EHI-STUDIE UND LEITFADEN

KI-Integration im Handel 2026

Zwischen Aufbruch und Umsetzung

EHI



Mit freundlicher Unterstützung von:



















Liebe Leserinnen und Leser,

zum zweiten Mal schlagen Sie diese Studie auf. Seit der ersten Studie im Jahr 2025 hat sich bereits viel geändert, und künstliche Intelligenz hat die Art und Weise, wie wir leben, arbeiten und auch handeln, immer stärker verändert. Die strategische Relevanz für den Einzelhandel ist nicht mehr zu verneinen. Gleichzeitig stellen geopolitische und wirtschaftliche Herausforderungen die Handelsunternehmen vor die Aufgabe, ihre Geschäftsmodelle, Prozesse und Lieferketten widerstandsfähig und zukunftsfähig aufzustellen.



Imke Hahn
Leiterin Forschungsbereich IT
EHI Retail Institute



Philipp Hübner
Director of Payment Research
EHI Retail Institute

In diesem Spannungsfeld eröffnet KI neue Möglichkeiten: von effizienteren Abläufen und fundierteren Entscheidungen bis hin zu neuen Formen der Kundenansprache. Gleichzeitig wirft der Einsatz wichtige Fragen auf: Wie lassen sich Daten verlässlich nutzen? Welche Leitplanken braucht es für einen sicheren und verantwortungsvollen Einsatz? Und wie wird aus ersten Anwendungen ein messbarer Mehrwert für das Unternehmen?

Die vorliegende Studie zeigt, wie weit KI im Handel bereits angekommen ist und wo die nächsten Aufgaben liegen. Sie bietet Einblicke in den aktuellen Einsatz, die strategische und organisatorische Verankerung sowie die Erwartungen und Herausforderungen der Befragten.

Diesen und weiteren Fragen haben sich 156 Entscheider:innen des deutschsprachigen Handels aus dem EHI-Forschungsnetzwerk gestellt. Für diese Unterstützung sind wir sehr dankbar.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und wertvolle Impulse für die eigene Auseinandersetzung mit KI im Handel.

Köln, 10. November 2026

Inhalt

TEIL I: STUDIE

Vorwort 3
Kernergebnisse 5
Methodik und Stichprobenstruktur 8
Bedeutung von KI-Trends für den Handel 11
KI-Einsatz im Handelsunternehmen 15
Strategische und organisatorische Verankerung 23
Rahmenbedingungen und Voraussetzungen 32
Kompetenzen, Kommunikation und Akzeptanz 44
Auswirkungen und Erfolg des KI-Einsatzes 54
Anwendungsszenarien 58
Diskussion 74
Fazit und Ausblick 78

TEIL II: INITIATIVE KI IM HANDEL

Leitfaden KI-Integration 80
Einleitung 82
Hintergrund und Zielsetzung 83
Methodik 86
Ergebnisse auf einen Blick 90
Ergebnisse nach Themenfeldern 94
Themenfeld 1: Strategie und Priorisierung 95
Themenfeld 2: Governance und Verantwortung 100
Themenfeld 3: Data 106
Themenfeld 4: Mitarbeitende 114
Themenfeld 5: Transfer in die Praxis 125
Best Practices 132

Anhang 142
Abbildungsverzeichnis 142
Impressum 144

Ein Großteil der in der Studie **abgebildeten Grafiken** ist in unserer Online-Statistik-Datenbank **handelsdaten.de** verfügbar und kann heruntergeladen werden.

Methodik und Stichprobenstruktur

133



Handels-
unternehmen

>11



Branchen

52



Vorstandsmitglieder und
Geschäftsführer:innen



Online-Befragung:
September/Oktober 2026

156



Entscheider:innen

>284,1



Milliarden Euro geschätzter
Nettoumsatz*

* Die Stichprobe enthält Handelsunternehmen aus der DACH-Region. Die Schätzung basiert auf Nettoumsätzen allein in Deutschland in den Jahren 2024. Die Umsatzzahlen stammen aus den Top-1.000-Vertriebslinien im stationären Handel (vgl. hierzu Cyganek, P. (2025): Stationärer Einzelhandel Deutschland 2025, https://www.ehi.org/produkt/studie-stationaerer-einzelhandel-deutschland-2025), Unternehmensangaben und der EHI-Statistikdatenbank Handelsdaten (https://www.handelsdaten.de/)

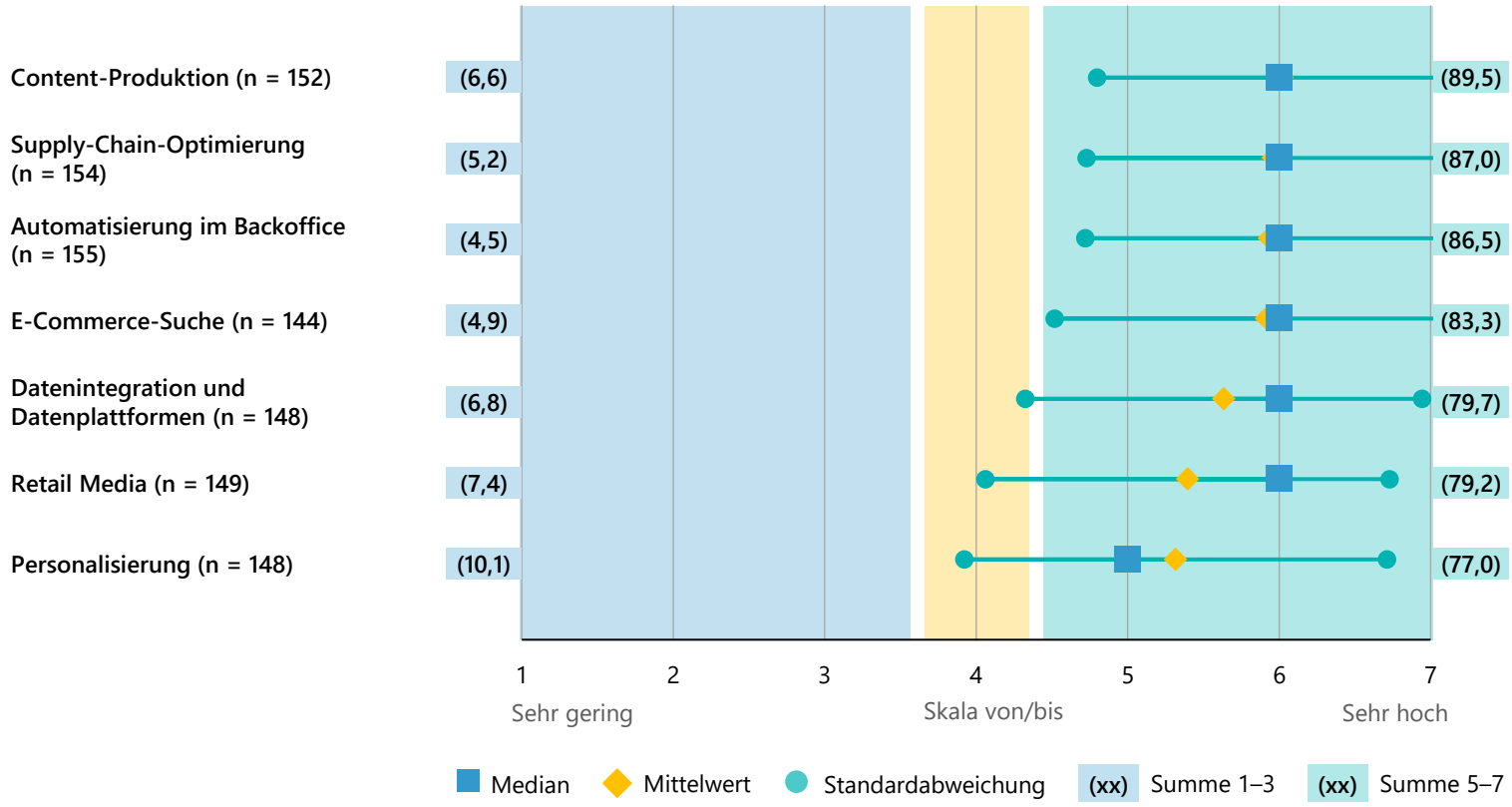
Bedeutung von KI-Trends für den Handel

Wie schätzen Sie die Bedeutung der folgenden KI-Trends und -Entwicklungen für den Handel ein?

- Die Befragten messen einem breiten Spektrum von Entwicklungen eine hohe Bedeutung für den Handel bei. Besonders hoch schätzen sie das Potenzial der Content-Produktion (89,5 %), der Supply-Chain-Optimierung (87,0 %) und der Backoffice-Automatisierung (86,5 %) ein.

Bedeutung von KI-Trends I (Abb. 4)

Anteil der Befragten in Prozent



Quelle: EHI

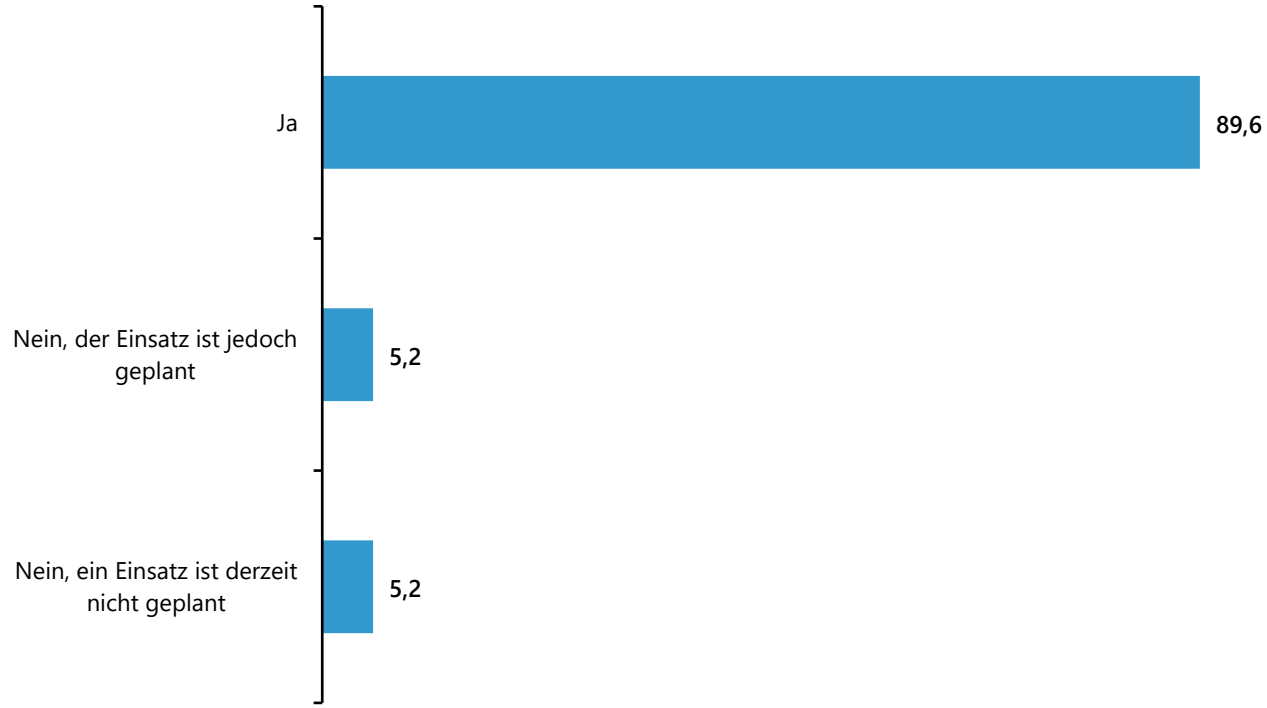
Allgemeiner KI-Einsatz

Setzt Ihr Unternehmen bereits KI ein?

- 9 von 10 Befragten geben an, dass ihr Handelsunternehmen bereits KI einsetzt.
- Lediglich 5,2 Prozent der Befragten geben an, dass ihr Handelsunternehmen derzeit keinen Einsatz von KI-Anwendungen plant.

Einsatz im Handelsunternehmen (Abb. 5)

Anteil der Befragten in Prozent



n = 154
Quelle: EHI

EHI

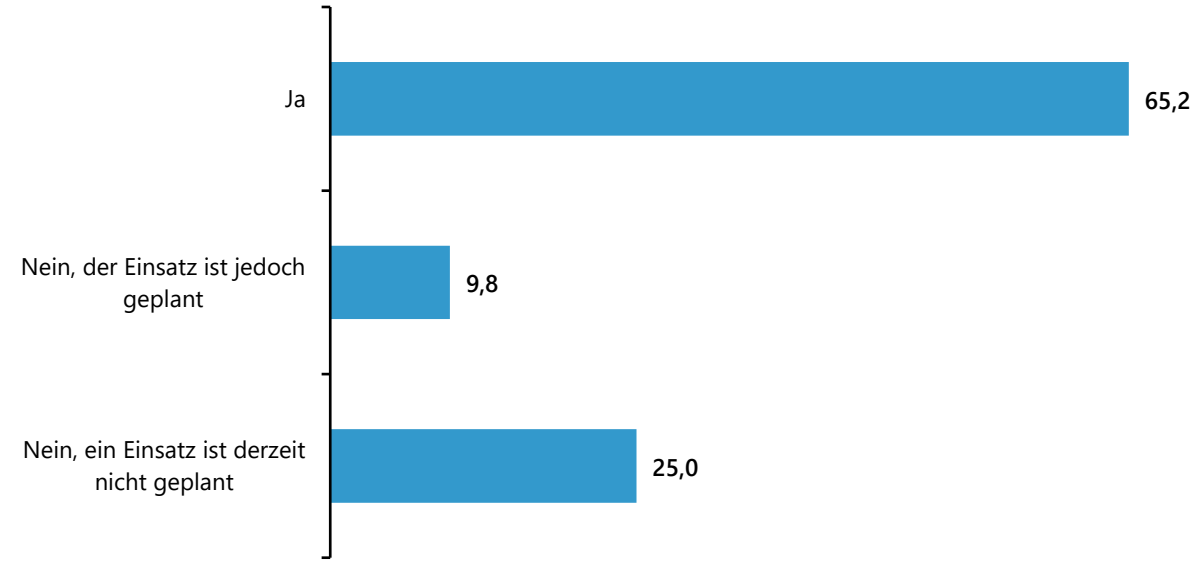
Agentic Engineering und Vibecoding

Setzt Ihr Unternehmen generative oder agentische KI in der Softwareentwicklung ein?

- 65,2 Prozent der Befragten geben an, generative oder agentische KI in der Softwareentwicklung einzusetzen. Bei 9,8 Prozent ist der Einsatz geplant.

Einsatz generativer oder agentischer KI in der Softwareentwicklung (Abb. 47)

Anteil der Befragten in Prozent



n = 92
Quelle: EHI

Methodischer Hinweis: Generative KI erzeugt Inhalte wie Text, Bild oder Code. Agentic AI plant und bearbeitet mehrstufige Aufgaben. Agentic Engineering/Vibecoding bezeichnet den Einsatz solcher KI-Werkzeuge zur Erstellung oder Veränderung von Software.

EHI Retail Institute®

Das EHI ist ein Forschungs-, Bildungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeitenden und einem internationalen Netzwerk von 850 Mitgliedsunternehmen des Handels, der Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie der Dienstleisterbranche. Das EHI ist auch Gesellschafter der GS1 Germany sowie der Agraya und Partner der Messe Düsseldorf bei bedeutenden Handelsmessen wie der EuroShop. Präsident des EHI ist Markant-Chef Markus Tkotz und Geschäftsführer ist Ulrich Spaan.

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:
Ulrich Spaan

Autor:innen:
Cetin Acar, acar@ehi.org
Philipp Hübner, huebner@ehi.org
Imke Hahn, hahn@ehi.org
Markus Winter, winter@ehi.org

Layout:
EHI Retail Institute GmbH

Copyright© 2026
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.org/wissen/publikationen/

ISBN: 978-3-87257-636-1
Preis: 465,00 €, zzgl. gesetzlicher MwSt.

Bildrechte:
Cover: Composing EHI

Ihr Kontakt



Imke Hahn
Director of Retail IT
EHI Retail Institute
Tel. +49 221 57993-991
E-Mail hahn@ehi.org



EHI Retail Institute | Spichernstr. 55 | 50672 Köln | www.ehi.org