komplett kassenlosen Store kommt hierbei besondere Bedeutung zu.
- Viele Unternehmen arbeiten kontinuierlich an der Personalisierung der Customer Journey und werden auch in den kommenden Jahren signifikante Investitionen in entsprechende Projekte tätigen.
- Nach einer Verschiebung der Investitionsprioritäten während der Pandemie stehen nun die Neueinführung, Optimierung und/oder die technologische Transformation von ERP-Systemen wieder auf Rang 1 der wichtigsten Projekte der kommenden Jahre.
- Eng damit verbunden sind Investitionen in Cloud-basierte Infrastrukturen, welchen in den nächsten Jahren ebenfalls eine nennenswert hohe Bedeutung zukommt. Am verbreitetsten sind Cloud-basierte Anwendungen heute in den Bereichen E-Commerce, Loyalty, Marketingservices und Analytics.



52
Prozent der Befragten bewerten
Künstliche Intelligenz als
Technologie der Zukunft.

- Die Zahl der Unternehmen, in denen die für die IT verantwortliche Person auf C-Level angesiedelt ist, nimmt weiter zu. 59 Prozent der Firmen geben an, über einen „echten“ CIO zu verfügen (Vorjahr 44 Prozent).
- Agile Organisationsstrukturen mit übergreifenden Teams, in denen IT und Business sehr eng miteinander verzahnt sind, setzen sich in immer mehr Handelsunternehmen durch.
- Die durchschnittlichen IT-Budgets in Relation zum Nettoumsatz sind erneut gestiegen und liegen nun bei 1,53 Prozent. 76 Prozent der Entscheider gehen von weiter steigenden Budgets in den kommenden Jahren aus.
- 56 Prozent aller teilnehmenden Retailer geben an, bereits heute Electronic Shelf Labels (ESLs) in ihren Filialen einzusetzen, im Lebensmittelhandel sind es 94 Prozent. 69 Prozent der Food-Händler planen zudem eine Ausweitung des Einsatzes.
- Bei der Hälfte der Firmen haben die Turbulenzen auf den Beschaffungsmärkten in den letzten Monaten zu starken Beeinträchtigungen bei der Projektplanung geführt. Als Reaktion auf Engpässe bei der Hardwareversorgung und Lieferverzögerungen setzten die Unternehmen vor allem auf frühzeitige Bevorratung, alternative Produkte bzw. Lieferanten und Anpassungen der Roll-out-Pläne.
- 78 Prozent der Befragten berichten von moderat bis signifikant gestiegenen Cyberangriffen auf ihr Unternehmen. In vielen Organisationen wurden daher eigene, spezialisierte Abteilungen auf- oder ausgebaut.
- Neben zahlreichen technischen Maßnahmen liegt das Hauptaugenmerk der CIOs auf der Schaffung von Awareness bei den eigenen Mitarbeitenden. Bei der überwiegenden Mehrzahl der Unternehmen ist es bisher dennoch nicht zu signifikanten wirtschaftlichen Schäden durch Cyberangriffe gekommen.



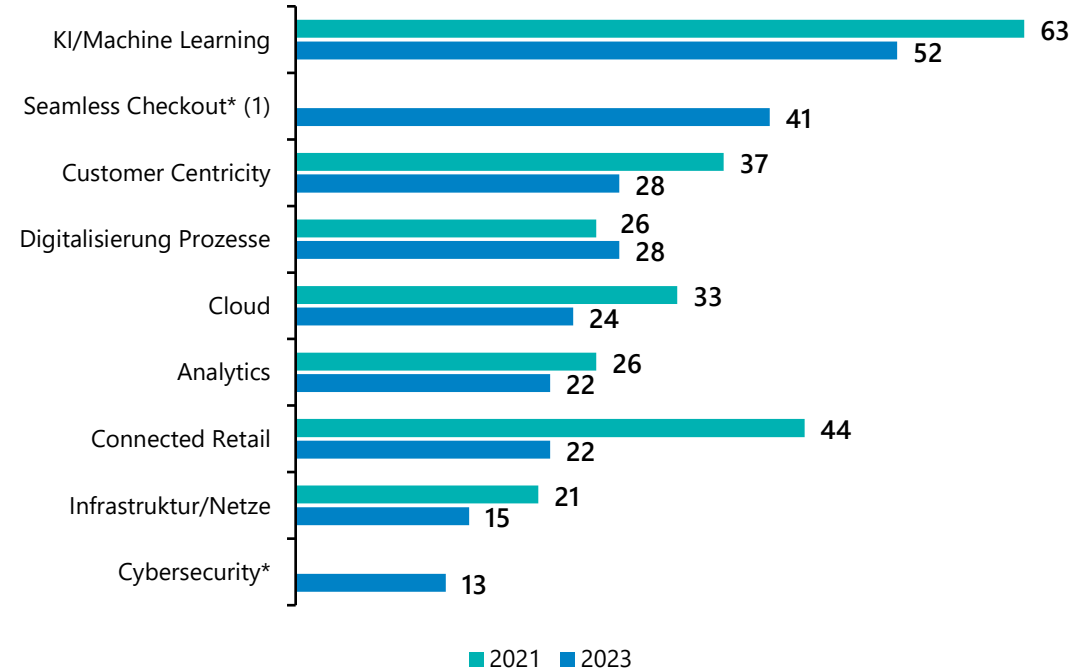
76 Prozent der IT-Entscheider:innen gehen von steigenden Budgets in den kommenden Jahren aus.

Technologie Trends und Projekte

Wichtigste technologische Entwicklungen der kommenden drei Jahre (Vergleich 2021/2023)

Wichtigste technologische Entwicklungen der kommenden drei Jahre (Vergleich 2021/2023) (Abb. 6)

in Prozent



n = 97/92

(1) = Inkl. Self-Checkout/-Scanning

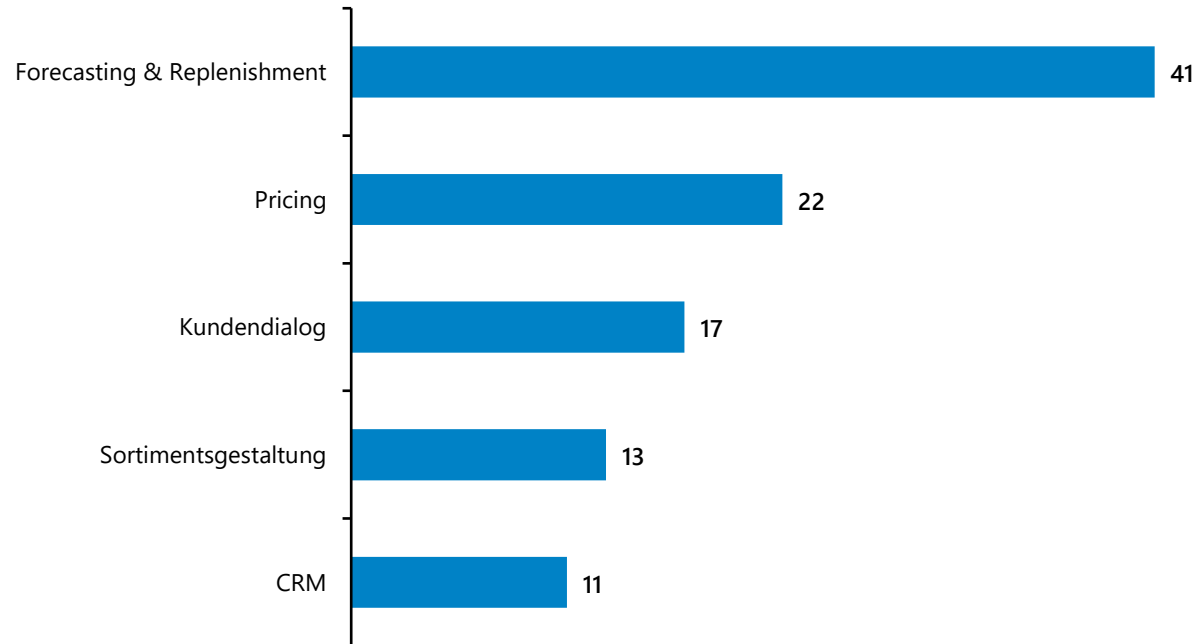
* 2021 nicht separat aufgeführt

Quelle: EHI

Einsatzbereiche Künstlicher Intelligenz (Top 5)

Einsatzbereiche Künstlicher Intelligenz (Top 5) (Abb. 32)

in Prozent



n = 92
Quelle: EHI

- Die Haupteinsatzgebiete sind aus dem Bereich Analytics. Hier macht insbesondere Forecasting & Replenishmentssysteme mit 41 Prozent der Nennungen den größten Anteil aus.
- Bei 22 Prozent der Teilnehmer:innen wird auch die Preisbildung der Produkte mit Künstlicher Intelligenz unterstützt.
- Im Kundenservice-Umfeld kommen vermehrt Chatbots zum Einsatz. Die aktuellen technologischen Entwicklungen rücken diesen Bereich wieder in den Fokus der IT-Verantwortlichen.
- Weitere Anwendungsfelder sind bspw. die Bilderkennung, das Monitoring der IT-Systeme, Fraud Detection und die Mitarbeiterereinsatzplanung.



Das EHI Retail Institute ist ein Forschungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeiter:innen. Sein internationales Netzwerk umfasst rund 850 Mitgliedsunternehmen aus Handel, Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie Dienstleister. Das EHI erhebt wichtige Kennzahlen für den stationären und den Online-Handel, 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
Çetin Acar, acar@ehi.org
Imke Hahn, hahn@ehi.org

Layout:

EHI Retail Institute GmbH

Copyright© 2023

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: 978-3-87257-580-7

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

Bildrechte:

Cover: EHI Composing