

IT-Trends im Handel 2013

Investitionen, Projekte und Technologien



EHI Retail Institute®

Vorwort	7
Erhebungsmethode	8
Verwendete Begriffe	8
Struktur des Untersuchungspanels	10
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	12
Wirtschaftliche Entwicklung	12
Umsatzentwicklung im Einzelhandel	14
Executive Summary	16
Zentrale Systeme	18
Zentrale Herausforderungen für die IT	18
Strategische IT-Projekte	18
Multichanneling	22
Moderne Warenwirtschaft und durchgängige Prozesse	28
Durchdringungsgrad EDI	28
Warenwirtschaft – Make or Buy?	30
Steigende IT-Budgets	32
Entwicklung der IT-Budgets	34
„Trendthemen“ Cloud und RFID	38
Filialsysteme	40
Strategische Prioritäten	40
Mobile Technologien und Devices	42
Mobile Payment	44
Self-Checkout und Self-Scanning	46
Cash-Management-Systeme	46
Digital Signage	48
Zentralisierung von Filialanwendungen	50
Auswahlkriterien Kassensysteme	52
Auswahlkriterien Hardware	52
Auswahlkriterien Software	52
Abbildungsverzeichnis	55

Liebe Leserinnen und Leser,

auf Basis persönlicher Interviews führt das EHI Retail Institute seit 2003 alle zwei Jahre eine umfassende Untersuchung zum Thema „IT-Trends im deutschsprachigen Handel“ durch. An der diesjährigen nunmehr sechsten Auflage hat sich die Rekordzahl von 85 Unternehmen beteiligt, deren Angaben wieder einen umfassenden Einblick in die technologischen Trends und Investitionsprioritäten der nächsten Jahre geben.

Das EHI Retail Institute ist seit vielen Jahren im Bereich Forschung und Dienstleistungen rund um die Informationstechnologie im Handel aktiv. Die Projekte werden in Zusammenarbeit mit unseren Arbeitskreisen, an denen sich über 500 Mitgliedsunternehmen des EHI-Netzwerks beteiligen, konzipiert und durchgeführt. Mit der IT-Messe EuroCIS, unseren stark praxisorientierten Fachkongressen und Seminaren sowie unserer Zeitschrift „rt-retail technology“ bieten wir dem Handel und seinen Partnern vielfältige Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten mit klarem Branchenfokus.

Wir danken unseren Interviewpartnern für ihre freundliche Unterstützung 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, im Februar 2013



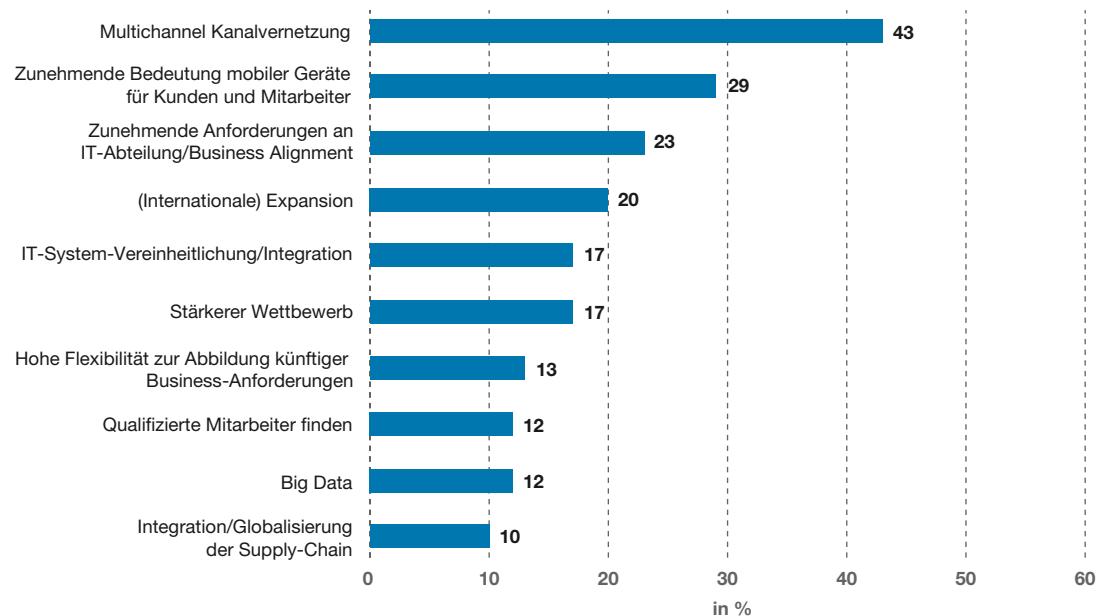
Michael Gerling,
Geschäftsführer
EHI Retail Institute

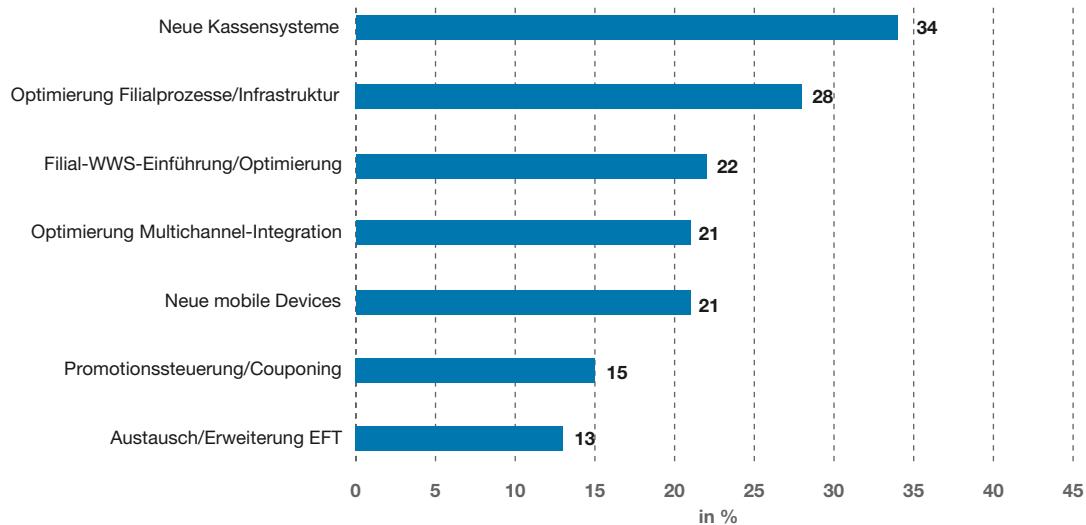


Ulrich Spaan,
Mitglied der Geschäftsleitung
EHI Retail Institute

20 ■ Zentrale Systeme

Herausforderungen bezogen auf IT und TK (Abb. 4)



Strategische IT-Projekte in der Filiale (Abb.19)

SMCG-Händlern spielen Multichannel-Strategien derzeit eine noch wichtigere Rolle als im FMCG-Bereich.

Ebenfalls auf den vorderen Rängen findet sich die Einführung neuer mobiler Devices. Der Trend zur „Consumerization“ der Business-IT ist dabei deutlich zu beobachten: Tablet-PCs,

iPads, iPods und Smartphones halten vermehrt Einzug in die Unternehmen und sollen für unterschiedliche Zwecke eingesetzt werden: als Informations-Dashboard für das Management, zur Verkaufsunterstützung auf der Fläche oder sogar bereits als mobile Kasse.



Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55
50672 Köln
Telefon +49-2 21-5 79 93-0
Telefax +49-2 21-5 79 93-45
E-Mail: info@ehi.org
www.ehi.org

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

Copyright© 2013

Autoren:

Çetin Acar, Jochen Hampe, Ulrich Spaan

Layout:

Nicole Räde, raede@ehi.org
Annette Vellay, vellay@ehi.org

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 ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

ISBN: 978-3-87257-398-8

Preis: 990,00 €

Bildrechte:

istockphoto.com, fotolia.de
(Pauline Fabry, Zsolt Nyulaszi, Neustockimages, Susan Wood Images, shock), Cover-App: „Buy Me a Pie“