



Germany

# Jahresbericht 2006

# Highlights 2006

Steigende Tendenzen: Rund **4.000 Neukunden** sind bei den Lizenznehmern zu verbuchen und auch die EPCglobal Community wächst weiterhin beachtlich.

Mit dem RFID-Forum präsentiert GS1 Germany die zukunftsorientierte Technologie auf der **CeBIT** – ein durchschlagender Erfolg. Hochrangige Politiker weisen auf die wirtschaftliche Bedeutung von EPC/RFID für Deutschland und Europa hin.

Rund 640 Teilnehmer aus 44 Ländern nehmen am Kongress „**RFID/EPCglobal in Europe 2006**“ teil – organised by GS1 Germany.

**SINFOS** – als Beteiligungsunternehmen von GS1 Germany – erhöht seine Teilnehmerzahl auf mehr als 2.200 Unternehmen in über zehn europäischen Ländern.

**METRO Group, DHL, Karstadt und GS1 Germany** bereiten die Gründung des **European EPC Competence Center** in Neuss vor.

GS1 Germany beteiligt sich an der **Transparent Goods GmbH**, die mithilfe einer Datenbank die lückenlose Rückverfolgbarkeit von Waren ermöglicht.

**GS1 Consult** stellt seine Beraterkompetenz bei einer Vielzahl von renommierten Kunden unter Beweis.

Das **Branchenmanagement** von GS1 Germany etabliert sich erfolgreich in den wichtigsten Key-Branchen als Plattform zur Optimierung der Geschäftsprozesse.

**PROZEUS** fördert acht eBusiness-Projekte und führt mehr als 60 Einstiegsberatungen durch.

Mit der Anwendungsempfehlung „**Optimal Shelf Availability**“ liefert GS1 Germany eine Praxishilfe für Handel und Industrie, um die Verbraucherwünsche lückenlos zu erfüllen.

Unter Beteiligung von GS1 Germany entwickelt die ECR Europe-Projektgruppe **Shelf Ready Packaging** eine europäische Anwendungsempfehlung für Sekundärverpackungen.

Unter dem Motto „Konsumentendemokratie“ kommen 1.300 Teilnehmer zum **ECR-Tag** in München zusammen. Ihr Credo: Prozesseffizienz und Kundenorientierung bilden die Grundlage für mehr Wertschöpfung in Handel und Industrie.

Zum vierten Mal verleiht GS1 Germany den **ECR-Award** an Unternehmen und Unternehmenspersönlichkeiten, für die ECR ein selbstverständlicher Bestandteil ihrer Strategie ist.

GS1 Germany sorgt für die Einführung der **GS1 XML-Standards** in Deutschland, die dank präziser Prozessempfehlungen zunehmende Marktakzeptanz für die Kommunikation zwischen der Vorstufenindustrie und den Konsumgüterlieferanten gewinnen.

GS1 Germany stellt den **100. Mitarbeiter** ein und unterstützt damit sein kontinuierliches Wachstum der letzten vier Jahre.

- 4 Vorwort des Aufsichtsrates
- 6 Vorwort des Geschäftsführers

### GS1 Germany 8

- 10 Das Jahr eins nach COMO: Mehr Effizienz – mehr Kundenzufriedenheit
- 13 GS1 Germany baut seine Beteiligungen aus
- 15 Gesellschafter von GS1 Germany
- 16 Gremien und Fachgruppen bei GS1 Germany
- 18 Ein Schwergewicht in der globalen Arena
- 20 GS1-Umsetzungsstudie bietet die kontinuierliche Analyse von Umsetzung und Implementierung der GS1-Standards
- 22 NDWK: GS1-Standards noch stärker im DIN-Normenwerk verankern!

### EAN 24

- 26 EAN-Standards – Grenzenlose Identifikation
- 26 Mit der Internationalen Lokationsnummer (ILN) auf Nummer sicher gehen
- 28 Reduced Space Symbology (RSS): Der Countdown läuft
- 29 EAN Data Matrix unterstützt Qualitätssicherung, Produktoptimierung und Teileverfolgung
- 30 EANCOM® 2002: Das Lösungsangebot wächst
- 30 GS1 XML erobert den Vorstufensektor
- 31 GEPIR eröffnet neue Dimensionen

### EPC/RFID 32

- 34 EPC/RFID Solutions – Mit EPC Prozesse vernetzen
- 35 GS1 Germany – ein starker Partner bei der EPC/RFID-Implementierung
- 37 AFF, BRIDGE, EECC und Co. – EPC-Projekte planen und ausführen
- 39 Mitglieder in der deutschen EPCglobal-Community
- 41 Ausblick 2007 – Mit voller Kraft voraus

### ECR 42

- 44 Effiziente Lösungen – zufriedene Kunden
- 45 Category Management leicht gemacht: Die CM Toolbox für Einsteiger
- 46 Category Management: Nutzen unter der Lupe
- 47 Optimal Shelf Availability (OSA): Verbrauchewünsche lückenlos erfüllen
- 48 Shelf Ready Packaging (SRP): Wenn Produkte auf die Reise gehen
- 49 KEP-Dienstleister: Von A bis Z in die Supply Chain integrieren
- 50 Gefahrgutstoffdaten: Achtung, gefährlich!

### Business Solutions & Consult 52

- 54 Business Solutions & Consult – Kompetenz für Prozessoptimierung
- 55 Ausbau im Branchenmanagement
- 55 Branchenmanagement Frische: Kontinuierliches Wachstum
- 57 Branchenmanagement DIY + Garten
- 60 Branchenmanagement Gesundheit: Mehr Patientensicherheit
- 61 Branchenmanagement Logistik & Transport: Neue Schwerpunkte
- 62 GS1 CONSULT: Kompetente Beratung zur Implementierung von Standards und Prozessen
- 62 Einwegpfand leicht gemacht
- 64 PROZEUS: Starthilfe ins eBusiness
- 64 Perspektive Mittelstand

### Event 66

- 68 Erfahrungen austauschen – Verbindungen knüpfen
- 69 7. ECR-Tag: Perfekte Win-win-Situation
- 70 Award: ECR gewinnt!
- 72 ECR live! – In 2006 gleich doppelt gepunktet
- 73 EPC/RFID: International und national das Thema 2006
- 73 RFID/EPCglobal in Europe 2006: Funkerkennung überzeugt
- 75 EPC/RFID live: Die Zukunft beginnt jetzt
- 76 EPC/RFID erobert den Laufsteg
- 77 Veranstaltungen 2007: Best Practice entlang der Value Chain
- 79 Kommunikationsoffensive 2006
- 82 Efficient Consumer Response meets Wissenschaft

### SINFOS 84

- 86 SINFOS: Auf zu neuen Ufern
- 92 Glossar
- 93 Impressum

# Vorwort des Aufsichtsrates

Im Jahr 2006 hat GS1 Germany die Standardisierung von Geschäfts-

prozessen deutlich weiter vorangetrieben und zugleich seine Position im internationalen GS1-Netzwerk ausgebaut. Nahezu alle Wirtschaftsbereiche erkennen heute die Bedeutung einheitlicher Kommunikations- und Prozessstandards an. Hat sich GS1 Germany in der Vergangenheit vor allem auf die Konsumgüterindustrie fokussiert, so nimmt die Organisation heute auch verstärkt die Anforderungen anderer Branchen ins Visier – von der Pharmaindustrie bis zum Automobilbereich. Dieser erweiterte Branchenfokus spiegelt sich auch in der Besetzung des Aufsichtsrats wider: Zwei neue Mitglieder aus den Bereichen Textilwirtschaft und Automobil verstärken das Gremium seit dem Jahr 2006. Damit ist die Grundlage geschaffen für eine verstärkte Umsetzung der Standards auch über die Konsumgüterbranche hinaus.

Im Zeitalter globaler Warenströme ist die Internationalisierung der Standards unabdingbar; je mehr Unternehmen und Branchen weltweit ihre Prozesse aufeinander abstimmen und mit einer gemeinsamen Sprache sprechen, desto effizienter können sie Informations-

**Reinhold Mesch**  
Aufsichtsratsvorsitzender





**Prof. Dr. Helmut Merkel**  
**Stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender**

und Warenflüsse steuern. Diese Position haben auch der Aufsichtsrat und das Internationale Management Board von GS1 auf einem Treffen im Oktober 2006 in Köln bekräftigt.

GS1 Germany hat sich als international anerkanntes Kompetenzzentrum für effiziente Geschäftsabläufe etabliert und spielt zudem eine zentrale Rolle innerhalb der europäischen GS1-Organisationen. Sichtbarer Beleg dafür war die erste europäische RFID/EPCglobal-Konferenz in Düsseldorf, an der im September 2006 rund 600 Branchenvertreter aus über 40 Ländern teilnahmen.

Die Perspektiven für eine branchen- und länderübergreifende Zusammenarbeit sind hervorragend. GS1 Germany verfügt über das entsprechende Instrumentarium, um in unterschiedlichsten Branchen die Geschäftsabläufe entlang der Wertschöpfungskette zu vereinfachen, zu beschleunigen und zu optimieren. Der Dienstleister berät und unterstützt seine Kunden bei der Entwicklung konkreter Lösungen und bei der Implementierung der Standards. Er verdeutlicht ihren Nutzen und zeigt Einsparpotenziale und Umsatzsteigerungsmöglichkeiten gleichermaßen auf. Global denken, individuell handeln – der Aufsichtsrat versteht sich als engagierter Promoter dieser Idee. Die Implementierung international gültiger Standards wird der Aufsichtsrat von GS1 Germany auch weiterhin mit ganzer Kraft unterstützen.

Reinhold Mesch  
Vorsitzender

Prof. Dr. Helmut Merkel  
Stellvertretender Vorsitzender

# Vorwort des Geschäftsführers

Wer erfolgreich sein will, muss bereit sein für Veränderungen –

diese Einsicht hat unsere Arbeit im vergangenen Jahr weiterhin geprägt. So haben wir die Umfirmierung unter dem internationalen Dach von GS1 erfolgreich gemeistert, unser Dienstleistungsangebot neu ausgerichtet und schließlich eine neue Organisationsstruktur geschaffen. Hinter all diesen Veränderungen steckt natürlich deutlich mehr als nur ein einfaches Auswechseln von Türschildern. Sie sind sichtbarer Ausdruck unseres Wandels vom verbandsorientierten Standardisierer zum aktiven, praxisorientierten Dienstleister.

Seit Beginn des Jahres 2006 hat GS1 Germany eine Organisationsstruktur, bestehend aus den fünf Bereichen Business Solutions & Consult, Produktmanagement (EAN, ECR EPC/RFID), Marketing, Personal sowie Finanzen geschaffen. Mit dieser Struktur haben wir das organisatorische Fundament gelegt, um nationale wie internationale Märkte optimal zu bedienen. Die neue Struktur versetzt uns in die Lage, die Bedürfnisse der Kunden in den unterschiedlichen Branchen noch besser als bisher zu identifizieren. Wir haben die Messlatte hoch gelegt: Bis Ende 2007 sollen im Vergleich zum Berichtsjahr wieder zwischen zehn und 20 Prozent mehr Unternehmen aus Handel und Industrie ihre Prozesse branchenübergreifend optimieren. Ob in der Konsumgüterindustrie, in der Pharma-, Textil- oder Automobilbranche – wir wollen innerhalb des Top-Managements ein stärkeres Bewusstsein für die Potenziale wecken, die in der konsequenten Nutzung gemeinsamer Standards und einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit schlummern. Dabei können die Unternehmen auf unser Know-how und unsere Kompetenz zählen und auf den umfassenden Service von GS1 Germany zurückgreifen. Das ist unser Beitrag für mehr Effizienz. Wir wollen, dass dieses Engagement auf viele übertragen wird.

Dabei richten wir unser Augenmerk nicht nur auf die großen Unternehmen, sondern insbesondere auch auf den Mittelstand. Im Jahr 2002 haben wir mit Unterstützung des Bundeswirtschaftsministeriums das Projekt PROZEUS ins Leben gerufen, das auch 2006 zahlreichen Unternehmen erfolgreiche Starthilfe bei ihren ersten Schritten ins eBusiness gegeben hat. PROZEUS ist ein gutes Beispiel für eine sinnvolle und erfolgreiche Kooperation von Politik und Wirtschaft – eine Zusammenarbeit, die wir auch künftig nach Kräften vorantreiben werden.





Jörg Pretzel  
Geschäftsführer

Die Aufgaben für die Zukunft sind klar umrissen: GS1 Germany versteht sich als Vorreiter und Schrittmacher bei der Etablierung und Umsetzung von Standards, wobei ein deutlicher Fokus auf EPC/RFID liegt. Wir sind – direkt nach den USA – das wichtigste Mitglied im globalen Netzwerk der Standardisierung mit den meisten Nutzern des GS1-Systems, als auch der neuesten Entwicklung des EPC-Standards. Diese exponierte Rolle ist für GS1 Germany Ansporn und Verpflichtung zugleich. Der starke Auftritt von GS1 Germany bei der CeBIT in diesem Jahr und die überaus positive Resonanz auf unser RFID-Forum zeigen, dass Unternehmen unsere Kompetenz schätzen und unser Dienstleistungsangebot immer besser vom Markt akzeptiert wird.

Wir besitzen das Know-how und die Lösungen, Geschäftsabläufe in Handel und Industrie grundlegend zu begleiten und die Effizienz auf der Supply Side wie auf der Demand Side deutlich zu erhöhen. Dieses Wissen wollen wir im Markt umsetzen – in mehr Qualität, größere Wettbewerbsfähigkeit und bessere Wachstumsperspektiven für jedes einzelne Unternehmen und damit auch für die gesamte Volkswirtschaft.

A handwritten signature in blue ink that reads "J. Pretzel". The signature is written in a cursive, slightly stylized font.

Jörg Pretzel  
Geschäftsführer



flow

Global Standards –  
Connecting Business



**„GS1 Germany entwickelt sich konsequent weiter. Mit unserer neuen Struktur wollen wir die Bedürfnisse unserer Kunden optimal bedienen und ihnen innovative und zukunftsorientierte Lösungen zur Verbesserung ihres Geschäftserfolgs bieten.“**

**Jörg Pretzel**

Geschäftsführer GS1 Germany

# Das Jahr eins nach COMO: Mehr Effizienz – mehr Kundenzufriedenheit

**Gerade einmal zwölf Monate ist die neue Organisationsstruktur von GS1 Germany im Einsatz – und schon heute sind erste Effekte unübersehbar: GS1 Germany ist stärker geworden – stärker in der Beratung, effizienter in der Erschließung neuer Branchen und erfolgreicher in der internationalen Durchsetzung einheitlicher Standards.**

Im vergangenen Jahr die Organisationsstruktur grundlegend umgebaut hat. Das Ziel dieses Umbaus: mehr Kundennähe und mehr Marktorientierung, mehr Umsetzungsstärke. Insbesondere durch die Bündelung der Kernkompetenzen in den Bereichen Business Solutions & Consult in Verbindung mit dem Branchenmanagement sowie Produktmanagement hat GS1 Germany zusätzliche Schlagkraft gewonnen. So ist es gelungen, über die Konsumgüterindustrie hinaus weitere Branchen zu erschließen und zahlreiche neue Kunden von den maßgeschneiderten Leistungspaketen des GS1 Germany-Portfolios zu überzeugen. Mit der Neuausrichtung hat GS1 Germany auch auf internationaler Ebene mehr Gewicht erlangt und kann künftig die Interessen des deutschen und europäischen Marktes im globalen Standardisierungsprozess noch besser vertreten.

Der neue Weg begann mit COMO: „Customer Oriented Matrix Organisation“ – so der Name des Projektes, mit dem GS1 Germany

## Vorteile der neuen Organisationsstruktur aus Sicht der Mitarbeiter:



### Statement Business Solutions & Consult

„Das pralle Leben – ob die Einführung eines Rücknahmesystems für Einweggetränkeverpackungen oder die Verbesserung der Lieferfähigkeit bei einem Textilunternehmen – die Projekte von GS1 Consult sind so vielfältig und spannend wie das Leben selbst. Wenn die Prozesse in den Unternehmen durch unseren Einsatz vor Ort besser und effizienter laufen, dann ist dies die beste Bestätigung für mich.“

**Michael Löw, Projektmanager, Business Solutions & Consult**

### Statement EPC/RFID Solutions

„Beratung à la carte – 2006 hat den Durchbruch für EPC/RFID gebracht. Auf der CeBIT 2006 waren die Funktechnologie und der damit verbundene EPC-Standard geradezu omnipräsent. Auch in der täglichen Arbeit spüren wir diese Dynamik. Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen wenden sich an uns, um zu erfahren, wie sie von den Vorteilen der EPC/RFID-Technologie profitieren können. Was die Kunden besonders schätzen: die hohe Beratungsqualität der multifunktionalen Business Teams.“

**Dr. Michael Clasen, Projektmanager, EPC/RFID Solutions**



### Statement ECR

„Im Turbogang – viele Unternehmen denken bei Efficient Consumer Response noch immer zuerst an die Lieferkette. Unser Ziel lautete 2006, das Augenmerk auch auf die großen Potenziale der Demand Side zu lenken, zum Beispiel Category Management. Mit der neuen Struktur, die die Aufgabenbereiche stärker bündelt und zugleich die interdisziplinäre Vernetzung fördert, sind wir flexibler und schneller und damit attraktiver für unsere Kunden geworden.“

**Andreas Zillgitt, Senior-Projektmanager, ECR-Prozessmanagement**





**Das Führungsteam von GS1 Germany (v.l.):  
Jürgen Schade, Susanne Strömer,  
Tomas Hauke, Ulrich Poreschack,  
Jörg Pretzel, Osman alŠaqayq,  
Thomas Fuchs, Heiner von Brachel**

## Produktportfolio

GS1 Germany stellt ein breit gefächertes Angebot an Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung, mit dem die Kunden sämtliche Geschäftsprozesse verbessern können. Die Etablierung eines eigenständigen Produktmanagements im Rahmen der neuen Organisationsstruktur ermöglicht es, sich noch intensiver und innovativer mit den Produkten EAN, EPC/RFID sowie ECR zu beschäftigen und diese exakt auf die Anforderungen des Marktes und die spezifischen Kundenbedürfnisse abzustimmen.

## Implementierungsmanagement

Erst die Verzahnung unserer Produkte und Services zu einer ganzheitlichen Lösung führt zu einer verstärkten Implementierung im Markt. Die Kostensenkungs- und Umsatzsteigerungspotenziale durch den Einsatz der GS1-Standards sind für Handel und Industrie unbestritten. Die Umsetzung der Möglichkeiten erfordert eine bedarfsgerechte Analyse und eine praxisorientierte Beratung. Nur mit dieser Unterstützung können auch kleine und mittelständische Unternehmen an das große Thema eBusiness herangeführt werden.

## GS1 Consult – ein Jahr nach der Einführung

Von der Prozessanalyse bis zur konkreten Umsetzung im Unternehmen – das Angebot der unter dem Dach von Business Solutions & Consult neu gegründeten Abteilung GS1 Consult deckt die gesamte Wertschöpfungskette ab. Praxisorientierte Beratung schreibt GS1 Consult groß. Das Leistungsportfolio umfasst Lösungen in den Bereichen Auto-Identifikation, Elektronischer Datenaustausch, Category Management und Supply Chain Management. Schon im ersten Jahr seines Bestehens konnte GS1 Consult seine Beratungskompetenz in zahlreichen Projekten unter Beweis stellen. Neben kleinen und mittelständischen Unternehmen schätzen zunehmend auch große Unternehmen und Institutionen das individuelle Serviceangebot und gebündelte Know-how von GS1 Germany.

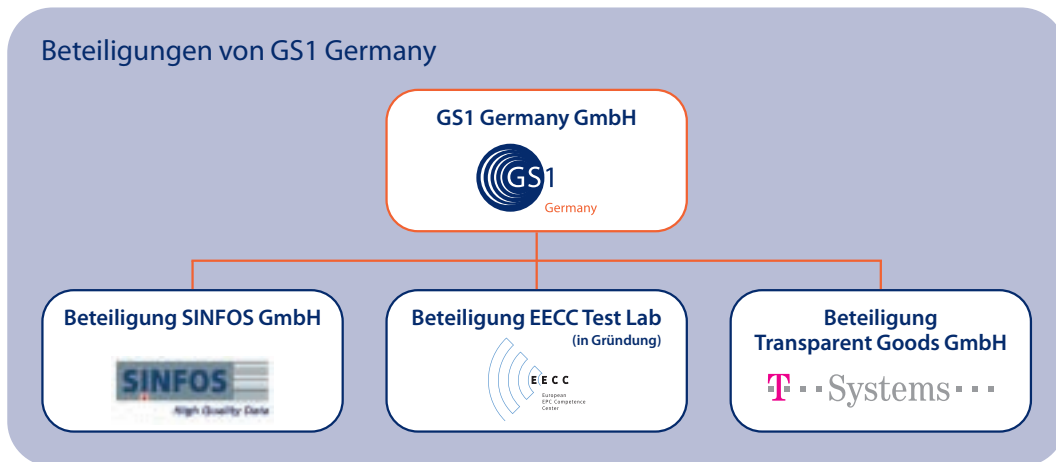
## Branchenmanagement meistert Herausforderungen

So unterschiedlich wie die einzelnen Branchen, so unterschiedlich sind auch die spezifischen Anforderungen der jeweiligen Kunden an GS1 Germany. Stand 2006 beispielsweise in der Getränkeindustrie das Einwegpfand auf der Agenda, drehte sich in der Textil- und Bekleidungsindustrie alles um globale Logistikketten und Warensicherung. Auf die Herausforderungen der einzelnen Wirtschaftszweige ist das Branchenmanagement von GS1 Germany bestens vorbereitet. In mittlerweile sieben Wirtschaftsbereichen betreuen GS1 Germany-Experten Unternehmen mit profunden Branchenkenntnissen: Getränke, Grünes Sortiment, Molkereiprodukte, Logistik & Transport, Textil & Bekleidung, Do-it-Yourself & Garten sowie Gesundheitswesen. 2007 plant GS1 Germany, für weitere Branchen wie zum Beispiel Fleisch oder Automotive ein eigenes Branchenmanagement aufzubauen. Die Erfolge dieser fachlich fokussierten Betreuung schlagen sich in einer schnelleren Durchsetzung in vielen Branchen, zahlreichen Kooperationen und konkreten Projekten nieder. Stichwort Rückverfolgbarkeit von Obst- und Gemüseverpackungen: Um eine Harmonisierung der bestehenden Systeme zur Rückverfolgbarkeit zu erreichen, installierte GS1 Germany im April 2006 eigens eine Projektgruppe für diese Branche. Auch die führenden Unternehmen für Heimwerkerbedarf sowie ihre zuständigen Fachverbände haben im Rahmen eines Branchengremiums ihre Arbeitspakete definiert und in diesem Rahmen das Stammdatenmanagement zu einem der wichtigsten Bausteine erhoben. Das große Ziel: Standard- und Prozesslösungen auch im Do-it-Yourself- und Gartenbereich zu etablieren.



## GS1 Germany baut seine Beteiligungen aus

In 2006 hat GS1 Germany mit weiteren Beteiligungen maßgeblich zur verstärkten Implementierung der GS1-Standards beigetragen. So gibt es nun neben der SINFOS GmbH mit der Transparent Goods GmbH sowie dem European EPCglobal Competence Center (in Gründung) zwei weitere Beteiligungen mit namhaften Partnern aus den Bereichen Handel, Industrie und Logistik.



### SINFOS Stammdatenpool: Best Practice für Handel und Industrie

Bereits seit Ende 2004 ist neben GS1 Germany die PIRONET NDH AG neuer SINFOS Gesellschafter. Die SINFOS GmbH betreibt den führenden europäischen Pool für Artikelstammdaten. Unternehmen aus Industrie und Handel optimieren ihre Geschäftsprozesse, indem sie Stammdaten nicht bilateral, sondern multilateral über den zentralen SINFOS Pool abgleichen. Zusätzlich wird die Datenqualität geprüft, um Reklamationen aufgrund fehlerhafter Stammdaten auszuschließen. Der Stammdatenpool unterstützt international standardisierte Inhalte, Prozessregeln und Funktionen.

Der SINFOS-Pool ist derzeit in mehr als 2.200 Unternehmen in über zehn Ländern Europas im Einsatz und ermöglicht so den länderübergreifenden Stammdatenabgleich entsprechend der GCI-Anforderungen (Global Commerce Initiative) zur Interoperabilität.

Weiterhin vertritt SINFOS im Auftrag von GS1 Germany die deutschen und europäischen Stammdaten-Interessen in den Arbeitsgruppen von GS1, ECR sowie GCI und unterstützt damit maßgeblich die internationalen Aktivitäten für die globale Standardisierung des Stammdatenmanagements. Dazu zählen neben international gültigen und standardisierten Inhalten, Regeln und Funktionalitäten auch die weitere Etablierung des Global Data Synchronisation Networks (GDSN).

### Rückverfolgbarkeit sichern: Die Transparent Goods GmbH

Transparent Goods – Transparente Produkte: Schon der Name weckt die Assoziation einer lückenlosen Rückverfolgbarkeit von Waren. Genau diese Dienstleistung bietet die neue Gesellschaft von T-Systems, GS1 Germany und weiteren Gesellschaften mithilfe einer zentralen Datenbank an, die chargenbasiert alle relevanten Informationen zur Rückverfolgung speichert. Die Transparent Goods GmbH startet ihr Business in der Lebensmittelbranche, speziell im Frischbereich. Denn hierfür schreibt das Gesetz die Rückverfolgbarkeit bereits seit dem 1. Januar 2005 vor. Für den Einzelhandel ist die zentrale Plattform ein wesentlicher Beitrag, um den Wunsch der Verbraucher nach mehr Lebensmittelsicherheit zu erfüllen.

## Grenzenlose Datenbank

Die zentrale Datenbank muss über alle Partner der Lieferkette, verschiedene Branchen und Länder hinweg funktionieren. Als Schlüsselidentifikationen für Ware und Partner sind deshalb nur global gültige Standards geeignet – und das heißt: GS1-Standards. Durch ihre Beteiligung an der Transparent Goods GmbH stellt GS1 Germany sicher, dass die Unternehmen die weltweit eingeführten GS1-Standards effizient und korrekt anwenden. EAN (Internationale Artikelnummer), ILN (Internationale Lokationsnummer) und NVE (Nummer der Versandeinheit) sind die Schlüsselidenten sowohl für den reibungslosen Ablauf der zentralen Datenbank als auch für die Meldungen an die Datenbank. Im Idealfall erfolgen diese elektronisch über standardisierte Nachrichten. Die Transparent Goods GmbH unterstützt deshalb den Nachrichtenstandard EANCOM® von GS1.



## Die Implementierung von EPC/RFID unterstützen: Das European EPC Competence Center (EECC) (in Gründung)

Europaweit beginnen immer mehr Unternehmen mit der Einführung der neuen Systeme zur Kennzeichnung und Identifizierung von Produkten – EPC (Electronic Product-Code) und RFID (Radio Frequency Identification). Ziel des EECC wird es sein, die Unternehmen bei der Implementierung dieser Technologie zu unterstützen und damit zugleich die Anwendung der EPCglobal-Standards zu fördern. Als Testeinrichtung wird das EECC ein vielseitiges Dienstleistungsportfolio anbieten. Es ist beabsichtigt, dass das EECC auch Schulungsprogramme für Anfänger, Fortgeschrittene und Experten in deutscher und englischer Sprache durchführen wird.

## Namhafte Partner

Neben Deutsche Post World Net gehören GS1 Germany, die Karstadt Warenhaus GmbH und die METRO Group zu den Gründungsmitgliedern des EECC. „Die Einrichtung des EECC sehen wir als deutliches Signal für die stetig zunehmende Akzeptanz von EPC und RFID. Die Arbeit des EECC wird die Bemühungen von GS1 Germany um die Verbreitung eines weltweit einheitlichen Standards in wesentlichen Teilen unterstützen“, betont Jörg Pretzel, Geschäftsführer von GS1 Germany.



Die Repräsentanten der anderen Gesellschafter äußern sich ähnlich. Neben Dr. Keith Ulrich, Head of Technology and Innovation Management bei Deutsche Post World Net, sehen auch Dr. Jörg Rösner, Bereichsleiter IT-Organisation bei der Karstadt Warenhaus GmbH, und Dr. Gerd Wolfram, Geschäftsführer der MGI METRO Group Information Technology GmbH, das EECC als eine wichtige neutrale Plattform an, um unter standardisierten Bedingungen qualitativ hochwertige Tests durchzuführen und damit flächendeckende Roll-outs der EPC/RFID-Technologie zu unterstützen. Dies ist die Voraussetzung, um eine konstant gute Performance in der realen Anwendung zu gewährleisten.



## Gesellschafter von GS1 Germany

Gesellschafter, Aufsichtsrat und Geschäftsführung – das sind die drei Organe von GS1 Germany. Gesellschafter sind der Markenverband und das EHI Retail Institute. Der Markenverband vertritt die Interessen von mehr als 360 Mitgliedern gegenüber der Politik, den Marktpartnern und der Öffentlichkeit. Zu den Arbeitsschwerpunkten des Verbandes gehören alle rechtlichen und wirtschaftspolitischen Fragen um die Marke sowie die Felder Wirtschaftspolitik, Medien- und Werbepolitik (OWM), Umwelt, Logistik sowie die Beziehungen zwischen Industrie und Handel. Das EHI Retail Institute ist das Forschungs-, Beratungs- und Bildungsinstitut für den Handel und seine Partner. Zu den 500 Mitgliedern zählen internationale Handelsunternehmen und deren Branchenverbände, Hersteller von Konsum- und Investitionsgütern und verschiedene Dienstleister. GS1 Germany bietet dem Markenverband und dem EHI Retail Institute die ideale Plattform für alle Themen entlang der Value Chain. Eine intensive Zusammenarbeit zwischen GS1 Germany und seinen Gesellschaftern ermöglicht einen intensiven Austausch und die schnellere Entwicklung von prozessorientierten Lösungen zwischen Handel und Industrie.



## Neue Gesichter im Aufsichtsrat

Mit der Entscheidung, auch den Aufsichtsrat um weitere Branchen zu erweitern, gibt es 2006 bereits erste Veränderungen: Zwei neue Mitglieder verstärken jetzt das Gremium. Neben Dr. Christian Korte von Peek & Cloppenburg engagiert sich auch Dr. Karl Sommer von BMW im Aufsichtsrat von GS1 Germany. Hier profitiert GS1 Germany vom Branchen-Know-how der neuen Mitglieder, die wiederum die Weiterentwicklung und Implementierung der GS1-Standards sowie der neuen Technologien wie EPC/RFID in ihrem Umfeld unterstützen.

Mit der Erschließung neuer Branchen möchte GS1 Germany in Zukunft auch eine Repräsentanz von entsprechenden Mitgliedern im Aufsichtsrat gewährleisten. So ist weiterhin der Ausbau des Textilbereiches geplant sowie die Aufnahme eines Unternehmens aus dem Pharmabereich. Aber auch eine Zusammenarbeit mit dem Verteidigungsministerium mit seinen 15 bis 20 Tausend Lieferanten wäre vor dem Hintergrund der EPC/RFID-Entwicklung möglich.

## Aufsichtsrat

### Reinhold Mesch (Vorsitzender)

Mitglied der Geschäftsführung  
GlaxoSmithKline Consumer Healthcare GmbH & Co. KG

### Prof. Dr. Helmut Merkel (stellv. Vorsitzender)

Mitglied des Vorstands  
KarstadtQuelle AG

### Dr. Peter E. Bauer

Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

### Klaus-Peter Brickwedde

Nestlé Deutschland AG

### Hartmut Fröhlich

INTERSPORT Deutschland eG

### Claus Garbisch

Deutsche Post

### Horst Gründel

Triumph International AG

### Erich Harsch

dm-drogerie markt GmbH & Co. KG

### Dr. Ulf Kalmbach

REWE Informationssysteme GmbH

### Dr. Christian Korte

Peek & Cloppenburg KG

### Friedrich Lercher

Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

### Zygmunt Mierdorf

METRO AG

### Dr. Heinz Müller

Henkel Wasch- und Reinigungsmittel GmbH

### Jochen Rackebrandt

Kraft International

### Heinz Schmidt

Douglas Holding AG

### Dr. Reinhard Schütte

Dohle Handelsgruppe Service GmbH & Co. KG

### Ernst Schulte

Unilever Bestfoods Deutschland GmbH

### Dr. Klaus Schumann

Procter & Gamble GmbH

### Dr. Karl Sommer

BMW AG

### Dr. Helmut Steurer

Kaufland Stiftung & Co. KG

### Dr. Hans-Henry Wendt

Beiersdorf AG

## Gremien und Fachgruppen bei GS1 Germany

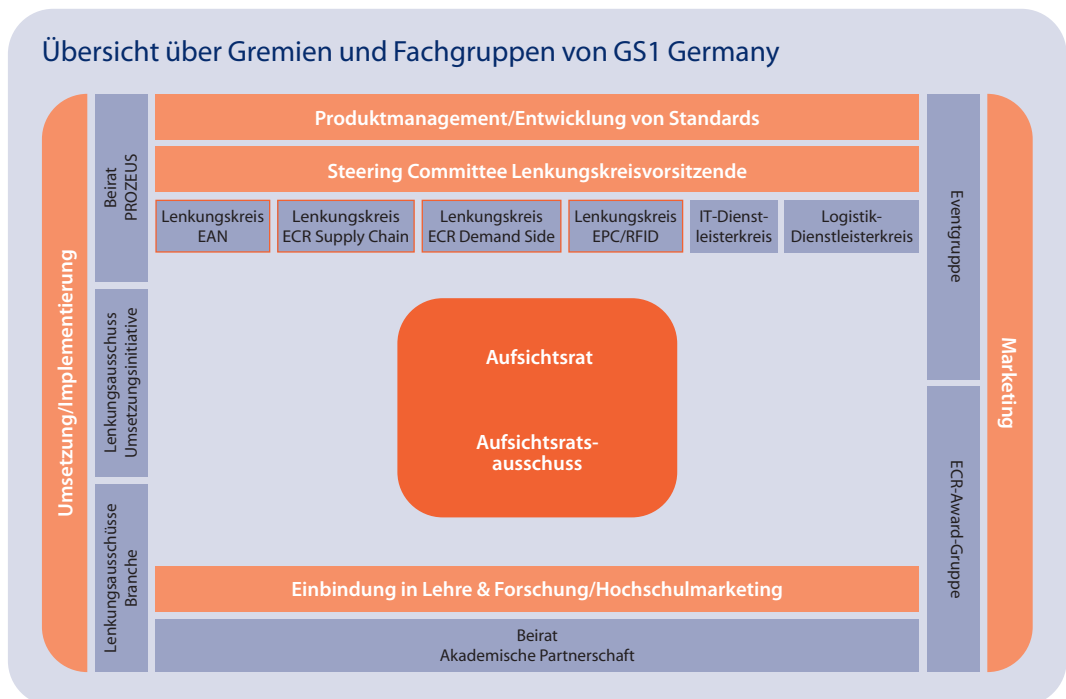
**Gremien und Fachgruppen von GS1 Germany sind die Plattform für Handel, Industrie und Dienstleister zur gemeinsamen Diskussion von Kooperationsthemen.**

Erfahrungen austauschen, Anregungen geben, neue Wege aufzeigen: GS1 Germany bietet seinen Mitgliedsunternehmen die ideale Plattform, um aktuelle Business Themen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu diskutieren und zielführende Lösungen zu entwickeln. Dabei profitieren die Gremienmitglieder nicht nur vom Erfahrungsaustausch mit anderen Vertretern aus Handel, Industrie und Dienstleistung. Ihnen eröffnet sich auch die Chance, Standards und Empfehlungen für mehr Effizienz entlang der Wertschöpfungskette aktiv mitzugestalten und frühzeitig eigene Unternehmensentscheidungen daran auszurichten.

### Schlagkräftig aufgestellt

Mit effizienten Organisationsstrukturen und einer fachkompetenten Besetzung der Gremien ist GS1 Germany bestens aufgestellt, um der Vielzahl und der Komplexität aktueller und zukünftiger Herausforderungen gerecht zu werden.

Verantwortlich für die strategische Ausrichtung von GS1 Germany ist der Aufsichtsrat in Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung. Die Lenkungsorgane übernehmen die fachliche Betreuung bei der Entwicklung von Standards. Sie arbeiten dazu unmittelbar mit den entsprechenden Produktmanagementbereichen von GS1 Germany zusammen. Geht es bei der Erarbeitung von Entscheidungsvorlagen um spezifische Fragestellungen, setzt GS1 Germany Fachgruppen ein. Die verschiedenen Branchengremien, die dem Unternehmensbereich Business Solutions & Consult zugeordnet sind, kümmern sich um branchenspezifische Belange. Außerdem sorgen sie für eine fokussierte Verbreitung der bereits entwickelten Standards und Prozessempfehlungen innerhalb der jeweiligen Branche. Der Beirat der Akademischen Partnerschaft, bestehend aus Wissenschaft und Praxis, unterstützt schließlich die Einbindung der GS1-Standards in Lehre und Forschung.



## Der Nutzen der Gremien und Fachgruppen aus Sicht der User – Statements unserer Lenkungsreis- und Logistik-Dienstleisterkreisvorsitzenden

### Lenkungsreis EAN-Standards

„Eines der beherrschenden Themen für den Lenkungsreis EAN-Standards im vergangenen Jahr war die Vorbereitung des Roll-outs von RSS (Reduced Space Symbology). Als wichtiges Instrument für die Rückverfolgbarkeit am POS bietet RSS hohe Einsparpotenziale in der Supply Chain, die es in Zukunft im partnerschaftlichen Sinne zu erschließen gilt. Die wesentlichen entwicklungsseitigen Voraussetzungen dazu wurden bereits geschaffen – die Durchführungsregeln stehen für die kommende Zeit an.“

**Peter Niederhausen, IT-Coordinator, Karstadt AG**

### Lenkungsreis ECR Supply Chain

„Nur durch die kontinuierliche Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern in der logistischen Kette können wir eine effiziente Steuerung der Daten- und Warenflüsse erzielen. So hat sich der Lenkungsreis ECR Supply Chain im vergangenen Jahr zum Beispiel mit den Anforderungen aus dem Tagesgeschäft seitens der Logistik-Dienstleister an das EAN 128-Transportetikett auseinandergesetzt. Mit Erfolg, denn die gefundene Lösung gewährleistet einen für alle Beteiligten verbesserten Ablauf im physischen Handling der Ware.“

**Matthias Bähr, Marketing Direktor ECR, Markant Handels und Service GmbH**

### Lenkungsreis ECR Supply Chain

„Der Lenkungsreis ECR Supply Chain bietet das Forum, um Grundlagen für eine bessere Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel zu schaffen, um unternehmensübergreifend den Waren- und Informationsfluss effizienter zu gestalten und die Verbrauchernachfrage besser zu erfüllen. Das Projekt Optimal Shelf Availability ist hierfür ein Beispiel par excellence.“

**Michael von Rudloff, National Logistic Director, Unilever Deutschland GmbH**

### Lenkungsreis ECR Demand Side

„Wir verstehen uns als Vorreiter im Efficient Consumer Response und sind überzeugt davon, dass dessen konsequente Umsetzung nicht nur in Projekten, sondern auch im Tagesgeschäft zu unserem Geschäftserfolg weiterhin wesentlich beitragen wird. Im Lenkungsreis ECR Demand Side unterstützen wir daher den Ansatz, Category Management für alle Beteiligten leichter zu gestalten sowie dessen Nutzen für alle transparenter zu machen.“

**Berthold Figgen, Director Corporate Marketing, Procter & Gamble GmbH**

### Lenkungsreis ECR Demand Side

„Für uns steht der Kunde im Mittelpunkt. Aus diesem Grund haben wir zum einen bereits frühzeitig ECR als festen Bestandteil in unser Unternehmen integriert. Zum anderen engagieren wir uns national und international dafür, dass ECR in der gesamten Konsumgüterindustrie umgesetzt wird.“

**Rita Marzian, Abteilungsleiterin ECR, METRO AG**

### Lenkungsreis EPC/RFID

„RFID-Prozesse und die daraus resultierenden Anforderungen für die Branche waren ein zentrales Thema des Lenkungsreises 2006. Beispielsweise haben wir uns intensiv mit der Warenvereinnahmung von Paletten und Kartons befasst. Zugleich ist es uns gelungen, auf politischer Ebene positive Ergebnisse bei der UHF-Funkregulierung zu erzielen: Die gesetzlichen Rahmenbedingungen wurden europaweit vereinheitlicht und damit der Grundstein für wettbewerbsfähige Strukturen gelegt.“

**Dr. Gerd Wolfram, Geschäftsführer MGI METRO Group Information Technology GmbH**

### Lenkungsreis EPC/RFID

„Durch die Schaffung eines eigenen Lenkungsreises Anfang 2006 hat dieses wichtige Thema nun auch formal die Bedeutung erhalten, damit wir Entwicklungen im Bereich EPC/RFID schneller vorantreiben können. Eines der Hauptthemen für 2007 werden sicherlich das EPCIS und der darauf aufbauende Datenaustausch sein. Die Herausforderung wird sein, dass wir uns die Informationen, die uns die RFID-Infrastruktur liefert, auch standardisiert, wie zum Beispiel der Gen2-Standard, in den Geschäftsprozessen nutzbar machen.“

**Volker Heidorn, Manager RFID, Kraft International/Kraft Foods Inc.**

### IT-Dienstleisterkreis

„Nach dem erfolgreichen Relaunch des IT-Dienstleisterkreises in 2005 stand das Jahr 2006 ganz im Zeichen der frühzeitigen Einbindung der IT-Dienstleister in die technische Entwicklung der GS1-Standards und -Empfehlungen sowie in der gemeinsamen Vermarktung der Ergebnisse. Beispiel hierfür war EDIINT AS2 – ein Kommunikationsprotokoll für den sicheren Datenaustausch im Internet –, das in der Version 2.0 gemeinsam von Handel, Industrie und IT-Dienstleistern erarbeitet wurde. Die Intensivierung der Zusammenarbeit mit den anderen GS1-Arbeitsgruppen wird auch im Jahr 2007 weiter im Vordergrund stehen.“

**Klaus Bröhl, Geschäftsführer, 1eEurope Deutschland GmbH**

### Logistik-Dienstleisterkreis

„Die Ziele für 2007 sind klar gesetzt: Wir müssen die Umsetzung der GS1-Standards im Markt aktiv mit vorantreiben. Dabei sollte vor allem die Umsetzung der bestehenden Anwendungsempfehlungen zum EAN 128-Etikett, der ‚Effizienten Warenanlieferung‘ und des ‚Informationsflusses Logistik‘ im Vordergrund stehen.“

**Hubert Reiser, Leiter IT-Organisation, Dachser GmbH & Co. KG**



## Ein Schwergewicht in der globalen Arena

**Das internationale Netzwerk von GS1 wächst von Jahr zu Jahr. Die Vision eines weltumspannenden Kommunikationssystems, das über Länder- und Kontinentgrenzen hinweg alle Partner der Supply und Demand Side verbindet, rückt in greifbare Nähe. Bei der Durchsetzung einheitlicher Standards hat sich GS1 Germany zu einem wichtigen Player auf dem globalen Parkett entwickelt.**

Nach der Phase der Neufirmierung ist GS1 auf internationaler Ebene zu einer dynamischen Einheit, bestehend aus 104 Mitgliedsorganisationen, zusammengewachsen – von Island bis Südafrika, von Guatemala bis Singapur. Die gemeinsame Vision einer offenen, branchenübergreifenden Kommunikation entlang der Wertschöpfungskette wird vom GS1 Management Board forciert und umgesetzt. Dem 22-köpfigen internationalen Gremium gehören Top-Manager aus Industrie und Handel sowie Vertreter von einzelnen GS1-Organisationen an. Seit Mai 2006 zählt auch Jörg Pretzel, Geschäftsführer von GS1 Germany und Chairman von GS1 in Europe, zum Kreis der Entscheider. Dies eröffnet GS1 Germany die Chance, sein Know-how und seine Erfahrung noch wirksamer einzusetzen.

### GS1 in Europe im Dialog mit der EU-Kommission

Fragen der Standardisierung und neuer Technologien sind längst nicht mehr nur die Domäne der Wirtschaft, sondern besitzen auch in der europäischen Politik hohen Stellenwert. So hat die EU-Kommission im vergangenen Jahr einen umfassenden Konsultationsprozess zum Thema EPC/RFID auf den Weg gebracht. Bei einem Treffen in Brüssel mit den Spitzen von GS1 in Europe und EPCglobal sprach sich Viviane Reding, die zuständige EU-Kommissarin für Informationsgesellschaft und Medien, nachdrücklich für die Ausweitung des eBusiness im europäischen Wirtschaftsraum unter klar definierten Bedingungen aus.



## Europäische Implementierung und Harmonisierung

Bei der Realisierung seiner Visionen für den europäischen Raum ist GS1 in Europe im vergangenen Jahr ein gutes Stück vorangekommen. Das Ende 2004 gegründete europäische GS1-Netzwerk hat es sich zur Aufgabe gemacht, die internationalen Standards auf die europäischen Markterfordernisse abzustimmen und in Bezug auf die Implementierung europaweit zu harmonisieren. 2006 hat GS1 in Europe starken Zuwachs bekommen: Der Kreis der Mitgliedsorganisationen erweiterte sich um 16 osteuropäische Länder auf nunmehr 41 – eine wichtige Voraussetzung, um das Business von West nach Ost noch effizienter zu gestalten. Dabei wurden deutliche Fortschritte bei den Schlüsselprojekten Elektronischer Datenaustausch, EAN 128-Transportetikett sowie Rückverfolgbarkeit erzielt. Beispiel Elektronischer Datenaustausch: Im Frühjahr 2007 veröffentlicht GS1 in Europe harmonisierte EDI-Anwendungsempfehlungen auf der Basis detaillierter Länder- oder Prozessprofile. Der Weg für die „europäische Bestellung“ ist damit frei. Mit der Gründung einer gemeinsamen eBusiness Group für alle Themen rund um EDI verfügt GS1 in Europe außerdem künftig über eine einheitliche Implementierungsplattform. Dies erleichtert das abgestimmte Vorgehen der europäischen Organisationen im globalen Verbund. Darüber hinaus findet eine stärkere Vermarktung der Ergebnisse und damit auch der GS1-Standards statt.

## GS1 in Europe und ECR Europe

Der Einsatz moderner Kommunikationstechnologien und die Entwicklung effizienter Strategien zur Prozessoptimierung sind Zielsetzungen, für die sich sowohl GS1 in Europe als auch ECR Europe – die europäische Initiative der Konsumgüterwirtschaft – engagieren. Das ist besonders im Interesse von Industrie und Handel, da sie dadurch ganzheitliche Lösungen und optimale Ergebnisse in der Umsetzung erhalten.

So nutzten im Mai 2006 2.300 Vertreter aus Industrie und Handel die Gelegenheit, sich auf der „ECR Europe Konferenz“ in Stockholm nicht nur über optimale Warenverfügbarkeit (OSA) am Point of Sale sowie über bessere Warenpräsentation durch regalgerechtere Verpackungen (Shelf Ready Packaging) zu informieren, sondern auch über den effizienten Einsatz der globalen GS1-Standards.

## GCI präsentiert Prognose für das nächste Jahrzehnt

Die Global Commerce Initiative GCI versteht sich als globaler Promoter für die Konsumgüterbranche. Diesem Anspruch ist GCI im vergangenen Jahr mit einer wegweisenden Studie mit dem Titel „2016: The Future Value Chain“ gerecht geworden. Die Studie untersucht die künftigen Anforderungen an Handel und Industrie. Beteiligt haben sich führende Unternehmen der Konsumgüterbranche aus Nordamerika, Europa, Afrika und Asien. Ihre Prognose für das kommende Jahrzehnt: Zunehmend gewinnen Faktoren wie ökologische Fragen, die demografische Entwicklung und das Verbraucherverhalten Einfluss auf die Wertschöpfung. Um den steigenden Anforderungen zu genügen, ist ein offener Informationsaustausch entlang der Lieferkette unerlässlich – ohne branchenspezifische und nationale Scheuklappen.



## GS1-Umsetzungsstudie bietet die kontinuierliche Analyse von Umsetzung und Implementierung der GS1-Standards

**Die Umsetzungsstudie von GS1 Germany wird jährlich durchgeführt und ergab für 2006 noch eine Vielzahl von Hemmnissen bei der Umsetzung von Standards auf Industrie- und Handelsseite. Für 2007 wird die Befragung weiter optimiert und um zusätzliche Branchen ergänzt.**

In 2005 hat GS1 Germany in einer Studie erstmals die Umsetzung von Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards in Deutschland und die Quantifizierung von ausgewählten Aspekten zum Supply Chain Management und Category Management auf der Basis von IT-Systemdaten untersucht. Dazu wurden führende Handels- und Industrieunternehmen interviewt, die durch die Vielzahl ihrer Geschäftspartner ein hohes Marktpotenzial abdecken. Die befragten Händler machten Angaben zu insgesamt 37.000 Lieferantenbeziehungen. Das Besondere an der Studie: Durch objektive Kriterien zum Nutzungsumfang konnte nach Lieferanten-, Umsatz- und Transaktionsanteilen quantifiziert werden. Diese Methode ermöglicht eine repräsentative Abbildung und die Darstellung vom Großunternehmen bis zum kleinen und mittelständischen Unternehmen.

Die Aussagen der Teilnehmer ergaben zusammengefasst, „... dass es durchaus noch ein großes Effizienzpotenzial in der Zusammenarbeit zwischen Industrie und Handel gibt“, so Jörg Pretzel, Geschäftsführer GS1 Germany. So nutzten 2005 zwar bereits über 95 Prozent der befragten Unternehmen EANCOM®-Nachrichten, dies aber nur für wenige Nachrichtenarten, darunter INVOIC und ORDERS. Obwohl INVOIC und ORDERS sehr bekannt und weitverbreitet sind, nutzt nur cirka ein Viertel aller Lieferanten diese EDI-Nachrichten. Das bedeutet, dass 40 Prozent aller Transaktionen über diese Nachrichtenarten abgewickelt werden.

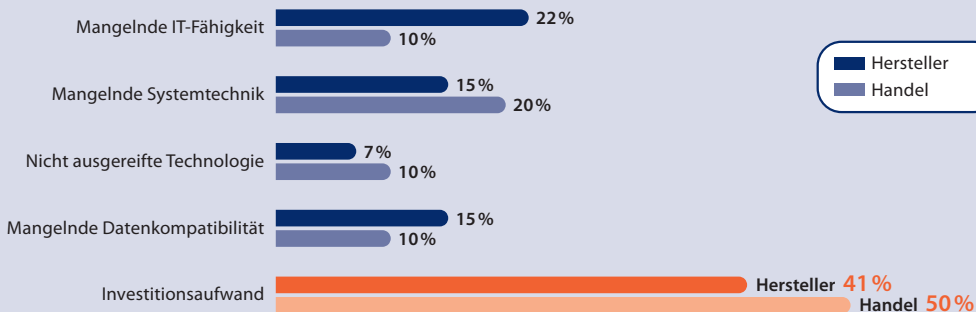
Bei der Nutzung von EDI-Standards bestehen nach wie vor Probleme beim Übertragen und Verarbeiten von Daten. Die Gründe dafür sind vielfältig: Sie liegen zum einen in den IT-Systemen und der Technologie der Unternehmen sowie zum anderen in den unternehmensinternen Organisationsstrukturen.

Die mangelnde IT-Fähigkeit im eigenen Haus sehen 22 Prozent der befragten Industrieunternehmen und zehn Prozent der Studienteilnehmer aus dem Handel als wesentlichen Hemmnisfaktor. Es folgen mit je 15 Prozent



bei der Industrie die mangelnde Systemtechnik (20 Prozent beim Handel) und die mangelnde Datenkompatibilität (zehn Prozent beim Handel). Das größte Hemmnis bildet jedoch der Investitionsaufwand, der für jedes zweite Handelsunternehmen und 41 Prozent der Hersteller ein Problem darstellt. So ist unternehmensintern betrachtet nahezu jedem dritten Hersteller und 19 Prozent der Händler das Verhältnis von Kosten und Nutzen zu unausgewogen.

### Umsetzungshemmnisse bei Basistechnologien und Standards



Unternehmensinterne Umsetzungshemmnisse bei der Ein- und Durchführung von Standards zeigen sich zudem bei der Organisationsstruktur: Vertikale Strukturen erschweren das Bilden von bereichs- und abteilungsübergreifenden Prozessstrukturen.

Die Umfrage zeigte aber ebenso positive Tendenzen: Vor allem die Branchenführer in Industrie und Handel haben die Potenziale von Standards erkannt und bereits viele Aspekte umgesetzt.

### Umsetzungsstudie 2007: Stärkere Marktabdeckung und Erschließung weiterer Branchen

Um die Entwicklung weiterzuerfolgen und daraus geeignete Strategien und Maßnahmen für die Geschäftsprozesse zwischen Industrie und Handel abzuleiten, wird die Umsetzungsstudie in 2007 aktualisiert, fortgeschrieben und optimiert. Die GS1 Germany GmbH schafft damit ein dauerhaftes Instrument zur Messung des Umsetzungs- und Implementierungsgrads ihrer Standards.

In 2007 will GS1 Germany an der Studie zusätzliche Handelsunternehmen beteiligen, einzelne Vertriebslinien noch besser abbilden und die Kauf- und Warenhäuser stärker abdecken. Auf Industrieseite ist vorgesehen, einzelne Warengruppen/Warenklassen (zum Beispiel Getränke, Frische) breiter abzubilden. Zudem soll die Studie weitere Branchen, zunächst Do-it-Yourself und Textil, umfassen.

Die Umfrageergebnisse aus 2007 fließen in die Global Scorecard ein: Mit der von der GCI (Global Commerce Initiative) und ECR (Efficient Consumer Response) entwickelten Global Scorecard können unternehmensinterne Leistungen, Arbeitsprozesse zwischen den Geschäftspartnern und – im Rahmen eines Benchmarkings – sowohl national als auch international verglichen werden.

Bezogen auf die Umsetzungsstudie bedeutet dies, dass Deutschland mit den Ergebnissen von 100 befragten Unternehmen in der Global Scorecard und entsprechend im europäischen Markt repräsentiert wird.

Die Studie wird den teilnehmenden Unternehmen zur Verfügung gestellt. Die Ergebnisse präsentiert GS1 Germany unter anderem auf dem 8. ECR-Tag am 11. und 12. September 2007 in Hamburg.

## NDWK: GS1-Standards noch stärker im DIN-Normenwerk verankern!

**GS1 Germany ist Träger des 1989 gegründeten Normenausschusses Daten- und Warenverkehr in der Konsumgüterwirtschaft im DIN, kurz NDWK.**

### Ziele des NDWK

Normungsvorhaben durchführen, die den reibungslosen Fluss der Daten- und Warenströme bis zum Verbraucher sicherstellen – hierin liegt die Aufgabe des NDWK. In seiner Arbeit orientiert sich der Normungsausschuss an den Zielen der Deutschen Normungsstrategie des DIN (Deutsches Institut für Normung e. V.). Zu deren wichtigsten Eckpunkten gehören:

- Normung und Standardisierung sichern Deutschlands Stellung als eine der führenden Wirtschaftsnationen.
- Normung und Standardisierung unterstützen als strategisches Instrument den Erfolg von Wirtschaft und Gesellschaft.
- Normung und Standardisierung sowie die Normungsorganisationen fördern die Technikkonvergenz.

Die Umsetzung dieser strategischen Ziele wird vom NDWK konsequent weiterverfolgt.

### Aktuelle Herausforderung EPC/RFID-Standardisierung

Welche Bedeutung die Standardisierung für die Sicherung nationaler Wirtschaftsinteressen und die Forderung nach Technikkonvergenz hat, veranschaulicht kein Gebiet besser als die Transpondertechnologie. Der zuständige

Arbeitsausschuss RFID des NDWK und der Normenausschuss Informationswesen verfolgen gemeinsam das Ziel, die Belange nationaler Technikanbieter und -anwender abzusichern und die Vereinbarkeit bestehender und künftiger technischer Standards zu gewährleisten.

In erster Linie unterstützt der Ausschuss EPCglobal darin, erarbeitete technische Spezifikationen auf globaler Ebene in ISO-Normen zu verankern. Die sogenannte EPC Gen2-Luftschnittstelle hat den Normungsprozess inzwischen durchlaufen und findet sich in der ISO/IEC 18000-6 C wieder. Andere wichtige Normungsvorhaben, darunter die Spezifikationen zur Datenkommunikation im EPC-Informationssystem, laufen gerade an.



## Auto-ID- und EDI-Themen am Horizont

EAN-Strichcode und EAN 128-Symbolik haben sich umfassend etabliert. Die Normen ISO/IEC 15417 und ISO/IEC 15420 dokumentieren den gültigen Stand der Technik. Doch damit ist das Spektrum relevanter Technologien noch lange nicht ausgeschöpft. Neuentwicklungen stehen bereits in den Startlöchern. So zeichnet sich bei der praktischen Umsetzung der neuen Reduced Space Symbology (RSS) sowie des EAN Data Matrix Bedarf an einer Standardisierung der Implementierungsschritte ab. Auch die Aufnahme moderner XML-Nachrichtendokumentationen respektive der (AS2-)Kommunikationsprotokolle für den begleitenden Datentransfer in den Normenkatalog stehen an.



## Normungsaktivitäten auf breitere Basis stellen

Immer kürzere Innovationszyklen neuer Technologien erfordern die schnelle Erarbeitung von Normen und Standards. Und dafür benötigen Normungsorganisationen geeignete effiziente Prozesse.

Auch der NDWK wird sich dieser Aufgabe stellen. Es bietet sich an, bereits bestehende Expertengruppen von GS1 Germany zusätzlich in Arbeitsausschüsse des Normenausschusses Daten- und Warenverkehr in der Konsumgüterwirtschaft zu migrieren, um noch schneller und flexibler auf Normungsanforderungen reagieren zu können. Denn ob es um Werkzeuge für Tracking & Tracing oder um Detailspezifikationen zur XML-Umsetzung geht, der Weg von der GS1-Anwendungsempfehlung bis zur DIN-Norm ist nicht weit. Die Nutzung solcher Synergien ist Teil einer zukunftsorientierten Strategie, um als Normungsorganisation mit der rasanten technologischen Entwicklung Schritt zu halten.



## **EAN** – Internationale Artikelnummer

**„Neue Kunden und neue Standards – dafür steht das Jahr 2006 im Bereich EAN. Eine sichere Basis, um auch in Zukunft Unternehmen bei der Optimierung ihrer Geschäftsabläufe tatkräftig zu unterstützen.“**

**Jürgen Schade**

Bereichsleiter Produktmanagement EAN-Standards

# EAN-Standards – Grenzenlose Identifikation

**Identifikation und Kommunikation sind elementare Bestandteile des unternehmensübergreifenden Waren- und Informationsaustauschs. Die „klassischen“ Identifikationsstandards EAN 13 und EAN 128 konnten in den letzten Jahren in zahlreichen Branchen verstärkt werden.**

sind aufzugreifen und weitere Applikationen für EAN-Standards zu erschließen. Hierzu zählen die Reduced Space Symbology (RSS) und der zweidimensionale Code EAN Data Matrix, die sich neben ihrem individuellen Anwendungsnutzen auch beide dazu eignen, eine Umstellung auf EPC/RFID vorzubereiten.

Der Klassiker EANCOM® wurde in 2006 von mehr als 10.000 Unternehmen genutzt und ist laut aktuellen Studien der am weitesten verbreitete eBusiness-Standard für den elektronischen Datentransfer in Deutschland. Auch neue Technologien im Electronic Commerce, wie zum Beispiel XML, erfahren eine hohe Aufmerksamkeit. Insbesondere bei Spätstartern, die sich keinen konkreten Partneranforderungen in Richtung traditioneller Übertragungsformate gegenübersehen, oder in „jungen“ Applikationen, für die noch keine EANCOM®-Nachrichtenarten vorliegen. Dem Ziel, mithilfe von XML auch kleine und mittlere Unternehmen im Business-to-Business-Geschäftsdatenaustausch elektronisch anzubinden, konnte im Jahr 2006 beispielsweise im Upstream-Sektor erheblich nähergekommen werden. Basis sowohl der Identifikationsstandards als auch der eBusiness-Lösungen von GS1 ist die Internationale Lokationsnummer, die auch im vergangenen Jahr wieder von vielen Neukunden angefordert wurde.

Hier gilt es weiterhin, die Anwenderbasis zu vergrößern, um den Gesamtnutzen für jeden Systemteilnehmer zu steigern. Aber auch technologische Neuentwicklungen

## Mit der Internationalen Lokationsnummer (ILN) auf Nummer sicher gehen

**Im Jahr 2006 ist die Zahl der Kunden von GS1 Germany weiter gestiegen.**

Neue Unternehmen nutzen die ILN-Nummernsysteme. Die intensiven Akquisitionsmaßnahmen haben dazu geführt, dass sich der Kreis der ILN-Anwender auch 2006 weiter ausgeweitet hat. Es bedarf eines intensiven Engagements, um potenzielle Kunden in neuen sowie bereits etablierten Branchen zu definieren und anschließend über die Vorteile und Möglichkeiten vom Einsatz der weltweiten Standards zu überzeugen. An dieser Stelle kommt die Änderung der Organisationsstruktur von GS1 Germany in besonderem Maße zum Tragen. Durch die branchenfokussierte Ausrichtung hat sich der ILN-Bereich zunehmend als Key Account Management etabliert. So aufgestellt ist es möglich, den Branchenfokus zu erweitern und spezifische Belange einer Branche zu berücksichtigen. Das Ergebnis bestätigt uns auf diesem Weg.



Besonders intensiv arbeitet GS1 Germany daran, kleine und mittlere Unternehmen für die Anwendung von ILN zu gewinnen. Durch die Teilnahme am ILN-Nummernsystem können sie ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken und sich besser am Markt behaupten. Die ILN ist Grundlage für die Etablierung erfolgreicher Business-Prozesse.

## Erfolgreiche Neukundengewinnung

Auch im Jahr 2006 ist es GS1 Germany gelungen, die Zahl der ILN-Teilnehmer wieder deutlich zu erhöhen. So verzeichnet das System einen Zuwachs von 3.700 Anwendern auf nunmehr 128.354 User. Die Mehrzahl der neuen Anwender kommt im Wesentlichen aus dem Bereich der kleinen und mittelständischen Unternehmen. Als neuen Großkunden konnte GS1 Germany im vergangenen Jahr zum Beispiel die Deutsche Bundesbank gewinnen. Denn für die Sicherung von Geldströmen hat die Deutsche Bundesbank die Möglichkeiten des ILN/EAN-Systems erkannt. Weitere Neukunden kommen aus der Welt des Fußballs, der Möbel, der Elektronik und der Gesundheit. Im Bereich Discounter sind mittlerweile sogar alle Unternehmen Nutzer des ILN-Systems.

### ILN-Teilnehmer nach Branchen

#### Hersteller/Dienstleister

Nahrungs- und Genussmittel	8.687	
Schreibwaren, Bürobedarf, Print- und AV-Medien	5.236	
Textilindustrie, Leder- und Schuhwaren	2.644	
Chemische Industrie, Farben, Lacke, Pharmazeutika	1.818	
Lager- und Transportdienstleistungen	1.755	
Elektrotechnik	1.697	
Eisen, Blech, Metallwaren	1.341	
Land- und Forstwirtschaft, Gartenbau, Futtermittel	1.088	
Wasch-, Reinigungs-, Körperpflegemittel	985	
Holzverarbeitung, Möbel, Bauelemente	933	
Papier, Druck, technische Papiere und Verpackungsmittel	927	
Rohstoffe, Ausrüstungs- und Investitionsgüter	894	
Kunststoff- und Gummiverarbeitung	733	
Musikinstrumente, Spielwaren, Sportgeräte, Schmuck	738	
Feinkeramik, Glas, Feinmechanik, Optik, Uhren	661	
Unternehmensberatung/Software	305	
<b>Summe Hersteller/Dienstleister</b>	<b>30.442</b>	

#### Handel

Einzelhandel/Großvertriebsformen	91.325
Großhandel/Handelsvertreter/Importeure	6.587
<b>Summe Handel</b>	<b>97.912</b>

**Gesamt 128.354**

## Identifikationsstandards

Auch in 2006 hat sich der Bereich EAN der Pflege und Weiterentwicklung der Auto-ID-Standards EAN und EAN 128 gewidmet. Darüber hinaus hat das Team bereits Entwicklungsarbeiten für zwei neue Technologien in Angriff genommen: Reduced Space Symbology und EAN Data Matrix, die in 2007 einen ersten Durchbruch erleben werden.



## Reduced Space Symbology (RSS): Der Countdown läuft

Im Mai 2006 hat das GS1 Management Board die neue Reduced Space Symbology, kurz RSS, für die globale, schnittstellenübergreifende Identifikation von Verbrauchereinheiten am Point of Sale freigegeben. Bis zum Jahr 2010 müssen die Scanning-Systeme an den Einzelhandelskassen in der Lage sein, RSS-Strichcodes zu lesen und den GS1-Datenbezeichnerstandard zu verarbeiten.

Während die EAN-Symbologie wie bisher eine Option für die Produktidentifikation bleibt, ermöglicht RSS eine erweiterte Strichcode-Implementierung: Die neue Technologie dient nicht nur der problemlosen Auszeichnung kleinster Verbrauchereinheiten, sie kann auch – im Gegensatz zum EAN-Strichcodesymbol – zusätzliche Informationen verschlüsseln. Klein und kompakt ermöglicht RSS, schwer zu kennzeichnende Produkte, wie Frischware, zu identifizieren. Das reduziert die Schwundrate und verbessert das Category Management. Mit der Möglichkeit, Daten in RSS nach unternehmensübergreifend verständlichen Regeln zu verschlüsseln, können Seriennummern, Losnummern und Haltbarkeitsdaten etc. die Tür für erweiterte Anwendungen, wie Produktauthentifizierung, Rückverfolgung, Verbesserung von Produktqualität und Effektivität, öffnen.

### Neue Pläne für 2007

Globale GS1-Anwendergruppen erarbeiten nun weitere Pläne zur Verwendung zusätzlicher Daten für neue Einsatzbereiche. Oberste Priorität hat dabei die Identifizierung von Produkten im Frischebereich, mengenvariablen Produkten und Kleinstprodukten. In Deutschland bereitet GS1 Germany drei Pilotprojekte vor, die 2007 mit interessierten Wirtschaftsunternehmen anlaufen.



## EAN Data Matrix unterstützt Qualitätssicherung, Produktoptimierung und Teilverfolgung

Aufgenommen in das EAN-Standard-Portfolio wurde der EAN Data Matrix vor allem aufgrund seiner optimalen Eigenschaften zur Direktkennzeichnung von Teilen, zum Beispiel chirurgischen Instrumenten. Er kann allerdings weit mehr, vor allem wenn es um die automatische Erfassung von Kleinstprodukten oder Komponenten geht. Dies ist beispielsweise im medizinischen Bereich oder in der Elektronikbranche von Bedeutung. Auch die spezielle Eignung des EAN Data Matrix für den Hochgeschwindigkeitsdruck prädestiniert ihn für die industrielle Fertigung.

### Auf Deutschlandtour

Auf zahlreichen Veranstaltungen hat GS1 Germany in 2006 die Vorzüge und Implementierungsbereiche von EAN Data Matrix präsentiert, unter anderem auf Fachmessen wie EuroID, TRANSPORT und MEDICA. Wenn es um die schnittstellenübergreifende, serialisierte Identifikation on demand geht, punktet der EAN Data Matrix gegenüber anderen Kennzeichnungsmethoden. Er bietet sich sowohl in der Teilverfolgung als auch in der Abwicklung von Gewährleistungsansprüchen oder dem Schutz vor Fälschungen (Counterfeiting) an. Schließlich vereinen sich im EAN Data Matrix die technischen Vorteile des Matrixcodes mit den international etablierten Identnummernverfahren des GS1-Systems wie der EAN-Artikelnummer sowie global definierten Datenstrukturen.

### EAN Data Matrix im Einsatz für Tiersicherheit

Die Tiergesundheitsbranche geht mit gutem Beispiel voran. Als freiwillige Selbstverpflichtung beschloss der Vorstand der IFAH (International Federation for Animal Healthcare) im Oktober 2004, den EAN Data Matrix auf Tierarzneimitteln innerhalb der nächsten drei Jahre in der EU einzuführen. Mithilfe des EAN Data Matrix können Tierärzte und andere Veterinär-Einrichtungen bis hin zur Lebensmittelindustrie Tierarzneimittel rückverfolgen – eine enorme Erleichterung für die gesamte Branche. Gleichzeitig etabliert die IFAH mit dieser Entscheidung einen weltweiten Standard für die Tiergesundheitsindustrie. Nach erfolgreichen Pilotversuchen steht dem selbst gewählten Sunrise Date Ende 2007 nichts mehr im Wege. Bis dahin sollen die Faltschachteln von Tierarzneimitteln in Europa bereits flächendeckend einen EAN Data Matrix tragen.

Die in 2006 begonnenen Roll-out-Aktivitäten wird GS1 Germany im kommenden Jahr weiter verstärken und im Rahmen der Produktmanagementarbeit Anwendungsfälle aktiv unterstützen.



## Kommunikationsstandards

### EANCOM® 2002: Das Lösungsangebot wächst

Die Umstiegsquote von EANCOM® 1997 auf EANCOM® 2002 wächst kontinuierlich. Vor diesem Hintergrund hat GS1 Germany bei den entsprechenden EDI-Anwendungsempfehlungen in 2006 erstmals zwei Updates vorgenommen.

Zum 1. Juli wurde ein neues Branchenprofil für die Abrechnung von Presseerzeugnissen veröffentlicht. Nachrichtenbeschreibungen für Liefernachweis, Rechnung und Rechnungsliste bieten Unternehmen die Möglichkeit, diese besonders belegintensive Abwicklung zu automatisieren.



Die im Vorjahr freigegebene Rechnung für den Eigenbedarf konnte um den Bestellprozess erweitert werden, sodass auch für die Bearbeitung von Reisekosten, Reparaturen etc. keine Medienbrüche auftreten werden.

#### Neue Profile

Weitere neue Profile ermöglichen die Abrechnung von Konsignationsgeschäften, Pay-on-Scan und Retouren. Sind Reklamationen notwendig, ist deren Bearbeitung jetzt auch elektronisch möglich. Preis-, Mengen-

und Rabatthereklamationen oder Kombinationen hieraus können Unternehmen mithilfe vereinbarter Schlüsselwerte schnell und automatisch erstellen und auswerten. Die Anwender versprechen sich kürzere Bearbeitungszeiten und dadurch Einsparungen bei Personal- und Finanzierungskosten.

Erste Erfahrungen und daraus abgeleitete Erweiterungswünsche der Anwender sowie Anpassungen an das deutsche Umsatzsteuergesetz nahm GS1 Germany zum Anlass, bereits zum 1. Oktober ein Update zu erstellen und online zur Verfügung zu stellen. Sämtliche Änderungen hat GS1 Germany in einem Dokument zusammengefasst und in der EANCOM®-Rubrik seines Internetauftritts veröffentlicht.

#### Ausblick 2007

Für 2007 sind weitere Aktivitäten in den Bereichen Stammdatenaustausch, Bestellung, Bestelländerung, Lieferavisierung und Abrechnung im Mediensektor projektiert. Vorgesehen ist der Start im Buchbereich, dem Audio- und Videomedien folgen sollen.

## GS1 XML erobert den Vorstufensektor

Langfristig hat XML das Potenzial, ein führender Standard im eBusiness zu werden. Dies belegt eine prominente Anwendung, die stellvertretend für viele im Folgenden beschrieben wird. Denn die von der Global Upstream Supply Initiative (GUSI) in Kooperation mit GS1 entwickelten XML-Standards für die Anbindung der Vorstufenindustrie an die Lieferanten im Konsumgüterbereich finden international zunehmende Marktakzeptanz. Die Grundlage hierfür bildet das von der international besetzten GUSI-Arbeitsgruppe entwickelte Prozessmodell für die elektronische Anbindung der Lieferanten von Zutaten, Rohmaterialien und Verpackungsmaterial an Konsumgüterhersteller. Hierbei definiert das Upstream Integration Model (UIM) für verschiedene Grundscenarien sowohl inhaltlich als auch strukturell eine Reihe von Geschäfts- und Datenaustauschprozessen.



Ziel dieses Modells ist die bessere Integration ausgewählter Supply-Chain-Prozesse, zum Beispiel Supplier Managed Inventory, zwischen Hersteller und Lieferant, durch die mehr Transparenz im Bestands- und Nachfragemanagement erreicht werden soll. Die für die Steuerung der Prozesse notwendigen Informationen tauschen die Beteiligten aktuell über die GS1-XML-Standardnachrichten aus. Parallel dazu werden in 2007 passgenaue EANCOM®-Anwendungsherleitungen für die GUSI-Prozesse entwickelt.

### Anwendungen in der Praxis

Den Einsatz dieser Standards treiben insbesondere Unilever und Procter & Gamble massiv voran. So müssen sich viele Vorlieferanten auch aus Deutschland neu in den elektronischen Datenaustausch integrieren. Eine Vorreiterrolle übernimmt hierbei Huhtamaki, weltweiter Marktführer für Verpackungen, der mit 23 Niederlassungen auch international vertreten ist. Huhtamaki hat die von Procter & Gamble geforderten komplexen B2B-Prozesse der GUSI im Geschäftsbereich Flexibles praktisch umgesetzt.

In den nächsten Jahren wird sich der Druck der Konsumgüterproduzenten auf ihre Lieferanten weiter erhöhen. Daher rechnen GUSI und GS1 damit, dass eine Vielzahl nationaler und internationaler Unternehmen GS1 XML-Standards implementieren wird.

## GEPIR eröffnet neue Dimensionen

Über GEPIR, das Global GS1 Electronic Party Information Registry – ein Netzwerk von derzeit 76 angebundnen GS1-Organisationen –, können Unternehmen auf über eine Million Unternehmensdaten zugreifen. Wer nutzt EAN? Wo sind GS1-Standards im Einsatz? GEPIR beantwortet jederzeit Fragen, wenn ein Unternehmen Informationen zu Teilnehmern am GS1-System recherchieren, identifizieren, validieren oder authentifizieren muss. Denn mit seinen „Gelben Seiten der Supply Chain“ bietet der GS1-Webservice GEPIR die weltweite Recherche nach Partnerstammdaten über die ILN, EAN, NVE sowie nach Firmennamen an. Jederzeit verfügbar über das Internet können Ein- und Verkäufer, Logistik-Dienstleister, Konsumenten und Marktforschungsinstitute sowie Behörden wie Zoll und Polizei von dieser Anwendung profitieren.

### Erweiterter Service

Neue Funktionalitäten bei GEPIR unterstützen automatisierte XML-Abfragen, die es ermöglichen, Rechercheergebnisse aus GEPIR in entsprechende Anwendungen auf Unternehmensseite zu integrieren. Außerdem können als Ergebnis einer Zusammenarbeit von GS1 Germany und SINFOS erstmals Artikelstammdaten eingebunden bzw. angezeigt werden. Hierbei kann der Anwender über GEPIR auf derzeit zwei Millionen Artikel aus der SINFOS Stammdatenbank zugreifen.



### Erfolgreiche Nutzung

Unternehmen nutzen die neuen Funktionen von GEPIR bereits intensiv – das zeigen allein 120.000 Abfragen monatlich auf den deutschen GEPIR-Seiten. GS1 plant bereits den weiteren Ausbau von GEPIR, um vor allem die Anforderungen von Großanwendern noch besser bedienen zu können.





**EPC** – Elektronischer Produkt-Code  
**RFID** – Radiofrequenztechnik für Identifikationszwecke

„Wachsenden Kundenanforderungen und einem stärkeren Interesse an den wirtschaftlichen Optimierungsmöglichkeiten mit EPC und RFID begegnen wir mit einer noch höheren Kundenorientierung und einem maßgeschneiderten Portfolio. Damit gestalten wir die branchenübergreifende Umsetzung unserer EPC-Standards.“

**Osman al Šaqayq**  
Bereichsleiter EPC/RFID Solutions

## EPC/RFID Solutions – Mit EPC Prozesse vernetzen

**Seit seiner Gründung im November 2005 hat sich der Bereich EPC/RFID Solutions personell und strukturell konsequent weiter entwickelt, um EPC und RFID in Theorie und Praxis nach vorne zu bringen. Die Abteilung setzt sich aus vier Organisations-einheiten zusammen: dem Projektmanagement, dem Produktmanagement, dem Vertrieb und der Kommunikation sowie dem Team für das geplante European EPC Competence Center.**

Mit dieser Ausrichtung ist der Bereich EPC/RFID Solutions exzellent aufgestellt, um das Geschäftsfeld EPC schlagkräftig zu

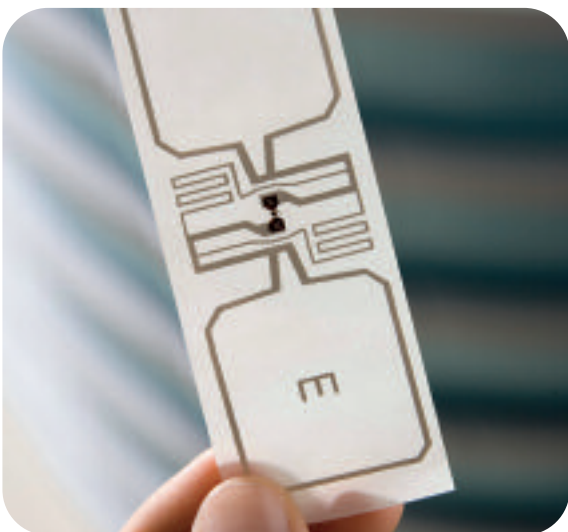
entwickeln. Zwei Ziele stehen im Vordergrund: zum einen breite Akzeptanz für die Lösungen von GS1 Germany und EPCglobal zu schaffen und einen Anstoß für die Entwicklung und die Etablierung marktgerechter Lösungen zu geben. Zum anderen neue Mitglieder für die EPCglobal Community zu gewinnen und neue Branchen über die Konsumgüterindustrie hinaus zu erschließen. Zahlreiche Mitgliedschaften deutscher Unternehmen aus der Bekleidungsbranche belegen den Erfolg; 2007 sollen weitere Branchen folgen.

Um dies zu erreichen, wurde ein Leistungsangebot entwickelt, das die Verbreitung der EPCglobal-Standards sicherstellt und Unternehmen bei der Einführung von EPC/RFID unterstützt. Das Produktmanagement brachte 2006 mit dem EPC/RFID-Kompendium und dem EPC-Showcase wichtige Implementierungshilfen auf den Weg. Diese erleichtern, ebenso wie die verschiedenen publizierten Einsatzempfehlungen, etwa zum Transportetikett, die Einführung von EPC/RFID.

Im Projektmanagement wurden Vorbereitungen zur Gründung des European EPC Competence Centers getroffen. Es wird künftig zur aktiven Unterstützung der Implementierung im Markt eingesetzt. Darüber hinaus engagiert

sich GS1 Germany seit letztem Jahr bei BRIDGE, einem Förderprojekt der Europäischen Kommission zur Einführung von EPC/RFID in Europa.

Dank einer erfolgreichen Vertriebs- und Kommunikationsstrategie wächst die EPCglobal Community stetig sowohl national als auch international. In Deutschland wurden 2006 bereits verschiedene Roll-out-Aktionen vorbereitet, die 2007 von uns umgesetzt werden und zu einem weiteren Anstieg der Mitgliederzahlen führen werden.



## GS1 Germany – ein starker Partner bei der EPC/RFID-Implementierung

Netzwerken – das ist das Zauberwort bei GS1 Germany und ganz besonders beim Produktmanagement von EPC/RFID Solutions. Ein erster Arbeitsschwerpunkt ist daher die Leitung von Arbeitsgremien, in denen Vertreter von Anwenderunternehmen und IT-Dienstleistern regelmäßig die weitere Entwicklung der Standards diskutieren und wichtige Weichenstellungen für den Einsatz von EPC und RFID treffen. 2006 hat sich die EPCglobal-Luftschnittstellenbeschreibung UHF Gen2 durchgesetzt. Von der Internationalen Standardisierungsorganisation ISO ist sie als Norm übernommen worden. Damit ist der Weg für den effizienten Einsatz des Elektronischen Produkt-Codes frei, denn Gen2-Transponder gehören zu den leistungsfähigsten RFID-Tags, die der Markt derzeit bietet. Die darauf aufbauenden Anforderungen der Anwender sind in eine Einsatzempfehlung zur Gestaltung von Transportetiketten, in Mindestanforderungen an RFID-Gabelstapler und weitere Managementinformationen eingeflossen. Diese stehen wiederum interessierten Unternehmen und RFID-Fachleuten bei der Implementierung hilfreich zur Verfügung.

### Einheitliche Transportetiketten

Schnell und reibungslos wollen Unternehmen die EPC/RFID-Technologie in logistischen Prozessen einsetzen. Gemeinsam mit Anwendern und Dienstleistern hat GS1 Germany daher 2006 eine Anwendungsempfehlung zu EPC/RFID-Transportetiketten erarbeitet. Im Mittelpunkt stand dabei die Frage: Wie können wir ein einheitliches EPC/RFID-Transportetikett inklusive Datensicherungsfunktion (Backup) gestalten und einsetzen?

Die Anwendungsempfehlung von GS1 Germany definiert die einzelnen Elemente des Transportetiketts. Dabei weicht sie so wenig wie möglich von bestehenden Strichcodeempfehlungen ab. Das Etikett hilft Unternehmen, das neue Identifikationssystem einzuführen, und ermöglicht beste Leseleistungen. Es verringert den Abstimmungsaufwand zwischen Geschäftspartnern in Pilotprojekten und Roll-outs erheblich.

### Mindestanforderungen an RFID-fähige Gabelstapler

Derzeit bietet kein Staplerhersteller vorkonfigurierte Komplettlösungen an. Interessierte Unternehmen müssen eigene Lösungen für die Installation der RFID-Technologie finden, die in der Regel teuer, zeitaufwendig und nicht standardisiert sind. Eine Arbeitsgruppe bei GS1 Germany definierte zunächst Mindestanforderungen an RFID-Systeme auf Gabelstaplern aus Prozesssicht. Diese sollen Herstellern von Staplern und RFID-Systemkomponenten als Richtschnur für künftige Produktentwicklungen dienen.

In den Mindestanforderungen wird gezeigt, wie sich mit EPC/RFID beim Betrieb von Flurförderzeugen Zeit und Geld sparen lässt: An Flurförderzeugen installierte RFID-Lesegeräte können Transponder am Transportgut, an Lagerplätzen oder entlang der Fahrtstrecke auslesen. Paletten mit Transponder können automatisch am Wareneingang erfasst oder Lagerplätzen zugeordnet werden. Ein weiterer Vorteil beim Einsatz der EPC/RFID-Technologie an Gefahrenstellen oder bei Gefahrgut: Die Staplergeschwindigkeit reduziert sich automatisch. Auch Einbahnstraßen oder Verbotszonen für Gabelstapler lassen sich leichter einhalten.



## Unternehmensbedürfnisse ernst genommen

Mit dem Ziel, die branchenübergreifenden internationalen EPCglobal-Standards zu verbreiten, geht das Produktmanagement seinen zweiten Aufgabenschwerpunkt an: neue Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und zur Marktreife zu bringen. Ob EPC/RFID-Kompendium, RFID-Kalkulator oder EPC-Showcase – die Entwicklungen von GS1 Germany begleiten Unternehmen zuverlässig bei der Implementierung von EPC/RFID und helfen ihnen, ihre Prozesse effektiv und kostengünstig zu gestalten.



Das EPC/RFID-Kompendium ist eine einzigartige Orientierungshilfe und wendet sich an EPC/RFID-Einsteiger und Experten gleichermaßen. Neben einer Einführung in die Technik und einer genauen Beschreibung der EPCglobal-Standards, enthält es auch eine Auswahl an Prozessempfehlungen für Industrie, Handel, Logistik und IT. Interessant für Unternehmen ist das darin enthaltene Modell zur stufenweisen Einführung von EPC/RFID. Seit September 2006 ist das Kompendium auch in englischer Sprache verfügbar.

Mit dem RFID-Kalkulator wurde ein Instrument geschaffen, das Unternehmen Antwort auf die Frage gibt, ab wann sich der Einsatz von EPC/RFID auszahlt. Das modular aufgebaute Rechenmodell ermöglicht eine unternehmensindividuelle Kosten-Nutzen-Analyse. Sogar die komplette Lieferkette lässt sich abbilden – vom Verpackungslieferanten bis hin zur Handelsfiliale. Der Checklistencharakter unterstützt den Nutzer bei seinen Prozessuntersuchungen.

Der Checklistencharakter unterstützt den Nutzer bei seinen Prozessuntersuchungen.

## EPCIS: Die gläserne Supply Chain

Der von GS1 Germany und ORACLE Deutschland gemeinsam entwickelte EPC-Showcase ist ein weiteres Beispiel für die serviceorientierte Produktentwicklung im Bereich EPC/RFID Solutions. Der Showcase dient der praktischen Anschauung der EPCglobal-Systemarchitektur, insbesondere des sogenannten EPC Informationsservice (EPCIS). Wer sich einen schnellen Einblick in die Kommunikationsstrukturen in Verbindung mit dem EPCglobal-Konzept verschaffen will, dem bietet der EPC-Showcase wertvolle Hilfe. Er bildet einen Teil der Wertschöpfungskette ab, wobei die RFID-Technologie den gesamten Produktions- und Warenverteilprozess steuert. Der EPCIS steht dabei im Mittelpunkt.

Mithilfe des EPCIS können Unternehmen alltägliche, aber dennoch wichtige Fragen der Prozesssteuerung schnell und sicher in Echtzeit beantworten. Etwa, wie viele Paletten sich noch im Lager befinden oder welche bereits versendet wurden und wie die Produkthistorie der versandten Produkte aussieht. Der EPCIS speichert ausgelesene Transponderdaten, die mit Zeit, Ort und Geschäftskontext verknüpft sind, sogenannte Ereignisse oder Events. Mit den in EPCIS-Datenverzeichnissen gespeicherten Ereignissen können Anwender eine Vielzahl relevanter unternehmensinterner und unternehmensübergreifender Fragen beantworten. Mike Henn von der Schenker AG sieht zukünftig eine gläserne Supply Chain, die auf der Nutzung des EPCIS basiert. Auch Volker Heidorn von Kraft Foods Deutschland bestätigt die Notwendigkeit eines integrativen Ansatzes:



„Eines der Ziele der RFID-Pilotprojekte bei Kraft Foods: von ‚Slap and Ship‘ zu einer Integration in das EPCglobal-Netzwerk.“

Volker Heidorn, Kraft Foods Deutschland GmbH



## AFF, BRIDGE, EECC und Co. – EPC-Projekte planen und ausführen

Nachdem sich zu Beginn vor allem Unternehmen aus der Konsumgüterindustrie für den Einsatz der RFID-Technologie und des Elektronischen Produkt-Codes (EPC) interessierten, hat GS1 Germany im letzten Jahr auch die Textilbranche von deren Vorteilen überzeugen können. Folglich liegt ein Schwerpunkt des Projektmanagements darin, die EPCglobal-Interessengruppe Apparel, Fashion, Footwear, kurz AFF, aktiv zu unterstützen. Die im September 2006 von EPCglobal gegründete internationale Arbeitsgruppe erhält in der Startphase entscheidende Hilfestellung bei der Durchführung von Diskussionsrunden und der Koordinierung der Inhalte. Dabei werden die Grundlagen für die zukünftigen technischen Standards in der Bekleidungsirtschaft gelegt.

Darüber hinaus gibt es noch ein weiteres Projekt im Bereich Textil: Seit Juli 2006 ist GS1 Germany Partner von BRIDGE („Building Radio Frequency Identification Solutions for the Global Environment“), einem Forschungsprojekt der Europäischen Kommission. Dieses soll die technische Weiterentwicklung der Hard- und Softwarekomponenten auf Basis der EPCglobal-Standards fördern und die Implementierung der RFID-Technologie in der EU unterstützen. GS1 Germany hat dabei die Leitung für ein Pilotprojekt im Bereich Supply Chain Management in der Textilwirtschaft übernommen.

Neben den deutschen Unternehmen Kaufhof Warenhaus AG und der gardeur ag beteiligen sich auch die spanische Warenhauskette El Corte Ingles, die Universität Barcelona und die französische Supermarktkette Carrefour. Gerade die textile Wertschöpfungskette bietet viele RFID-Einsatzmöglichkeiten. Dies kann Thomas Ballweg, Vorstand von gardeur, nur bestätigen: „Wir haben bereits unsere internen logistischen Prozesse durch RFID optimiert. Jetzt wollen wir einen Schritt weitergehen und zusammen mit Kaufhof den unternehmensübergreifenden Einsatz vorantreiben.“

Kaufhof will zusammen mit gardeur in einem Pilotprojekt unter anderem die Regalverfügbarkeit und die Bestände in einer Filiale mit RFID optimieren. Zudem sollen Kunden mehr Informationen zu bestimmten Kleidungsstücken an Terminals abrufen können.

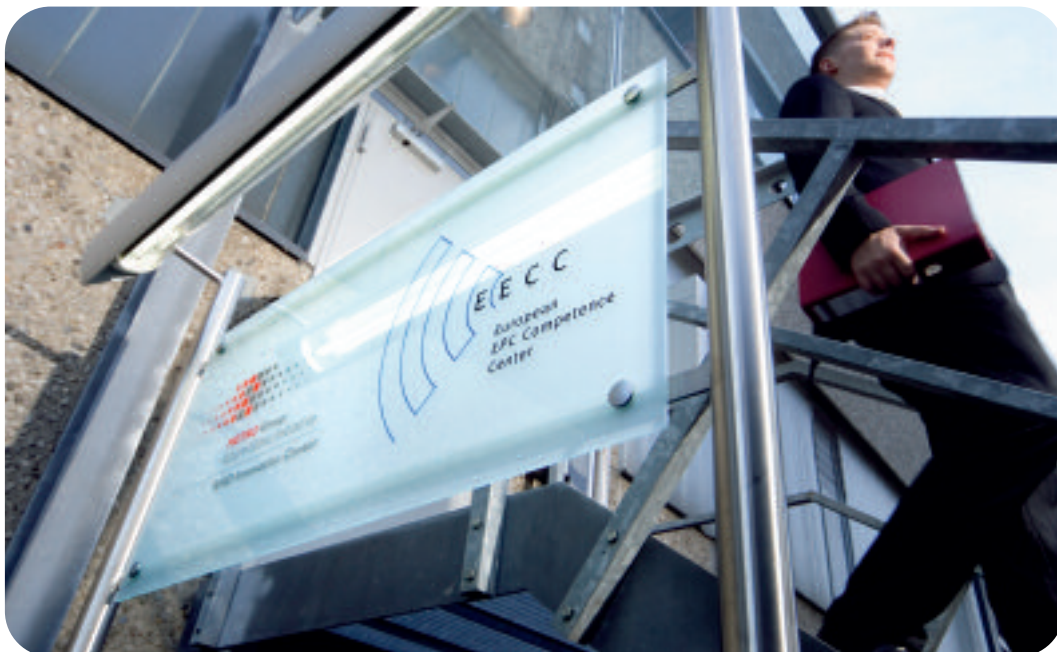


„Wir wollen unseren Kunden mehr Service in unseren Filialen bieten. RFID ist für uns die Technologie, um dies zu ermöglichen.“

Uwe Quiede, BRIDGE-Verantwortlicher und Project Manager, Kaufhof Warenhaus AG

### EPC-Projekte planen und Roll-outs begleiten – Projektmanagement live!

Die Ziele für die weitere Entwicklung des Bereichs EPC/RFID Solutions sind ambitioniert. Während die Bekleidungsirtschaft bereits seit September 2006 an einer einheitlichen Standardisierung arbeitet, wurden Ende 2006 auch die Grundlagen gelegt, um die Automotive-Branche an EPC/RFID heranzuführen: Im Dezember 2006 übergab EPCglobal die Leitung für die Erschließung der Automotive-Industrie an GS1 Germany.



### Unterstützung des Roll-outs durch das European EPC Competence Center

Ein weiterer wichtiger Baustein in der Gesamtstrategie von GS1 Germany zur Verbreitung und Implementierung von EPC/RFID ist das European EPC Competence Center (EECC), dessen Gründung 2006 vorbereitet wurde. Was das Produktmanagement etwa mit seinen Anforderungsempfehlungen an theoretischem Fundament legt, kann das Projektmanagement in der Praxis im EECC umsetzen. Dort können sich RFID-Verantwortliche aus allen Branchen, vom Einsteiger über den Fortgeschrittenen bis hin zum Experten, in deutscher und englischer Sprache praxisnah schulen lassen. Die Test- und Schulungseinrichtung wird außerdem Unternehmen bei der Implementierung dieser Technologie unterstützen und zugleich die Anwendung der EPCglobal-Standards fördern. Dazu wird das EECC ein vielseitiges Dienstleistungsportfolio aus RFID-Messtests anbieten. In drei aufeinander aufbauenden Schulungsmodulen können Unternehmensvertreter Fachwissen aufbauen oder vertiefen. Anerkannte Fachleute geben einen umfassenden Überblick, anhand dessen die Teilnehmer in ihren eigenen Prozessen schnell gute Resultate mit der innovativen Technologie erzielen können. Während das erste Training in die Grundlagen von EPC/RFID einführt, geht es im zweiten um die Einflussfaktoren der erfolgreichen RFID-Einführung. Das dritte Modul „Expertentraining UHF“ richtet sich an Teilnehmer, die bereits mit der Technologie vertraut sind, an Technologieentwickler sowie an Spezialisten, die Unternehmen bei der Einführung von RFID unterstützen.

### Standardisierte Bedingungen für Qualitätstests

Im Testlabor kann der Einsatz von EPC/RFID auf Umverpackungs- und Articlebene sowie im komplexen Umfeld verschiedener Materialien wie Metall oder Flüssigkeiten untersucht werden. Anwender, Technologieanbieter und RFID-Dienstleister aller Branchen erhalten hier die Möglichkeit, die Leistungsfähigkeit von Transpondern testen zu lassen. Getaggte Versand- und Handelseinheiten können ebenso getestet werden wie Fahrzeugteile oder Pharmazeutika.

### Ehrgeizige Ziele

Nach der offiziellen Gründung wird der Vertrieb auf breiter Front erfolgen, um Unternehmen zum einen im Umgang mit EPC und RFID zu schulen. Zum anderen sollen in statischen und dynamischen Tests die Leistungsfähigkeit der in den jeweiligen Warenwirtschaftsprozessen verwendeten Transponder und ihre optimale Platzierung auf der Ware geprüft werden.



## Mitglieder in der deutschen EPCglobal-Community

### Vollmitgliedschaft Anwender:

**Pharma:** Bayer Healthcare / Boehringer Ingelheim (Roxane) // **FMCG:** BRITA / Conditorei Coppenrath & Wiese / Henkel / Lorenz-Bahlsen / Melitta Kaffee / OSRAM / PAPSTAR / W. Pelz / SCA Hygiene Products / Schwartauer Werke / Dr. Lange // **Weiß/Braune Ware:** BSH Bosch und Siemens Hausgeräte // **Handel:** Karstadt / Lekkerland / METRO Group / REWE // **Textil:** Chiemsee / C&A / Esprit Europe Services / Gerry Weber / gardeur / Triumph International / van Laack / Windsor Damen- und Herrenbekleidung // **Automotive:** Gedas / TÜV Rheinland // **Technology:** Advanced PANMOBIL Systems / Dresden Informatik / Fujitsu Siemens Computers / TÜV Rheinland / Wincor Nixdorf International // **Verpackungen:** Anton Debatin Logistische Verpackungen / EKUPAC Kuhn & Partner / Paul Craemer // **Consulting:** GCS / H3Com / Heldele / Huesch & Breidenbach // **Transport/Logistik:** Delicom / DPD / DHL / Schenker // **Forschung:** Bremer Institut für Betriebstechnik (BIBA) / Fachhochschule Regensburg / Fachhochschule Wiesbaden / Fraunhofer IML / Dr. Lange & Co. GmbH / Universität Bayreuth / Universität Freiburg / Universität Würzburg

### Vollmitgliedschaft Technologieanbieter:

Aberle / Atmel / AWEK C-Pos / Bluhm Systeme / Brooks Automation Germany / CRB Vertrieb / certus / Cronon / Dresden Informatik / Deister Electronic / Feig Electronic / Hellmann Meyer & Meyer / Indyon / Infineon Technologies / Klumpp Informatik / Microplex Printware / Miebach Logistik / MUL Services / noFilis / PIRONET NDH / PolyIC / SAP / SATO Deutschland / Schreiner LogiData / Seeburger / SICK Ibeo / Siemens / T-Systems / Weser Vertriebs Service / Winkel / x-ident technology

### Informatrische Mitgliedschaft:

**IT/Technologies:** ADT Sensormatic / Bizerba / Cisco Systems / COSYS Ident / ORACLE / Protec of Denmark / Quio Technologies / Steinbeis-Transferzentrum / Sun Microsystems / WAMAS Holding / RF-it Solutions // **Textil:** BT (Germany) / E. Breuninger / Hennes & Mauritz / Peek & Cloppenburg / s.Oliver / Umlauf & Klein // **FMCG:** Alfred Ritter / Bacardi / Beiersdorf / Birkel Teigwaren / Dalli-Werke / Gillette / GlaxoSmithKline / Harry-Brot / InterCookies / Kao Brands | Guhl Ikebana / Koehler decor / Landgard Blumen & Pflanzen / Maxxium / Meica / Metsä Tissue / Milupa / Sara Lee / Vitakraft / Franz Zentis // **Transport/Logistik:** eCom Logistik / Fiege Deutschland / Maersk Logistics / ProLogis // **Automotive:** DaimlerChrysler / Volkswagen // **Verpackungen:** Kappa Baden // **Forschung:** Universität Dortmund // **Weiß/Braune Ware:** Warner Home Video // **Consult:** Deloitte / BearingPoint / Kurt Salmon Associates / Pleon / RSC Commercial Services / Thimm Consulting // **Handel:** EDEKA / Kaiser's Tengelmann / Kaufland Informationssysteme / Markant / OTTO / Tchibo // **MaFo:** GfK Marketing

### Mitglied der Know-how-Transferinitiative:

**IT:** AIM-Deutschland, Association for Automatic Identification and Mobility / BITKOM, Bundesverband Informationswirtschaft Telekommunikation und neue Medien e.V. / Daten und Competence Center / eco, Verband der deutschen Internetwirtschaft / Gesellschaft für Informatik in der Land-, Forst- und Ernährungsindustrie / VDEB, Verband der EDV-Software- und -Beratungsunternehmen // **DIY:** Bau + Diy e.V. // **FMCG:** BfF, Bundesverband der deutschen Feinkostindustrie / dti, Deutsches Tiefkühlinstitut e.V. / Informationsforum RFID e.V. / Markenverband / Sweets Global Network e.V. / Verband Deutscher Mühlen e.V. // **Logistik:** BME, Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. / BvDP, Bundesverband Deutscher Postdienstleister / DSLV, Deutscher Speditions- und Logistikverband // **Textil:** BTE, Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels / DTB, Dialog Textil Bekleidung // **Handel:** EHI Retail Institute / HDE, Hauptverband des Deutschen Einzelhandels / Presse-Grosso e.V. // **Verpackung:** VDP, Verband deutscher Papierfabriken // **Sonstige:** ZGV, Zentralverband Gewerblicher Verbundgruppen

## Die EPCglobal Community wächst

Das Vertriebs- und Kommunikationsteam nutzte Messen sowie interne und externe Fachkonferenzen, Anzeigenschaltungen in Fachmagazinen und aktive Pressearbeit, um den 2006 erarbeiteten abgestuften Leistungskatalog an potenzielle Kunden zu kommunizieren.

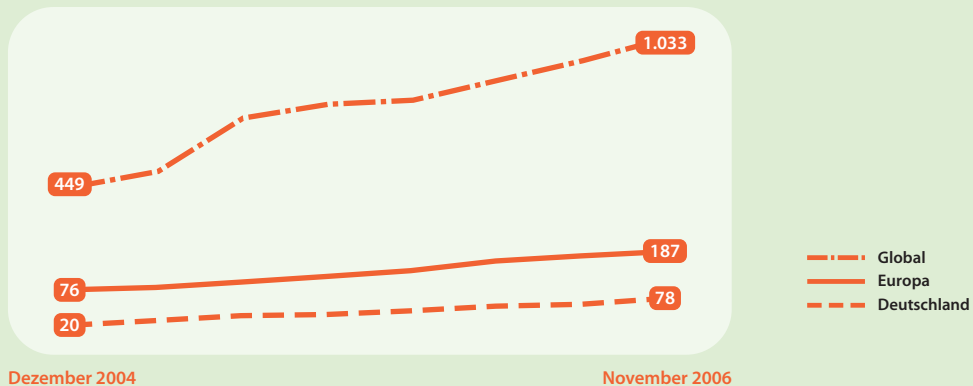
Der Erfolg blieb nicht aus: In Deutschland ist die EPCglobal Community auf rund 170 Unternehmen und Organisationen gewachsen. Das Bemerkenswerte: Die Zahl der Anwender der EPCglobal-Standards stieg wesentlich stärker als die der Technologieanbieter. 22 Anwender und zehn Technologiepartner kamen 2006 hinzu, außerdem weitere 16 informatorische Mitglieder und acht Verbände. Damit hat sich die Zahl der Anwender von EPC-Standards im letzten Jahr fast verdoppelt.

## EPC-Standards für die unterschiedlichsten Branchen attraktiv

Die meisten Neuzugänge verzeichnete GS1 Germany in den Bereichen Handel/FMCG (Fast Moving Consumer Goods), Textil und Wissenschaft. Mit sechs Handelsunternehmen im EPCglobal-Netzwerk steht Deutschland weltweit auf der Poleposition. Neben Karstadt, METRO Group und REWE gehören seit 2006 auch C&A, Kaufland und Lekkerland zu den Mitgliedern. Aber auch in vielen anderen Branchen wie Automotive, Unterhaltungselektronik und IT hat die Entwicklung Fahrt aufgenommen. Neben VW testet jetzt DaimlerChrysler den Electronic Product Code (EPC) zur Optimierung von Prozessen. „Die technologischen Standards von EPCglobal werden die Basis unserer RFID-Aktivitäten bilden“, betont Dr. Roya Ullrich, verantwortliche Projektleiterin bei DaimlerChrysler.

Auch auf internationaler Ebene ist die Tendenz steigend: Die EPCglobal-Community verzeichnete bereits im Herbst 2006 das 1.000. Mitgliedsunternehmen.

### Entwicklung EPCglobal-Vollmitgliedschaften



## Praxisnahe Standards

Damit ging die Strategie von GS1 Germany auf: Unternehmen davon zu überzeugen, dass nur die Praxisnähe der eingesetzten Standards die breite Umsetzung von EPC und RFID sicherstellt. Und Praxisnähe heißt für die Mitglieder: die Arbeitsgruppen von GS1 Germany und international bei EPCglobal aktiv zu nutzen, ihre Branche zu vertreten und ihre Anforderungen an die Standards zu formulieren.

## Verbraucherschutz – Transparenz zeigen

Datensicherheit und Selbstbestimmungsrecht der Verbraucher werden im Zusammenhang mit dem Einsatz der RFID-Technologie zu Recht diskutiert. Thema ist das theoretische Potenzial der RFID-Anwendung – wie

auch das anderer weitverbreiteter Technologien, die bereits eingesetzt werden –, in Kombination mit der Verknüpfung von Unternehmensdatenbanken Erkenntnisse über personenbezogenes Einkaufsverhalten zu gewinnen. Gleichwohl findet eine Erhebung, Verarbeitung und Nutzung dieser Daten im Zusammenhang mit dem RFID-gestützten EPC nicht statt. GS1 Germany nimmt die Diskussion äußerst ernst und bindet sie in die aktuelle Verbraucherschutzdebatte ein.

## Ausblick 2007 – Mit voller Kraft voraus

Angesichts der dynamischen Marktentwicklung und wachsender Mitgliederzahlen wird GS1 Germany seinen Kurs fortsetzen: den Markt systematisch durchdringen, schnell eine kritische Masse erreichen und den Anwendungsnutzen steigern.

Den Schlüssel für weiteres Wachstum sieht GS1 Germany in einem noch flexibleren und differenzierteren Leistungsangebot, das auf die Bedürfnisse der EPCglobal-Kunden abgestimmt ist. Damit will der Geschäftsbereich EPC/RFID Solutions den verschiedenen Pilotprojekten und Roll-out-Aktivitäten gerecht werden, die das Projektmanagement im Auftrag von Unternehmen mit betreut. Zwei große Handelsunternehmen werden die Unterstützung von GS1 Germany bei seinen Roll-outs nutzen.

Für 2007 hat EPCglobal die Veröffentlichung der EPCIS-Standards geplant – eine ausgezeichnete Basis für die Umsetzung von EPCglobal-Komponenten im Zuge der deutschlandweiten Roll-outs. Darüber hinaus wird die Erschließung der Automotive-Branche vorangetrieben und auf Branchentreffs der Kontakt mit den Herstellern gesucht. In Beratungsgesprächen sollen der Nutzen von EPC und RFID sowie die Vorteile des branchenübergreifenden internationalen EPCglobal-Netzwerks herausgestellt werden. Das Ziel von GS1 Germany ist in diesem Zusammenhang auch, dass alle wichtigen Branchen ihre mit Transpondern ausgestatteten Produkte und Teile im European EPC Competence Center testen lassen, damit sich die Technologie schnell auf breiter Front einheitlich durchsetzt. Um Firmen an EPC/RFID heranzuführen und flächendeckende RFID-Roll-outs zu begleiten, wird das Leistungsspektrum des EECC ausgebaut.

Die europäische Perspektive im Blick, setzt GS1 Germany auch im Jahr 2007 auf einen intensiven Dialog mit den zuständigen deutschen Behörden und der Europäischen Kommission. Es ist sehr wichtig, dass sich alle am Markt Beteiligten – Unternehmen, Politik, Wissenschaft und Verbraucher – bewusst sind, dass 2007 die Weichen für den Erfolg von EPC und RFID gestellt werden. GS1 Germany vertritt die Interessen seiner Partner aus Handel, Industrie und Logistik. Bei der Entwicklung und Verbreitung der EPCglobal-Standards ist es daher wichtig, dass die Verbraucher die Technologie akzeptieren und die Datenschutzrichtlinien eingehalten werden.

GS1 Germany wird national und europaweit auch weiterhin alle EPC/RFID-Initiativen unterstützen. Ein besonderes Augenmerk gilt der europaweit angelegten Expertenkonferenz „Towards the Internet of Things“, die im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft Ende Juni 2007 in Berlin stattfindet. GS1 Germany unterstützt die Veranstaltung mit Referenten und ist außerdem maßgeblich an einem Leitfaden für die Politik beteiligt. Die Konferenz soll dazu beitragen, ein harmonisiertes Vorgehen zu Kernfragen auf europäischer Ebene einzuleiten. Im Vorfeld wird mit dem „Policy Outlook RFID“ ein Leitfaden für die EU-Politik innerhalb der Europäischen Union entwickelt. Dieser soll als politische Roadmap zum Thema RFID dienen, auf deren Grundlage das Thema auf europäischer Ebene und insbesondere während der nachfolgenden EU-Ratspräsidentschaften behandelt werden soll.





## ECR – Efficient Consumer Response

**„Wir haben maßgeschneiderte ECR-Lösungen entwickelt, die für mehr Effizienz und Kundenzufriedenheit sorgen. Dabei haben wir stets die Verbraucherwünsche im Blick. Jetzt und in Zukunft.“**

**Heiner von Brachel**

Bereichsleiter ECR-Prozessmanagement



# Effiziente Lösungen – zufriedene Kunden

**Efficient Consumer Response (ECR) steht für eine enge Zusammenarbeit zwischen Hersteller, Händler, Logistik- und IT-Dienstleister mit einem Ziel: dem Konsumenten ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis, qualitativ hochwertige Services und breite Angebotsvielfalt zu bieten.**

gemeinsam mit einer Vielzahl renommierter Unternehmen neue Prozessempfehlungen bzw. passt bestehende an neue Marktgegebenheiten und Anforderungen an.

## Erfolgreich mit ECR

Den Erfolg von ECR belegen die Ergebnisse der aktuellen Studie „The Case for ECR“: Europaweit konnten Unternehmen in den letzten zehn Jahren durch den Einsatz von ECR-Lösungen 3,6 Prozent Kosten sparen. Und potenziell sind weitere 3,3 Prozent Einsparungen möglich. Setzen Unternehmen sämtliche ECR-Methoden vollständig ein, können sie daneben ein Umsatzplus von fünf Prozent erreichen.

Diese Ergebnisse sind Anreiz genug, die bisherige Arbeit mit vollem Engagement fortzusetzen. In 2007 vertieft GS1 Germany daher die in 2006 gestarteten Projekte und setzt die Fachgruppenarbeit konsequent fort. Die Ziele beinhalten unter anderem:

- die Erhöhung der Konsumenten-Nachfrage durch ein einfacheres Category Management,
- die Zufriedenstellung der Kundenwünsche durch eine höhere Verfügbarkeit von Produkten in den Märkten (Optimal Shelf Availability),
- die leichtere Verräumung und Warenpräsentation durch regalgerechtere Umverpackungen (Shelf Ready Packaging),
- den effizienteren Informationsaustausch zwischen Handel und Industrie bei Beauftragung von Kurier-, Express- und Paketdienstleistern sowie beim Austausch von Gefahrgutstoffdaten.

Der Weg zu diesem Ziel führt über die Optimierung des Waren- und Informationsflusses zwischen den beteiligten Unternehmen. So entwickelt GS1 Germany ge-



## Category Management

Konsument, Shopper oder Kunde – wie immer man ihn auch nennen mag, der Mensch steht im Mittelpunkt der Aktivitäten auf der ECR Demand Side. Category Management (CM) als umfassender Geschäftsprozess zielt daher auf die Erhöhung der Umsätze auf der Nachfrageseite durch eine strikte Orientierung am Kunden und dessen Bedürfnissen. Dies gelingt besonders gut, wenn Industrie und Handel mittels Category Management an diesem Ziel gemeinsam arbeiten.

## Category Management leicht gemacht: Die CM Toolbox für Einsteiger

„Machen Sie mir doch mal einen Platzierungsvorschlag!“ So sieht für manch einen Hersteller der Einstieg ins Category Management aus. Und nicht jeder kann mit ruhigem Gewissen antworten: „Kein Problem!“ Auch nach vielen Jahren Category Management in Deutschland gibt es noch einige weiße Flecken auf der Landkarte. Insbesondere viele kleine und mittlere Unternehmen der Konsumgüterbranche lassen sich von diversen Vorurteilen – wie „zu teuer, zu komplex, zu unübersichtlich“ oder „das ist doch nur etwas für die Großen“ – von der Einführung der Prozessstandards auf der Supply und Demand Side abschrecken.

Um dieser Haltung entgegenzuwirken und dem Verbreitungsauftrag gerecht zu werden, hat sich in diesem Jahr innerhalb von GS1 Germany eine neue Fachgruppe gebildet. Sie wird in den kommenden zwei Jahren eine „Werkzeugkiste“ für das Category Management erarbeiten. Namhafte Unternehmen wie Bahlsen, Barilla, Kraft, Karstadt, L'Oréal, Intersnack, Dr. Oetker, Schwartauer und andere engagieren sich, um Firmen, die ins Category Management einsteigen wollen, die ersten Schritte zu erleichtern. Die Werkzeugkiste bietet aber ebenso Hilfe und Unterstützung für neue Mitarbeiter in Unternehmen, in denen CM schon länger etabliert ist.

### Werkzeuge für die Praxis

Bei dieser Toolbox handelt es sich nicht um eine IT-Lösung, die den bewährten Acht-Schritte-Prozess abbildet. Vielmehr will die Fachgruppe für die typischen Fragestellungen, die in Category-Management-Projekten oder -Prozessen entstehen, konkrete und nutzungsorientierte Hilfestellungen anbieten. Diese Werkzeuge wird es zum Beispiel für Themen wie Sortimentsoptimierung, Platzierung, Projektmanagement und Ähnliches geben. Abhängig von den gegebenen Anforderungen und Voraussetzungen bietet die Toolbox in jedem Themengebiet mehrere Werkzeuge auf unterschiedlichen Stufen an. Angedacht ist dabei auch, diese Inhalte und Werkzeuge web-basiert zur Verfügung zu stellen, sodass künftige Nutzer schnell und zielgerichtet die für sie relevanten Informationen suchen und finden können.



Grundlage für diese Werkzeuge werden zum einen die bereits vorhandenen ECR-Best-Practice-Empfehlungen für Category Management sein, wie das „Handbuch ECR Demand Side“ bzw. der „Day-to-Day CM“-Leitfaden. Zum anderen werden die beteiligten Unternehmen Unterlagen, Templates und andere Informationen und Hilfsmittel, die sie selbst nutzen, in die Fachgruppenarbeit einbringen. Diese Vorgehensweise gewährleistet eine hohe Praxisnähe und Aktualität der Werkzeuge.

Vor dem Einsatz der CM-Toolbox zum Einstieg in kooperatives Category Management steht jedoch für viele Unternehmen die Frage nach dem Warum im Raum. Auch Unternehmen, die bereits Category Management einsetzen, müssen laufend Kosten und Nutzen gegeneinander abwägen. Die Fachgruppe CM-Nutzen benennt überzeugende Gründe und Vorteile, die zeigen, wie sehr CM zum Geschäftserfolg beiträgt.

## Category Management: Nutzen unter der Lupe

**Welchen Beitrag Category Management zum Geschäftserfolg leisten kann, verdeutlicht die Arbeit der CM-Fachgruppe bei GS1 Germany.**



Aufgrund des zunehmenden Verdrängungswettbewerbs in allen Branchen stellen immer mehr Unternehmen das Category Management auf den Prüfstand. Die CM-Verantwortlichen sehen sich mit der Frage konfrontiert: In welcher Relation stehen Aufwand und Nutzen von CM? Und in welchem Umfang kann CM im Vergleich zu anderen Unternehmensbereichen, wie zum Beispiel Marketing oder Key Account Management, zum Geschäftserfolg beitragen?

Um den internen und externen Nutzen von Category Management qualitativ und quantitativ zu bewerten, hat GS1 Germany im Mai 2006 eine CM-Fachgruppe ins Leben gerufen. Sie untersucht den Nutzen von CM bezogen auf das einzelne Unternehmen sowie auf die gesamte Wertschöpfungskette zwischen Handel und Industrie. Die Gruppe setzt sich sowohl aus erfahrenen ECR/CM-Fachleuten als auch CM-Newcomern aus großen und kleinen Unternehmen aus Handel und Industrie zusammen.

### Entscheidungshilfe für Unternehmen

Der Erfolg und der Nutzen von Category Management ist insbesondere von der organisatorischen Einbindung von CM in den Unternehmen abhängig. Eine CM-Abteilung, die sich auf „Augenhöhe“ mit dem Vertrieb und Marketing befindet, hat eine höhere Durchsetzungskraft als eine Abteilung, die diesen untergeordnet ist. Eine empirische Studie soll einen Überblick über die organisatorische Einbindung von Category Management in Unternehmen und deren Auswirkungen geben.

Erste Ergebnisse der Fachgruppenarbeit werden ebenfalls auf dem 8. ECR-Tag am 11. und 12. September 2007 in Hamburg vorgestellt.



Wesentliche Voraussetzung für den Nutzen und Erfolg von Category Management ist die Umsetzung am Point of Sale. Und diese funktioniert nur dann, wenn CM als ein Teil der gesamten Wertschöpfungskette gesehen wird. Ohne effiziente Supply-Chain-Prozesse entstehen „Out-of-Stocks“ – die Regale bleiben leer. Diese Thematik wird in der Fachgruppe Optimal Shelf Availability gleichermaßen von Logistik- und Category-Management-Experten diskutiert.

## Optimal Shelf Availability (OSA): Verbraucherwünsche lückenlos erfüllen

### Fehlbestände vermeiden steigert die Zufriedenheit der Kunden.

Eine Situation, die jeder kennt: Das Produkt der Wahl ist ausverkauft. Was nun? Eine andere Marke nehmen? Ein anderes Geschäft aufsuchen? Oder lieber gar nichts kaufen? Mit diesem Schicksal steht kein Verbraucher alleine da, denn in Europa beträgt die durchschnittliche Out-of-Stock-Quote sieben bis zehn Prozent. Was der Kunde als Regallücke wahrnimmt, ist für Handel und Industrie der Verlust baren Geldes. Bei Fehlbeständen gibt es also nur Verlierer: Unzufriedene Kunden auf der einen und Umsatzeinbußen für Handel und Industrie auf der anderen Seite. Unter dem Dach von GS1 Germany setzt sich seit 2003 eine Fachgruppe, in der über 25 Vertreter führender Unternehmen aus Handel und Industrie mitwirken, intensiv mit dieser Thematik auseinander. Wie entstehen die Fehlbestände? Welche Folgen haben sie für Handel und Industrie? Welche Gegenmaßnahmen können die Beteiligten ergreifen? Und mit welchen Methoden lassen sich Fehlbestände messen? Aufbauend auf einer im Jahr 2003 erschienenen ECR Europe-Studie hat die GS1 Germany-Fachgruppe Optimal Shelf Availability Anfang 2006 eine umfangreiche Kaufverhaltensstudie durchgeführt. Im Mittelpunkt der Studie steht die Frage: Wie verhalten sich Verbraucher bei Regallücken und welche Folgen entstehen daraus für den deutschen Markt? Die Ergebnisse machen deutlich: Regallücken schaden Handel und Industrie gleichermaßen. Kaufen Kunden als Reaktion auf die Bestandslücke in derselben Filiale ein Ersatzprodukt, so geben knapp 70 Prozent von ihnen an, mit dem Ersatzkauf zufrieden oder sogar sehr zufrieden zu sein. Für den Hersteller birgt dieses Verhalten die Gefahr, einen bisher loyalen Kunden an die Konkurrenz zu verlieren und nachhaltig Umsatzeinbußen zu erleiden. Der Handel dagegen riskiert insbesondere bei einem wiederholten Out-of-Stock deutliche Umsatzverluste, denn zwei Drittel aller befragten Konsumenten sehen den Handel bei Regallücken klar in der Verantwortung.



Die Ursachen für Regallücken lassen sich auf der gesamten logistischen Kette finden. Die Fachgruppe hat einen umfangreichen Katalog der Ursachen und Maßnahmen entwickelt und gibt Empfehlungen für Kennzahlen, die die Erfolgskontrolle der ergriffenen Maßnahmen sicherstellen. Besonderes Augenmerk wurde in der Fachgruppenarbeit auf den Faktor Mensch gerichtet, der bei entsprechender Motivation und Schulung maßgeblich ist für die Sicherstellung der Regalverfügbarkeit in den Filialen.

Eine weitere Zahl lässt aufhorchen: Während neun Prozent der europäischen Konsumenten bei einer Regallücke auf den Kauf gänzlich verzichten, reagieren in Deutschland 14 Prozent mit Kaufverzicht. Die Regallückenproblematik ist also gerade für den deutschen Markt relevant. Handel und Industrie müssen reagieren.

Konsument reagiert auf fehlenden Artikel	Europa		Deutschland
<b>Kauft eine andere Marke</b>	37 %	↔	44 %
<b>Kauft gleiche Marke woanders</b>	21 %	↔	11 %
<b>Kommt später wieder</b>	17 %	↔	11 %
<b>Kauft andere Größe/Sorte</b>	16 %	↔	17 %
<b>Kauft gar nichts</b>	9 %	↔	14 %

### Studienergebnisse nutzen

Die Ergebnisse dieser Studie sind in die GS1 Germany-Anwendungsempfehlung „Optimal Shelf Availability: Die lückenlose Erfüllung der Verbraucherwünsche“ eingeflossen, die zum 7. ECR-Tag erschienen ist. Interessierte können sie bei GS1 Germany beziehen. Bestärkt durch die bisherigen Arbeitsergebnisse treibt GS1 Germany das Thema Optimal Shelf Availability auch in 2007 weiter aktiv voran und erweitert die Verbreitung der Ergebnisse. Die Arbeit der Fachgruppe OSA hat gezeigt, dass vielerlei Ursachen für Regallücken bestehen, aber ein Großteil auf den letzten 50 Metern in der Filiale entsteht. Ist die Sekundärverpackung beispielsweise schlecht zu identifizieren, schwer zu öffnen und umständlich zu verräumen, bleiben Regallücken länger als nötig bestehen. Mögliche Lösungen bieten regalgerechte Umverpackungen. Unter den Schlagwörtern Shelf Ready Packaging bzw. Retail Ready Packaging werden diese sowohl in Deutschland als auch auf europäischer Ebene heiß diskutiert und waren in 2006 ein Schwerpunktthema für ECR.

## Shelf Ready Packaging (SRP): Wenn Produkte auf die Reise gehen

### Das ECR Europe-Projekt Shelf Ready Packaging entwickelt eine europäische Anwendungsempfehlung für Sekundärverpackungen.

Auf ihrem Weg vom Hersteller ins Regal erleben Produkte bereits eine lange Reise, auf der sie erheblichen Belastungen ausgesetzt sind – beim Transport, bei der Kommissionierung oder im Outlet. Welche Sekundärverpackungen sie auf diesem Weg ins Regal begleiten und schützen, sollte daher wohlüberlegt sein. Hier setzt das Thema Shelf Ready Packaging an. Es gilt, die Produkte in einer vermarktungsgerechten, klar identifizierbaren Verpackungseinheit anzuliefern, die sich leicht ins Regal räumen und gleichzeitig problemlos öffnen lässt.

Bei der Wahl der passenden Sekundärverpackung müssen Hersteller die Anforderungen der gesamten logistischen Kette berücksichtigen, um die Kundenbedürfnisse effizient zu erfüllen. Handel und Industrie stellen an SRP über die Prozessstufen hinweg verschiedene Ansprüche, die zum Teil innerhalb der Unternehmen national und international variieren. Und das bedeutet: Die Hersteller können sie häufig nur mit erheblichem Aufwand erfüllen. Nichtabgestimmte Lösungsansätze ohne die Schaffung eines Mehrwertes erhöhen jedoch in der Regel die Kosten in der gesamten Supply Chain.



## Europäische Initiative

Durch zunehmenden Kostendruck gewinnt SRP national und international immer mehr an Bedeutung. Doch auf europäischer Ebene existieren unterschiedliche nationale Anforderungskataloge. Vor diesem Hintergrund fiel im Februar 2006 der Startschuss für das ECR Europe-Projekt Shelf Ready Packaging. Die Fachgruppe arbeitet daran, die bestehenden Anforderungen zu harmonisieren, und entwickelt auf ECR Europe-Ebene gültige Empfehlungen für SRP.

Insgesamt über 30 Vertreter europäischer Handels- und Industrieunternehmen haben in 2006 unter Mitarbeit von nationalen ECR- Initiativen aus Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Spanien, Schweden, Norwegen, Belgien und Polen eine europäische Anwendungsempfehlung zu Shelf Ready Packaging entwickelt. In Deutschland hat GS1 Germany das Thema als nationale ECR- Plattform begleitet. Und in 2007 steht SRP bei GS1 Germany weiterhin ganz oben auf der Agenda.

Während die Themen Optimal Shelf Availability und Shelf Ready Packaging typischerweise die gesamte Wertschöpfungskette mit der Gesamtheit aller Prozesse im Blick haben, stehen bei der „Integration der KEP-Dienstleister“ und dem „Effizienten Handling von Gefahrgut(stoff)daten“ klassische Supply-Side-Themen im Vordergrund.



## KEP-Dienstleister: Von A bis Z in die Supply Chain integrieren

**Erst wenn Industrie, Handel und KEP-Dienstleister in einem Informationsfluss integriert sind, läuft die logistische Kette reibungslos.**

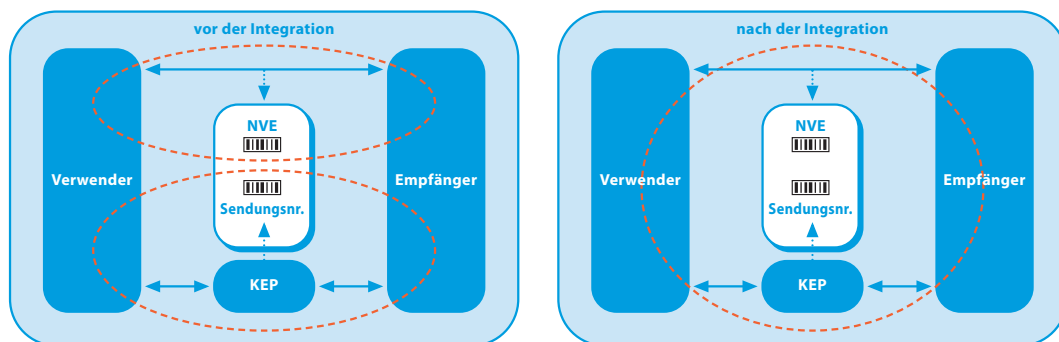
Kurier-Express-Paket-(KEP-)Dienstleister spielen eine immer wichtiger werdende Rolle innerhalb der logistischen Kette. Ein Blick auf die Informationsflüsse zwischen den beteiligten Unternehmen zeigt jedoch Handlungsbedarf auf, damit die Zusammenarbeit zwischen den beteiligten Parteien effizienter gestaltet werden kann.

Eine Folge der mangelnden Integration der Informationsflüsse kann in der Wareneingangszone des Handels beobachtet werden. Dort trifft eine große Anzahl an Paketen ein, die nicht direkt mit den avisierten Lieferinformationen abgeglichen werden können. Insofern ist eine effiziente Kontrolle, Quittierung und Vereinnahmung der Ware unmöglich.

In der Konsumgüterbranche ist ein Packstück mit einer eindeutigen Nummer der Versandeinheit (NVE) gekennzeichnet. Sie hilft Versendern und Empfängern von Packstücken, Lieferinformationen direkt auszutauschen, zum Beispiel im Lieferavis. KEP-Dienstleister identifizieren Packstücke jedoch intern mit einer sogenannten Sendungsnummer. Diese Nummer ist nicht mit der NVE verknüpft, sodass der Empfänger bei der Wareneingangskontrolle keine direkte Verbindung zum Lieferavis herstellen kann. Weitere Auswirkungen: Die Abwicklung des

logistischen Prozesses verlangsamt sich und ein lieferbezogenes Tracking und Tracing kann nicht realisiert werden. Handel, Industrie und KEP-Dienstleister arbeiten erst dann effizient zusammen, wenn die KEP-Dienstleister in einen umfassenden Informationsfluss innerhalb der logistischen Kette integriert sind.

Die folgenden Schaubilder illustrieren die Zusammenhänge:



### Wissen, was der andere meint

Um die Sendungsidentifikation und -verfolgung und damit auch Wareneingangs- und Warenausgangsprozesse zu optimieren, hat GS1 Germany eine Fachgruppe zur Integration der KEP-Dienstleister ins Leben gerufen. An der Fachgruppe nehmen Vertreter aus Handel, Industrie und KEP-Dienstleistern teil.

Nach der Analyse der Ist-Situation und der Identifikation von Problemfeldern in 2006 steht für 2007 die Erstellung von Soll-Prozessen auf dem Programm. Das Hauptaugenmerk richten die Beteiligten dabei auf die Fragen: In welcher Form können Informationen auf Etiketten abgebildet werden? Und wie können alle Beteiligten Lieferinformationen im elektronischen Nachrichtenverkehr austauschen? Auch die Qualität der Daten, zum Beispiel von Adressen, wird die Gruppe prüfen und untersuchen, ob und wie eine Anbindung an Kleinstlieferanten möglich ist.

Die Ergebnisse der Fachgruppe fließen in Form von überarbeiteten und zusätzlichen Szenarien in die Anwendungsempfehlung „Informationsfluss Logistik“ ein.

## Gefahrgutstoffdaten: Achtung, gefährlich!

**Handel und Dienstleister benötigen alle relevanten Informationen über Gefahrstoffe und -güter, um sicher mit ihnen umzugehen.**

Gelagerte Gefahrstoffe (GS) und transportierte Gefahrgüter (GG) im Handel – hinter diesen bedrohlich klingenden Bezeichnungen verbergen sich oft ganz alltägliche Produkte wie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Deodorants oder Haarsprays. Doch auch für solche Gefahrstoffe und -güter gelten spezielle Vorschriften, wie zum Beispiel Zusammenlagerungsverbote und Höchstmengenbegrenzungen. Handelsunternehmen benötigen deshalb neben den Produktstammdaten, wie sie heute im SINFOS Stammdatenpool zur Verfügung stehen, auch die entsprechenden Informationen aus dem Sicherheitsdatenblatt sowie GG- und Transportinformationen in elektronischer Form. Für viele Prozesse sind sie unabdingbar – beispielsweise um Lagerort- und Lagermengen automatisch zu bestimmen, die Produkte zu kommissionieren oder den Arbeitsschutz für die Mitarbeiter sicherzustellen.



Doch unterschiedliche Verantwortlichkeiten, Schnittstellen und Medienbrüche führen dazu, dass zurzeit nicht alle benötigten Informationen den Handel und seine Dienstleister erreichen. So fehlen beispielsweise die Angaben über die Anteile brennbarer Gase und leicht- bzw. hochentzündlicher Flüssigkeiten bei Aerosolen, physikalische Daten wie Flammpunkt, Aggregatzustand und Dichte sowie die zusätzlichen ADR-Informationen (Accord européen relatif au transport international des marchandises dangereuses par route – ein europäisches Übereinkommen über die internationale Beförderung gefährlicher Güter auf der Straße). Außerdem stehen bei den Herstellern die Informationen aus dem Sicherheitsdatenblatt weder elektronisch noch zentral zur Verfügung. Des Weiteren enthält das Sicherheitsdatenblatt nicht alle notwendigen Informationen, wie zum Beispiel zusätzliche Transportanforderungen. All diese Lücken im System führen dazu, dass die Verantwortlichen die Daten umständlich zusammensuchen müssen, um sie für SINFOS bereitzustellen.

### Eine Lösung für alle

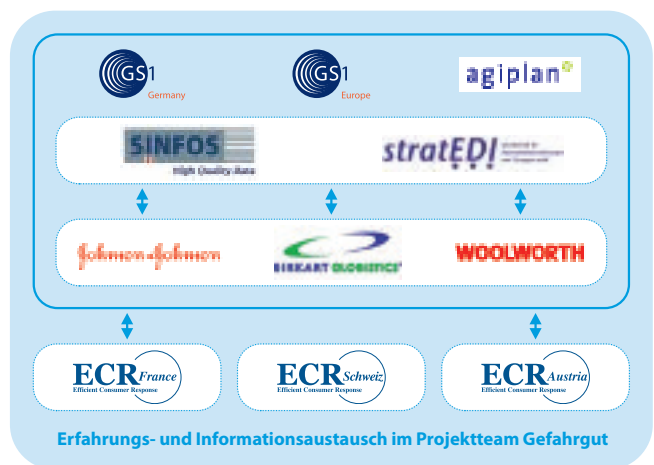
Dass hier Handlungsbedarf besteht, ist offensichtlich. Im Oktober 2005 hat sich deshalb eine Projektgruppe aus GS1 Germany und verschiedenen Unternehmen zusammengefunden. Sie setzt sich dafür ein, dass alle an der Lieferkette Beteiligten verlässlich auf Gefahrgut- und Gefahrstoffdaten zugreifen können. Auf dem 7. ECR-Tag hat die Projektgruppe ihre Ergebnisse vorgestellt. Durch die Projektgruppenarbeit wurde die Grundlage geschaffen, über die EAN eines Artikels sofort alle GG/GS-Informationen verfügbar zu machen und hieraus alle notwendigen Maßnahmen im Bereich der Abwicklung ergreifen zu können. Das ist zum Beispiel dann von Bedeutung, wenn bei einem verunglückten Gefahrguttransport für Mensch und Umwelt Gefahr droht und Einsatzkräfte schnell die richtigen Maßnahmen ergreifen müssen.

Für die Hersteller bedeutet die angestrebte Lösung: Sie müssen die benötigten GG/GS-Daten elektronisch bereithalten und automatisiert aus verschiedenen Quellen konsolidieren können, um sie standardisiert und strukturiert an den Handel zu übertragen. Daher hat die Arbeitsgruppe mit insgesamt 48 Angaben zu GefahrstoffEinstufung, Arbeitssicherheit, Lagerei, Lagermengen, Verpackung und Kommissionierung sowie Transport und Abfall alle notwendigen Informationen definiert, die ein sicheres Handling ermöglichen. Außerdem hat sie die entsprechenden Datenquellen identifiziert. Lagen die von der Projektgruppe empfohlenen Daten im SINFOS Food-/Nonfood-Profil noch nicht vor, hat SINFOS sie umgesetzt und in das neue Major Release eingebunden. Dieses hat SINFOS am 30. September 2006 veröffentlicht. Das Go-Live ist für Ende Juni 2007 geplant.

### Pilotprojekt gestartet

Elektronische Sicherheitsdatenblätter nutzen, Gefahrgutinformationen über ADR elektronisch verfügbar machen und, wo notwendig, die manuelle Erfassung und Klassifizierung erleichtern –, für diese Möglichkeiten hat die Projektgruppe die Grundlagen geschaffen. Außerdem hat die Gruppe GG/GS-Daten spezifiziert, die die Spediteure in den logistischen EANCOM®-Bewegungsnachrichten Transportauftrag (IFTMIN) und Speditions- und Sammelladungsnachricht (IFCSUM) benötigen. Bereits in 2006 haben Unternehmen im Rahmen eines PROZEUS-Pilotprojektes mit der Umsetzung der entwickelten Lösung begonnen.

Als Best-Practice-Ziel verfolgt die Projektgruppe den strukturierten Austausch sämtlicher Artikelstammdaten inklusive GG/GS-Daten aus einer Stammdatenquelle und den Transfer über einen Stammdatenpool zum Handel.





**„Ein Jahr GS1 Consult – von Anfang an haben wir spannende Projekte betreut. Die Zufriedenheit der Kunden bestätigt unsere Arbeit und wir blicken selbstbewusst in die Zukunft.“**

**Thomas Fuchs**

Bereichsleiter Business Solutions & Consult

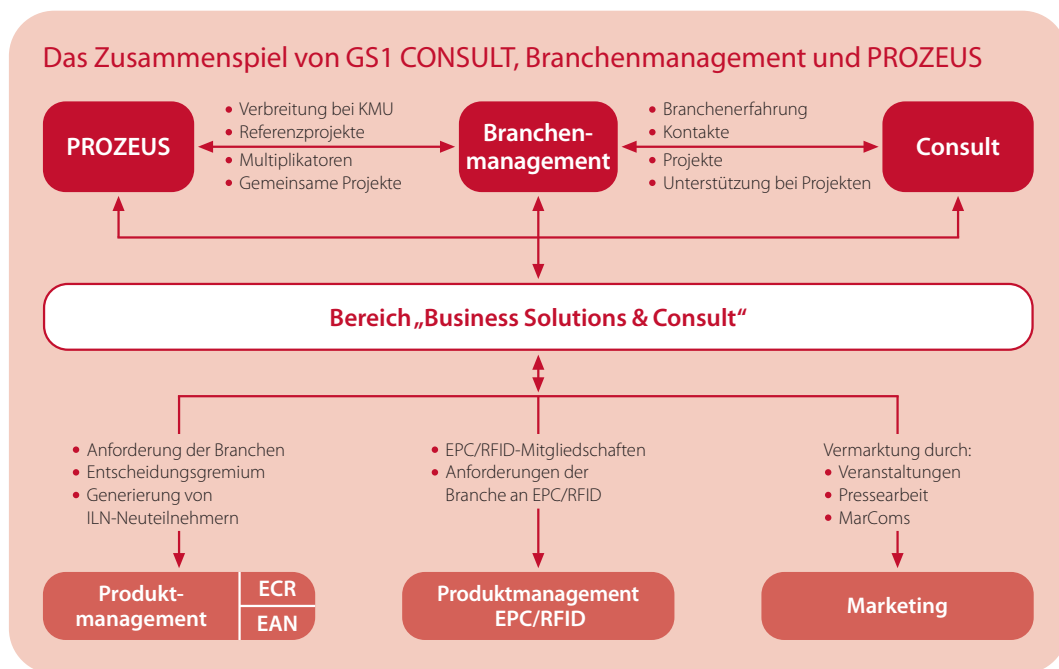
**Business Solutions & Consult**

# Business Solutions & Consult – Kompetenz für Prozessoptimierung

**Business Solutions & Consult berät die unterschiedlichsten Unternehmen bei der Implementierung der GS1-Standards und trägt damit zur nachhaltigen Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit bei.**

Business Solutions & Consult setzt sich aus den Bereichen GS1 Consult, dem Branchenmanagement und PROZEUS

zusammen. Das effiziente Zusammenspiel mit dem Produktmanagement von ECR, EAN und EPC/RFID sowie dem Marketing von GS1 Germany ermöglicht die Entwicklung eines flexiblen und kundenorientierten Beratungsangebotes, das alle Fragestellungen der Wirtschaft im Hinblick auf Standardisierung und Prozessoptimierung abdeckt.



In 2006 hat GS1 Germany das Branchenmanagement erfolgreich in den wichtigsten Key-Branchen etabliert und ausgebaut. Der Bereich Consult konnte schon nach einem Jahr seine Beraterkompetenz bei einer Vielzahl von namhaften Kunden – wie zum Beispiel der Dohle Handelsgruppe oder der Deutschen Bundesbank – unter Beweis stellen. Und – last but not least – geht auch PROZEUS, ein Förderprojekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit für mehr eBusiness im Mittelstand, bis Ende 2008 in die Verlängerung.



## Ausbau im Branchenmanagement

Bei Business Solutions & Consult steht das Branchenmanagement für die Etablierung der GS1-Standards in den Branchen (zum Beispiel Fleisch, Möbel), aber auch der Ausbau als branchenübergreifendes Kompetenzzentrum im Vordergrund. Ziel der Arbeit ist es, die Umsetzung des GS1-Produktportfolios voranzutreiben und den Bekanntheitsgrad von GS1 Germany in den Branchen zu erhöhen. Gleichzeitig wollen die Branchenmanager neue branchenspezifische Lösungen auf Basis der globalen GS1-Standards – mit den Top-Playern der Branche – definieren bzw. vorhandene Lösungen an die Branchen- und Marktbedürfnisse anpassen.

Neben den bestehenden Branchengremien (DIY + Garten, Obst + Gemüse, Logistik-Dienstleisterkreis, Textil, Gesundheit) gelang es GS1 Germany, in 2006 ein neues Gremium mit führenden Unternehmen im Bereich Molkereiprodukte aufzubauen sowie im Rahmen eines umfangreichen Pilotprojektes die Betreuung der Fleischbranche zu initiieren.

## Branchenmanagement Frische: Kontinuierliches Wachstum

**Durch Optimierung der Prozesskette Kosten zu sparen und seine Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen – diese Einsicht hat auch die Frischebranche erreicht. Der hohe Anspruch für das GS1-Branchenmanagement „Frische“ ist ein Beleg dafür.**

Welche speziellen Herausforderungen stellt der Markt an unsere Branche? Und mit welchen Lösungen können wir ihnen begegnen? Diese und andere Fragen diskutieren Handels- und Industrieunternehmen sowie – je nach Themengebiet – Verpackungslieferanten und Logistik-Dienstleister in den Branchengremien bei GS1 Germany. Dabei arbeiten die Gremien an Lösungen, um die unterschiedlichen Kundenanforderungen zu harmonisieren und die Prozesskette branchenspezifisch zu optimieren. Das Branchenmanagement „Frische“ startete in 2004 mit dem Schwerpunkt Obst und Gemüse. Später kamen Blumen und Pflanzen hinzu. In der bereits etablierten Projektgruppe „ECR-Obst und Gemüse, Blumen und Pflanzen“ kommen mittlerweile 45 Unternehmen regelmäßig zusammen. Die Projektgruppe ist in die beiden themenspezifischen Arbeitsgruppen „Obst und Gemüse“ und „Blumen und Pflanzen“ gegliedert.

Ziel dieser Projektarbeit ist die Erarbeitung eines gemeinsamen Anforderungsprofils. In diesem Profil führt die Projektgruppe branchenbezogene Anforderungen hinsichtlich der Identifikation und Kommunikation auf Basis der globalen GS1-Standards auf – in einer für die Anwender verständlichen Sprache. Die Abstimmung auf gemeinsame Anforderungen vereinfacht und beschleunigt nicht nur die Umsetzung, sondern bedeutet auch eine Win-win-Situation.



### Startschuss für Molkereiprodukte

Mitte 2006 startete die Projektgruppe Molkereiprodukte. Denn Gesprächsrunden mit einzelnen Industrie- und Handelsunternehmen haben gezeigt: Die Branche setzt zwar GS1-Standards weitverbreitet ein, doch legen die Unternehmen sie immer wieder unterschiedlich aus. Die Folge: Jeder definiert in der Prozesskette unterschiedliche Anforderungen. Daher hat sich die Projektgruppe das Ziel gesetzt, diese unterschiedlichen Anforderungen zu vereinheitlichen.

Im ersten Schritt haben sich Vertreter aus Handels- und Industrieunternehmen über die Auswirkungen der unterschiedlichen Anforderungen ausgetauscht. Dabei haben sie Fragen diskutiert wie zum Beispiel: Lassen sich die Anforderungen des Handels im Produktionsprozess überhaupt realisieren? Wie viel Aufwand verlangt ihre Vereinheitlichung und steht dieser in einem entsprechenden Verhältnis zum angestrebten Erfolg? Eine besondere Herausforderung liegt im Umgang mit dem Wechsel des Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD) in der Produktion. Die Produktionssteuerung kann nicht so exakt erfolgen, dass der Lieferant dem Wunsch des Handels nach Ganzpaletten mit einem einheitlichen MHD entsprechen kann.

Das Thema „EAN 128-Strichcode auf der Transportverpackung“ stellt eine weitere Herausforderung dar. Der Handel fordert zusätzliche Informationen (wie zum Beispiel das MHD) auf der Transportverpackung in Form des EAN 128, um die Rückverfolgbarkeit des MHD in der Logistik zu ermöglichen. Für die Industrie stellt diese Umsetzung einen erheblichen wirtschaftlichen Aufwand dar.

### ECR-Fleisch startet in 2007 durch

Zum Jahresende 2006 startete im Rahmen eines umfangreichen Pilotprojektes die Betreuung der Fleischbranche. Im Fokus steht die gesetzlich geforderte Rückverfolgbarkeit, die über die gesamte Prozesskette gewährleistet werden muss. Ziel ist eine eindeutige Kennzeichnung der Ware. Nur so kann der Handel über entsprechende Datenbanken den Warenfluss bis zur Quelle zurückverfolgen. Wie kann dies erreicht werden? Welche Informationen müssen in welchem Format wo gespeichert werden? Sind diese Anforderungen auch wirtschaftlich umsetzbar? Welche bestehenden Informationsquellen können genutzt werden? Diese Fragen und noch viele mehr stehen beim Branchenmanagement Fleisch im Fokus.



## Praxisnahe Ergebnisse für die Zukunft

Die branchenbezogenen Projektgruppen bilden für die betroffenen Unternehmen eine ideale Plattform, um sich mit den anderen Prozessbeteiligten abzustimmen. Alle Beteiligten sind sich einig: Nur in der Zusammenarbeit mit Kunden und Wettbewerbern sowie in der einheitlichen Verwendung der GS1-Standards können sie eine effiziente Prozessoptimierung erreichen. Damit wird das Thema ECR jetzt auch in der Branche „Frische“ gelebt.

Für 2007 hat das Branchenmanagement in Zusammenarbeit mit Industrie und Handel eine Vielzahl von Zielen auf dem Programm. Dazu gehören unter anderem die Entwicklung eines einheitlichen und direkten Quellenachweises, eine einheitliche Kennzeichnung von Verbraucher- und Versandeinheiten, die Erhöhung der Strichcodequalität auf über 99 Prozent Lesbarkeit sowie der konsequente Strichcodeeinsatz zur Senkung der Logistikkosten.

## Branchenmanagement DIY + Garten

**Mit dem erfolgreichen Start des Branchengremiums DIY + Garten hat sich GS1 Germany in einer weiteren Branche als Kompetenzzentrum unternehmensübergreifender Prozessoptimierung etabliert.**

Die Branche ist durch ein hohes Angebot an Handelsfläche, sinkende Margen und starken (Verdrängungs-)Wettbewerb gekennzeichnet. Branchenexperten rechnen damit, dass insbesondere im Handel in der Zukunft Konzentrationsprozesse zu erwarten sind. Eine der wichtigsten Herausforderungen in der Prozessabwicklung stellt hierbei die Reduzierung der Rampenkontakte aufseiten des Handels und der große Anteil der Abhollogistik auf Industrie-seite dar. Vor diesem schwierigen Hintergrund wird es für die Unternehmen immer wichtiger, moderne Konzepte des Supply Chain Managements umzusetzen.

Von Beginn an hat das Branchengremium eine sehr hohe Marktdeckung erreicht. Mit zwölf Handels- (davon acht aus den Top Ten) und 20 Industrieunternehmen nutzen die führenden Unternehmen der Branche aus fast allen Produktbereichen die Gelegenheit, mithilfe der GS1-Standards ihre Prozessketten zu optimieren.

Durch die enge Verzahnung mit den Spitzenverbänden (Bundesverband Deutscher Heimwerker, Bau- und Gartenfachmärkte (BHB), Herstellervereinigung BAU + DIY, Industrieverband Garten e.V.) wird eine effiziente Einbindung der gesamten Branche erreicht.



## Umfrage belegt: GS1-Basisstandards sind im Einsatz

Um als gemeinsamen Startpunkt einen Überblick über den Einsatz der GS1-Standards in der Branche zu erhalten, wurde zum Jahresbeginn 2006 eine umfangreiche Umfrage unter den beteiligten Unternehmen durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass die GS1-Basisstandards (ILN, EAN 13, ORDERS, INVOIC) in der Branche bereits eingesetzt werden, jedoch weiterhin noch ein erhebliches Potenzial besteht.

Im Vergleich zu diesen Basisstandards werden die Instrumente zur logistischen (Fein-)Steuerung deutlich weniger eingesetzt. Insbesondere im Handel ist das EAN 128-Etikett einschließlich der Nummer der Versandeinheit (NVE) noch nicht in die logistische Abwicklung integriert. Der Einsatz der NVE ermöglicht eine effiziente logistische Bündelung und damit die Reduzierung der Rampenkontakte.



„Insbesondere auf Basis von Standards lassen sich Reibungsverluste in der Prozesskette effizient beseitigen. Das Branchengremium bei GS1 Germany gibt uns die Chance, die Probleme in den unternehmensübergreifenden Prozessen zu analysieren und auf einer sachlichen Ebene gemeinsame Lösungen für deren Beseitigung zu finden. Auch bei der Umsetzung kann das Branchengremium eine wichtige unterstützende Rolle spielen.“

Peer Pramann, CoChair Industrie, Geschäftsführer GAH Alberts

## 2006: Ein Jahr voller Ergebnisse ...

Engagiert und konsequent haben die Unternehmen bei GS1 Germany an der Umsetzung der vereinbarten Themen gearbeitet und dabei bereits folgende Ergebnisse erzielt:

**Selbstverpflichtung als Voraussetzung:** Die Unternehmen im Branchengremium verstehen sich als Vorreiter der Branche. In einem intensiven Abstimmungsprozess wurde daher der Text für eine Selbstverpflichtung zur Umsetzung der GS1-Standards definiert. Diese wird von allen Mitgliedern unterschrieben und stellt sicher, dass für die gesamte Branche Investitionssicherheit gegeben ist.

**Stammdatenmanagement:** Der SINFOS Datenpool wird als priorisierte Lösung für das Stammdatenmanagement bestätigt. Die in der Vergangenheit vorhandenen Probleme bei der Umsetzung in einigen Unternehmen werden aktiv angegangen. Inzwischen liegt von der Mehrheit der Unternehmen das Commitment zur Umsetzung und Roll-out von SINFOS vor. Inhalte und Aktivitäten werden aktiv von SINFOS betreut.

**Prozessanalyse:** Auf Basis einer umfangreichen Analyse der Bestellprozesse und der logistischen Abwicklung wurden diverse Schwachstellen und darauf aufbauend Optimierungspotenziale definiert. Diese liegen insbesondere in einer stärkeren Ausrichtung der Prozesse bei Handel und Industrie an einer einheitlichen Anwendung der GS1-Standards. Die Erarbeitung einer Empfehlung ist für 2007 vorgesehen. Hierbei soll insbesondere der Einsatz des EAN 128-Transportetiketts näher beschrieben werden.

**Bestandslücken/Optimal Shelf Availability (OSA):** Die Diskussion der bei GS1 Germany erarbeiteten Empfehlung im Branchengremium hat gezeigt, dass die Branche Interesse an der Vertiefung des Themas hat. Anfang 2007 soll in einem Workshop mit Vertretern der bei GS1 Germany bestehenden Projektgruppe Optimal Shelf Availability (OSA) der hier bestehende Handlungsbedarf vertieft werden.



Für die Umsetzung der vereinbarten Lösungen hat das Gremium eine Vielfalt an Maßnahmen entwickelt: So haben die Teilnehmer zum Jahreswechsel 2006/2007 ein gemeinsames Anschreiben verfasst, in dem sie die Unternehmen der Branche zu einer weitergehenden Umsetzung der GS1-Standards aufrufen. Für 2007 sind Veranstaltungen zur Vertiefung der Umsetzung der EDI-Standards und des EAN 128-Transportetiketts geplant. Bereits im Oktober 2006 hat das Gremium mit der ZEUS/hagebau einen ersten Workshop zur Umsetzung von SINFOS und den GS1-Standards durchgeführt.



Auch im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit haben zahlreiche Aktivitäten stattgefunden: Gleich zu Beginn des Jahres zeigte GS1 Germany mit dem Stand auf der Messe Practical World in Köln sein Gesicht in der Branche. Artikel in den zentralen Medien (unter anderem Lebensmittel Zeitung, Branchenzeitschrift DIY, BHB Info) runden das Engagement ab. Wie erfolgreich sich GS1 Germany bereits als Player im Baumarkt-Umfeld etabliert hat, zeigt das große Engagement der Branche im Forum DIY + Garten auf dem 7. ECR Tag und die Gestaltung einer Session zu GS1-Standards und -Prozessen auf dem Internationalen Baumarktkongress.



**„Die fortschreitende Optimierung in der Baumarktlogistik erfordert in Zukunft den verstärkten Einsatz von Standards. Heute ist die Durchdringung nicht ausreichend. Das Branchengremium spielt eine zentrale Rolle bei der Harmonisierung der Interessen von Handel und Industrie. Ich bin überzeugt, dass wir durch die Arbeit des Gremiums gemeinsame Prozessverbesserungen entlang der Wertschöpfungskette erreichen.“**

**Roland Hillen, CoChair Handel, Geschäftsführer OBI Handelslogistik**

### **Neue Herausforderungen in 2007**

Der Erfolg in 2006 macht neugierig auf das Jahr 2007. Im laufenden Jahr konzentriert sich das Gremium auf die Erarbeitung gemeinsamer Lösungen der in 2006 entworfenen Prioritäten. Auch die Einsatzpotenziale von EPC/RFID in der Branche wollen die Teilnehmer diskutieren. Mit Unterstützung der Branchenverbände veranstaltet GS1 Germany die 1. GS1 Nonfood Conference und schließt damit die Lücke zwischen der DIY-Branche und den weiteren Branchen des Nonfood-Bereichs. Die umfangreiche Best-Practice-Veranstaltung bildet eine gemeinsame Informations- und Networking-Plattform für die Leitungs- und Durchführungsebene der gesamten Nonfood-Branche.



## Branchenmanagement Gesundheit: Mehr Patientensicherheit

### GS1-Standards optimieren logistische und administrative Beziehungen im Gesundheitswesen.

Nach Schätzungen der WHO sind weltweit fünf bis zehn Prozent aller pharmazeutischen Produkte gefälscht. Alarmierende Zahlen für Pharmahersteller und Patienten, denn Arzneimittelfälschungen stellen eine lebensbedrohliche Gefahr dar. Die Forderung nach mehr Patientensicherheit wird daher immer lauter.

Mit der Etablierung von GS1-Standards in Unternehmen und Krankenhäusern setzt sich GS1 Germany für mehr Patientensicherheit ein. Denn durch die Optimierung von Prozessen im Gesundheitswesen können die entsprechenden Einrichtungen Kosten einsparen, ohne die Sicherheit der Patienten dabei zu gefährden.

### Lückenloser „Lebenslauf“

So setzen immer mehr Krankenhäuser und Unternehmen Barcodes und Scanner, sogenannte AutoID-Systeme ein, mit denen sie Daten automatisiert erfassen und elektronisch speichern. Auf diese Weise können sie Pharma- und Medizinprodukte entlang der kompletten Versorgungskette lückenlos rückverfolgen und die fünf „Patientenrechte“ erfüllen: dem richtigen Patienten das richtige Produkt in der richtigen Dosis zur richtigen Zeit und am richtigen Ort zur Verfügung zu stellen.

Barcodes tragen nicht nur zur Reduktion von Medikationsfehlern bei – sie zeichnen sich auch durch ihren einfachen und dabei wirtschaftlichen und kosteneffizienten Einsatz aus. Spezielle Datenträger für das Gesundheitswesen, zum Beispiel der durch die ISO-Normung geschützte EAN 128-Strichcode, bieten einen klaren Mehrwert: Deutlich kleiner und platzsparender kennzeichnet die EAN Data Matrix, ebenfalls mit Charge- und Verfallsdaten, Pharmazeutika und Medizinprodukte auf kleinster Fläche.

### Alleskönner EPC/RFID

Großes Potenzial für das Gesundheitswesen sieht GS1 Germany auch bei EPC/RFID im Zusammenhang mit unternehmensübergreifenden Netzwerken und der Nutzung des Elektronischen Produkt-Codes (EPC). Die Funkchiptechnologie kann wesentlich dazu beitragen, Arzneimittelfälschungen effizient zu bekämpfen, Verabreichungsfehler zu vermeiden, lückenlose Herkunftsnachweise auf elektronischer Basis (epedigree) sicherzustellen sowie unternehmensübergreifende Versorgungsketten rückzuverfolgen.



## Mission possible: Globale Standards

Globale Standards im Gesundheitswesen werden immer notwendiger – da sind sich internationale Unternehmen einig. Gemeinsam mit GS1 Germany haben sie eine weltweite Initiative ins Leben gerufen: die erste globale Healthcare User Group. Mit diesem Zusammenschluss wollen führende Hersteller von Arzneimitteln und Medizinprodukten wie zum Beispiel 3M, Baxter, B. Braun, GSK, Johnson & Johnson, Medtronic, Merck, Novartis, Pfizer, Smiths Medical und Tyco unter dem Dach von GS1 globale Standards auf Basis von EAN entwickeln und umsetzen.

## Branchenmanagement Logistik & Transport: Neue Schwerpunkte

2006 hat deutlich gezeigt: Immer mehr Logistik-Dienstleister nutzen GS1-Standards. Eine zunehmende Rolle kommt dabei dem Einsatz von EAN 128-Etiketten zu – wie eine Umfrage im Logistik-Dienstleisterkreis von GS1 Germany zeigt. Demnach setzen bereits 71 Prozent der darin vertretenen Unternehmen – darunter sieben der Top Ten Logistik Dienstleister – auf das EAN 128-Etikett, mit steigender Tendenz. Denn viele Unternehmen, die die Standards noch nicht verwenden, haben sich in einer Beratung bei PROZEUS über den Einsatz des EAN 128-Etiketts informiert.



### Von EAN zu EPC/RFID

Neben der Umsetzung des EAN 128-Etiketts hat sich der Dienstleisterkreis in 2006 vor allem mit der Frage auseinandergesetzt: Welche Potenziale bietet die EPC/RFID-Technologie der Logistikbranche? Mehr als 20 Teilnehmer diskutierten diese Themen gemeinsam auf der ersten Sitzung des Jahres beim Logistik-Dienstleisterkreis bei Fiege im International Distribution Center in Worms.

Außerdem erfreulich ist auch die zunehmende Teilnahme von KEP-Dienstleistern bei GS1 Germany-Gremien. So ist DPD bereits ein Jahr Mitglied im Logistik-Dienstleisterkreis und darüber hinaus konnte im Herbst 2006 eine Projektgruppe „Integration der KEP-Dienstleister“ mit zahlreichen Vertretern aus der Branche gestartet werden. Ziel dabei ist, die Informationsflüsse zwischen Verladern, KEP-Dienstleistern und Empfängern zu harmonisieren. Daneben wurde dieses Jahr in der Anwendungsempfehlung „Efficient Unit Loads“ die Beschreibung des EAN 128-Etiketts überarbeitet, bei der die Logistik-Dienstleister maßgeblich beteiligt waren. Dabei erreichte man die Unterscheidung zwischen einem Warenidentifikations- und einem Versandetikett. Wobei das zweite eine maßgebliche Bedeutung im Routing-Prozess der Logistik-Dienstleister darstellt.

Neben der aktiven Umsetzung der Anwendungsempfehlung in der Praxis soll 2007 auch die Luftfrachtbranche angegangen werden, um auch hier die Transporteure für die GS1-Standards zu sensibilisieren. Dabei stehen aber nicht nur die Transportunternehmen selbst im Fokus, sondern auch die Logistik-Dienstleister. Diese setzen zum Beispiel in der Kontraktlogistik bereits teilweise zu 100 Prozent auf die GS1-Standards. Dagegen haben deren „A&O“-Bereiche diesbezüglich noch erheblichen Nachholbedarf.

## GS1 CONSULT: Kompetente Beratung zur Implementierung von Standards und Prozessen

Innerhalb von Business Solutions & Consult ist GS1 Consult für die 1:1-Beratung bei und in den Unternehmen zuständig. GS1 Consult bietet Unternehmen aller Branchen praxisorientierte Lösungen entlang der Wertschöpfungskette in den Bereichen Auto-ID, EDI und eCommerce, Category Management sowie Supply Chain Management – die Kernkompetenzen von GS1 Germany. In ihrer Arbeit können die Berater auf ein weltweites Netz aus internationalen GS1-Organisationen und Mitgliedsunternehmen zurückgreifen.

Schon im ersten Jahr nach der Gründung berät GS1 Consult zahlreiche Kunden aus der Handels- und Konsumgüterindustrie – von der Analyse bis zur Umsetzung komplexer Lösungen. Zu den Kunden zählen nicht nur die erwarteten kleinen und mittleren Unternehmen, sondern auch Konzerne und Institutionen. Sie alle schätzen das Know-how aus mehr als 30 Jahren GS1 Germany.

### Einwegpfand leicht gemacht

Zu den ersten Kunden von GS1 Consult gehört die Dohle Handelsgruppe, die in Deutschland rund 100 Hit-Märkte betreibt. Die Berater haben das Unternehmen bei der Einführung eines Rücknahmesystems für Einweg-



getränkeverpackungen im Zuge des Einwegpfands unterstützt. Sie haben die Umsetzung aktiv begleitet und bei operativen Problemen beratend zur Seite gestanden. Zunächst erfolgte eine Analyse der Situation in den Märkten, die Fragen beantwortete wie: Wie nehmen Märkte momentan Leergut zurück? Wo sollten die Leergutautomaten stehen? Und welche Getränke sollen im Sortiment bleiben? Auch die Frage der Positionierung gegenüber den Kunden gehörte in diese Analyse, da die Umstellung die Kunden so wenig wie möglich stören sollte, sie aber dennoch mitziehen mussten.

Die Zufriedenheit der Dohle Handelsgruppe mit der Beratung von GS1 Germany zeigt sich auch in einer weiteren Zusammenarbeit: Im Rahmen des Förderpro-

jektes PROZEUS unterstützt das Handelsunternehmen das mittelständische Unternehmen „GetränkeProfi“ bei dem Einstieg ins eCommerce. Auf Basis dieser Ergebnisse sind für 2007 auch noch gemeinsame Lieferanten-Workshops geplant.

### Transparenter Bargeldprozess

Die Deutsche Bundesbank war ein weiterer Kunde, der GS1 Germany um Unterstützung bei der Optimierung seiner Logistikprozesse bat. Zielsetzung war die elektronische Öffnung im baren Zahlungsverkehr. Das Bargeldhandling sollte von manuell auf automatisiert umgestellt werden, um so mehr Transparenz im gesamten Bargeldprozess zu schaffen. Dafür hat die Bundesbank eine Internationale Lokationsnummer (ILN) vom Typ 2 lizenziert und wird in Zukunft jede Schein- und Münzart mit einer EAN versehen. Bei den Scheinen, auf denen das Hauptaugenmerk liegt, unterscheiden die Artikelnummern nicht nur zwischen den Beträgen, sondern auch



noch zwischen „druckfrisch“, „umgelaufen“ und „Falschgeld“. Letzteres ist nötig, weil die Bundesbank eine Geldeinlieferung zum Beispiel von einem Handelsunternehmen überprüft und dann einen elektronischen Statusbericht und eine entsprechende Belastungsanzeige an den Einreicher schickt. Um hier auch Falschgeld abbilden zu können, benötigt man eine eigene Artikelnummer. Außerdem bekommt jede Geldlieferung – sowohl ankommend als auch ausgehend – eine Nummer der Versandeinheit (NVE), anhand derer jedes Safebag und jeder P-Behälter (offizieller Behälter der deutschen Bundesbank als manipulationssicherer Transportbehälter für Banknoten und Wertdokumente zwischen Kreditinstituten und den Landeszentralbanken in Deutschland) einwandfrei identifiziert werden kann.



Um eine Transparenz der Prozesse im Bargeldhandling zu gewährleisten, werden in Zukunft die prozessbegleitenden Informationen elektronisch übermittelt.

Hierfür hat sich die Bundesbank konsequenterweise für den EANCOM®-Standard von GS1 Germany entschieden. Die Berater von GS1 Consult haben für acht Geschäftsteilprozesse Nachrichtenstrukturen auf Deutsch und Englisch dokumentiert. Auf Basis dieser Dokumentationen hat im vierten Quartal 2006 bereits eine Praxiserprobung des Einlieferavises mit einem WebEDI-System in Zusammenarbeit mit einem deutschen Handelshaus stattgefunden.

Und auch danach soll die Zusammenarbeit zwischen der Bundesbank und den Standardisierungsexperten weitergehen. Die Bundesbank hat sich gezielt für GS1 Germany entschieden, da die Standards branchenübergreifend und international etabliert sind – einige Bargeldakteure wie Geschäftsbanken, Handel und Werttransportunternehmen nutzen sie bereits. Durch die Internationalität der Standards ist auch eine europaweite Implementierung in greifbarer Nähe, möglicherweise schon bei Einführung der neuen Euro-Generation.

### Standards im Fokus

Mit den beiden jüngsten Projekten stößt GS1 Consult in den Beratungsbereich jenseits von FMCG (Fast Moving Consumer Goods) und LEH (Lebensmitteleinzelhandel) vor. Ein Textilunternehmen will die Flächenbewirtschaftung im Handel mithilfe des GS1-Standards stemmen. Der Bedarf besteht hier in der genauen Identifikation der Artikel auf der Fläche und dem Informationsfluss an den Lieferanten. Da dieser für die Verfügbarkeit eines Kleidungsstückes verantwortlich ist, muss er möglichst zeitnah und genau wissen, welche Artikel wo verkauft wurden, um dann entsprechend nachzuliefern. Wer das ohne den Einsatz von Standards machen möchte, muss eine regelmäßige manuelle Zahlung der Ware veranlassen. Daher stellt die Nutzung der Standards auch einen Imagegewinn für die Hersteller dar. Es ist also eine strategische Entscheidung des Textilunternehmens, um die Marktposition zu stärken und auszubauen. Nach der bereits abgeschlossenen Ist-Analyse bereiten die Berater jetzt die Definition der zu nutzenden Nachrichten und ihren zunächst testweisen, später flächendeckenden Einsatz vor.

Als zweiter Neuzugang setzt ein großes deutsches Handelsunternehmen aus dem Nonfood-Bereich auf die Kompetenz von GS1 Consult, um sein Category Management auszubauen. Für den Ausbau will man den bekannten ECR-Acht-Schritte-Prozess nutzen, der jedoch spezifisch an die Anforderungen eines Nicht-FMCG-Unternehmens, zum Beispiel Wenig-Schnelldreher, Hochpreissegment, selektive Marken oder auch Bedienungs- & Serviceelemente, angepasst werden muss. Insgesamt soll das zielgruppenspezifische Sortiment für den Kunden attraktiver werden. Einen wesentlichen Beitrag dazu leisten die Standards von GS1 Germany.

## PROZEUS: Starthilfe ins eBusiness

Die dritte und letzte Säule bildet das Förderprojekt PROZEUS (Verbundprojekt der GS1 Germany GmbH und des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH, gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie). Ziel von PROZEUS ist es, Klein- und mittelständische Unternehmen (KMU) an die eBusiness-Standards heranzuführen und bei der Implementierung der GS1-Standards aktiv zu unterstützen.



### Perspektive Mittelstand

**Die Mittelstandsinitiative PROZEUS ist in eine neue Runde gestartet.**

In 2006 hat PROZEUS acht eBusiness-Projekte gefördert, um die sich rund 100 Unternehmen beworben haben. Die ausgewählten Projekte decken ein breites Spektrum an Branchen und Inhalten ab. Im Rahmen der Projekte optimieren die Unternehmen ihre Geschäftsprozesse durch eBusiness-Lösungen und reichen ihre Erfahrung als Best-Practice-Beispiele an andere Klein- und mittelständische Unternehmen weiter. So sind folgende Branchen beteiligt: Bauen – Wohnen – Garten, Getränke, Textil – Sport – Bekleidung, Möbel, Logistik sowie Obst & Gemüse.

Die acht Projekte setzen sich mit verschiedenen Inhalten wie elektronischen Geschäftsnachrichten in standardisierter EANCOM®-Form sowie Stammdatenmanagement für hochvariable Artikel auseinander. Der überwiegende Teil der Unternehmen hat im September seine Projektarbeit aufgenommen und schließt sie im Laufe des Jahres 2007 ab. Begleitende Informationen über sämtliche Projekte stellt GS1 Germany auf der Internetplattform [www.prozeus.de](http://www.prozeus.de) bereit.

#### Fit mit GS1-Standards

Die vitfrisch Gemüse-Vertrieb eG aus Neckarsulm startete als erstes Unternehmen in 2006 ihr eBusiness-Projekt. „Wir wollen durch die Auszeichnung der Waren mit EAN 128-Etiketten eine durchgehende Rückverfolgbarkeit der Warenströme im Gemüsebereich vom Produzenten bis hin zum Handel sicherstellen“, erklärt Matthias Kusterer, Projektleiter bei vitfrisch. „Das Projekt lässt sich auf unzählige ähnlich gelagerte Lebensmittel erzeugende und verarbeitende Unternehmen in Deutschland und Europa übertragen. Für solche Unternehmen sind die Anforderungen an die Rückverfolgbarkeit nahezu identisch. Hinzu kommt, dass im Umgang mit Strichcode, Transportetikett und EAN 128 in der Obst- und Gemüsebranche noch kaum Erfahrung vorhanden ist. Daraus ergibt sich ein hohes Transferpotenzial des Projektes.“

Bevor vitfrisch sich um das Förderprojekt beworben hatte, nutzte das Unternehmen bereits die PROZEUS-Einstiegsberatung von GS1 Germany. Darin vermitteln die Berater EAN-Neulingen, welche Möglichkeiten das Nummernsystem ihnen bietet. „Durch die Beratung wurden uns konkrete Anwendungsbeispiele in unserem Unternehmen aufgezeigt. Nur wer die Logik hinter diesem System versteht, versteht auch dessen Nutzen“, bekräftigt Matthias Kusterer von vitfrisch.



Die PROZEUS-Beratung gab bei vitfrisch den Anstoß, ein eigenes eBusiness-Projekt zu initiieren. Andere Unternehmen, wie Creme 21, setzen das in der GS1-Beratung erworbene Know-how schrittweise in die Praxis um. In insgesamt 60 geförderten, ganztägigen Beratungen rund um eBusiness, EAN, EDI und ECR hat das PROZEUS-Team in diesem Jahr interessierten KMU zur Seite gestanden. Auch im kommenden Jahr bietet GS1 Germany wieder Einstiegsberatungen auf Couponbasis im Rahmen von PROZEUS an.



**„Insgesamt hat die Einstiegsberatung viel für unser Verständnis der Grundlagen und der relevanten Einsatzgebiete gebracht. Durch den ausgeprägten Praxisbezug und eine bildliche Darstellung der Zusammenhänge konnte der ‚Mythos EDI‘ entzaubert werden. Als erster Schritt wurde die notwendige Hard- und Software angeschafft. In Kürze erfolgt eine praxisnahe Schulung zur Anwendung des neuen IT-Systems.“**

**Antje Stickel, Geschäftsführerin Creme 21**

### **Pilotprojekte 2007**

Die Qualitätssicherung in der Handels- und Konsumgüterindustrie steht vor immer neuen Herausforderungen, wie zum Beispiel das Thema Gammelfleisch gezeigt hat. Mit neuen Pilotprojekten macht es sich PROZEUS im kommenden Jahr zur Aufgabe, an Lösungen für derartige Problemstellungen zu arbeiten. Das bereits gestartete Pilotprojekt zur Rückverfolgbarkeit von Fleisch zeigt kleinen und mittleren Unternehmen, wie sie sich mit GS1-Standards absichern und die Lieferkette transparent halten können. Grundsätzliche Lösungsansätze erarbeitet GS1 Germany mit seinen PROZEUS-Projektpartnern auch zu den Themen Austausch von Gefahrgutinformationen, EPC/RFID in der Frischelogistik und digitale Signatur.

In Zukunft möchte das PROZEUS-Team seine Arbeit noch stärker auf die individuellen Bedürfnisse des Mittelstands zuschneiden. Dafür hat das Team unter anderem den Relaunch der Website geplant. So finden die User seit Januar 2007 auf der PROZEUS-Seite ein neues Angebot: den Online-Quick-Check. Das individuelle Beratungstool filtert aus dem Gesamtangebot von PROZEUS die Informationen und Angebote heraus, die genau auf das anfragende Unternehmen passen – abhängig von Unternehmensgröße, Branche und gewünschten Inhalten.

Dr. Rolf Hochreiter, Ministerialrat im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) / Referatsleiter „Dialog mit gesellschaftlichen Gruppen; IT-Anwendungen“ über PROZEUS:

„Das Projekt PROZEUS stellt einen integralen Baustein der Unterstützungsmaßnahmen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie für kleine und mittlere Unternehmen dar. Es ist deshalb auch im neuen Aktionsprogramm ‚iD 2010 – Informationsgesellschaft Deutschland 2010‘ der Bundesregierung verankert.“

PROZEUS fördert seit Mitte des Jahres 2002 erfolgreich kleine und mittlere Unternehmen, indem es hilft, ihre eBusiness-Fähigkeit weiter auszubauen.

EPC/RFID-Technologie, wie sie in PROZEUS vorbereitet wird, ist bestens geeignet, dem Mittelstand in Deutschland einen Weg in die Zukunft zu bahnen. GS1 Germany ist deshalb für uns ein wichtiger Partner.“





**„Ob bei unseren vielfältigen Veranstaltungen oder in zahlreichen Medienberichten – GS1 Germany hat sich in der Öffentlichkeit als das Kompetenzzentrum für Prozessoptimierung und Standardisierungsfragen etabliert.“**

**Tomas Hauke**

Bereichsleiter Marketing

**Event**

## Erfahrungen austauschen – Verbindungen knüpfen

**In 2006 hat GS1 Germany wieder zu einer Vielzahl von neuen und attraktiven Veranstaltungen eingeladen. Unternehmenslenker und Fachexperten haben in praxisorientierten Vorträgen Themen entlang der gesamten Wertschöpfungskette behandelt.**

München mit rund 1.300 Teilnehmern. Im Mittelpunkt dieses renommierten Branchentreffpunktes stand das Spannungsfeld zwischen Effizienz und totaler Kundenorientierung.

ECR unmittelbar in der praktischen Umsetzung erleben – diese Möglichkeit hat GS1 Germany in Kooperation mit namhaften Unternehmen den Teilnehmern auch auf den ECRlive!-Konferenzen geboten. Das in den Unternehmen stattfindende Veranstaltungsformat stieß auf sehr große Resonanz. Praxisbeispiele rund um das Supply Chain Management diskutierten die Konferenzteilnehmer bei der Woolworth GmbH. Bei dm in Karlsruhe haben die Veranstalter gleich doppelt gepunktet: mit den beiden Themen Optimal Shelf Availability und Promotion Efficiency.

Besonderes Highlight war neben der Verleihung des ECR Awards der 7. ECR-Tag in



## 7. ECR-Tag: Perfekte Win-win-Situation

**1.300 Führungskräfte aus Handel und Industrie diskutierten in München über Wege zu mehr Effizienz und Kundenorientierung.**

In der Konsumentendemokratie komme es darauf an, jeden einzelnen Kundenwunsch zu berücksichtigen und die individuellen Ansprüche der Verbraucher zum Maßstab der Sortimentsstrategie zu machen. Darin waren sich die Referenten

auf dem 7. ECR-Tag einig, der in diesem Jahr unter dem Motto „Konsumentendemokratie – Effizienz und totale Kundenorientierung – die gemeinsame Herausforderung“ stand. Die Konsumenten erwarten ein hochwertiges Angebot und streben angesichts von Reizüberflutung nach Vertrautheit und Geborgenheit. „Simplicity“ heißt das Rezept, das der Hamburger Trendforscher Professor Peter Wippermann als Lösungsansatz entwickelt hat. Dahinter steht die Fähigkeit, dem Verbraucher sowohl Produktvielfalt als auch Überschaubarkeit in der Warenwelt zu bieten. Unternehmen, die ihre Produkte maßgeschneidert auf die Kundenwünsche ausrichten und mit gezielten Serviceangeboten für Orientierung am Point of Sale sorgen, steigern ihre Wertschöpfung und haben eindeutige Vorteile im Wettbewerb. Diese Ansicht vertraten die Wissenschaftler vom Kölner Rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen ebenso wie die Experten von GfK Panel Services in Nürnberg.



### Forum Demand Side: Category Management at it's best

Moderne ECR-Instrumente bringen mehr Tempo, mehr Präzision und Qualität in die Daten- und Warenflüsse entlang der Prozesskette. Davon profitieren Konsumgüterhersteller, Händler und Konsumenten gleichermaßen. Die zahlreichen auf dem ECR-Tag vorgestellten Fallbeispiele belegen, wie weit die unternehmensübergreifende Zusammenarbeit bereits fortgeschritten ist. So macht die gemeinsame Nutzung von Point-of-Sale-Daten (POS-Daten) auf der Basis einheitlicher Standards in Handel und Industrie zunehmend Schule. Die gewonnene Transparenz trägt unter anderem zu einer deutlichen Verbesserung der im Category Management notwendigen Marktanteils- und Sortimentsstrukturanalysen bei.

Ein Beispiel unter vielen: In einem gemeinsamen Projekt, das im Forum Demand Side vorgestellt wurde, haben die Edeka Nordbayern-Sachsen-Thüringen und Kraft Foods Deutschland das Category Management speziell für die Warengruppe Kaffee grundlegend neu ausgerichtet und auf das veränderte Verbraucherverhalten zugeschnitten. Allein durch die veränderte Sortimentsauswahl, die zielgruppengerechte Platzierung und Regalbelegung konnten sie den Warengruppenumsatz um zehn Prozent steigern. Künftig wollen beide Unternehmen auch bei Aktionsfrequenzen und beim Flächenmanagement intensiver zusammenarbeiten.

### Forum Regalverfügbarkeit: Aktuelle Anwendungsempfehlungen

Mangelnde Warenverfügbarkeit ist immer noch eines der größten Ärgernisse für den Konsumenten und kostet Händler und Hersteller viel Geld – in Deutschland belaufen sich die Umsatzeinbußen auf rund eine Milliarde Euro pro Jahr. Auf dem ECR-Tag präsentierte die GS1-Fachgruppe Optimal Shelf Availability (OSA) ein wirkungsvolles Gegenmittel. Drei Jahre lang haben die 20 Mitglieder aus Handel und Industrie an den standardisierten Praxisempfehlungen gearbeitet. Das Ziel: den Unternehmen ein Analysetool zur Ermittlung und Vermeidung von Regallücken an die Hand zu geben. Der Leitfaden beschreibt unter anderem einen vierstufigen POS-Datenmanagementprozess – eine Art Frühwarnsystem gegen Out-of-Stock-Situationen. Die neuen GS1-Anwendungsempfehlungen OSA können bei GS1 Germany unter [www.gs1-germany.de](http://www.gs1-germany.de) bestellt werden.

## Kundenorientierung ist Chefsache

Aktuelle Umfragen haben ermittelt, dass 75 Prozent der Konsumenten vom Einkauf mehr erwarten als nur preiswerte Angebote. Qualität, Kundennähe, Convenience und Wohlbefinden – das sind die Anforderungen, denen Handel und Industrie heute gerecht werden müssen. Über Strategien erfolgreicher Kundenorientierung diskutierten im Rahmen einer hochkarätig besetzten CEO-Runde Heinz Arnold (Unilever), Josef Sanktjohanser (REWE), Dirk Seifert (Quelle), Jean-Paul Rigauddau (Kraft Foods), Jörg Hieber (Hieber's Frische-Center) und Prof. Peter Wippermann (Trendbüro) sowie Jörg Pretzel (GS1 Germany). Die Herausforderung liege darin, den Konsumenten jenseits des Preiswettbewerbs attraktive Angebote zu machen und einen wirklichen Mehrwert zu bieten. Prozesseffizienz und Kundenorientierung seien die zwei Seiten einer Medaille und zugleich die Grundlage, mehr Wertschöpfung für Handel und Industrie zu realisieren. Dabei führe an ECR kein Weg vorbei, so das Fazit der Runde. Efficient Consumer Response – ein Konzept mit wachsender Bedeutung, das im kommenden Jahr noch mehr Teilnehmer anziehen soll.

## Award: ECR gewinnt!

### **GS1 Germany zeichnet zum vierten Mal am Vorabend des ECR-Tages erfolgreiche ECR-Projekte aus.**

Außergewöhnliche Managementleistungen in der Handel- und Konsumgüterindustrie verdienen eine Auszeichnung. Zum vierten Mal hat GS1 Germany daher den ECR-Award an Unternehmen und Entscheider verliehen, die ECR als Selbstverständlichkeit in die Unternehmensstrategie integrieren und über alle Funktionsbereiche hinweg umsetzen. Unternehmenskooperationen, Einzelunternehmen und Unternehmerpersönlichkeit – in diesen drei Kategorien gab es beim Festakt in der Münchner Residenz strahlende Gewinner. Die Verleihung des vierten ECR-Awards hat eine Signalwirkung für die gesamte Branche. Führungskräfte erkennen zunehmend den Wert von ECR und machen es zum festen Bestandteil der Unternehmensstrategie.

### **Unternehmenskooperationen**

Gleich zwei Preise hat GS1 Germany in diesem Jahr in der Kategorie Unternehmenskooperationen verliehen. Die dm-drogerie markt GmbH Co. KG erhielt zusammen mit dem Haarpflegehersteller Kao Brands Europe eine Auszeichnung. Die Jury vergab den Preis für die beispielhafte Zusammenarbeit beider Unternehmen im Customer Relationship Management (CRM). „Die Preisträger verfolgen eine intelligente Trading-up-Strategie mit dem Ziel einer nachhaltigen Umsatz- und Ertragssteigerung und erreichen dabei eine neue Dimension und Qualität in der partnerschaftlichen Zusammenarbeit zwischen Handel und Industrie“, betonte Laudatorin Prof. Dr. Christine Arend-Fuchs.

Über den zweiten ECR-Award für vorbildliche Unternehmenskooperation freute sich die Parfümerie Douglas GmbH gemeinsam mit der L'Oréal Luxusprodukte GmbH und der Thiel FashionLifestyle GmbH & Co. KG. Überzeugt hat die Jury der ganzheitliche Ansatz bei der Optimierung der Supply Chain, der die Handelsunternehmen, Hersteller und Logistik-Dienstleister auf jeder Stufe der Wertschöpfung intensiv vernetzt.



## Einzelunternehmen

Den ECR-Award 2006 in der Kategorie Einzelunternehmen vergab die Jury an die Papstar Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG für ihre herausragenden Leistungen bei der Umsetzung der ganzheitlichen Lösung des ECR-Konzepts. Das mittelständische Unternehmen aus Kall in der Eifel beliefert Verbraucher- und Cash-and-Carry-Märkte mit Einweggeschirr, Verpackungsmitteln, Hygieneprodukten sowie Produkten für den gedeckten Tisch. Aus der Erkenntnis, dass nicht mehr einzelne Unternehmen, sondern ganze Wertschöpfungsketten im Wettbewerb miteinander stehen, hat Papstar frühzeitig sämtliche Prozesse der Nachfrage- und Angebotsseite auf die künftigen Markterfordernisse ausgerichtet und ausgefeilte Logistik- und Servicekonzepte entwickelt. Als Industriepartner der ersten Stunde beteiligte sich Papstar im November 2004 am RFID-Roll-out der METRO Group und hat heute die Technologie vollständig in seine Logistikprozesse integriert. Indem das Unternehmen Bestellungen, Lieferscheine und Rechnungen über den elektronischen Datenaustausch (EDI) abwickelt und den Nachschub automatisch steuert, gelingt es ihm, die Kundenbedürfnisse noch gezielter zu erfüllen und näher an seine Marktpartner heranzurücken. Damit übernimmt Papstar aus Sicht der Jury eine wichtige Vorreiterrolle für den Mittelstand. Scheuen viele mittelständische Unternehmen die Investitionen in einheitliche Identifikations- und Kommunikationsstandards, sogenannte Enabling Technologies, so stellt Papstar mit seinem Engagement eindrucksvoll unter Beweis, dass technologischer Vorsprung bei gleichzeitig erhöhter Marktakzeptanz zu Wertschöpfung und Wettbewerbsvorteilen führt.



## Unternehmerpersönlichkeit

Als Unternehmerpersönlichkeit des Jahres 2006 ehrte GS1 Germany Götz W. Werner, Vorsitzender der Geschäftsführung der dm-drogerie markt GmbH + Co. KG, mit dem ECR-Award 2006. Der bekennende Anthroposoph hat es nach Auffassung der Jury wie kaum ein anderer verstanden, den ECR-Gedanken mit Leben zu füllen, die überwiegend technisch geführte Diskussion auf eine gesellschaftliche Ebene zu heben und so Begeisterung für das Thema ECR zu wecken.

Offenheit gegenüber Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden hat eine lange Tradition bei dm. Die von Unternehmensgründer Werner geprägte dialogische Führung im Unternehmen setzt sich im logistikorientierten Dialog mit Lieferanten und Dienstleistern fort. Heute gilt dm als eines der führenden Unternehmen bei der Umsetzung von ECR. Preis- und Sortimentskompetenz, hochwertiger Kundenservice und geringe Out-of-Stock-Quoten sind das Ergebnis gut aufeinander abgestimmter und transparenter Prozesse entlang der Wertschöpfungskette. „Mit Prof. Dr. Götz Werner zeichnen wir einen im Tietz’schen Sinne echten und dabei echt erfolgreichen Unternehmer aus. Mit Pioniergeist, Geschäftssinn und gesellschaftlichem Engagement hat er der Konsumgüterbranche wesentliche Impulse gegeben“, lobte Reinhold Mesch, Vorsitzender des Aufsichtsrats.

## ECR live! – In 2006 gleich doppelt gepunktet

**Ganz im Sinne der Neuausrichtung hat GS1 Germany 2006 auch beim Veranstaltungskonzept ECR live! neue Wege beschritten: zwei Themen, eine Tagung. Oder anders gesagt: „ECR live! Doppelt punkten: Regallücken vermeiden, Promotions erfolgreich gestalten.“**

Über 135 Gäste aus Handel, Industrie, Dienstleistung und Wissenschaft waren der Einladung von GS1 Germany gefolgt und nahmen am 28. und 29. November 2006 an der Fachtagung teil, die zum ersten Mal in dieser Größe mit zwei parallelen Themenblöcken stattfand. Mit dm-drogerie markt konnte GS1 Germany eines der führenden Unternehmen in der Umsetzung von ECR-Prozessen als Gastgeber gewinnen. Hochkarätige Referenten aus der Praxis gaben den Teilnehmern in zwei Parallelforen umfassende Einblicke in die Themen Optimal Shelf Availability und Promotionmanagement. Neben der Theorie stand auch die Praxis auf dem Programm. In Workshops konnten die Teilnehmer optimale Regalverfügbarkeit und Promotionmanagement live erleben und praktisch umsetzen.

### In die Haut des Kunden schlüpfen

So stand der Workshop zum Thema Promotionmanagement ganz im Zeichen des Kunden: Auf Basis realer Promotions tauchten die Teilnehmer in Kleingruppen gemeinsam in die Wahrnehmung des Kunden ein und ergründeten, wie dieser auf Promotions anspricht, was ihn bewegt – kurzum: was eine Promotion wirklich erfolgreich macht.

Die logistische Kette im Blick – so ließe sich der Besuch der Teilnehmer des Forums Optimal Shelf Availability im dm-Warenverteilzentrum in Waghäusel und der angrenzenden Filiale beschreiben. Die Teilnehmer des Forums Optimal Shelf Availability erhielten bei einer Besichtigung hervorragende Einblicke in die Prozessabläufe bei dm-drogerie markt – angefangen beim Wareneingang über die Kommissionierung bis hin zum Warenausgang und der Präsentation der Produkte in der Filiale. Eindrucksvoll hat dm-drogerie markt den interessierten Teilnehmern demonstriert, worauf es bei der Vermeidung von Regallücken ankommt: Ursachen von Regallücken können entlang der gesamten logistischen Kette entstehen. Indem Unternehmen sämtliche Prozesse und deren Zusammenspiel exzellent beherrschen, können sie das erreichen, worauf es bei ECR ankommt: die Produkte effizienter – und das heißt schneller, besser und zu geringeren Kosten – dorthin bringen, wo sie benötigt werden: zum Konsumenten.



Eine gelungene Mischung aus Theorie und Praxis, Information und Erfahrungsaustausch macht die Fachtagung ECR live! zu einer idealen Plattform für ECR-Anwender – eben doppelt gepunktet auf ganzer Linie. Neben den ECR-Veranstaltungen war EPC/RFID das Top-Thema in 2006.



## EPC/RFID: International und national das Thema 2006

Einen weiteren Schwerpunkt im GS1 Germany-Veranstaltungskalender bildete das Thema EPC/RFID. Mit großem Erfolg fand zum ersten Mal ein internationaler Kongress unter dem Motto „EPC/RFID in Europe“ statt, der bei 640 Teilnehmern aus 44 Ländern großen Anklang fand.

Aber auch die EPCglobal-Mitgliederversammlung in Verbindung mit einer Fachtagung bei VW in Wolfsburg standen ganz im Zeichen der Radiofrequenztechnologie. Eine spezielle Fachtagung unter dem Titel „EPC/RFID live! im Modebusiness“ widmete sich schließlich der Anwendung der neuen Technologie und ihren zukünftigen Trends in der Modebranche.

## RFID/EPCglobal in Europe 2006: Funkerkennung überzeugt

**Erfolgreiche Beispiele, wie Unternehmen RFID-Technologien in ihre Prozesse integrieren, konnten die Teilnehmer des internationalen Kongresses „RFID/EPCglobal in Europe 2006“ kennenlernen.**

Der Einsatz von RFID-Chips in Unternehmensprozessen, mit deren Hilfe jedes einzelne Objekt schnell und fehlerlos über Funk identifiziert wird, ist weiter auf dem Vormarsch. Immer mehr Unternehmen erkennen und nutzen die Vorteile der neuen Technik. Dieses Fazit zogen die Experten des internationalen Kongresses „RFID/EPCglobal in Europe 2006“, der vom 6. bis 8. September 2006 in Düsseldorf stattfand.



Rund 640 Teilnehmer aus 44 Ländern verfolgten die Berichte über die erfolgreiche Implementierung von RFID in die unterschiedlichen Geschäftsabläufe. Für GS1 Germany-Geschäftsführer Jörg Pretzel, der zu der Veranstaltung eingeladen hatte, steht der betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Nutzen von RFID außer Frage: „In den nächsten zwei bis drei Jahren können wir in Europa 40.000 bis 50.000 neue Jobs durch den Einsatz von RFID erwarten.“ Nach Berechnungen der Deutsche Bank Research wächst allein in den EU-15-Ländern der Gesamtmarkt für RFID-Systeme innerhalb der nächsten Jahre auf das Zehnfache – von 400 Millionen Euro im Jahr 2004 auf vier Milliarden Euro im Jahr 2010.

### Neue Chips auf dem Markt

Einen Schub bekommt die Technologie durch die Neuentwicklung leistungsfähigerer Chips. Die sogenannten „Generation 2 Transponder“, die derzeit auf dem Markt sind, erleichtern den Einsatz in schwierigen Umgebungen, wie in der Nähe von Metallen und Flüssigkeiten. Ihre Speicherkapazität hat sich deutlich vergrößert und sie arbeiten schneller und sensibler. So können einige hundert Transponder pro Sekunde ausgelesen werden. Durch einen sogenannten „Kill“-Befehl haben die Anwender außerdem die Möglichkeit, Transponder dieser Generation zu deaktivieren.

Durch die Produktion von ausreichenden Stückzahlen konnte die METRO Group im Juli 2006 ihren RFID-Einsatz deutlich ausweiten. Nicht nur Paletten, auch Artikel kennzeichnet das Handelsunternehmen nun zunehmend

mit RFID-Chips. „Die Zeit der Visionen ist vorbei, RFID wird Realität“, bilanziert Zygmunt Mierdorf, Vorstandsmitglied der METRO Group. Für ein weltweit operierendes Handelsunternehmen wie die METRO Group ist die effiziente Rückverfolgbarkeit von Packstücken ein wesentlicher Kostenfaktor, wie Mierdorf aufzeigte: „Weltweit gehen bei uns im Jahr ein Prozent der Packstücke verloren, das entspricht 30 Millionen Stück bzw. dem Wert von acht Airbus-Maschinen.“ Zygmunt Mierdorf ist sich außerdem sicher, dass die Technik in Zukunft noch wirtschaftlicher wird: „Der Ein-Cent-Transponder wird kommen.“ Diese Prognose scheint keine Illusion zu sein. Noch im Jahr 2001 lagen die Kosten für einen Transponder bei einem Euro – mittlerweile ist der Preis auf fünf bis zehn Cent gefallen.



### Unverzichtbare globale Standards

Für die zunehmende Wirtschaftlichkeit der Funkerkennung sorgen aber nicht nur technische Neuerungen, sondern auch internationale Standards. „Sie sind die wichtigste Voraussetzung für eine reibungslose, effiziente Steuerung der Informations- und Warenströme über Branchen- und Ländergrenzen hinweg“, so Chris Adcock, Präsident von EPCglobal. Standards reduzieren die Komplexität der Systeme innerhalb eines Unternehmens sowie zwischen verschiedenen Unternehmen und geben Sicherheit über die getätigten Investitionen.

### EPC/RFID-Einsatz gegen alle Skepsis

Überall, wo Unternehmen eine Vielzahl von Objekten eindeutig identifizieren müssen, bietet RFID klare Vorteile gegenüber den herkömmlichen Techniken. Dennoch ist in den meisten Unternehmen die Entscheidung, auf funkgestützte Prozesse umzustellen, ein mutiger Schritt über alle Skepsis hinweg gewesen, wie die Referenten berichteten. So die Einführung von RFID bei der Boekhandels Groep Nederland B.V. (BGN). Auch hier mussten die Verantwortlichen Anfangsschwierigkeiten überwinden. Mit 16 großen Buchläden, 26 weiteren Universitätsbuchhandlungen und 240.000 Titeln im Lager ist BGN die größte niederländische Buchhandelskette und die Nummer zwei im nationalen Internetbuchhandel. „Wer den Buchhandel kennt, weiß, dass Bücher ‚wandern‘“, so Matthijs van der Lely, CEO von BGN. Das heißt: Die Position eines Buches im Laden ändert sich häufig, weshalb Mitarbeiter ein bestimmtes Buch auf Nachfrage nicht immer gleich auffinden können. Mit der EPC/RFID-Technik kann BGN dieses Problem lösen. Weitere Vorteile: ein schnellerer Abschluss des Wareneingangs, der ohne Funktechnik nicht vor zehn Uhr morgens möglich ist, und eine reibungslosere Abwicklung sogenannter Remittenden-Titel, die an verschiedene Auslieferungen und Verlage zurückgehen. Aber nicht nur die „Backstage“-Abläufe konnte BGN effizienter gestalten, auch neue Verkaufskonzepte kann das Unternehmen mit RFID realisieren. Ein voller Erfolg sind die sogenannten Self-Serve-Search & Info-Terminals, an denen Kunden selbstständig nach Büchern suchen oder sich über Bestenlisten informieren können. 40 Prozent der Kunden nutzen dieses Angebot und tätigen dadurch mehr ungeplante Käufe als Nichtnutzer dieser computergestützten Anwendungen – so das Ergebnis einer Analyse. BGN setzt in Zukunft noch stärker auf RFID: Bis Ende 2008 will das Unternehmen alle seine Buchhandlungen mit Funktechnik ausstatten.

### Bedenken ernst nehmen

Dr. Jorgo Chatzimarkakis, Mitglied des Europäischen Parlaments, erinnerte die Unternehmensvertreter daran, bei aller Euphorie die Bedenken von Verbraucherorganisationen ernst zu nehmen und ihren Einfluss nicht zu unterschätzen. Die Verbraucherorganisationen sehen in RFID derzeit häufig nur die Technik, die die Rechte des Datenschutzes und der Datensicherheit untergräbt. Um zu einer angemessenen Bewertung der RFID-Technologie zu gelangen und auf nationaler und internationaler Ebene einen Konsens zum Verbraucher- und Datenschutz zu erreichen, hat die EU einen öffentlichen Konsultationsprozess zum Thema eingeleitet. Dr. Jorgo Chatzimarkakis stellte aber auch klar, dass die EU die Verbraucherrechte nicht einschränken werde. Er appellierte daher abschließend an die Unternehmensvertreter, der breiten Öffentlichkeit die Vorteile der Technik zu vermitteln, um so die gesellschaftliche Akzeptanz von RFID voranzutreiben.



## EPC/RFID live: Die Zukunft beginnt jetzt

**Die EPCglobal-Mitgliederversammlung und Fachtagung von GS1 Germany stellten das Technologiepotenzial von EPC/RFID in den Branchen Automotive, Luftfahrt, FMCG und Fashion/Logistics in den Vordergrund.**

Auf große Resonanz stieß die EPCglobal-Mitgliederversammlung von GS1 Germany in der Autostadt Wolfsburg. Rund 80 Teilnehmer folgten am 8. Mai 2006 der Einladung an den Standort von VW, mit dessen Wahl GS1 Germany gezielt auch die Automotive-Branche sowie die Textil- und Luftfahrtindustrie ansprechen wollte. Auf der Agenda der Tagung standen die nationalen und europäischen RFID-Aktivitäten, die Entwicklung in den einzelnen Branchen und der aktuelle Entwicklungsstand der EPCglobal-Spezifikationen. Anschließend gingen die Teilnehmer auf eine abwechslungsreiche Entdeckungsreise in die Welt des Autos.

### Kosten sparen mit EPC/RFID

Am nächsten Tag lockte die Fachtagung EPC/RFID live! sogar über 100 Unternehmensvertreter in die Autostadt in Wolfsburg. Mit Dr. Gerd Wolfram von der METRO Group und Jörg Sandlöhken von der REWE-Group präsentierten zwei Vertreter von Handelsunternehmen Fallbeispiele zu den Themen Datenmanagement und Datenintegration von RFID-Rohdaten. Ihr Fazit: Dank des Gen2-Standards steigen die Leseraten und die damit verbundenen Kosteneinsparungen in der Logistik deutlich. Dr. Frédéric Thiesse, Associate Director des Auto-ID Lab St. Gallen, ging noch einen Schritt weiter: „Der Nutzen von RFID besteht nicht nur in der Beschleunigung von Abläufen. Langfristige Kostenvorteile können nur durch technologiebasierte Prozessinnovation erzielt werden. RFID bildet dafür die Grundlage.“

### Chancen für den Mittelstand

Mehr Erfahrungsaustausch zu EPC/RFID gab es bei den drei Workshops mit den Themen „RFID und Konsumgüter“, „Fashion/Logistics“ und „Automotive/Luftfahrt“. So bezeichneten Gregor Falke vom Einweggeschirr- und Verpackungsmittelhersteller Papstar und Thomas Ballweg vom Bekleidungshersteller gardeur den Einstieg in die RFID-Technologie als Investition in die Zukunft, die sich auch für Klein- und mittelständische Unternehmen lohne. Für den Automobilhersteller Volkswagen zeigte Christoph Pelich, wie die von ihm als „beherrschbar“ eingeschätzte Technologie RFID etwa im Fahrzeug-Finish-Center in der Autostadt erfolgreich zum Einsatz kommt. Ein einheitliches RFID-System schaffe Potenziale, die Herausforderungen lägen noch in Prozessen und Applikationen.

### EPC/RFID „live“

Besonderes Interesse zeigten viele für einen von der ORACLE Deutschland GmbH und GS1 Germany gemeinsam entwickelten Showcase zum EPCglobal-Informationsnetzwerk: Am Computer konnten die Tagungsgäste prüfen, wie ein Produktionsbetrieb und ein Distributionszentrum arbeiten, wenn auf EPCglobal-Systemkomponenten basierende RFID-Technik den gesamten Produktions- und Warenverteilungsprozess steuert.



## EPC/RFID erobert den Laufsteg

**Beim Einsatz der Radiofrequenz-Identifikation setzt die Modebranche klare Trends – das hat die GS1 Germany-Fachtagung „EPC/RFID live! im Modebusiness“ gezeigt.**

Das Modebusiness gehört zu den First Movern, die EPC/RFID auf der Ebene der Verkaufseinheit einsetzen – von der Produktionslogistik über die Distributionslogistik bis hin zu den Prozessen im Verkaufsraum. Um die Vorteile dieser neuen Technologie nutzen zu können, ist nationales und internationales Engagement gefragt. Deshalb hat GS1 Germany in Kooperation mit der Fachzeitschrift TextilWirtschaft und dem Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels e.V. (BTE) die Fachtagung „EPC/RFID live! im Modebusiness“ ins Leben gerufen, die wegweisende Handlungsalternativen aufgezeigt hat.

### Von Praxisbeispielen und Chancen

Moderator Holger Knapp, Verlagsleiter TextilWirtschaft, führte durch ein vielseitiges Programm: von der Umsetzung von RFID bei gardeur und bei lemmys fashion über die Demonstration der Technologie im Verkaufsraum und die Wirtschaftlichkeit von RFID bis zu den Chancen der Radiofrequenz-Identifikation für neue Geschäftsmodelle. Mit dem Vortrag „Die Zukunft hat begonnen – Consumer Benefits auf der Verkaufsfläche“ hat Magister Anton Steininger, Head of Business Solutions bei der Telekom Austria, die Tagung eröffnet. Ihren Abschluss fand sie in einer Podiumsdebatte mit Kurzreferaten zum Thema „Die Bekleidungsbranche packt's an – Vorreiter im Einsatz der neuen Technologie“.

### RFID-Roll-out im Handel

Neben den Praxisbeispielen aus der Industrie haben zwei Handelsunternehmen ihre Projekte vorgestellt: Sowohl bei der Kaufhof Warenhaus AG als auch bei der Karstadt Warenhaus GmbH wird der RFID-Roll-out in 2007 vorangetrieben. Klaus Hamm, Leiter Logistik bei der Kaufhof Warenhaus AG, sprach über die Bedeutung von RFID in der Filiallogistik und kündigte für 2007 die RFID-Steuerung der kompletten HAKA-Abteilung einer Galeria Kaufhof-Filiale an. Karstadt startete jetzt mit einem Test, so Rainer Jilke, Logistikleiter der Karstadt AG. Mit dem Hauptziel, die Ware zu lokalisieren, soll 2007 die Jeans-Abteilung einer Filiale mit der Radiofrequenz-Identifikation ausgestattet und so die Basis für eine Wirtschaftlichkeitsprüfung der Technologie geschaffen werden.

### Gut besucht – positiv bewertet

Mit rund 160 Experten aus Handel und Industrie war die Veranstaltung sehr gut besucht. 34 Prozent der Teilnehmer kamen aus der Industrie und bildeten damit die Mehrheit. Handel und Logistik waren mit jeweils zwölf Prozent vertreten. Wie eine Umfrage zeigte, reisten die Teilnehmer vor allem mit der Erwartung an, neue Unternehmensstrategien kennenzulernen, Kontakte zu knüpfen und aktuelle Herausforderungen zu diskutieren.



## Veranstaltungen 2007: Best Practice entlang der Value Chain

Mit Veranstaltungen zu aktuellen übergreifenden sowie branchenspezifischen Themen unter Beteiligung von Handel, Industrie, Logistik und IT-Dienstleistern setzt GS1 Germany seinen Erfolgskurs weiter fort.

Neben dem Flaggschiff ECR-Tag plant GS1 Germany für 2007 erneut Best Practice Conferences, die sich mit einer eigenen Positionierung in Inhalt und Format deutlich vom ECR-Tag abgrenzen. Darüber hinaus ergänzen Seminare und Workshops das Veranstaltungsprogramm. Sie vermitteln notwendiges Basiswissen, im Vordergrund stehen besonders Umsetzungsaspekte.



Der ECR-Tag steht nach wie vor für eine ganzheitliche Thematik in der Wertschöpfungskette: von der Produktion bis zum Verkauf der Produkte. Ziel ist es, aus der Praxis heraus optimale Umsetzungsbeispiele für bestehende und künftige Lösungen zu erarbeiten und damit den Umsetzungsgrad neuer und bestehender Standards und Prozesse weiter zu forcieren.

### Von der Isar an die Alster

Der 8. ECR-Tag findet am 11. und 12. September 2007 im Congress Center Hamburg statt. Unter dem Motto „Treffpunkt Zukunft – Durch Kooperation zur Innovation“ beleuchtet die Veranstaltung in nordischem Ambiente Zukunftsaspekte von Information und Kommunikation, Angebots- und Konsumentenverhalten sowie veränderte Company Culture und Change Management. Neben namhaften Rednern aus Wissenschaft und Praxis erwartet GS1 Germany rund 1.400 Unternehmensvertreter aus Handel und Konsumgüterindustrie. Mehr als 60 Aussteller werden sich auf einem Marktplatz präsentieren und zukunftsorientierte Themen diskutieren.

### ECR-Award

Mit dem ECR-Award, einer der renommiertesten Auszeichnungen der deutschsprachigen Wirtschaft, zeichnen GS1 Germany und seine Kooperationspartner erneut Unternehmen und Persönlichkeiten aus Handel, Industrie und Dienstleistung für vorbildliches, kooperatives Management aus. Die Bewerbung steht dabei jedem Unternehmen offen. Sicher ist schon jetzt: Die Gewinner werden auch 2007 wieder zu den Vorbildern in der Branche gehören. Der ECR-Award findet am 10. September 2007 in Hamburg statt.

### Best Practice Conferences

Die Best Practice Conferences behandeln Themen detaillierter und zeichnen sich analog zum ECR-Tag durch das einzigartige Know-how der Experten aus, die ihre Best Practices auf dem neutralen Boden von GS1 Germany vorstellen. Diese Konferenzen mit 150 bis 300 Teilnehmern haben einen starken Praxisbezug. Namhafte Referenten, Key Note Speaker, Exkursionen, Marktplätze und Abendveranstaltungen sind Ausdruck des ausgeprägten Netzwerkgedankens dieses Formats.

Im Mittelpunkt der Best-Practice-Konferenzen stehen übergreifende inhaltliche Themen wie zum Beispiel EPC/RFID, Shopper Insights, Zukunftsthemen generell oder auch aktuelle eBusiness-Aspekte.

Darüber hinaus wird sich GS1 Germany verstärkt branchenspezifischen Aspekten widmen. Beispiel dafür ist die erste Nonfood Conference, aber auch EPC/RFID in der Textilbranche wird wieder ein Thema sein.

Außerdem wird es eine verstärkte Kooperation mit dem EHI Retail Institute in Form von mehrtägigen Konferenzen geben. Ein absolutes Highlight dieser Kooperation ist der 13. Logistikkongress im April 2007.

### Seminare und Workshops: Wir machen Sie fit für die Praxis

Abgerundet wird das Veranstaltungsangebot durch praxisnahe Seminare und Workshops rund um die Themen Auto-ID, EDI/eCommerce, Category und Supply Chain Management sowie EPC/RFID. Hier vermitteln die Veranstalter wieder innovative und zukunftsweisende Strategien, Technologien sowie Organisations- und Arbeitsformen – für Einsteiger und Fortgeschrittene.





## Kommunikationsoffensive 2006

### Die Kommunikation von GS1 Germany

Mit dem Ziel, den Bekanntheitsgrad der Marke GS1 Germany und ihrer Inhalte zu steigern, hat das Unternehmen 2006 die Kommunikation intensiviert und zielgerichtet umgesetzt. Unter dem Stichwort „Effizienzoffensive“ hat sich GS1 Germany noch stärker als Kompetenzzentrum und Servicepartner für die Journalisten etabliert und die zentralen Unternehmensthemen in der Öffentlichkeit publik gemacht.

### Effizienzoffensive 2006

GS1 Germany hat in 2006 zu einer Effizienzoffensive für mehr Wettbewerbsfähigkeit und Qualität in Handel und Konsumgüterindustrie aufgerufen. Im Vordergrund stand dabei, die relevante Branchenfachpresse sowie die Meinungsbildnermedien anzusprechen. Zum Auftakt der Effizienzoffensive fand am 5. Juli im Presseclub in Düsseldorf ein Pressegespräch statt. Jörg Pretzel, GS1 Germany, Dr. Heinz Müller, Henkel, und Prof. Helmut Merkel, Karstadt, haben Inhalt und Ziel der Effizienzoffensive erläutert und sich den Fragen der zahlreichen Journalisten gestellt. Vertreten waren unter anderem die Medien Handelsblatt, Wirtschaftswoche und Rheinische Post sowie die Nachrichtenagenturen dpa und Reuters.

Das Thema fand seine Fortführung in der Fachpresse und den GS1 Germany-Medien, auf nationaler und internationaler Ebene. 2007 wird GS1 Germany die Offensive weiterführen. Schließlich sollen bis Ende 2007 im Vergleich zu heute doppelt so viele Unternehmen aus Handel und Industrie ihre Prozesse branchenübergreifend optimieren.

### Mehr Medienresonanz

Sowohl im Bereich der Basisarbeit als auch durch die Pressearbeit, die die nationalen und internationalen Veranstaltungsformate begleitet hat, ist die Medienresonanz im Jahr 2006 signifikant gestiegen. Zahlreiche Pressemitteilungen haben dafür gesorgt, dass vor allem die branchenspezifische Fachpresse GS1 Germany-Themen in die Öffentlichkeit trägt. Aber auch bei den überregionalen Medien spielen diese Themen eine immer größere Rolle. Bestes Beispiel dafür war die CeBIT, bei der GS1 Germany neben den zahlreichen Kontakten zur Fachpresse auch Kontakte zu Redakteuren der Hörfunk- und Fernsehsender aufbauen konnte.



### Veranstaltungen im Fokus

Medial besonders erfolgreich stellten sich 2006 der ECR-Tag und der ECR-Award sowie die internationale RFID/EPCglobal-in-Europe-Konferenz dar. Umso erstaunlicher, als dass die Termine dieser Großevents lediglich drei Wochen auseinanderlagen. Zur EPC/RFID-Veranstaltung haben sich in Düsseldorf weit über 30 Medienvertreter eingefunden, davon zahlreiche Redakteure aus dem europäischen Ausland. An der Pressekonferenz mit Jörg Pretzel, Chairman von GS1 in Europe, und Chris Adcock, Präsident von EPCglobal, nahmen etwa 20 Pressevertreter teil. Die Medienresonanz war überwältigend.

Beim ECR-Tag am 28. und 29. September in München wurden diese Zahlen sogar noch getoppt. So kamen insgesamt 50 Pressevertreter, davon alleine 25 zum Pressegespräch – auf dem Podium waren vertreten: Jörg Pretzel, GS1 Germany, Erich Harsch, dm-drogerie markt, und Reinhold Mesch, GlaxoSmithKline. Zahlreiche Fachartikel aus dem Inland und deutschsprachigen Ausland haben diese erfolgreiche Arbeit abgerundet. Die Berichterstattung spiegelt dabei die Themenqualität des ECR-Tages ebenso wider wie die Position der Branche insgesamt.

### EPC/RFID weiterhin ganz vorne

Das bestimmende Thema in den Medien war, wie auch schon 2005, EPC/RFID. Vor allem die CeBIT und der große Auftritt der METRO Group mit ihren vielen Partnern der Future Store Initiative haben einen wahren Medienrummel verursacht und dem Thema enorme Schubkraft verliehen. In die daraus resultierende Berichterstattung fanden auch vielfach EPCglobal und GS1 Germany Eingang.

### Medienkooperationen

Ein weiterer entscheidender Faktor der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von GS1 Germany waren auch im Jahr 2006 die Medienkooperationen mit zahlreichen überregionalen Medien und Fachmedien. Dieser Bereich wurde nochmals deutlich ausgebaut. Das Ergebnis: eine konstruktive und inhaltlich fokussierte Zusammenarbeit mit allen Beteiligten. Beispielhaft sind hier zu nennen die Sonderbeilage der Financial Times Deutschland zum ECR-Tag sowie der ECR-Schwerpunkt in der Lebensmittel Zeitung.



### GS1 magazin: Note „sehr gut“

Das GS1 magazin feiert seinen zweiten Geburtstag. Anlass für die Macher, ein Fazit des Relaunches zu ziehen. Hervorgegangen aus der „Coorganisation“ präsentiert sich die Kundenbroschüre seit etwa zwei Jahren in einem neuen Erscheinungsbild, das dem Medium einen stärkeren Magazincharakter verleiht. So hat GS1 Germany die Farben dem neuen Corporate Design angepasst, die Bildsprache aktualisiert und die Tonalität überarbeitet.



In der letzten Ausgabe 2006 startete das Redaktionsteam eine Leserbefragung unter den rund 35.000 Abonnenten, um gezielt die Meinung der GS1 Germany-Zielgruppe zu erfragen. Das Ergebnis zeigt deutlich: Das Magazin erfreut sich großer Beliebtheit. Die Mehrheit der Leser verleiht Layout, Bildauswahl, Sprachstil und Themenvielfalt die Note „sehr gut“. Im Durchschnitt lesen die Abonnenten mehr als die Hälfte des Magazins, ehe sie es archivieren oder an Kollegen weiterreichen.

### GS1 Newsletter: Aktuell informiert

Um den Lesern die Wartezeit bis zum jeweils nächsten GS1 magazin zu verkürzen, hat GS1 Germany mit dem GS1 Newsletter eine weitere B2B-Maßnahme eingeführt. Mit aktuellen Themen aus der GS1 Germany-Welt, einem Überblick über die Veranstaltungsvielfalt sowie über die wichtigsten Veröffentlichungen von GS1 Germany hält das Unternehmen Top-Entscheider quer durch alle Branchen auf dem Laufenden. Mit dem kostenlosen HTML-Newsletter erreicht GS1 Germany mehr als 1.000 Abonnenten – Tendenz steigend. Jeden Tag melden sich über die Homepage weitere Interessenten an.

### GS1 Germany online: Den User im Visier

Die Onlinedatenbank ergänzt GS1 Germany noch um einen kostenlosen Service unter [www.gepir.de](http://www.gepir.de). Auf dieser Seite haben die User Zugriff auf die Adressdaten der weltweiten ILN-Teilnehmer. Im Gegensatz zum ILN-Onlineportal können sie die Daten hier jedoch nur einzeln abfragen, es besteht keine Möglichkeit zum Export in eigene Datenbanken. Die Suche kann anhand von Firmenname und Land, ILN oder Internationaler Artikelnummer (EAN) sowie seit Neuestem auch anhand einer Nummer der Versandeinheit (NVE) erfolgen.

Während GS1 Germany im letzten Jahr die Homepage mit einer neuen Struktur und einem neuen Layout weiterentwickelt hat, baute das Onlineteam in diesem Jahr die vielfältigen Serviceangebote auf der Seite aus. Mit den ständig aktualisierten Onlinedatenbanken bietet die Website den Usern einen deutlichen Mehrwert. Interessierte Unternehmen können unkompliziert und schnell eigenes Adressmaterial mit den ILN-Daten von GS1 Germany abgleichen und über Such- und Exportfunktionen die Adressen direkt in die firmeneigene Datenbank übernehmen.

Das frisch überarbeitete GS1 Germany-Glossar garantiert eine einheitliche Begriffsverwendung und vereinfacht gleichzeitig für den User die Suche nach bestimmten Begriffen.

Im Onlineshop erlauben die neuen Downloadmöglichkeiten unter anderem für die Standard-Warenklassifikation, das Auto-ID- sowie das RFID-Kompendium einen noch schnelleren und einfacheren Zugriff auf die benötigten Informationen.

Nicht zuletzt hat GS1 Germany für seine Mitglieder im Lenkungskreis mit dem Extranet einen passwortgeschützten Bereich geschaffen. Wer möchte, kann in einem virtuellen Archiv Inhalte und Informationen zu früheren Meetings abrufen. Gleichzeitig dient der Bereich als Plattform für Diskussionen in Realtime und den Austausch wichtiger Informationen.



## Efficient Consumer Response meets Wissenschaft

### Die Akademische Partnerschaft

Bereits in 2002 hatte die ECR-Initiative Deutschland gemeinsam mit dem Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln (IfH) in Königswinter die Akademische Partnerschaft ECR Deutschland ins Leben gerufen. Wissenschaft und Praxis wollen damit Hand in Hand die Verbreitung von ECR unterstützen.

### Das Netzwerk

Die Akademische Partnerschaft hat sich zum Ziel gesetzt, eine verstärkte Kooperation zwischen Handels-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen einerseits und der Wissenschaft andererseits zu initiieren. Gerade der Know-how-Transfer zwischen diesen Gruppen soll dazu beitragen, neue Forschungsansätze zu finden und Handlungsoptionen aufzudecken. Ein Netzwerk aus mehr als 50 Unternehmen und Hochschulen fördert diesen Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis und steht in der Verantwortung, die Ziele und Vorhaben der Partnerschaft umzusetzen.

### Schwerpunkte 2006

Gerade Entwicklungen aus der Unternehmenspraxis sind der Wissenschaft häufig nicht zugänglich. Umgekehrt finden viele Erkenntnisse aus dem akademischen Bereich keinen Eingang in die Optimierung der Geschäftsabläufe.

Die Akademische Partnerschaft ECR Deutschland, die daher den Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis zum Thema ECR fördert, hat Ende September 2006 im deutschen Fachverlag das Buch „Efficient Consumer Response in der Praxis: Fallstudien zu Projekten, Konzepten und Strategien“ veröffentlicht.



Der Sammelband beinhaltet neun Fallstudien der Akademischen Partnerschaft, die aufzeigen, wie ausgewählte Unternehmen ECR umsetzen. Das Spektrum reicht von der Implementierung des Supply Chain Managements bei Globus über die Umsetzung von Category Management bei Barilla Wasa bis hin zur Durchführung von kooperativen Couponing-Aktionen bei Procter & Gamble.

Die neun Fallstudien sind bestens geeignet, sowohl im Rahmen der akademischen Lehre als auch in der betrieblichen Weiterbildung die Ausbildung jetziger und zukünftiger ECR-Manager zu unterstützen.



## Postersession auf dem ECR-Tag

Beim 7. ECR-Tag in München beteiligte sich die Akademische Partnerschaft unter anderem mit einer Postersession: Wissenschaftler aus Deutschland und der Schweiz haben in diesem Rahmen ihre ECR-Projekte vorgestellt. Ein besonderer Schwerpunkt lag dabei auf Out-of-Stock-Situationen bzw. der Optimal Shelf Availability. Die Postersession bot Gelegenheit, sich über aktuelle Projekte der Wissenschaft zu informieren, mit den Erstellern persönlich in den Austausch zu treten und einen Bezug zu eigenen Vorhaben und Projekten herzustellen.

## Relaunch von [www.ecracademics.de](http://www.ecracademics.de)

Anfang September hat die Akademische Partnerschaft ihre Website grundlegend neu gestaltet. Die neue Seite erleichtert das Einstellen von Inhalten und somit den Informationsaustausch zwischen Wissenschaft und Praxis. Darüber hinaus präsentiert sie sich technisch aktualisiert und noch anwenderfreundlicher.

## Die vier neuen Fallstudien

Die „Neugestaltung des Lademittel-Managements der Migros auf Basis von ASP“ stellen Prof. Dr. Gerhard F. Knolmayer und Dr. Ilias Dedopoulos von der Universität Bern dar. Mit dem Thema „Collaborative Store Ordering – The Missing Link in Retail Distribution: The Schwarzkopf-Rilken and Veropoulos Case“ befasst sich die englischsprachige Fallstudie von Prof. Dr. Herbert Kotzab und Dr. Christoph Teller von der Copenhagen Business School bzw. der Wirtschaftsuniversität Wien. Die „Umsetzung von ECR Supply Side-Konzepten“ zeigt die Fallstudie von Dr. Günter Prockl, Dr. Michael Krupp und Marie Lingemann von der Fraunhofer Arbeitsgruppe für Technologien der Logistik-Dienstleistungswirtschaft ATL in Nürnberg am Beispiel der Unternehmen EDEKA Minden-Hannover und Aeroxon Insect Control. Das Thema „Globales Tracking & Tracing“ behandelt die Fallstudie von Prof. Dr. Andreas Otto und Andreas Donhauser von der Universität Regensburg am Beispiel der Deutschen Woolworth.

## Das jährliche Forum

Die Akademische Partnerschaft hat das Jahr 2006 erfolgreich abgeschlossen. Am 17. November 2006 fand die vierte Jahrestagung der Akademischen Partnerschaft auf dem Campus in Essen statt. Der Titel: „ECR zwischen Wissenschaft und Umsetzung“. Die mit circa 80 Teilnehmern aus Handel, Industrie und dem universitären Umfeld gut besuchte Veranstaltung hat gezeigt: Die Wissenschaft setzt sich immer stärker mit ECR-Themen auseinander.

Über den aktuellen Stand der Akademischen Partnerschaft berichtete Jörg Pretzel, Geschäftsführer von GS1 Germany. Die Initiative bildet eine der intensivsten Kooperationen von Wissenschaft und Praxis im deutschsprachigen Raum. Bedarf an einem weiteren Ausbau des Netzwerks besteht dennoch. Mit neuen Mitgliedern, neuen Ideen und neuen Aktivitäten die Basis der Akademischen Partnerschaft zu verbreitern – dieses Ziel steht auch in 2007 auf der Agenda.

GS1 Germany engagiert sich jedoch nicht nur in der Akademischen Partnerschaft für ECR, sondern auch – durch die Präsenz von Jörg Pretzel im Board of Directors – beim International Commercial Institute.

## Das International Commercial Institute

Am 29. September 2005 wurde das International Commerce Institute – ICI offiziell in Brüssel ins Leben gerufen. Die Gründung dieses Institutes ist die logische Schlussfolgerung der ECR-Entwicklung in den vergangenen zehn Jahren sowie eine Weiterführung der 2004 gestarteten „Shared Learning Initiative“. Die Initiative widmet sich der Verbreitung von Efficient Consumer Response auf nationaler und europäischer Ebene. Die vielfältigen Aktivitäten der Weiterbildungsinitiative werden durch ein siebenköpfiges Board of Directors gesteuert. Alle Mitglieder des Boards of Directors sind seit vielen Jahren in die Themen von ECR Europe und in dessen Weiterbildungsinitiative involviert. Das International Commerce Institute hat sich zum Ziel gesetzt, eine engere Zusammenarbeit aller Beteiligten aus der Konsumgüterbranche (Handel und Industrie) durch den Austausch und die Entwicklung von Best Practices zu erreichen.





**SINFOS**



# SINFOS: Auf zu neuen Ufern

## Internationalisierung und technologischer Wandel – die Schwerpunkte im Jahr 2006

und des technologischen Wandels. Dabei gewann insbesondere die Expansion ins osteuropäische Ausland deutlich an Tempo: Mit mehreren GS1-nahen Organisationen wurden Joint Ventures ins Leben gerufen, so dass künftig in immer mehr Ländern professioneller Stammdatenaustausch über den SINFOS Pool möglich



ist. Parallel wies der Stammdatentool in Deutschland ein solides Wachstum auf. Eine wichtige technologische Umstellung erfolgte zum Jahresende. Der SINFOS Pool wurde auf eine neue Technologie umgestellt und basiert nun auf der Software pirobase PIM des Gesellschafters PIRONET NDH.

## Großauftrag: SINFOS wird Standard in der Bio-Branche

Die dennree GmbH, Marktführer im Bereich Bio-Großhandel, entschloss sich Ende des Jahres, den Austausch von Artikelstammdatens mit ihren rund 560 Lieferanten über den SINFOS Stammdatentool zu realisieren. dennree nutzt bereits die Business Integration Plattform von SINFOS B.I.P. und wickelt künftig den gesamten elektronischen Datenverkehr mit Stamm- und Transaktionsdaten über eine einheitliche Plattform ab. Mit der Entscheidung des Marktführers wird der SINFOS Datenpool zum Standard in der Bio-Branche

## Internationale Expansion: SINFOS startet durch

Im Fokus der Aktivitäten von SINFOS in 2006 stand die weitere Internationalisierung – insbesondere in Osteuropa. Die Expansion verlief dabei sehr erfolgreich: Im Laufe des Jahres entschieden sich Rumänien, Russland, Estland und Polen für die Nutzung von SINFOS als Landes-Datenpool. Damit trägt das intensive Engagement von SINFOS im GS1-Umfeld, unter anderem beim GS1 Global Forum in Brüssel sowie beim GSMP-Event in Barcelona, Früchte.

Im Mai gaben SINFOS und GS1 Romania (CS EAN Ltd.) am Rande der ECR Europe Conference in Stockholm ihre Zusammenarbeit und den Start der Stammdatenservices in Rumänien bekannt. Somit steht Unternehmen in Rumänien über den SINFOS GDSN Connector Service der Zugang zum Global Data Synchronization Network (GDSN) offen. In Folge ist ein Austausch von Stammdatens auch mit internationalen Handelspartnern möglich. Gleichzeitig steigt die wirtschaftliche Attraktivität des Landes für international agierende Handelskonzerne. Für das Wachstum von SINFOS in Osteuropa besaß der Start in Rumänien Signalwirkung.

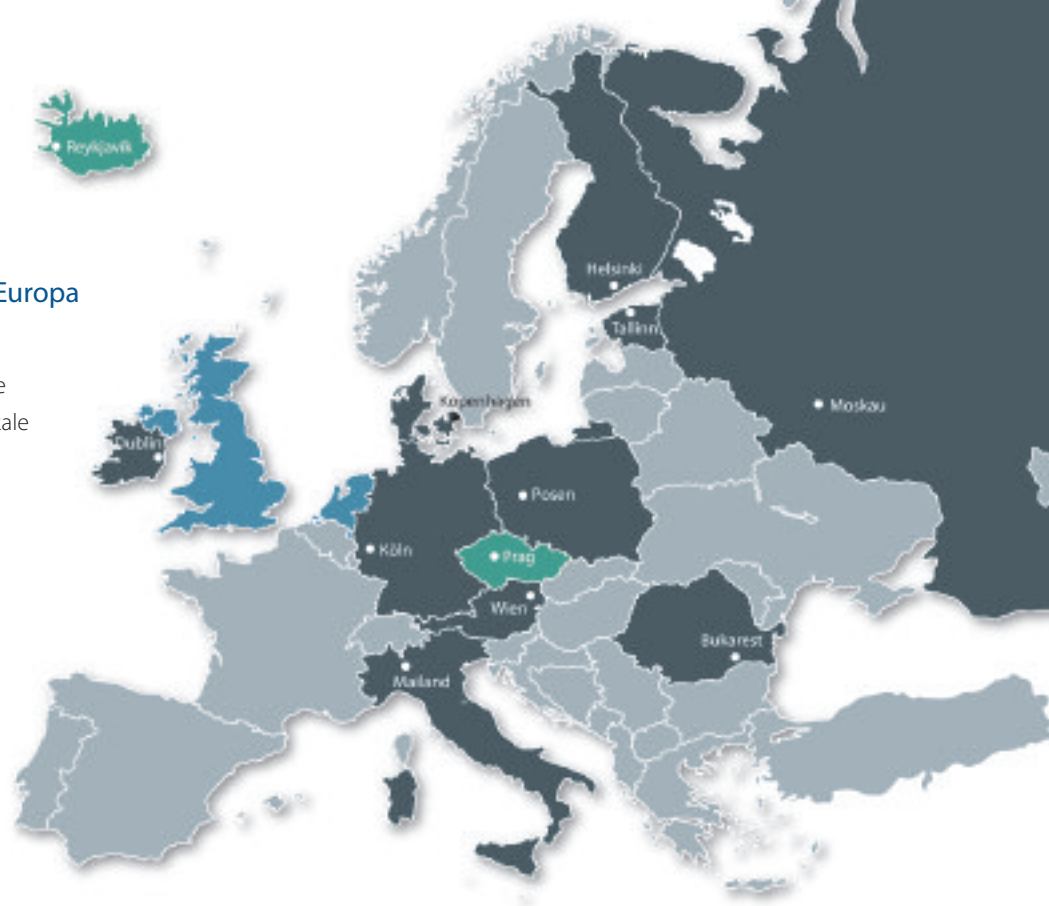
**„Der Einstieg von SINFOS in Russland bedeutet für uns eine wichtige Unterstützung bei unserem Expansionskurs. Von unseren Lieferanten erwarten wir in allen Ländern die Nutzung der GS1-Standards sowie qualitätsgesicherte Stammdatens.“**

Silvester Macho,  
Mitglied der Geschäftsführung der MGBI METRO Group Buying International



## SINFOS: Präsenz in Europa

- SINFOS Länder
- Abschluss in Kürze
- Anbindung an lokale Datenpools



Im September erfolgte die Gründung von SINFOS Rus. Zusammen mit dem russischen Dienstleistungsunternehmen GS Service, das auf die Erbringung von Services rund um GS1-Standards spezialisiert ist, wurde SINFOS Rus als Joint Venture ins Leben gerufen. Russland zählt mit mehr als 140 Millionen Einwohnern und hohen Wachstumsraten zu den bevorzugten Expansionszielen international tätiger Unternehmen. Führende Handelsunternehmen wie die METRO Group intensivieren ihre Aktivitäten in Russland.

### Voll integrierte Nutzung von Stamm- und Bewegungsdaten

Neben den reinen Stammdatenservices bietet SINFOS auch in Russland zusätzliche Dienstleistungen an. So ist erstmals mit der Business Integration Platform (SINFOS B.I.P.) auch außerhalb Deutschlands die voll integrierte Nutzung von Stamm- und Bewegungsdaten aus einer Hand möglich. SINFOS berücksichtigt dabei sowohl die GDSN-Standards als auch die landesspezifischen Anforderungen aus Handel und Industrie in Russland.

Ebenfalls im September startete SINFOS in Kooperation mit GS1 Estonia einen einheitlichen Artikelstammdatenpool für Estland. Als kontinuierlicher und stabiler osteuropäischer Wachstumsmarkt profitiert Estland vor allem von der SINFOS Zertifizierung für das Global Data Synchronisation Network. Neben dem nationalen Datenaustausch öffnet SINFOS auch den Zugang zum weltweiten Datennetz. Estnische Unternehmen können somit die Vorteile der länderübergreifenden Synchronisation von Stammdaten nutzen und stehen dem Wettbewerb im europäischen Binnenmarkt gut vorbereitet gegenüber.

Die osteuropäische Expansion wurde im November mit der Gründung eines Joint Ventures in Polen fortgeführt. SINFOS und die polnische GS1-Landesorganisation ermöglichen über den neuen polnischen Datenpool den Austausch von Artikelstammdaten auf nationaler wie internationaler Ebene. Dabei werden die Daten des bereits bestehenden Pools EANIC schrittweise in den Pool integriert. Vor dem Hintergrund der erfolgreichen Aktivitäten in Osteuropa ist SINFOS zuversichtlich, in Kürze den Start in weiteren Ländern bekannt geben zu können.

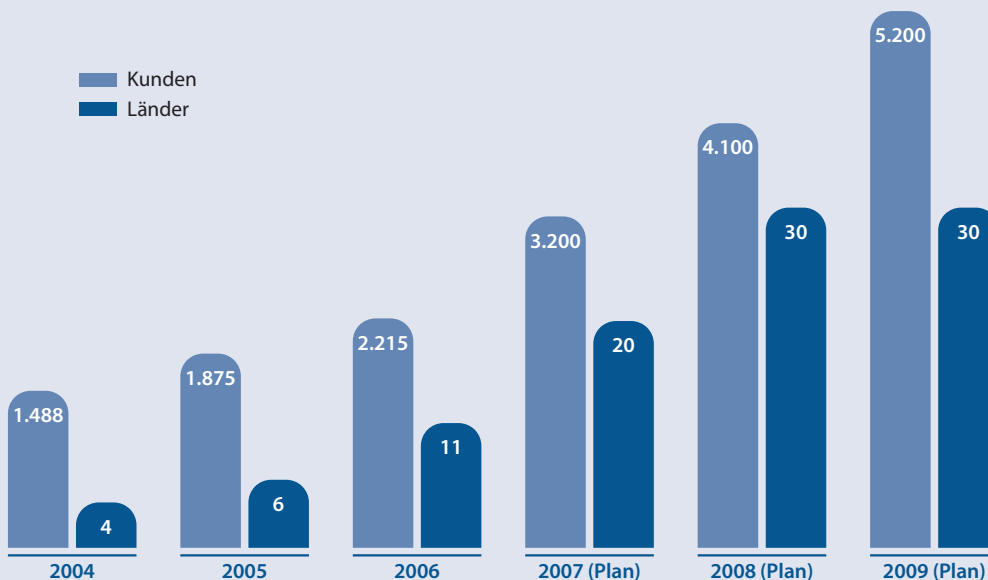
## GDSN: Zunehmende Nutzung

Der internationale Austausch von Stammdaten via GDSN (Global Data Synchronisation Network) nahm in 2006 deutlich an Fahrt auf. Immer mehr Unternehmen profitieren somit von den Vorteilen, die die Nutzung GDSN-zertifizierter Home Data Pools bietet. Im Mai 2006 wurden im Global Registry erstmals über 5.000 Unternehmen gezählt – im Vergleich zu 200 im Vorjahr! SINFOS hat an diesem rasanten Wachstum maßgeblichen Anteil, da rund 1.500 Unternehmen aus Deutschland und Österreich durch SINFOS im Global Registry registriert wurden und somit in der Lage sind, GDSN aktiv zu nutzen. Bemerkenswert ist dabei vor allem die immense Datenmenge, die via SINFOS zur Verfügung steht: Die 1.500 SINFOS Unternehmen im Global Registry repräsentieren mehr als zwei Millionen Artikel im SINFOS Pool.

Dennoch lässt die Nutzung des GDSN außerhalb der USA noch immer zu wünschen übrig. SINFOS beteiligt sich deshalb aktiv an GDSN-Projekten mit anderen zertifizierten Datenpools wie 1Sync.

Ende des Jahres gelang hier der Durchbruch bei der Umsetzung globaler Standards in Europa: Die METRO Group mit SINFOS als Home Data Pool sowie Nestlé und Procter & Gamble (Home Data Pool 1Sync) tauschen nun Artikelstammdaten über GDSN aus. Dabei werden sämtliche länderspezifischen Anforderungen von Handelsunternehmen in Europa berücksichtigt. Kunden von 1Sync erreichen darüber SINFOS Nutzer in Deutschland und Finnland. Der erfolgreiche Abschluss dieses Pilotprojekts bedeutet einen Meilenstein auf dem Gebiet des weltweiten Datenaustauschs, und im Rahmen der Zusammenarbeit ist ein schneller Roll-out in weitere SINFOS Länder geplant.

Entwicklung der Kundenzahl/Anzahl der SINFOS Länder (2007–2009: Plan)



## Technologischer Wandel: pirobase PIM und Master Data Management

Nach dem Umzug des Pools in das Rechenzentrum der Muttergesellschaft im Jahr 2005 erfolgte in der zweiten Jahreshälfte die Umstellung des Datenpools auf pirobase PIM, eine Softwarelösung für Master Data Management des SINFOS Gesellschafters PIRONET NDH. Die Software wurde speziell für den Einsatz im SINFOS Pool weiterentwickelt. Die Stammdatenerfassung und -pflege erfolgt über die webbasierte Client Software SINFOS WebForms. Für Kunden bedeutet dies eine Beschleunigung der Prozesse, da Änderungen an Artikelstammdaten durch Onlineverarbeitung unmittelbar verfügbar sind und sofort weiterverarbeitet werden können.

**„Die Umstellung des Pools ist ein logischer Schritt zum weiteren Ausbau unserer technologischen Wettbewerbsvorteile. Wir optimieren unseren Service für kleine und mittelständische Unternehmen, die jetzt ihre Artikelstammdaten einfach und schnell per Browser pflegen können. Darüber hinaus garantiert uns die Technologie die notwendige Flexibilität für das bisherige und weitere Wachstum von SINFOS in neuen Branchen und neuen Ländern.“**

**Rolf Stark, Geschäftsführer SINFOS GmbH**

Die wichtigste Aufgabe des Datenpools bleibt das zentralisierte und qualitätsgesicherte Management von Stammdaten sowie deren konsolidierte Bereitstellung für alle angebundenen Systeme und Partner. Gleichzeitig wird aber auch das Thema Master Data Management für Unternehmen aus Handel und Konsumgüterindustrie immer wichtiger. Mit dem technologischen Wandel und dem Umstieg auf die pirobase PIM-Technologie trägt SINFOS diesen Anforderungen Rechnung. Entscheidend ist die Definition eines führenden Systems (Single Version of the Truth). SINFOS bietet hier durch das kombinierte Management von Stammdaten und Bewegungsdaten zusammen mit den neuen PIM-Funktionalitäten die Basis für die Konsolidierung aller im Unternehmen vorhandenen Daten.

## Datenpool für Einwegpfand

Bei der Einführung des deutschlandweit einheitlichen Rücknahmesystems für Pfandgebilde spielt SINFOS eine Schlüsselrolle im Bereich Abwicklung und Clearing. Die seit Mai 2006 gültige Verpackungsverordnung verpflichtet Einzelhändler, pfandpflichtige Getränkeeinwegverpackungen

entgegenzunehmen und dafür Pfand ausbezahlen.

Der mit SINFOS Know-how entwickelte DPG-Pool gewährleistet seitdem eine einheitliche Qualität der Pfanddaten und schafft somit Standards für den reibungslosen und sicheren Kreislauf von Einwegverpackungen und Pfandzahlungen. Entscheidend für die Auswahl von SINFOS für den Betrieb des Pfandpools waren aus Sicht der Deutschen

Pfandgesellschaft DPG unter anderem der spezifische Know-how-Vorsprung, den SINFOS aufgrund der jahrelangen Erfahrung im Poolgeschäft vorweisen kann. Zum anderen setzt ein großer Teil des deutschen Handels und der Konsumgüterindustrie SINFOS bereits ein und ist mit der Anwendung vertraut.



### Barcode-Erkennung per Handy: Allergie-Informationen am Point of Sale

Welche Vorteile Artikelstammdaten in der Zukunft ganz unmittelbar für den Verbraucher haben können, machte ein Pilotprojekt der Universität Zürich in Zusammenarbeit mit SINFOS deutlich. Mit dem Ziel, Endverbrauchern weiterführende Produktinformationen auf möglichst einfache Weise zur Verfügung zu stellen, entwickelten die Schweizer Wissenschaftler eine Technologie, über die handelsübliche Fotohandys den Barcode von Produkten lesen können. Kunden fotografieren dazu den Barcode mit ihrem Handy, woraufhin die neu entwickelte Erkennungssoftware das Bild analysiert und die EAN-Nummer ermittelt.



Anschließend werden die relevanten Artikelstammdaten in Echtzeit abgerufen und auf dem Mobiltelefon präsentiert. Die entsprechenden Daten stammen dabei aus dem SINFOS Artikelstammdatenpool.

Ein Einsatzbeispiel ist der sogenannte Allergieassistent. Kunden erhalten direkt am Regal nährwertrelevante Informationen, die nicht auf dem Artikel abgedruckt oder aber schlecht lesbar sind. Der Kunde kann so via Handy feststellen, ob ein Produkt Inhaltsstoffe enthält, auf die er allergisch reagiert. Damit zeigt das Projekt auf eine sehr anschauliche Weise, wie endverbraucherrelevante Daten (zum Beispiel der Laktosegehalt eines Produktes), die ebenfalls im SINFOS Pool enthalten sind, zukünftig nicht nur Unternehmen, sondern dem Konsumenten direkt zur Verfügung gestellt werden können.



### Fokus Mittelstand: SINFOS Service GmbH

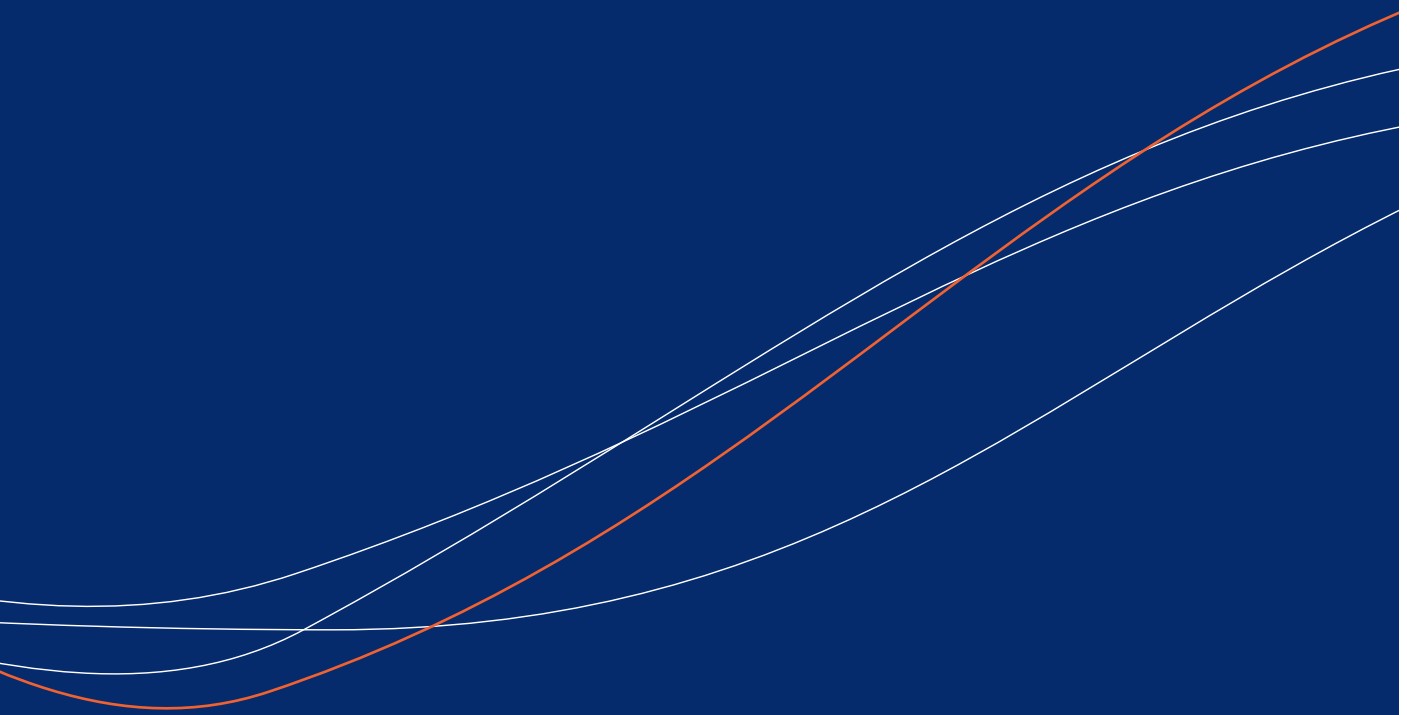
Als Reaktion auf die deutlich steigende Nachfrage nach Lösungen rund um das Thema Stammdaten wurde Ende 2005 die hundertprozentige Tochter SINFOS Service GmbH gegründet, die seitdem die Beratung und den Vertrieb der SINFOS Lösungen für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) übernimmt. Diese Unternehmen können somit von den Möglichkeiten des Stammdatenaustauschs profitieren, ohne eigene Ressourcen vorzuhalten. Gleichzeitig stellt der Service die vom Handel dringend benötigte Qualität der Artikeldaten sicher.

### Ziel: Weltmarktführer für Stammdatenmanagement

Im Jahr 2007 wird SINFOS seine führende Position in Europa weiter ausbauen. Zusammen mit den Gesellschaftern PIRONET NDH und GS1 Germany, den Partnern aus Handel und Industrie und mit der Unterstützung der einzelnen GS1-Landesorganisationen ist es SINFOS gelungen, neue und sehr attraktive Wachstumsmärkte zu erschließen. Diesen Weg wird SINFOS auch in 2007 konsequent fortsetzen. So wurden bereits erste Schritte in Richtung Mittelamerika und Fernost unternommen. Die zunehmende Nutzung von GDSN spielt dabei eine wichtige Rolle – hier ist SINFOS durch seine enge Verzahnung mit den internationalen Gremien und Kunden sehr gut aufgestellt.

Nach wie vor bedeutet der Leitsatz „High Quality Data“ die Verpflichtung, einen höchstmöglichen Qualitätsstandard zu gewährleisten. Die neue technologische Basis des Pools trägt diesem Ziel weiterhin Rechnung und erleichtert den SINFOS Kunden darüber hinaus durch die neuen Datenerfassungs- und Verwaltungsoptionen den effizienten Umgang mit Stammdaten. Vor diesem Hintergrund schauen Mitarbeiter und Management optimistisch nach vorne und freuen sich auf ein spannendes und erfolgreiches Jahr 2007.





## Abkürzungsverzeichnis

ALE	– Ereignisse auf Anwendungsebene
BAG	– Business Action Groups
BMWi	– Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
CIES	– International Committee of Food Retail Chains
CM	– Category Management
CMI	– Co-Managed Inventory
CRM	– Customer Relationship Management
CRP	– Continuous Replenishment Program
COMO	– Customer Oriented Matrix Organisation
DIN	– Deutsches Institut für Normung e.V.
DPG	– Deutsche Pfandgesellschaft
EAN	– Internationale Artikelnummer (weltweit GTIN)
EANCOM®	– Kunstwort aus EAN und COMMunication; Standard für den elektronischen Datenaustausch
ECR	– Efficient Consumer Response
EDI	– Electronic Data Interchange
EECC	– European EPC Competence Center
EPC	– Elektronischer Produkt-Code
FMCG	– Fast Moving Consumer Goods
GCI	– Global Commerce Initiative
GDSN	– Global Data Synchronisation Network
GLN	– Global Location Number
GTIN	– Global Trade Item Number
GS1	– Global Standards One
ILN	– Internationale Lokationsnummer (weltweit GLN)
INVRPT	– Bestandsdatenbericht
ISO	– International Organization for Standardization
KMU	– Kleine und mittlere Unternehmen
NDWK	– Normenausschuss Daten- und Warenverkehr in der Konsumgüterwirtschaft
NVE	– Nummer der Versandeinheit (weltweit SSCC)
ORDERS	– Bestellung
ONS	– Objektnamenservice
OSA	– Optimal Shelf Availability
RGH	– Rationalisierungsgemeinschaft des Handels
RFID	– Radiofrequenz-Identifikation
RSS	– Reduced Space Symbology
SLSRPT	– Verkaufsdatenbericht
SRP	– Shelf Ready Packaging
SSCC	– Serial Shipping Container Code
SGTIN	– Serialisierte GTIN/serialisierte EAN
VMI	– Vendor Managed Inventory
WebEDI	– Elektronischer Datenaustausch zwischen Geschäftspartnern über das World Wide Web
XML	– Extensible Markup Language



## Impressum

**Herausgeber:**

GS1 Germany GmbH, Maarweg 133, 50825 Köln

**Geschäftsführung:**

Jörg Pretzel

**Redaktion/Technische Assistenz:**

Astrid Goldberg

**Gestaltung, Realisation und Produktion:**

Pleon GmbH, Düsseldorf

**Bildnachweise:**

Corbis Seite 42, 63, 64, METRO AG Seite 14, 32, 34, 38



Global Standards – Connecting Business

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133  
50825 Köln  
T +49 (0)221 94714-0  
F +49 (0)221 94714-990  
info@gs1-germany.de

[www.gs1-germany.de](http://www.gs1-germany.de)

SINFOS GmbH

Maarweg 149-161  
50825 Köln  
T +49 (0)221 770-2300  
F +49 (0)221 770-1005  
info@sinfos.de

[www.sinfos.com](http://www.sinfos.com)