

IT-Trends im Handel 2011

Investitionen, Projekte und Technologien



EHI Retail Institute®

Vorwort	7
Erhebungsmethode	8
Verwendete Begriffe	8
Struktur des Untersuchungspanels	10
Wirtschaftliche Rahmenbedingungen	13
Wirtschaftliche Entwicklung	14
Umsatzentwicklung im Einzelhandel	16
Executive Summary	18
Zentrale Systeme	20
Strategische Prioritäten	20
Marketing goes mobile	24
Make-or-Buy Warenwirtschaftssystem: wird „Make“ wieder interessanter?	26
Business Intelligence: Sortimentssteuerung geht vor Marketing	28
EDI & Co.: Der Durchsatzgrad scheint erreicht	30
RFID: Noch bewegt sich eher wenig...	33
Die Planungen erfordern höhere Budgets für die IT	34
Filialsysteme	36
Strategische Prioritäten	36
Neue Technologien am POS	41
Self-Checkout-Systeme	42
Cashmanagement	44
Innovative Zahlungsmethoden	49
Contactless Payment mit Karte	50
Mobile Payment (NFC)	52
Zahlung per Fingerprint	54
Self Payment Terminals	56
Digitale POS-Medien	58
Auswahlkriterien Kassensysteme	60
Auswahlkriterien Hardware	63
Auswahlkriterien Software	64
Abbildungsverzeichnis	67

Liebe Leserinnen und Leser,

auf Basis persönlicher Interviews führt das EHI Retail Institute seit 2003 alle zwei Jahre eine umfassende Untersuchung zum Thema „IT-Investitionen im deutschsprachigen Handel“ durch. Die nun vorliegende fünfte Neuauflage dieser Studie hat ergeben, dass zahlreiche Trends und Themen der Vorjahre weiterhin aktuell sind. Darüber hinaus hat sie aber auch interessante neue Erkenntnisse über die Pläne und Investitionsprioritäten der Entscheider im Handel zutage gefördert.

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 2011



Michael Gerling,
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



Ulrich Spaan,
Mitglied der Geschäftsleitung
EHI Retail Institute

22 ■ Zentrale Systeme

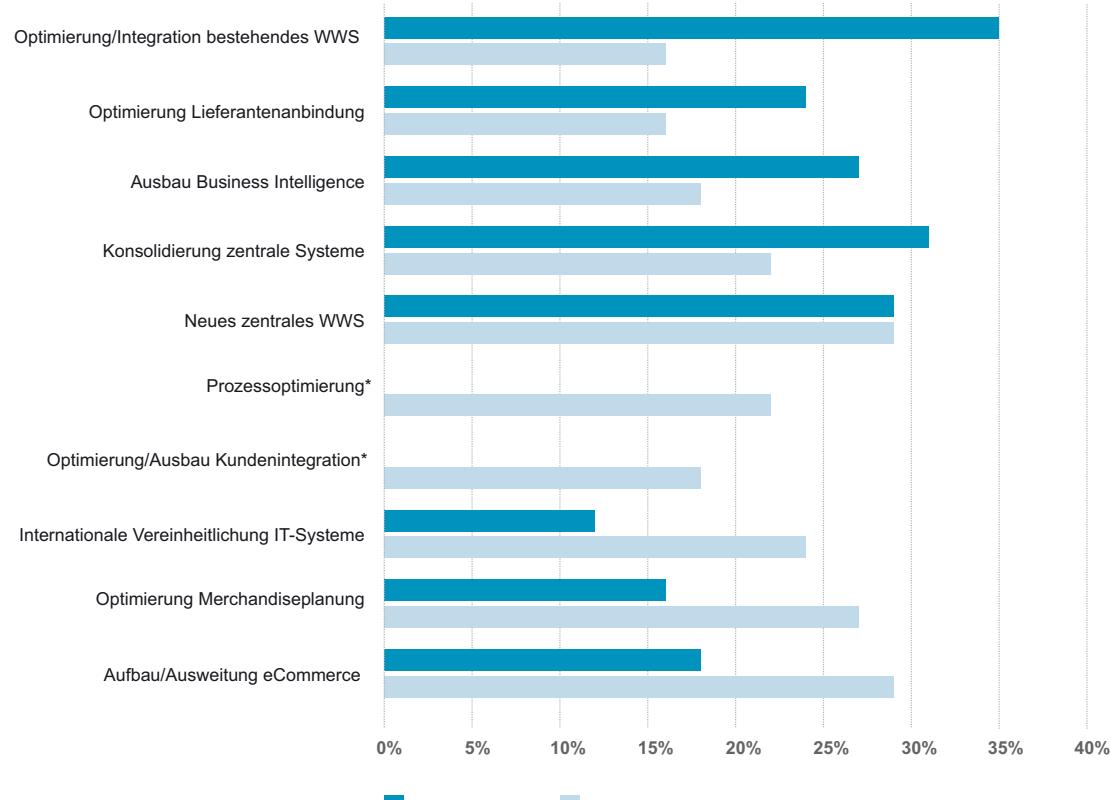


Abb. 4: Strategische IT Projekte: 2009 vs. 2011

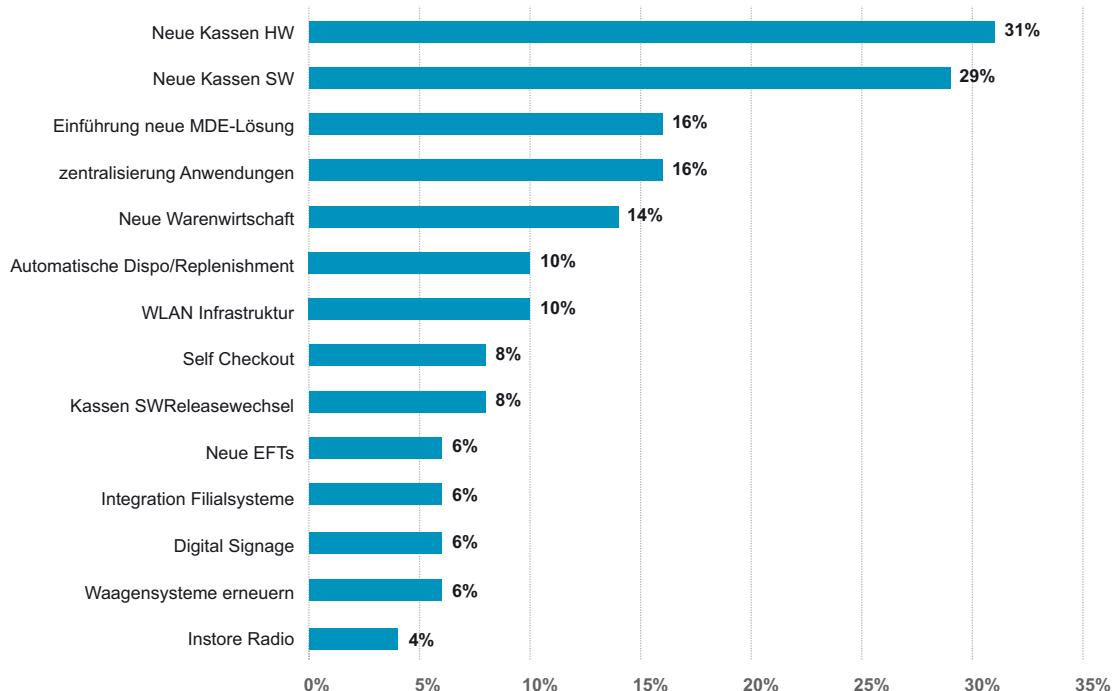


Abb. 12: Strategische IT-Projekte in der Filiale

Einhergehend mit einer Neuausrichtung der Filialinfrastruktur kommt es verstärkt zu einer Zentralisierung der Funktionalitäten. Viele früher dezentral gesteuerten Backoffice-Prozesse werden heute zentralseitig organisiert, mehr und mehr

Services zentral vorgehalten. Folge ist eine einfache Administration der Systeme, verbunden mit einer höheren Aktualität der Daten. Die Filialen profitieren durch die in den letzten Jahren stark ausgebauten Breitbandanbindungen von



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
Prof. Prof. E. h. (RUS) Dr. Bernd Hallier

Copyright® 2011

Layout:

S3 ADVERTISING KG
newspaper & magazine experts

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 978-3-87257-365-0

Bildrechte:

istockphoto.com, fotolia.de
S. 44–45: Wincor Nixdorf
S. 48–49: Mastercard/PayPass