



Medienmitteilung, 12. September 2025

Der Handel nutzt KI als Effizienztreiber

Künstliche Intelligenz ist im Einzelhandel kein Zukunftsprojekt mehr, sondern wird Teil des Kerngeschäfts. Laut einer Studie der Universität St.Gallen steigern Händler mit Hilfe von KI ihre Rentabilität – etwa durch Preisoptimierung, Bedarfsprognosen oder Personaleinsatzplanung.

KI ist im Einzelhandel nicht länger nur ein Experiment. Händler setzen sie bereits in zentralen Prozessen ein und steigern damit Effizienz, senken Kosten und erhöhen die Profitabilität. Das Forschungsteam von Professor Thomas Rudolph am Institut für Handelsmanagement der Universität St.Gallen (HSG) führte die Untersuchung mithilfe der Delphi-Methode durch.

Dabei gaben führende Handelsexpert:innen ihre Einschätzung zum aktuellen Stand der KI ab und bewerteten über fünfzig konkrete Aufgabenfelder im Einzelhandel. Neben kurzfristig umsetzbaren Anwendungsfällen wurden auch langfristige Erfolgspotenziale beleuchtet. Im Fokus standen drei zentrale Bereiche des Handels: **Unternehmenszentrale, Logistik und Filialen.**

Die wichtigsten Ergebnisse der Untersuchung im Überblick:

- Hohe Umsetzbarkeit mit schnellem Nutzen: Die Expert:innen sehen das grösste Potenzial von KI in der Unternehmenszentrale bei Preisoptimierung, Sortimentsgestaltung und generativen Marketinganwendungen; in der Logistik bei Absatzprognosen, Nachschubdisposition und Routenoptimierung; und in den Filialen bei Personaleinsatzplanung, der Vermeidung von Lücken im Regal sowie im Abschriftenmanagement.
- Praxisbeispiele zeigen: Unternehmen wie *Mango* (KI-Models für Marketingkampagnen), *Axfood* (Sortimentsoptimierung), *A101* (automatisierte Nachbestellungen), *IKEA* (Inventur-Drohnen) und *Rituals* (Schichtplanung) belegen, dass KI den Sprung aus Pilotprojekten in den Regelbetrieb geschafft hat.
- Strategische Verankerung und «Mensch im Mittelpunkt»: Für die weitere Entwicklung ist entscheidend, KI gezielt in Prozessen mit hohem manuellem Aufwand und solider Datenbasis einzusetzen. Dabei bleiben Mitarbeitende als Prozess- und Praxisexperten ebenso wichtig wie die Konsument:innen, deren Erwartungen und Verhalten den KI-Einsatz prägen. Nur durch eine klare Strategie und aktive Einbindung beider Gruppen lassen sich Akzeptanz und Skalierung sichern.

KI langfristig strategisch im Geschäft verankern

Die Studie zeigt: KI ist im Handel längst Realität und kein Zukunftsthema mehr. Sie ist in zentralen Prozessen bereits praxistauglich und liefert kurzfristig messbare Erfolge, von Effizienzgewinnen bis zu Umsatzsteigerungen. Beispiele führender Handelsunternehmen belegen, dass KI den Sprung aus Pilotprojekten in den Regelbetrieb geschafft hat.

Die Gesamtstudie «**Das Potenzial von KI im Handelsmanagement**» steht kostenlos zum [Download](#) zur Verfügung.

Kontakt für inhaltliche Rückfragen:

Christopher Schraml, Institut für Handelsmanagement ([IRM-HSG](#))

+41 71 224 71 82, christophermarc.schraml@unisg.ch