

Kassensysteme 2014

Fakten, Hintergründe und Perspektiven



EHI Retail Institute®

Vorwort	7
Grundgesamtheit Deutschland	8
Untersuchungsmethodik	12
Untersuchungsobjekt	13
Struktur des Untersuchungspanels	13
Executive Summary	16
Anforderungen an die Kassensysteme	20
Umweltfreundliche POS-Systeme	24
Bisphenol A/S	28
Eingesetzte Systeme	30
Eingesetzte Hardware	31
Eingesetzte Software	32
Betriebssysteme	36
Eingabemedien	40
Auswahl Hardwarekomponenten	44
Anbindung an die Zentrale	46
Funktionalitäten	50
Peripheriegeräte	56
Self-Checkout-Systeme	58
Mobile Geräte am POS	62
Abbildungsverzeichnis	66
Impressum	69

Liebe Leserinnen und Leser,

mit der vorliegenden fünften Ausgabe der Reihe „Kassensysteme“ gibt das EHI Retail Institute einen Überblick über die aktuelle Kassenlandschaft im deutschen Einzelhandel und zeigt Themen und Trends am POS auf.

Steigende technische und organisatorische Anforderungen an die Kasse zwingen die Handelsunternehmen, weiterhin in neue, leistungsfähige POS-Systeme zu investieren. Auch in den nächsten Jahren werden damit Kassensysteme einen gewichtigen Anteil der IT-Investitionen ausmachen. Die EHI-Studie „Kassensysteme 2014“ zeigt auf, auf welche Bereiche die POS-Verantwortlichen dabei ihr Augenmerk legen werden.

Das EHI Retail Institute ist seit vielen Jahren im Bereich Forschung und Dienstleistungen rund um 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, den EHI Technologie Tagen sowie unserer Zeitschrift „rt retail technology“ bieten wir dem Handel und seinen Partnern vielfältige Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten mit klarem Branchenfokus.

Unser Dank gilt den Teilnehmern der Untersuchung und allen weiteren Personen, die bei der Erstellung dieser Studie mitgewirkt haben. Dank ihrer freundlichen Unterstützung konnten wir die Studie aktualisieren.



Michael Gerling
Geschäftsführer
EHI Retail Institute



Ulrich Spaan
Mitglied der Geschäftsleitung
EHI Retail Institute

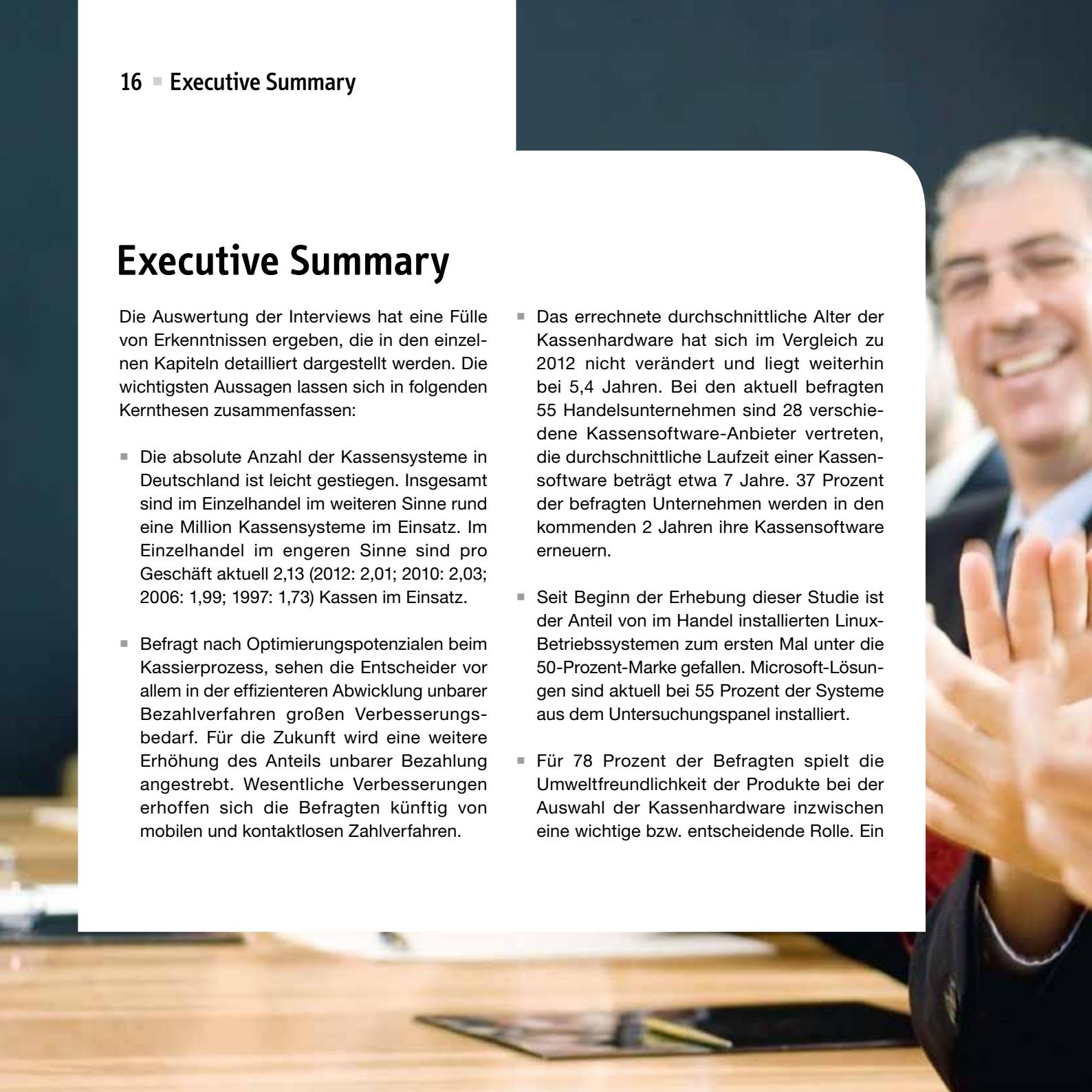


Çetin Acar
Projektleiter
Forschungsbereich IT
EHI Retail Institute

Executive Summary

Die Auswertung der Interviews hat eine Fülle von Erkenntnissen ergeben, die in den einzelnen Kapiteln detailliert dargestellt werden. Die wichtigsten Aussagen lassen sich in folgenden Kernthesen zusammenfassen:

- Die absolute Anzahl der Kassensysteme in Deutschland ist leicht gestiegen. Insgesamt sind im Einzelhandel im weiteren Sinne rund eine Million Kassensysteme im Einsatz. Im Einzelhandel im engeren Sinne sind pro Geschäft aktuell 2,13 (2012: 2,01; 2010: 2,03; 2006: 1,99; 1997: 1,73) Kassen im Einsatz.
- Befragt nach Optimierungspotenzialen beim Kassierprozess, sehen die Entscheider vor allem in der effizienteren Abwicklung unbarer Bezahlverfahren großen Verbesserungsbedarf. Für die Zukunft wird eine weitere Erhöhung des Anteils unbarer Bezahlung angestrebt. Wesentliche Verbesserungen erhoffen sich die Befragten künftig von mobilen und kontaktlosen Zahlverfahren.
- Das errechnete durchschnittliche Alter der Kassenhardware hat sich im Vergleich zu 2012 nicht verändert und liegt weiterhin bei 5,4 Jahren. Bei den aktuell befragten 55 Handelsunternehmen sind 28 verschiedene Kassensoftware-Anbieter vertreten, die durchschnittliche Laufzeit einer Kassensoftware beträgt etwa 7 Jahre. 37 Prozent der befragten Unternehmen werden in den kommenden 2 Jahren ihre Kassensoftware erneuern.
- Seit Beginn der Erhebung dieser Studie ist der Anteil von im Handel installierten Linux-Betriebssystemen zum ersten Mal unter die 50-Prozent-Marke gefallen. Microsoft-Lösungen sind aktuell bei 55 Prozent der Systeme aus dem Untersuchungspanel installiert.
- Für 78 Prozent der Befragten spielt die Umweltfreundlichkeit der Produkte bei der Auswahl der Kassenhardware inzwischen eine wichtige bzw. entscheidende Rolle. Ein



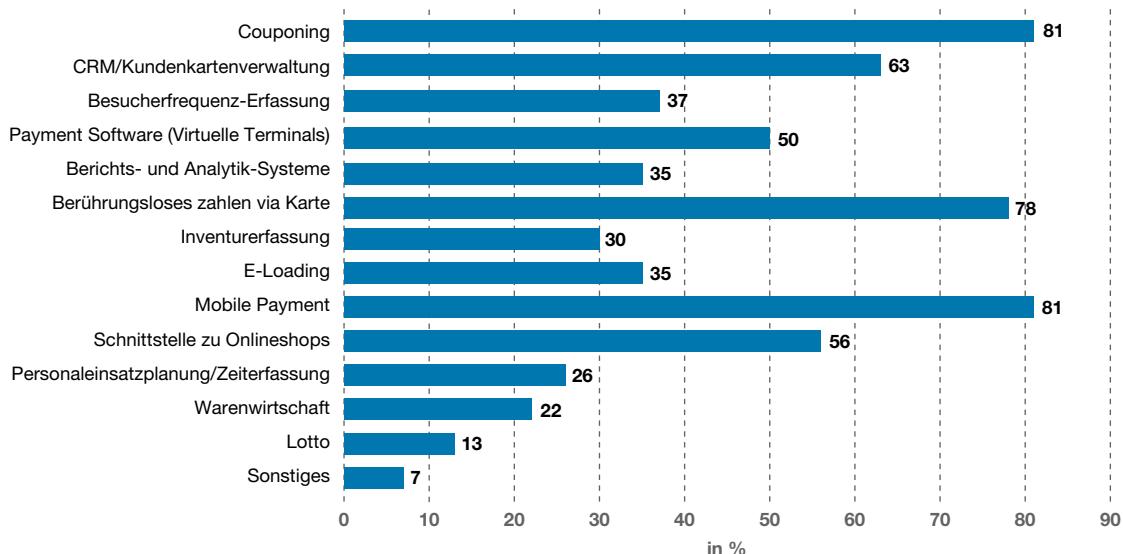
geringer Energieverbrauch ist bei einer Neuinvestition allerdings kein Unterscheidungsmerkmal mehr, sondern wird als selbstverständlich betrachtet.

- Die Bedeutung des Touchscreens als Eingabemedium steigt über Branchengrenzen hinweg weiter an. Auch bisher skeptische Branchen wie der LEH sehen zunehmend Vorteile gegenüber der Tastatur. Künftig planen 93 Prozent der Unternehmen aus dem Panel, Touchscreens einzusetzen. 65 Prozent werden dabei auch auf eine unterstützende Tastatur verzichten. Vielfach wird auch der Einsatz erweiterter Funktionen des Touchscreens wie Gestensteuerung in Betracht gezogen.
- 15 Prozent der Unternehmen (2012: 9 Prozent) geben an, dass das Design der Kasse bei der Auswahl der Kassenhardware entscheidend ist. Bei weiteren 57 Prozent spielt dieser Punkt bei der Auswahl eine wichtige Rolle.
- Die Breitbandanbindung der Filialen an die Zentrale ist inzwischen weitgehend zum Standard geworden. Dies führt zunehmend zu einer Abkehr von der traditionellen, auf Kasse und Backoffice-Server basierenden Filial-Infrastruktur. Der Trend zur Zentralisierung von Kassenanwendungen wird sich weiter fortsetzen. 87 Prozent der befragten Unternehmen streben zukünftig eine Realtime- bzw. Neartime-Kommunikation zwischen Zentrale und Filiale an.
- Cashhandling-Systeme am POS haben den flächendeckenden Durchbruch noch nicht erzielt. Für viele Unternehmen sind solche Lösungen nur dann sinnvoll, wenn sie den kompletten Geldkreislauf umfassen und in einem erkennbaren Kosten-Nutzen-Verhältnis stehen – dies ist nach wie vor in den meisten Fällen nicht gegeben.
- Die Verbreitung unterschiedlicher Self-Checkout- und Self-Scanning-Systeme verläuft in Deutschland nach wie vor weniger

dynamisch als in anderen europäischen Ländern, dennoch ist ein Anstieg der Installationen im Vergleich zu 2012 festzustellen. Vor allem hat sich der Anteil der Unternehmen, die den Einsatz von SCO/Self-Scanning planen, von 19 Prozent auf 28 Prozent erhöht.

- Einer der wesentlichen Trends der kommenden Jahre wird die mobile Kasse sein. 52 Prozent der Teilnehmer planen, den Kassiervorgang künftig auch auf mobilen Geräten abzuwickeln, bereits heute klassieren knapp 10 Prozent der Unternehmen auch mobil.
- QR-Codes werden nach heutigem Planungsstand künftig im Handel weit verbreitet sein und für unterschiedliche Funktionen genutzt werden. 40 Prozent der Teilnehmer planen, QR-Codes in der Filiale mit dem eigenen Onlineshop zu verknüpfen.

Geplante Funktionalitäten des Kassensystems (Abb. 20)



die Mitarbeiterin der Filiale für diese Art und Geschwindigkeit des Kundenverhaltens gewappnet ist, kommen unterstützenden Funktionen wie Customer-Relationship-Management-Tools oder Business Analytics zum Einsatz. Schnelle Analysen können helfen, das Angebot zeitnah auf das Verhalten der Kunden abzustimmen. Zudem ist es einfacher, auf

einen Kunden einzugehen, wenn man seine Wünsche, seine Gewohnheiten und seine Vorlieben kennt. 50 Prozent der befragten Unternehmen (2012: 39 Prozent) geben an, dass sie CRM-Funktionalitäten auf ihren Kassen bereithalten; in Zukunft soll dies bei 63 Prozent der beteiligten Handelsunternehmen der Fall sein.

Mobile Geräte am POS

Das Thema Mobile wird aus zwei Perspektiven immer wichtiger für den Einzelhandel: Zum einen ist das mobile Device des Kunden ein Objekt der Begierde. Ob über eine Kunden-App oder die Bezahlfunktion des Kundensmartphones – der Handel möchte auf dem Gerät des

Verbrauchers, das ein wichtiger Bestandteil seines Lebens geworden ist, präsent sein.

Zusätzlich werden Smartphones und Tablets mehr und mehr für die eigenen Mitarbeiter in den Filialen eingesetzt. Aus dem privaten Umfeld sind den Mitarbeitern die Geräte

Einsatz mobiler Geräte am POS (Abb. 23)

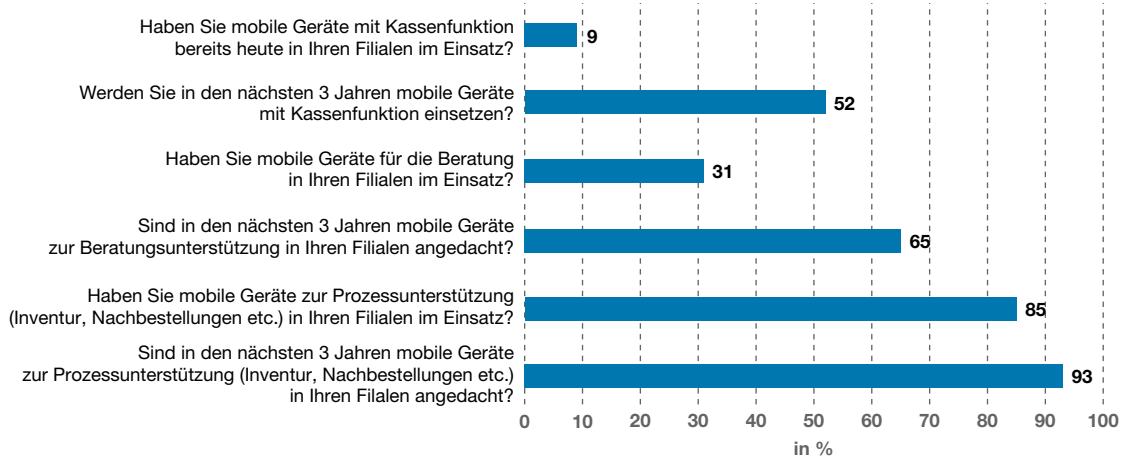


Abb. 1: Handelsbetriebe und Anzahl der Kassen	10
Abb. 2: Struktur der untersuchten Branchen	14
Abb. 3: Umsatzklassen der untersuchten Unternehmen	14
Abb. 4: Struktur der untersuchten Unternehmen nach Anzahl der Filialen	15
Abb. 5: Struktur der untersuchten Unternehmen nach Hauptfirmensitz	15
Abb. 6: An welchen Stellen im Kassenprozess besteht Handlungsbedarf?	22
Abb. 7: Rolle umweltfreundlicher Produkte bei der Auswahl der Kassenhardware	24
Abb. 8: Stromsparmechanismen am POS	26
Abb. 9: Einsatz der Chemikalien Bisphenol A/S	29
Abb. 10: Alter der Kassenhardware	32
Abb. 11: Alter der Kassensoftwarelösungen	33
Abb. 12: Eingesetzte Betriebssysteme (Basis: Anzahl Nennungen)	38
Abb. 13: Eingesetzte Betriebssysteme (Basis: Anzahl der Installationen)	39
Abb. 14: Eingabemedium	42
Abb. 15: Zukünftige Technologien bei Touchscreens	43
Abb. 16: Design der Hardware als Auswahlkriterium	45
Abb. 17: Anbindung an die Zentrale	48
Abb. 18: IT-Architektur in der Filiale	49
Abb. 19: Aktuelle Funktionalitäten des Kassensystems	52
Abb. 20: Geplante Funktionalitäten des Kassensystems	53
Abb. 21: Einsatz von Self-Checkout-Systemen	60
Abb. 22: Bevorzugte Self-Checkout-Varianten	60
Abb. 23: Einsatz mobiler Geräte am POS	63
Abb. 24: Einsatzbereiche von QR-Codes am POS	64



Verlag:

EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55, 50672 Köln
Telefon +49 221 57993-0
Telefax +49 221 57993-45
info@ehi.org
www.ehi.org

Herausgeber:

EHI Retail Institute e. V.

Geschäftsführung EHI Retail Institute:

Michael Gerling

Autoren:

Çetin Acar, acar@ehi.org
Sascha Berens, berens@ehi.org
Ulrich Spaan, spaan@ehi.org

Layout:

Annette Vellay, vellay@ehi.org

Druck:

cede Druck GmbH
Gladbacher Straße 45
50672 Köln

Copyright© 2014

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.

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:

vertrieb@ehi.org
Telefon +49 221 57993-64

ISBN: 978-3-87257-416-9

Preis: 990,00 € inkl. MwSt.

Bildrechte:

Cover: SumUp
Fotolia (12–15: Sergej Khackimullin; 20–23: Tyler Olsen; 36–39: ivan kmit; 62–65: Scanrail), iStockphoto (04–05: Squaredpixels, 08–11: Olaf Bender; 16–19: Aldo Murillo; 24–27: Lisa Thornber; 28–29: mediaphotos; 30–35: fotofrog; 40–43: Hans-Joachim Roy; 44–45: fotofrog; 46–49: BENIS; 50–55: scyther5; 58–61 Slobo Mitic), 56–57: POCCO