



# Jahresbericht 2008





# MILE

## Jahresbericht 2008

### **Was wir 2008 erreicht haben**

Neue Konzepte für die Value Chain: Mit einem erweiterten Dienstleistungsportfolio haben wir uns 2008 noch stärker als Full-Service-Anbieter für Technologie- und Prozessstandards profiliert. Immer mehr Unternehmen schätzen das umfassende Know-how von GS1 Germany in puncto Prozesseffizienz. Allein 2008 haben wir rund 4.000 Neukunden im Bereich Identifikation gewonnen. Damit stieg die Zahl der GLN-Teilnehmer auf rund 135.000. Einen Durchbruch haben wir bei EPC/RFID erzielt. Fünf Jahre nach dem Start von EPCglobal ist der Elektronische Produkt-Code heute der führende Standard für die Nutzung offener RFID-Systeme. Zu einer Erfolgsstory hat sich die PROZEUS-Initiative entwickelt. Bisher 70 erfolgreich abgeschlossene Projekte belegen eindrucksvoll den wirtschaftlichen Impact von eBusiness im Mittelstand. Die Strategieguppe Zukunft von GS1 Germany hat zusätzlich Impulse gegeben für die Umsetzung einheitlicher Technologie- und Prozessstandards. Die von ihr erarbeitete Roadmap weist den Unternehmen den Weg zu nachhaltiger Wertschöpfung.

# STONES

## Was wir 2009 erreichen wollen

2009 werden wir die multisektorale Ausrichtung unseres Leistungsangebots weiter vorantreiben und die GS1-Tools konsequent für neue Wirtschaftszweige nutzbar machen. Dazu sprechen wir gezielt Anwender aus Zukunftsbranchen wie Mobile Commerce, Healthcare oder Automotive an. An Attraktivität für potenzielle Kunden gewinnen wir darüber hinaus, indem wir die Zusammenarbeit innerhalb des internationalen GS1-Netzwerks verstärken und den Nutzen der Standards noch klarer vermitteln. Vor allem zwei Instrumente helfen uns dabei: Mit dem neu errichteten Knowledge Center stellen wir unseren Kunden ab Mai 2009 ein hochkarätiges Schulungs- und Trainingsangebot zur Verfügung. Der gezielte Know-how-Transfer ist ein wesentlicher Faktor für die erfolgreiche Umsetzung in den Unternehmen. Eine konkrete Anleitung für die Praxis liefert die Anfang 2009 erschienene „Roadmap zur Value Chain 2016 in Deutschland“. Sie zeigt, wie Industrie und Handel Schritt für Schritt ihre Geschäftsprozesse optimieren und so ihre Position im Wettbewerb sichern können.



# INHALT

Vorwort des Aufsichtsrats

02

Vorwort der Geschäftsführung

04

## >> GS1 Germany

Leistungsbilanz 2008

06

## >> Value Chain 2016

Mit gemeinsamen Technologie- und Prozessstandards fit für die Herausforderungen der Zukunft

38

## >> Aus den Geschäftsbereichen

### > GS1-Technologien

16

Volles Leistungspaket: von GTIN über EANCOM® bis GEPIR

### > EPC/RFID

24

Der Schlüssel zur vollautomatischen Lieferkette

### > ECR – Efficient Consumer Response

32

Kundenwünsche besser und effizienter erfüllen

### > Business Solutions & Consult

52

Praktische Starthilfe für die Umsetzung

### > Event

60

Das Highlight: Weiterbildung im Knowlegde Center

Impressum

66

## >> Glossar



*Dr. Heinz Müller*  
*Aufsichtsratsvorsitzender*



*Prof. Dr. Helmut Merkel*  
*Stellvertr. Aufsichtsratsvorsitzender*

## Vorwort des Aufsichtsrats

Angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Lage fällt es vielen Unternehmen schwer, optimistisch in die Zukunft zu blicken und langfristige Strategien zu verfolgen. So wichtig und nachvollziehbar es ist, sich auf das operative Tagesgeschäft zu konzentrieren: Wer auch zukünftig im Wettbewerb bestehen will, muss beweglich bleiben und sich heute auf die Herausforderungen von morgen einstellen.

Genau hier setzt die Arbeit der Strategieguppe Zukunft an. Unter Federführung von GS1 Germany haben namhafte Unternehmen aus Handel und Industrie im Jahr 2008 einen Maßnahmenplan für den mittel- und langfristigen Geschäftserfolg entwickelt. Die Roadmap zur Value Chain 2016 verbindet strategische Ziele mit ganz konkreten Handlungsschritten und Umsetzungsempfehlungen. Ein überaus ambitioniertes Projekt: Die Strategieguppe hat die Auswirkungen der wichtigsten globalen Trends auf die Wertschöpfungskette in Deutschland untersucht und aufgezeigt, wie die Zukunftsaufgaben mithilfe von einheitlichen Kommunikations- und Prozessstandards gelöst werden können. Gerade kooperative Konzepte wie etwa die unternehmensübergreifende Nutzung von Lager- und Transportkapazitäten bieten die Chance, die Supply Chain zu beschleunigen, die Kosteneffizienz zu verbessern und zugleich die Umwelt zu entlasten.

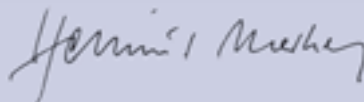
Der Aufsichtsrat von GS1 Germany hat mit großem Engagement an der Entstehung der Roadmap mitgewirkt. Wir sind überzeugt, dass wir damit die Umsetzung der Standards einen wichtigen Schritt voranbringen. Je mehr Unternehmen und Branchen ihre Prozesse aufeinander abstimmen, desto effizienter lassen sich die globalen Daten- und Warenflüsse steuern. Erst bei einem Durchsetzungsgrad von 80 Prozent erreichen wir die kritische Masse und können sämtliche Nutzenpotenziale ausschöpfen. Entscheidend ist es, jetzt die Schlagzahl zu erhöhen. Um die notwendige Dynamik zu erzeugen, brauchen wir ein klares Commitment und die volle Unterstützung von Industrie und Handel.

Als Dienstleister und Partner der Wirtschaft hat GS1 Germany 2008 erneut seine Leistungsfähigkeit unter Beweis gestellt. Das kontinuierlich erweiterte Produktportfolio kommt zunehmend auch neuen Branchen sowie kleinen und mittleren Unternehmen zugute. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in der Besetzung des Aufsichtsrats wider. 2008 konnten drei neue Mitglieder aus dem Handel und der Healthcare-Branche gewonnen werden.

Das Geschäft operativ vorantreiben und gleichzeitig auf die Anforderungen der Zukunft ausrichten – dazu gibt es keine Alternative. Der Aufsichtsrat wird GS1 Germany auch künftig dabei unterstützen, die Inhalte der Roadmap zu promoten und so der branchen- und länderübergreifenden Standardisierung neue Impulse zu geben.



Aufsichtsratsvorsitzender  
Dr. Heinz Müller



Stellvertr. Aufsichtsratsvorsitzender  
Prof. Dr. Helmut Merkel



*Jörg Pretzel*  
*Geschäftsführer*

### Sehr geehrte Kunden, liebe Mitarbeiter und Partner,

50.000 Euro mehr Gewinn durch die Umstellung auf eBusiness; 80.000 Euro Kosteneinsparung durch die Einführung elektronischer Bestellungen und Rechnungen: Die zahlreichen Erfolgsgeschichten gerade auch aus dem Mittelstand belegen den hohen wirtschaftlichen Nutzen des GS1-Systems. Kein übereiltes Costcutting, sondern nachhaltige Effizienzsteigerung lautet das Gebot der Stunde. Auch wenn ein Ausgabenstopp schnelle Einsparungen verspricht – in der Wirtschaftskrise sind mehr denn je vorausschauende Maßnahmen gefragt. Entscheidend für den Geschäftserfolg ist es, die Prozesse auf neue Marktanforderungen und die relevanten Zielgruppen auszurichten. Bedarfsgerechte Sortimente, individuelle Services – durch die perfekte Abstimmung der Value Chain lassen sich die differenzierten Kundenwünsche zeitnah erfüllen.

In den vergangenen Jahren haben wir uns immer stärker vom Technologie-Standardisierer zum lösungsorientierten Full-Service-Anbieter entwickelt. Unternehmen aus zahlreichen Branchen profitieren heute von unseren integrierten Technologie- und Prozessstandards. Wie die Ergebnisse der Umsetzungsstudie 2008 zeigen, hat sich das GS1-System in der Logistik bereits weitgehend etabliert. Wir müssen uns aber

künftig noch stärker der Zielgruppe der Key-Accounter und Einkäufer zuwenden. An diesen strategischen Schaltstellen wird vielfach über unternehmensübergreifende Kooperationen entschieden. Und gerade hier fehlt häufig noch das Verständnis für das enorme Nutzenpotenzial unserer gemeinsamen Arbeit.

Den wirtschaftlichen Impact noch deutlicher herausstellen – das ist die große Herausforderung für die Zukunft. 2008 haben wir die Weichen gestellt, unser Dienstleistungsangebot erweitert und die Anwendung der vorhandenen Werkzeuge deutlich vereinfacht. Die Unternehmen können die Prozessstandards heute problemlos in ihre eigenen Strukturen integrieren. Einen Meilenstein in der Kundenkommunikation stellt das neue Knowledge Center dar. Mit diesem interaktiven Trainings- und Schulungszentrum können wir die Top-Entscheider in den Unternehmen noch gezielter ansprechen, informieren und begeistern.



Geschäftsführer  
Jörg Pretzel



# GS1 GERMANY

Universell einsetzbar: Längst haben sich die GS1-Standards vom Erfolgskonzept der Konsumgüterbranche zum Effizienzmotor für sämtliche Wirtschaftsbereiche entwickelt. 2008 haben wir unser Dienstleistungsangebot weiter ausgebaut. Durch die intelligente Verknüpfung von Technologie- und Prozessstandards ergeben sich völlig neue Möglichkeiten für eine integrierte Value Chain.

- >> Kerngeschäft ausgebaut
- >> Umsetzungsstudie 2008
- >> Roadmap zum Erfolg
- >> Knowledge Center eröffnet
- >> Beteiligungen erweitert
- >> Gesellschafter nutzen Synergien
- >> GS1 International

>> Als Full-Service-Dienstleister zeigt GS1 Germany Wege zu mehr Wertschöpfung auf

## Ticket für die Zukunft

**Ein überzeugendes Modell: Allein 2008 haben rund 4.000 Neukunden eine Global Location Number (GLN) beantragt. Damit nutzen heute in Deutschland mehr als 130.000 Unternehmen aus über 20 verschiedenen Branchen die Identifikationsstandards von GS1 Germany.**

In der Konsumgüterwirtschaft verfügen bereits 100 Prozent aller Anlieferungspunkte über eine GLN. Und auch die anderen Branchen holen auf. Von Automotive über Healthcare bis zur Elektronik- und Textilindustrie: Zunehmend erkennt die Wirtschaft das Potenzial einheitlicher Kommunikations- und Prozessstandards für effizient vernetzte Lieferketten. Im vergangenen Jahr haben wir unsere multisektorale Ausrichtung konsequent weiter verfolgt. Mit einem breiteren, noch flexibleren Dienstleistungsportfolio können wir den Anforderungen der unterschiedlichen Branchen gezielt entgegenkommen. Neue Datenträger,

Prozessempfehlungen und Beratungsangebote erleichtern es immer mehr Unternehmen, vom GS1-Lösungsportfolio zu profitieren.

Das erweiterte Leistungsangebot trifft auf eine hohe Akzeptanz. Dies zeigt eine Kundenzufriedenheitsstudie aus dem Jahr 2008. 77 Prozent der Befragten sind mit den Dienstleistungen von GS1 Germany insgesamt sehr zufrieden bis zufrieden. Besonders gute Noten erhalten wir für die Umsetzung der Basisstandards GTIN und GS1-128. Auch die Kommunikationsstandards EDI und EANCOM® schneiden positiv ab. Als treibende Kraft schätzen uns unsere Kunden darüber hinaus im Bereich Efficient Consumer Response (ECR). Die Studie zeigt aber auch Verbesserungspotenziale auf: Wir müssen in unserer täglichen Arbeit noch schneller, einfacher und präsenter werden. Mit einem neuen Weiterbildungszentrum und einem modernisierten Internetauftritt kommen wir den Wünschen unserer User entgegen.

Mehrwert für unsere Kunden schaffen – das bedeutet in erster Linie: Wir bieten den Unternehmen wirksame Instrumente, mit denen sie ihre Kostenstrukturen grundlegend verbessern und zugleich die Kundenzufriedenheit steigern können. Deutliche Fortschritte haben im Jahr

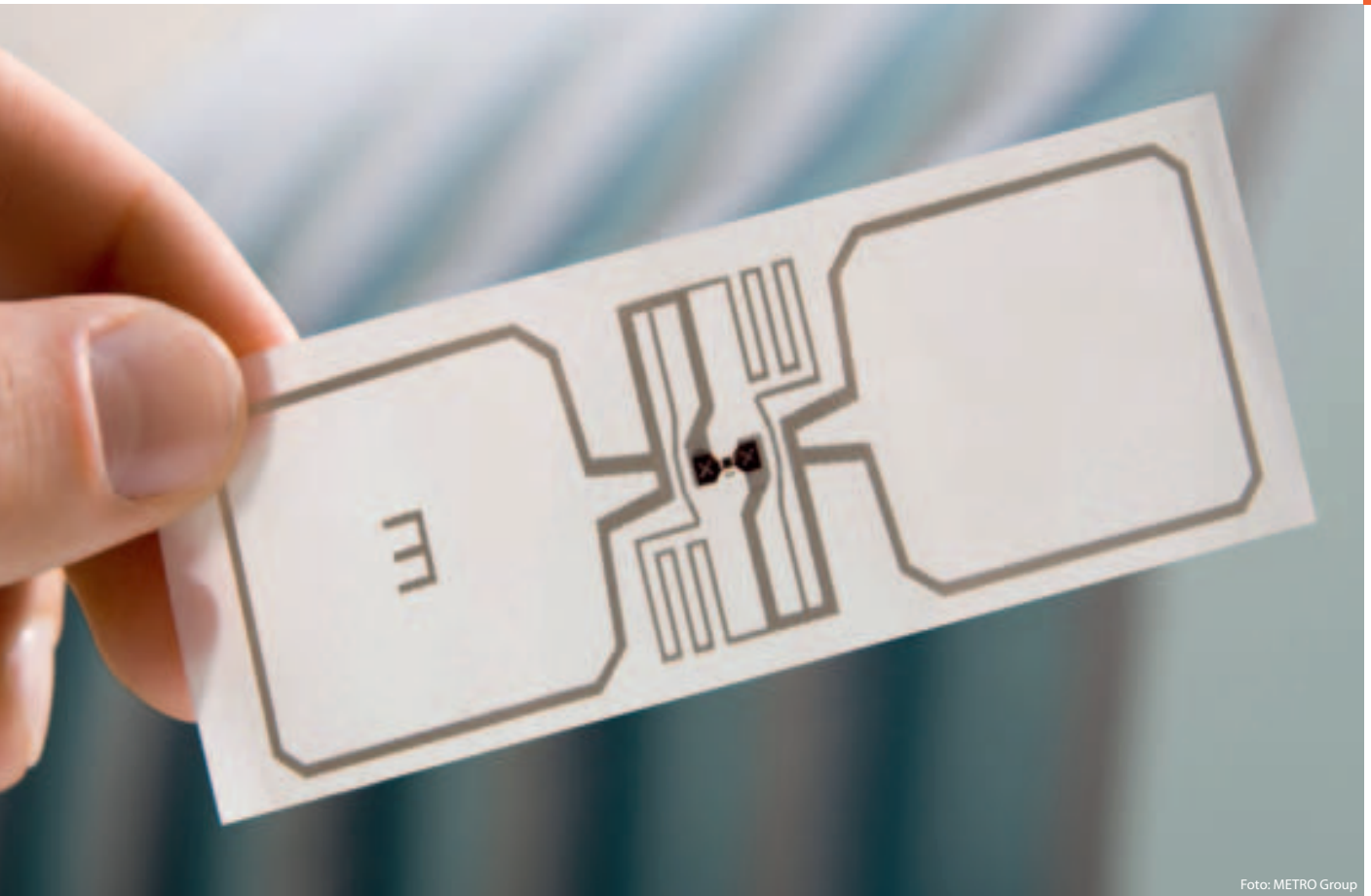


Foto: METRO Group

2008 gerade auch die kleinen und mittleren Unternehmen erzielt. Allein die Umstellung auf elektronische Nachrichten im EANCOM®-Format bringt enorme Zeit- und Kosteneinsparungen bei gleichzeitig verbesserter Datenqualität. Welche Potenziale der Einstieg ins eBusiness freisetzt, sehen wir ganz deutlich in den Best-Practice-Projekten der PROZEUS-Initiative. Seit sieben Jahren unterstützen wir gezielt mittelständische Unternehmen bei der Automatisierung ihrer Geschäftsprozesse. Das Förderprogramm hat deshalb einen so hohen Stellenwert, weil der Mittelstand letztlich darüber entscheidet, ob die kritische Masse erreicht wird und Standards sich in ganzen Branchen durchsetzen.

#### **Umsetzungsstudie 2008: Potenzial noch längst nicht ausgeschöpft**

Den aktuellen Umsetzungsgrad von GS1-Standards in der gesamten Wirtschaft zeigt die im Herbst 2008 veröffentlichte Umsetzungsstudie. Danach hat sich das Zusammenspiel zwischen Handel und Industrie im vergangenen Jahr erneut verbessert. Beim Einsatz von GLN und GTIN wurden weitere Fortschritte gemacht, beim Category Management wurde der Durchbruch erzielt. Positiv entwickelte sich auch die Anwen-

dung von EPC/RFID. 36 Prozent der Industrieunternehmen planen oder haben bereits EPC-basierte Projekte realisiert. Im Handel sind es rund 20 Prozent der Unternehmen. Fünf Jahre nach Gründung von EPCglobal Inc. hat sich der Elektronische Produkt-Code zum führenden Standard für die Nutzung offener RFID-Systeme entwickelt. Dies unterstreicht die Technologieführerschaft von GS1 auf diesem Gebiet.

Von einer flächendeckenden Umsetzung der GS1-Standards sind wir allerdings noch weit entfernt. Die Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette hat noch längst nicht das erforderliche Niveau erreicht, um den vollständigen Nutzen der Standardisierung zu realisieren. Angesichts der wirtschaftlichen Lage scheuen laut Studie viele Unternehmen derzeit die notwendigen Investitionen. Insbesondere kooperative Prozesse kommen deshalb zu kurz. Häufig fehlt außerdem das Vertrauen, die eigenen Geschäftsabläufe konsequent mit Partnerunternehmen zu vernetzen. So verfügen beispielsweise erst 32 Prozent aller Lieferungen an den Handel über eine Nummer der Versandeinheit (NVE/SSCC), und weniger als 50 Prozent aller Rechnungen und Bestellungen werden als EANCOM®-Nachricht übertragen. ►



*„Bio, Convenience, Fairtrade und demografische Veränderungen: Die Megatrends im Handel verlangen neue Lösungsstrategien. Hier hat GS1 Germany im Jahr 2008 wertvolle Arbeit geleistet. Bestes Beispiel ist die Roadmap der Strategiegruppe Zukunft. Wir wollen den Ideenaustausch weiter forcieren und Synergien der Zusammenarbeit nutzen. Gemeinsam können wir die Unternehmen am besten dabei unterstützen, Antworten auf die Zukunftsfragen zu entwickeln.“*

*Michael Gerling, Geschäftsführer EHI Retail Institute*

#### **Roadmap zur Value Chain 2016: Fit für die Herausforderungen von morgen**

Was kann die deutsche Konsumgüterbranche tun, um mit dem rasanten Wandel der Rahmenbedingungen in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft Schritt zu halten? Wie wird die deutsche Value Chain im Jahr 2016 aussehen? Mit diesen Fragen hat sich 2008 die eigens gegründete Strategiegruppe Zukunft von GS1 Germany beschäftigt – ein Team von Experten aus Industrie und Handel, Strategieberatung, Wissenschaft sowie GS1 Germany. Ausgehend von den Ergebnissen der 2006 erschienenen GCI-Studie „2016: The Future Value Chain“ hat die Strategiegruppe die entscheidenden Einflussfaktoren für die Wertschöpfungskette in Deutschland analysiert und daraus Prognosen abgeleitet. In Experten-Workshops zu den Themen Beschaffung, Produktion, Logistik, Transport, Einkauf und Verkauf wurden die wichtigsten Maßnahmen definiert und Handlungsempfehlungen entwickelt. Keine graue Theorie, sondern ein von Praktikern für Praktiker entwickelter Fahrplan für mehr Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit. Energiekosten, Rohstoffverfügbarkeit, Demografie, technologischer Wandel, gesetzliche Rahmenbedingungen: Die globalen Trends wirken sich auch auf die

Konsum- und Gebrauchsgüterwirtschaft in Deutschland massiv aus. Die Geschäftsabläufe werden komplexer. Der Investitionsbedarf steigt angesichts eines veränderten Konsumentenverhaltens und verschärfter gesetzlicher Anforderungen. Die Unternehmen müssen sich neu aufstellen, wollen sie den Anschluss an die Märkte von morgen nicht verlieren. Eine Schlüsselrolle bei der Optimierung von Planungs-, Steuerungs- und Kommunikationsprozessen spielen nach Ansicht der Strategiegruppe Zukunft einheitliche Standards und unternehmensübergreifende Kooperationen.

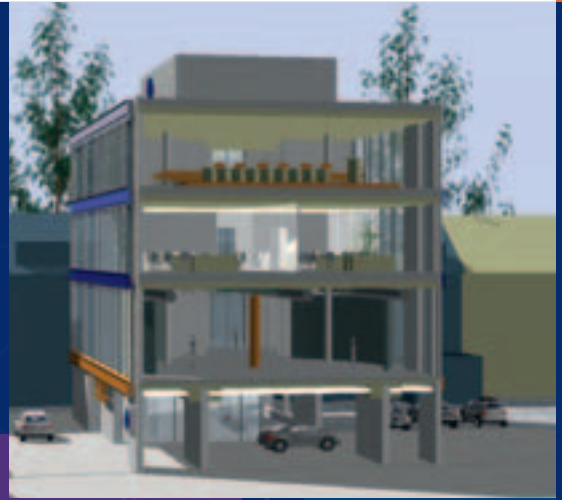
Basierend auf den Ergebnissen der umfassenden Analysen hat die Strategiegruppe Zukunft eine detaillierte Roadmap entwickelt, mit der Unternehmen aus Handel und Industrie Schritt für Schritt ihre Geschäftsprozesse optimieren können. Mithilfe eines vierstufigen Kompetenzmodells kann jedes Unternehmen überprüfen, wo es heute steht und welche Fähigkeiten und Qualifikationen noch zu erwerben sind. Was zählt, sind nicht kurzfristige Resultate, sondern eine nachhaltige Effizienzsteigerung in allen Unternehmensbereichen.

#### **Beteiligungen: Standardisierung braucht starke Partner**

2008 haben wir unsere Beteiligungen an strategisch relevanten Unternehmen und Projekten gezielt ausgebaut und weiterentwickelt. Beispiel SA2 Worldsync: Das Unternehmen betreibt einen der beiden weltweit führenden Pools für Artikelstammdaten. Gemeinsam mit GS1 Germany sowie führenden Lieferanten und Handelspartnern treibt ▶

Auf den Punkt gebracht: In einem Themenspecial zur Value Chain 2016 sind die wichtigsten Megatrends und mögliche Lösungsansätze veranschaulicht (ab Seite 38).





## Knowledge Center: Praxistraining für die Value Chain der Zukunft

Im neu errichteten Knowledge Center von GS1 Germany erleben die Unternehmen ganz konkret, welchen Nutzen das GS1-System für ihre Wertschöpfungskette hat. Ab 2009 trägt das innovative Weiterbildungszentrum auf dem Kölner Firmengelände dazu bei, Technologie- und Prozessstandards besser verständlich zu machen und damit auch die Umsetzung schneller voranzutreiben. Entstanden ist ein branchenübergreifender Treffpunkt und eine einzigartige Kommunikationsplattform. Mit dem Knowledge Center können wir Industrie und Handel jetzt noch umfassender informieren und gezielter dabei unterstützen, die Daten- und Warenströme zu optimieren.

Im Trainingscenter entsteht eine perfekte Verbindung von Theorie und Praxis. Value Chain live – auf einer Fläche von 200 Quadratmetern wird die gesamte Versorgungskette nachgebildet. Die Besucher erleben eine wirklichkeitsnahe Simulation des Warenflusses und lernen verschiedene Auto-ID- und eBusiness-Technologien im Zusammenspiel kennen. Wissen aus erster Hand – ein professionelles Trainings- und Seminarprogramm rundet das Angebot ab. In den von erfahrenen Experten geleiteten Schulungen können die Teilnehmer das erworbene Praxiswissen vertiefen und auf die Prozesse im eigenen Unternehmen anwenden.



SA2 Worldsync darüber hinaus die globale Verbreitung des Global Data Synchronisation Network (GDSN) voran. 2008 erzielten die Partner Erfolge in wichtigen Märkten wie Belgien, Italien und Russland. Neben Beratungsleistungen und Diensten für den globalen, standardbasierten Austausch von Artikelstammdaten bietet SA2 Worldsync eine Reihe von Services für Preis- und Mediensynchronisation sowie webbasiertes EDI.

SA2 Worldsync ist ein Joint Venture der Gesellschafter Pironet NDH AG, Agentrics LLC und GS1 Germany. Es entstand durch die Verschmelzung der SINFOS GmbH mit dem Agentrics Geschäftsbereich GenSync. Heute nutzen weltweit rund 2.700 Unternehmen das attraktive Angebot. Lösungskompetenz nach Maß: Im Rahmen der Europäischen Chemikalienverordnung REACH müssen Unternehmen seit Mitte 2008 strengere gesetzliche Auflagen erfüllen. SA2 Worldsync hat eine strategische Partnerschaft mit CS Compliance vereinbart, einem Joint Venture des Hauptverbandes des Deutschen Einzelhandels HDE und des Bundesverbandes Deutscher Heimwerker-, Bau- und Gartenfachmärkte BHB. Gemeinsam bieten sie seit 2008 eine „REACH-Solution“ an. Die IT-Lösung ermöglicht die wirksame und effiziente Erfüllung der chemikalienrechtlichen Anforderungen.

Die Zukunft gehört EPC/RFID: Ein wichtiger Eckpfeiler für die Umsetzung stellt das 2007 eröffnete European EPC Competence Center EECC dar. Das attraktive Schulungsangebot für Einsteiger und Anwender der RFID-Technologie stieß auch 2008 auf große Resonanz. Um die breite, branchenübergreifende Anwendung der Radiofrequenz-Technologie noch stärker zu fördern, haben GS1 Germany und die Bavarion Beteiligungs GmbH 2008 eine neue Gesellschaft gegründet.

Dreifache Kompetenz: GS1 Germany, das EECC und nun auch die EPCON GmbH bieten einen umfassenden Service zur erfolgreichen Etablierung der EPC/RFID-Technologie an. Die Entwicklung von Standards und technischen Lösungen sowie die Durchführung von Praxistests werden durch das neue Beratungsangebot perfekt ergänzt. Im Bereich Traceability richtet GS1 Germany seine Aktivitäten neu aus. Nachdem T-Systems die zentrale Datenbank zur Rückverfolgung von Lebensmitteln – die Transparent Goods GmbH – zum 1. Oktober 2008 eingestellt hat, suchen wir nach neuen, tragfähigen Lösungen für Industrie und Handel. Angestrebt wird eine Zusammenarbeit mit Global GAP. Die von europäischen Handelsunternehmen betriebene Organisation entwickelt internationale Standards zur Zertifizierung von landwirtschaftlichen Produkten.

#### **Gesellschafter:** **Win-Win-Situation für Handel und Industrie**

Eine gemeinsame Vision: Als paritätische Gesellschafter unterstützen das EHI Retail Institute und der Markenverband GS1 Germany dabei, die Effizienz entlang der Value Chain zu steigern und den wirtschaftlichen Nutzen für Handel und Industrie zu erhöhen. 2008 haben wir die Zusammenarbeit weiter intensiviert und gemeinsame Initiativen und Projekte angestoßen. Die engere Verzahnung mit dem Markenverband gibt uns die Möglichkeit, künftig noch mehr Industrieunternehmen von den Vorteilen standardisierter Prozesse und gezielter Kooperationen zu überzeugen. Auch im Handel wächst die Bereitschaft, Wertschöpfungspartnerschaften mit Herstellern einzugehen. Im vergangenen Jahr haben wir zusammen mit dem EHI Retail Institute erneut den Fachkongress „Log“ veranstaltet. Vertreter aus Handel, Industrie und Logistik diskutierten über Optimierungspotenziale in der Supply Chain. Innovative Verpackungslösungen und ECR-Prozesse standen im Mittelpunkt des EHI/GS1-Fachkongresses „Pack 2008“. ►

## Übersicht über Gremien und Fachgruppen von GS1 Germany

### Aufsichtsrat/Aufsichtsratsausschuss

#### Steering Committee Lenkungskreise

Lenkungskreis GS1 Tech	Lenkungskreis ECR Supply Chain	Lenkungskreis ECR Demand Side	Lenkungskreis EPC/RFID	GS1 Germany Solution Provider	Lenkungskreis Logistik-Dienstleister
---------------------------	-----------------------------------	----------------------------------	---------------------------	----------------------------------	---

#### Umsetzung

Lenkungsausschüsse Branche	Umsetzungsinitiative	Beirat PROZEUS
----------------------------	----------------------	----------------

#### Marketing

Eventgruppe	ECR Award-Gruppe
-------------	------------------

#### Beirat Akademische Partnerschaft

Die Aufgaben sind klar verteilt: In Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung ist der Aufsichtsrat für die strategische Ausrichtung von GS1 Germany zuständig. Die fachliche Verantwortung für die Entwicklung von Standards liegt dagegen bei den Lenkungskreisen. Im Jahr 2008 haben unsere Gremien neue Impulse für den branchenübergreifenden Austausch gegeben und sich für die Umsetzung von Prozessempfehlungen in die Praxis engagiert.



*„In schnelllebigen Märkten müssen die Hersteller ihre Marken immer wieder neu erfinden. Zum Erfolg von Produktinnovationen leisten die GS1-Standards und -Prozessempfehlungen einen wichtigen Beitrag. So geben etwa gemeinsame Shopper-Analysen Aufschluss darüber, was die Kunden wollen. Diesen Benefit wollen wir 2009 noch stärker im Bewusstsein der Markenhersteller verankern.“*

*Christopher Scholz, Stv. Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes*



In Zukunft wollen wir unsere Dienstleistungen und Ressourcen noch stärker aufeinander abstimmen und systematisch Synergien nutzen. Um den Know-how-Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis zu fördern, beteiligen wir uns ab 2010 am EHI-Wissenschaftspreis Handel und vergeben einen Sonderpreis in der Kategorie Kooperationen.

Welche Bedeutung das Engagement von GS1 Germany für die unterschiedlichen Wirtschaftsbereiche hat, zeigt auch die hochkarätige Besetzung des Aufsichtsrats. 2008 konnten drei neue Mitglieder gewonnen werden. Als Promoter von Standards in dezentralen Handelsstrukturen verstärkt Gert Schambach, Vorstandsmitglied der EDEKA AG, das Gremium. Stefan Feuerstein, Delegierter des Verwaltungsrats der Markant AG, bringt sein umfassendes Handels-Know-how ein. Mit Dr. Meinrad Lugan, Vorstandsmitglied der Braun Melsungen AG, ist künftig ein weiterer Repräsentant der strategisch relevanten Healthcare-Branche im Aufsichtsrat vertreten.

### **GS1 International: Die Community wächst zusammen**

Bei der Durchsetzung einheitlicher Standards hat sich GS1 Germany zu einem wichtigen Player auf dem globalen Parkett entwickelt. Die Mitgliedschaft im internationalen GS1 Management Board gibt uns die Chance, weltweit einheitliche Standards mit Blick auf die Bedürfnisse des deutschen Marktes mitzugestalten. Consumer is the Key – unter diesem Motto fand 2008 erstmals in Deutschland das internationale Treffen der Joint Action Group (JAG) statt. Rund 200 Teilnehmer aus aller Welt nutzten die Plattform, um die Anforderungen an EPC/RFID für die Praxis zu definieren. Höhepunkt war ein exklusives CEO-Dinner auf dem Petersberg in Bonn. Auch auf europäi-

### **Wissensplattform für ECR**

Efficient Consumer Response stärker in der wissenschaftlichen Lehre verankern: Dieses Ziel verfolgen wir mit der Akademischen Partnerschaft, die 2002 von GS1 Germany und dem Institut für Handelsforschung ins Leben gerufen wurde. Dem Netzwerk gehören mehr als 50 Lehrstühle, Institute und Unternehmen an. 2009 wird ein eigener Researchpool eingerichtet. Zukunftsthemen wie beispielsweise Mobile Commerce oder Collaborative Warehousing werden im Rahmen wissenschaftlicher Studien untersucht. Die Ergebnisse kommen allen Mitgliedern der Akademischen Partnerschaft zugute.

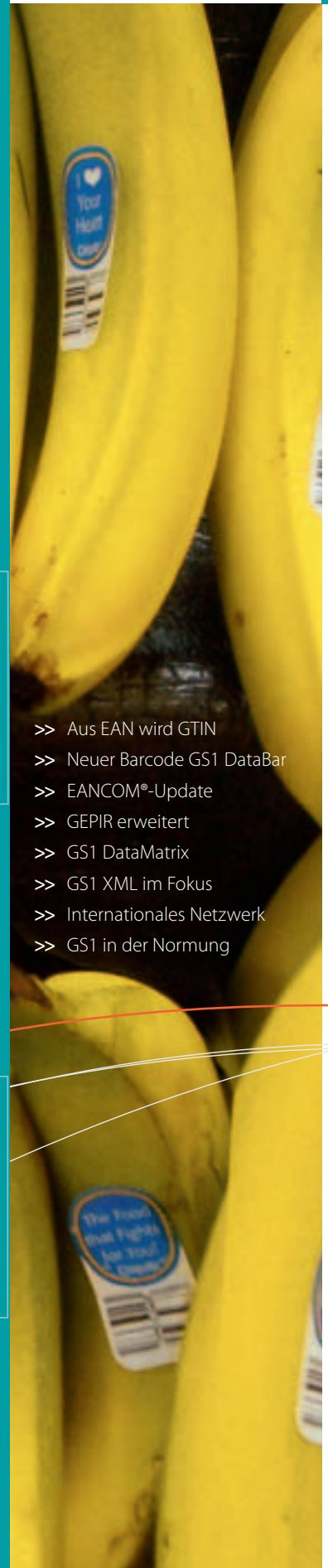
scher Ebene hat sich GS1 Germany 2008 für die Harmonisierung von Technologie- und Prozessstandards stark gemacht. Beispiel EANCOM®: Mit eEurope liegt jetzt eine europaweite Anwendungsempfehlung für den elektronischen Austausch von Rechnungen, Bestellungen und Lieferavisen vor. Neue Impulse für das Networking konnten wir als Gastgeber des ECR Europe-Meetings in Berlin geben. Und künftig wollen wir die internationale Schlagkraft weiter erhöhen. Wir setzen uns dafür ein, die organisatorische Effizienz innerhalb des GS1-Netzwerks zu verbessern und zugleich die Integration von Basistechnologien und Prozessstandards voranzutreiben. ■



## GS1-TECHNOLOGIEN

Durchbruch in eine neue Dimension: Moderne Datenträger und Kommunikationstechnologien erweitern das Leistungsspektrum der klassischen Standards. Flexible Anwendungsmöglichkeiten, neue Einsatzgebiete – 2008 haben wir die Weichen gestellt, um den Mehrwert für Unternehmen deutlich zu erhöhen.

- >> Aus EAN wird GTIN
- >> Neuer Barcode GS1 DataBar
- >> EANCOM®-Update
- >> GEPIR erweitert
- >> GS1 DataMatrix
- >> GS1 XML im Fokus
- >> Internationales Netzwerk
- >> GS1 in der Normung



>> Update: GS1 Germany entwickelt seine Basis-Technologien laufend weiter

## Spannende Perspektiven für Anwender

**Aus EAN wird GTIN – die Global Trade Item**

**Number. Der neue Name ist Programm:**

**Die Internationale Artikelidentnummer hat sich als länder- und branchenübergreifender Standard etabliert, als Global Language of Business.**

Millionen von Anwendern in aller Welt nutzen die Identifikationsstandards von GS1 und haben ihre Prozesse entlang der Value Chain danach ausgerichtet. Die Unternehmen profitieren dabei von der Stabilität des Systems; auf der Basis langfristig gültiger und kompatibler Standards können sie den maximalen ökonomischen Output realisieren.

Unsere Entwicklungsgremien haben die Planungs- und Investitionssicherheit der Anwender stets im Blick. Die bestehenden Applikationen müssen sich in dynamischen Märkten behaupten; gleichzeitig sollen unsere Kunden auch die Vorteile innovativer Technologien nutzen können. Der Schlüssel liegt in der konsequenten Weiterentwicklung der bewährten GS1-Standards.

Mit einer neuen, auf das bestehende Set abgestimmten Generation von Datenträgern und Kommunikationstools haben die Unternehmen die Möglichkeit, ihre Kosten weiter zu senken – und völlig neue Anwendungsmöglichkeiten zu erschließen.

**GS1 DataBar: Mehr Flexibilität und Datentiefe am Point of Sale**

Ab 2010 wird er zum Standard am Point of Sale: Mit dem GS1 DataBar – ehemals Reduced Space Symbology – führt GS1 Germany eine neue lineare Symbologie für Endverbrauchereinheiten ein. Der leistungsfähige Datenträger macht das Scannen an der Kasse noch komfortabler; er schließt Systemlücken vor allem dort, wo der klassische Strichcode aufgrund seiner Größe oder Speicherkapazität an Grenzen stößt. So können mit dem GS1 DataBar beispielsweise auch Waren mit variablem Gewicht – etwa Obst oder Gemüse – automatisch erfasst werden.

Das Novum: Der Barcode der neuen Generation kann neben der GTIN auch die für den Abverkauf notwendige variable Information, also zum Beispiel das Nettogewicht, speichern. Auch die Abwicklung von Coupons wird durch den GS1 DataBar erleichtert. Auf europäischer Ebene hat GS1 im Jahr 2008 damit begonnen, die Codierung von Couponinformationen zu harmonisieren.



2009 sollen detaillierte Anwendungsempfehlungen und Migrationsszenarien für die ersten Einsatzgebiete des GS1 DataBar vorgelegt werden.

**EANCOM®: Neue Handlungsspielräume im elektronischen Datenverkehr**

Bestellungen, Rechnungen, Lieferavis: Mit der im Oktober 2008 veröffentlichten Version 5.0 der EANCOM®-Anwendungsempfehlung können Unternehmen elektronische Nachrichten noch leichter austauschen. In den neuen Standard sind alle bis Mitte 2008 akzeptierten Änderungsanträge eingeflossen – er entspricht somit den aktuellen Anforderungen der Wirtschaft. Unter anderem werden in der neuen Version die gesetzlichen Vorschriften des Handelsgesetzbuchs (HGB) zu den Angaben auf Geschäftsdokumenten auch im EDI-Verfahren erfüllt. Die konsequente Dokumentation der Nachrichten in der aktuellsten Syntax eröffnet den Unternehmen weitere Handlungsspielräume. Darüber hinaus erlaubt die gewählte Profilechnik eine gezielte Anpassung der jeweiligen Nachrichteninhalte an länder- und branchenspezifische Anforderungen. Grund genug für die Buchbranche, sich 2008 ebenfalls auf EANCOM® als verbindlichen Standard für alle EDI-Prozesse festzulegen. ▶

*Internationale Terminologie – aus EAN wird GTIN*

Hoher Wiedererkennungswert: 2005 schlossen sich die weltweit tätige Dachorganisation EAN und der nordamerikanische UCC (Uniform Code Council) zu GS1 – Global Standards One – zusammen. In diesem Zuge einigte man sich auf eine weltweit einheitliche Begrifflichkeit, die „Global Trade Item Number“, kurz GTIN. Fast alle der mehr als 100 GS1-Länderorganisationen nutzen heute die neue Terminologie. 2009 löst „GTIN“ auch in Deutschland den Begriff EAN ab. Inhalte und Anwendungsspezifikationen der GS1-Standards ändern sich dadurch nicht. Insbesondere global tätige Unternehmen profitieren von der Anpassung: Die Kommunikation und Kompatibilität der GS1-Standards in internationalen Geschäftsbeziehungen wird weiter verbessert und erleichtert.

**Bisheriger Begriff**

**Neuer Begriff**

EAN – Internationale Artikelnummer	GTIN – Globale Artikelidentnummer
ILN – Internationale Lokationsnummer	GLN – Globale Lokationsnummer
ILN-Basisnummer	GS1-Basisnummer
EAN 128-Strichcodesymbol	GS1-128-Strichcodesymbol
EAN Data Matrix	GS1 DataMatrix
EAN-Standards	GS1-Standards



Erweitert wurde im vergangenen Jahr die Empfehlung zum „Informationsfluss Logistik“: Neben den Transportnachrichten können nun auch Speditions- und Transportrechnungen im EDIFACT-basierten EANCOM®-Format ausgetauscht werden.

#### **GEPIR: Direkter Zugriff per Mobilgerät**

Welches Produkt verbirgt sich hinter einer bestimmten GTIN? Sind die Unternehmensdaten in der Rechnung korrekt? Täglich stehen Ein- und Verkäufer vor der Herausforderung, schnell die richtige Information zu finden. Einen einfachen und verlässlichen Lösungsansatz für die Validierung von Unternehmensdaten bietet der GS1-Service GEPIR – Global GS1 Electronic Party Information Registry. In über 100 Ländern vergeben die nationalen GS1-Organisationen Globale Lokationsnummern (GLN) als Basis zur Identifikation von Unternehmensteilen, Produkten und/oder Versandeinheiten. GEPIR fungiert als Netzwerk dieser Datenbanken und stellt einen virtuellen Katalog mit Daten von mehr als einer Million Unternehmen bereit.


Völlig neue Perspektiven eröffnet der 2008 entwickelte Service GEPIR mobile. Mithilfe dieses Tools können Anwender unterwegs mit ihrem Mobiltelefon oder PDA auf die GEPIR-Datenbank zugreifen. Ein Barcodescanner, der von der GEPIR-Homepage heruntergeladen wird, macht das Mobiltelefon zum Lesegerät: Der Scanner liest die GTIN des fotografierten Barcodes aus und startet eine Direktanfrage bei [mobile.gepir.de](http://mobile.gepir.de). Für Hersteller bietet sich die Chance, den Anfrager über GEPIR direkt auf eine produktspezifische Internetseite weiterzuleiten. Damit sind die Möglichkeiten jedoch noch längst nicht ausgeschöpft. 2009 wollen wir auch serialisierte Informationen – also die Verbindung von Artikelnummer und Seriennummer – in die GEPIR-Services integrieren. Schon bald kann auch der Konsument auf diese Weise Informationen abrufen: Er fotografiert den Barcode, der auf dem Produkt aufgebracht ist, und wird per GEPIR auf die Seite des Herstellers geleitet. Dort kann er per GTIN und Seriennummer zum Beispiel überprüfen, ob das Produkt ein Original oder eine Fälschung ist.

#### **GS1 DataMatrix: Auto-ID auf dem Vormarsch**

Geballte Power: Als hoch verdichteter Code eignet sich der zweidimensionale GS1 DataMatrix speziell für die Anwendung unter schwierigen Bedingungen. So leistet der Datenträger etwa bei der Direktmarkierung von Metallen und der Kennzeichnung von Kleinprodukten hervorragende Dienste – ein Profil, das ihn beispielsweise für die Gesundheits- und Pharmabranche interessant macht. Führende Verbände und internationale Organisationen haben sich für den Einsatz des GS1 DataMatrix zur Kennzeichnung von Arzneimitteln ausgesprochen. Im Vordergrund steht dabei die Patientensicherheit. Der neue Standard schafft die Grundlage für ein verbessertes und kostengünstigeres Monitoring von Chargen- und Verfallsdaten; zugleich können die Unternehmen Arzneimittel eindeutig identifizieren und auf Echtheit prüfen. Darüber hinaus eröffnet der GS1 DataMatrix neue Spielräume für eine effiziente ►

## GLN branchenübergreifend auf Erfolgskurs

### Hersteller/Dienstleister nach Branchen

Nahrungs- und Genussmittel	9.278	
Schreibwaren, Bürobedarf, Print- und AV-Medien	5.369	
Textilindustrie, Leder- und Schuhwaren	2.634	
Chemische Industrie, Farben, Lacke, Pharmazeutika	2.334	
Lager- und Transportdienstleistungen	1.877	
Elektrotechnik	1.838	
Eisen, Blech, Metallwaren	1.289	
Land- und Forstwirtschaft, Gartenbau, Futtermittel	1.146	
Rohstoffe, Ausrüstungs- und Investitionsgüter	1.063	
Wasch-, Reinigungs- und Körperpflegemittel	1.021	
Papier, Druck, techn. Papiere und Verpackungsmittel	941	
Holzverarbeitung, Möbel und Bauelemente	843	
Kunststoff- und Gummiverarbeitung	711	
Musikinstrumente, Spielwaren, Sportgeräte	701	
Feinkeramik, Glas, Feinmechanik, Optik, Uhren, Schmuck	670	
Unternehmensberatung/Software	282	
<b>Summe Hersteller/Dienstleister</b>	<b>31.997</b>	

### Handel

Einzelhandel/Großvertriebsformen	93.842
Großhandel/Handelsvertreter/Importeure	6.912
<b>Summe Handel</b>	<b>100.754</b>

**Gesamt 132.751**

Stand: Dezember 2008



Gerhard Berssenbrügge, Vorstandsvorsitzender der Nestlé Deutschland AG

*„Lebensmittelsicherheit hat bei Nestlé hohe Priorität. Vom Saatgut auf dem Feld über die hochwertige Verarbeitung bis zum Verkaufsregal: Beim Qualitätsmanagement entlang der Supply Chain und bei der Rückverfolgung von Waren setzt Nestlé auf die weltweit einheitlichen Identifikations- und Kommunikationsstandards von GS1 Germany.“*

Produktionssteuerung, die lückenlose Rückverfolgung von Produkten sowie eine vereinfachte Abwicklung von Garantieleistungen. Solche Optionen sind für zahlreiche Partner entlang der Wertschöpfungskette von Bedeutung.

#### **GS1 XML: Standards für die neue IT-Generation**

Mehr Flexibilität in der Business-Kommunikation: Aufgrund ihrer vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten rücken die GS1 XML-Standards verstärkt in den Fokus vieler Unternehmen. Immer häufiger kommen Software-Produkte zum Einsatz, die auf der Auszeichnungssprache XML basieren. Läuft etwa der elektronische Datenaustausch über eine Konvertersoftware, die primär XML unterstützt, bieten die GS1 XML-Standards die besten Voraussetzungen für einen technisch reibungslosen Informationsaustausch zwischen den Unternehmen. Aktuelle Umfragen innerhalb der GS1-Community belegen, dass die elektronische Kommunikation auf Basis der GS1 XML-Standards in den vergangenen Jahren rasant zugenommen hat. So stieg die Zahl der Anwender bis zum Jahr 2008 auf über 10.000 User weltweit. Langfristig wollen wir GS1 XML als umfassenden Kommunikationsstandard und als zukunftsweisendes Lösungsangebot für neue Branchen und Geschäftsprozesse etablieren.

#### **Internationales Netzwerk: Starke Stimme aus Deutschland**

Als weltweit anwenderstärkste GS1-Mitgliedsorganisation verfolgen wir das Ziel, die Entwicklung des weltweiten GS1-Systems entscheidend mitzugestalten. Der GS1 Global Standards Management Process (GSMP) bietet hierfür die ideale Plattform. In diesem Forum werden alle globalen GS1-Standards auf Basis von Anforderungen aus den einzelnen Ländern entwickelt und verabschiedet. GS1 Germany ist hier in allen wichtigen Fachgremien vertreten und hat im Jahr 2008 unter anderem die Empfehlungen zum GS1 DataBar, die Weiterentwicklung der EANCOM®- und XML-Standards sowie das Thema GDSN (Global Data Synchronisation Network) vorangetrieben.

Auch auf europäischer Ebene engagiert sich GS1 Germany für eine nachhaltige Standardisierung von Geschäftsprozessen. Im Netzwerk setzen wir uns dafür ein, die internationalen Standards auf die europäischen Markterfordernisse abzustimmen und die nationalen Empfehlungen europaweit zu harmonisieren. Aktuell erarbeitet das GS1 in Europe eCom-Leadership-Team eine europäische eCom-Strategie für die öffentliche Beschaffung. Im Bereich Identifikation bündeln wir zusammen mit der europäischen Barcode Group die europäischen Interessen – etwa in Bezug auf den GS1 DataBar, das Couponing oder die Harmonisierung der EPC/RFID-Standards – und bringen sie in die globale Diskussion ein.

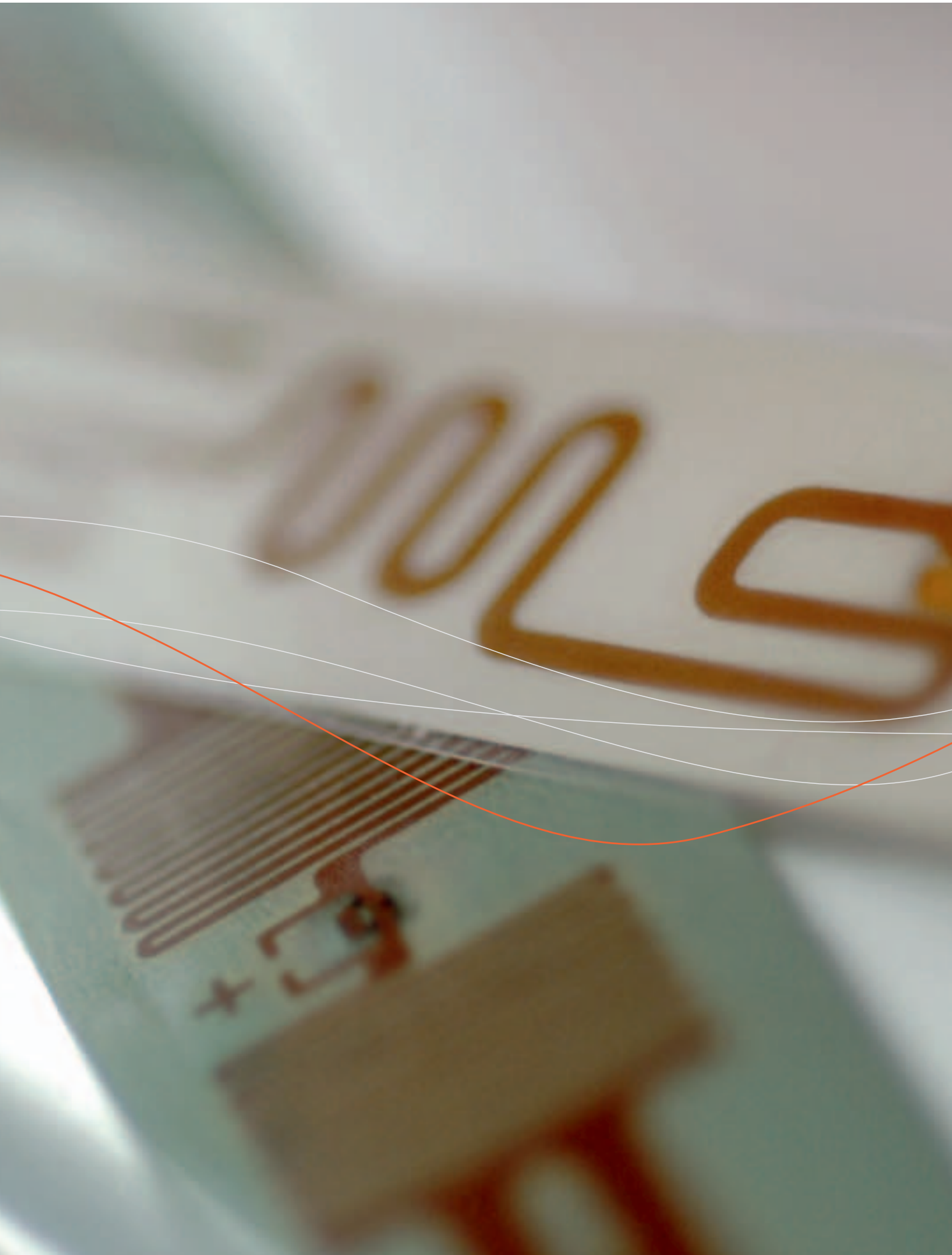
### GS1 in der Normung: Brückenschlag in die Zukunft

GS1-Standards im DIN-Normenwerk verankern: Dieses Ziel hat GS1 Germany als Trägerin des Normenausschusses Daten- und Warenverkehr in der Konsumgüterwirtschaft – kurz NDWK – auch 2008 mit Nachdruck verfolgt. Beispiel Transpondertechnologie: Der Arbeitsausschuss RFID im NDWK setzt sich gemeinsam mit dem Normenausschuss Informationswesen dafür ein, die Belange nationaler Technikanbieter und -anwender abzusichern. Der NDWK ist dabei auch im Jahr 2008 seiner wichtigen Brückenfunktion gerecht geworden. Der Ausschuss vertritt im nationalen ISO/CEN-Spiegelgremium zu RFID die Interessen der Konsumgüterwirtschaft; gleichzeitig vermittelt er zwischen der Standardisierung bei EPCglobal und der Normung beim DIN. Unter anderem hat die Arbeit des NDWK dazu beigetragen, dass technische Spezifikationen von EPCglobal Eingang in die internationale Normung gefunden haben. Die Funkregularien im Ultrahochfrequenzbereich konnten verbessert und im europäischen Raum auf internationales Niveau angehoben werden.

Die technologische Entwicklung gibt das Tempo vor: Normungsorganisationen müssen geeignete Prozesse für die zügige und effiziente Erarbeitung von Normen und Standards entwickeln. Auch der NDWK stellt sich dieser Aufgabe und schafft neue Synergien: Seit 2008 sind die Expertengruppen von GS1 Germany zu „Auto-ID“ und „EDI/eCommerce“ parallel als Arbeitsausschüsse im NDWK verankert. Konkrete Projekte betreffen beispielsweise die Überführung der Dokumentationen zu WebEDI in das Normungsverfahren sowie die Ausarbeitung einer DIN-Norm zur Umsetzung des GS1 DataMatrix. Ob bei Detailspezifikationen zu Strichcodes oder bei Vereinheitlichungen von Datenstrukturen – Ziel ist es, den Weg von der GS1-Anwendungsempfehlung bis zur DIN-Norm weiter zu beschleunigen. ■

### Lösungsorientiert: Fälschungssicherheit durch Standards

In den unterschiedlichsten Wirtschaftsbereichen helfen GS1-Standards dabei, aktuelle Probleme zu lösen und wichtige Zukunftsfragen zu beantworten. Ganz oben auf der Agenda stand bei GS1 Germany 2008 das Thema Fälschungssicherheit. Gerade im Gesundheitswesen ist ein wirksamer Plagiatschutz gefragt. Die Weltgesundheitsorganisation geht davon aus, dass bereits fünf bis zehn Prozent aller Arzneimittel gefälscht sind, Tendenz steigend. Nur wenn die Produkte entlang der gesamten Prozesskette eindeutig zu identifizieren sind, lässt sich die Sicherheit für Verbraucher und Marken gewährleisten. Das GS1-System bietet dafür die passenden Instrumente, wie unser aktuelles Management-Informationssystem zum Thema „Fälschungssicherheit“ zeigt. Das Dokument ist auf der Homepage von GS1 Germany kostenlos abrufbar. 2009 setzen wir unser Engagement konsequent fort und wollen gemeinsam mit der European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA) den Aufbau eines europäischen Fälschungssicherungssystems für pharmazeutische Produkte auf Basis der GS1-Standards vorantreiben.



## EPC/RFID

Fünf Jahre EPCglobal: Beim Einsatz moderner Auto-ID-Technologien spielt die Betriebsgröße keine Rolle mehr. Quer durch alle Branchen nutzen kleine, mittlere und große Unternehmen den einheitlichen EPC/RFID-Standard.

Und profitieren von deutlich mehr Sicherheit und Transparenz in der Wertschöpfungskette.

- >> Fünf Jahre EPCglobal
- >> Innovatives Produktportfolio
- >> Neuer EPC-Implementer
- >> Der EPC-Showcase
- >> Leuchtturm-Projekte 2008
- >> Perspektive 2009

>> EPC und RFID – Schlüssel zur vollautomatischen Lieferkette

# Eine Technologie für alle



Zur einfachen und zuverlässigen elektronischen Identifikation von Objekten hat sich die Radiofrequenztechnologie seit langem bewährt. Doch erst in Verbindung mit einem weltweit gültigen, offenen Standardisierungssystem kann RFID seine Leistungsstärke unternehmens-, länder- und branchenübergreifend voll entfalten.

Beispiel Supply Chain: Damit alle Beteiligten – vom Vorlieferanten über den Hersteller und Logistikdienstleister bis zum Händler – ohne Effizienzverluste miteinander kooperieren können und der Datenaustausch zwischen den einzelnen Systemapplikationen reibungslos funktioniert, sind anwendungs- und branchenübergreifende Normen erforderlich. Seit nunmehr einem halben Jahrzehnt arbeitet EPCglobal an der Entwicklung von Standards zur einheitlichen Nutzung der Radiofrequenztechnologie.

**Fünf Jahre EPCglobal: Eine Erfolgsgeschichte**

Mehr als 1.400 Unternehmen zählt die weltweite EPCglobal-Community inzwischen – Tendenz steigend. Nach den USA verzeichnet Deutschland den stärksten Zuwachs. So ist hierzulande die Mitgliederzahl binnen eines Jahres um 50 Prozent gestiegen. Zu den 211 Vollmitgliedern kommen weitere 50 Informatische Mitglieder, die sich am Umsetzungsnetzwerk beteiligen.

Waren die ersten Anwender vor allem Großunternehmen wie die METRO Group oder technische Vorreiter wie Feig Elektronik, so ist EPC/RFID heute auch im Mittelstand angekommen. Die Zahl kleiner und mittlerer Unternehmen, die zur EPCglobal-Community stoßen und den Standard

Übersicht: EPCglobal-Unternehmen: Deutschland ist Vorreiter in der europäischen Community



nutzen, wächst stetig. Immer mehr mittelständische Unternehmen setzen auf Funkchips zur Optimierung ihrer Prozesse in der Supply Chain, viele haben entsprechende Projekte initiiert. Nach wie vor stellt die Konsumgüterbranche den größten Mitgliederanteil. Doch zunehmend rücken auch andere Wirtschaftsbereiche in den Fokus. Vor allem in der Healthcare- und Automotive-Branche findet die Technologie neue Anhänger. In der Automobilindustrie beispielsweise arbeiten wir am Aufbau einer Automotive Discussion Group. Der Grundstein ist bereits gelegt: So fand während des Joint Action Group (JAG) Meetings in Bonn/Troisdorf Anfang Oktober ein Automotive Round Table statt. Dies ist nicht zuletzt Resultat der engen Zusammenarbeit mit dem Verband der Automobilindustrie (VDA). Passgenaue Anwendungen und der Trend zur internationalen Harmonisierung erleichtern den Unternehmen den Einsatz von EPC/RFID. Willkommen im Club: Im Berichtsjahr konnten die führenden Industrieunternehmen ThyssenKrupp Steel, BP und Bosch als Vollmitglieder für EPC global gewonnen werden. ►

- Global
- Nordamerika
- Europa
- Deutschland

### Innovatives Produktportfolio

Herzstück von EPCglobal und zugleich Kernelement der EPC-Lizenz ist die EPC-Manager-Nummer. In den fünf Jahren ihres Bestehens hat EPCglobal die Basisnummer zur Kennzeichnung des Unternehmens um zahlreiche Umsetzungstools erweitert und die Produktpalette Schritt für Schritt ausgebaut. Als erstes Zusatzprodukt kam 2004 der ROI-Kalkulator auf den Markt. Mit dem Kalkulator kann die Wirtschaftlichkeit der EPC/RFID-Implementierung rasch und zuverlässig ermittelt werden. Wertvolle Unterstützung in der Umsetzungsphase erhalten die Mitglieder in Form von weiteren praxisorientierten Services – angefangen von der RFID-Scorecard und der RFID-Infobörse über das EPC/RFID-Kompodium bis zum EPC-Konverter. Im Jahr 2007 schließlich wurde das European EPC Competence Center (EECC) zertifiziert, das Anwender aus unterschiedlichen Branchen mit zuverlässigen Transponder-tests und praxisnahen Schulungsangeboten branchenübergreifend unterstützt. Die neu gegründete Gesellschaft EPCON hat außerdem zum 1. Januar 2009 offiziell ihren Betrieb aufgenommen und rundet damit das Angebot von GS1 Germany und des EECC als kompetenter Beratungspartner ab.

### Neuer „EPC-Implementer“ – Perfekter Einstieg ins Netzwerk

EPCglobal stellt heute alle notwendigen Standards bereit, um den reibungslosen Ablauf der Prozesskette vom Auslesen des Transponders bis zur unternehmensübergreifenden Abfrage der Informationen zu gewährleisten. Die wichtigste Komponente innerhalb der EPC-Infrastruktur stellt der Standard EPC Information Services – kurz EPCIS – dar. Der industrie- und technologie-neutrale Standard definiert die Grundlagen für die Erfassung, Übertragung und Abfrage der ausgearbeiteten Transponderdaten. EPCIS passt sich in bestehende Unternehmens- und Sicherheitsumgebungen ein und hat sich als Ergänzung für bestehende Informationssysteme bewährt. Über die definierten Standardschnittstellen können

sich die Netzwerkmitglieder jederzeit und überall über den Verbleib ihrer Produkte in der Lieferkette austauschen – und zwar in Echtzeit.

Damit für jeden relevanten Lesezeitpunkt der zugehörige EPCIS-Datensatz konfiguriert und umgekehrt an jeder Schnittstelle eine entsprechende Abfrage generiert werden kann, haben wir 2008 eine Dokumentation der EPCIS-Spezifikation veröffentlicht. Der so genannte EPC Implementer beschreibt EPCIS-Ereignisse, -Abfragen und -Stammdaten in englischer Sprache. Beispiele im XML-Format dienen der praktischen Anschauung. Zusätzliche Suchfunktionen und eine spezielle Speicheroption für Favoriten bietet künftig die Komfortversion „EPC Implementer Plus“, an der wir mit Hochdruck arbeiten.

### Der EPC-Showcase: Ausgezeichnetes Onlinetool

Spielerisch zum Ziel: Gemeinsam mit der Oracle Deutschland GmbH hat GS1 Germany eine praxisnahe Simulation der Kommunikationsplattform EPCIS entwickelt. Mithilfe beispielhafter Prozessabläufe wird der unternehmensinterne und unternehmensübergreifende Datenfluss dargestellt. Die Simulation demonstriert mögliche Anwendungsfälle und veranschaulicht zugleich die Funktionen ausgewählter EPCglobal-Systemkomponenten. Die Initiative Mittelstand bescheinigt dem Tool einen hohen Nutzwert und hat es zum Innovationsprodukt 2008 gekürt.



### Leuchtturm-Projekte 2008

Von der strategischen Planung zur konkreten Umsetzung im Geschäftsalltag: Nicht nur in der Konsumgüterindustrie, auch in der Textil- und Gesundheitsbranche sowie im Fahrzeugbau haben die Unternehmen im Berichtsjahr ihr Engagement im Bereich EPC/RFID verstärkt. Damit sichern sich die Anwender Effizienzvorsprünge und erzielen Einsparvolumina in der Distribution, Lagerhaltung, Prozesssteuerung und Qualitätssicherung. Mehr noch: Mit jedem Unternehmen, das RFID ►





### *Deutsche Konsumenten sind gut über RFID informiert*

Acht von zehn Konsumenten in Deutschland würden mit RFID-Chips versehene Produkte kaufen. Besonders wichtig sind ihnen dabei zwei Aspekte: Mit der Funktechnologie erhalten sie mehr Informationen zum Produkt, und der Kassiervorgang wird deutlich beschleunigt. Das geht aus einer länderübergreifenden GfK-Studie hervor, die GS1 Germany im Herbst 2008 präsentiert hat. Befragt wurden Konsumenten in Deutschland, England, Frankreich und den USA zu ihrer Einstellung und ihrem Wissensstand bei EPC/RFID.

Nur 26 Prozent der Deutschen gaben an, die Technologie nicht zu kennen oder sich nicht dafür zu interessieren. Das sieht im internationalen Maßstab ganz anders aus. So haben sich 44 Prozent der US-Amerikaner, 58 Prozent der britischen Verbraucher und sogar 60 Prozent der Franzosen noch nicht mit RFID auseinandergesetzt. Die deutschen Konsumenten sind im Vergleich dazu nicht nur besonders gut informiert, sie haben auch genaue Vorstellungen davon, welche Vorteile die Technologie bietet. Der Einsatz der Technologie muss die Convenience erhöhen, darf die Produkte aber nicht verteuern. Darüber hinaus steht auf der Wunschliste auch der Datenschutz – für 37 Prozent der Verbraucher in Deutschland ist die Sicherheit der Daten entscheidend.



*„Container-Tracking, Produkt-Authentifizierung, Management von Handels-Promotions, Retourenmanagement: Mit EPCIS als Industriestandard ist endlich eine Technologie marktreif, die Warenströme und deren Verbleib innerhalb der Lieferkette durchgängig sichtbar macht. Wir gehen davon aus, dass EPCIS einen größeren Einfluss auf die Industrie haben wird als die Veröffentlichung des UHF-Gen2-Standards im Jahr 2004. Das wahre Potenzial der Technologie erschließt sich, wenn Unternehmen anfangen, Produktdaten anhand von EPCIS auszutauschen, um die Effizienz innerhalb ihrer Lieferkette zu steigern.“*



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

zur Verbesserung seiner Prozesse einsetzt, nehmen die Nutzenpotenziale und Netzwerkeffekte weiter zu.

Länder- und branchenübergreifende Initiativen auf dem Vormarsch: Ein Highlight im Jahr 2008 waren die ersten beiden Phasen des internationalen Pilotprojekts „Transportation and Logistics Services (TLS)“. Das insgesamt dreistufige Projekt untersucht den umfassenden Einsatz von EPC/RFID auf unterschiedlichen Verkehrswegen in der Logistik- und Transportindustrie. Zunächst wurden Güter auf dem Schiffsweg zwischen Hongkong und Japan befördert. Im Blickpunkt stand der standardisierte Austausch von Informationen zwischen verschiedenen Projektpartnern auf Basis des EPCglobal-Standards EPCIS. Per Luftfracht wurden anschließend Produkte in Kartons, auf Paletten und in Containern vom chinesischen Shanghai ins US-amerikanische Long Beach transportiert. Auch Transpondertests standen in der zweiten Phase auf dem Programm. Nach erfolgreichem Abschluss der ersten beiden Phasen gaben die Projektverantwortlichen grünes Licht für Phase 3. Unter Federführung von GS1 Germany werden Anfang 2009 Transporte elektronischer Geräte von Asien nach Europa organisiert. Das Ziel: Die Rückverfolgbarkeit der Güter entlang der gesamten Versorgungskette zu sichern – vom Hersteller bis zum Point of Sale.

Welches Potenzial bietet die EPC/RFID-Technologie für wieder verwendbare Holzpaletten? Gemeinsam mit der European Pallet Association (EPAL), GS1 Switzerland und GS1 in Europe startete GS1 Germany in 2008 ein länderübergreifendes Projekt. Die Holliger Paletten Logistik AG stattete 1.000 Holzpaletten mit EPC-Transpondern aus. Ziel ist es, den logistischen Kreislauf einer Palette zwischen Sortierung, Reparatur und Lagerung lückenlos zu verfolgen und die unternehmensinternen Kontrollprozesse zu verbessern. Das Besondere: Sämtliche EPCglobal-Standards, einschließlich EPC-Gen2-Transponder, werden dabei berücksichtigt. Zum Einsatz kam auch der EPC Ident GRAI – Global Returnable Asset Identifier. Über die standardisierte Software EPCIS wurden

die gesammelten Daten nachgelagerten Web-Portalen zur Verfügung gestellt. So konnten alle Projektpartner die Ergebnisse in Echtzeit verfolgen. 2009 geht das ambitionierte Projekt in die zweite Runde.

### Perspektive 2009: Auf zu neuen Ufern

Transparenz in der Wertschöpfungskette, lückenlose Rückverfolgbarkeit, Fälschungssicherheit: Damit künftig noch mehr Unternehmen von den Vorteilen der EPC/RFID-Technologie profitieren, hat der Aufsichtsrat von GS1 Germany das EPC/RFID Advisory Board ins Leben gerufen. Zu den Mitgliedern zählen Manager und Vorstände von BMW, Bosch, Checkpoint, Daimler, DHL, fir, Metro, Oracle, Rewe und ThyssenKrupp. Die beteiligten Unternehmen verstehen sich als engagierte Multiplikatoren und Promoter der EPC/RFID-Technologie für alle Branchen. Angesprochen werden sollen also insbesondere Unternehmen, die nicht dem FMCG-Sektor angehören. Mit der Initiierung und Durchführung wegweisender Projekte will das Board die Verbreitung von EPC/RFID-Standards zügig vorantreiben. Dazu ist auch eine enge Vernetzung mit anderen Gremien und Projekten wie mit dem Campus-Projekt der RWTH Aachen geplant.

Ende November 2008 fand im Rahmen der EPC/RFID-Mitgliederversammlung bereits das erste Treffen des neuen Gremiums statt. Die Ergebnisse: Das EPC/RFID Advisory Board wird in einem ersten Schritt erweitert, um die Repräsentanz im Markt zu erhöhen. Eine Umfrage unter den Boardmitgliedern soll darüber hinaus die Unternehmens- und Branchenziele in puncto EPC/RFID ermitteln. Wird etwa bereits die RFID-Technologie eingesetzt und wenn ja, in welchem Umfang? Existieren konkrete Pläne zum Einsatz, werden Umsetzungs-Projekte durchgeführt, und welche Ziele verfolgt das Unternehmen grundsätzlich mit EPC/RFID? Auf Basis der Umfrageergebnisse sollen in der nächsten Sitzung konkrete Schritte zum weiteren Vorgehen festgelegt werden. ■



**EFFICIENT CONSUMER RESPONSE**

Anspruchsvolle Konsumenten, strenge Umweltgesetze, hoher Margendruck: Mit kooperativen Strategien können Unternehmen den komplexen Marktanforderungen besser gerecht werden. 2008 haben wir unsere ECR-Konzepte weiter verfeinert, damit Industrie und Handel ihren Kunden ein Optimum an Qualität, Service und Produktvielfalt bieten können.

# ECR

- >> Erfolg durch Category Management
- >> CM-Toolbox online
- >> Individuelle OSA-Strategien
- >> KEP integrieren
- >> Shelf Ready Packaging
- >> ECR-Award – Best Practices



>> Kundenwünsche besser und effizienter erfüllen – ECR macht's möglich

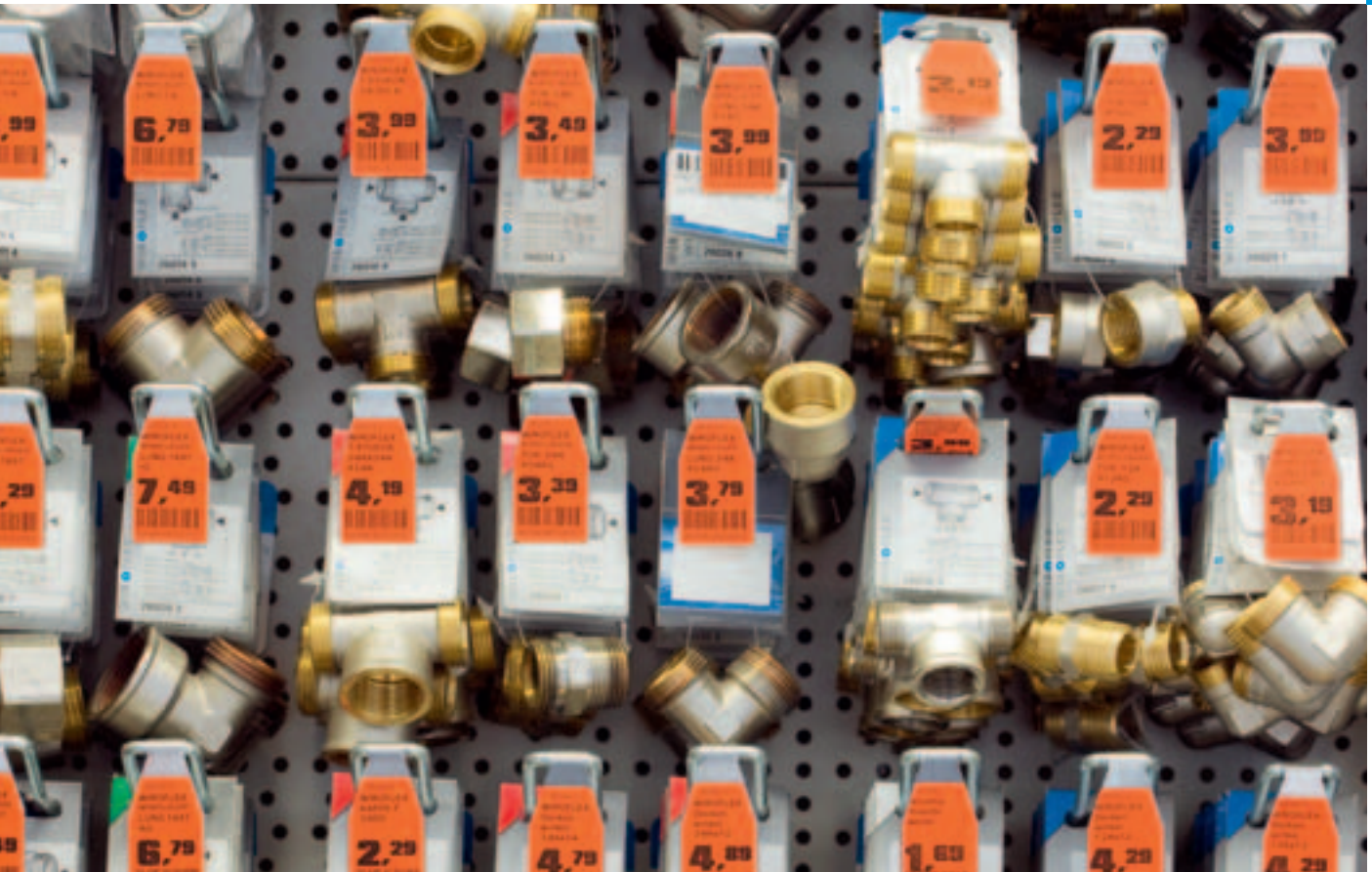
## Vom Konsumenten zum echten Fan

**Neue Kaufimpulse schaffen, die Kunden binden: In der Lieferkette und am Point of Sale bieten gezielte Kooperationen nach wie vor großes Umsatz- und somit Wachstumspotenzial.**

Unternehmensübergreifende ECR-Strategien ermöglichen es, die Sortimente exakt auf die Bedürfnisse der Shopper abzustimmen. Ein wirksames Tool zur kundengerechten Sortimentsgestaltung stellt das Category Management (CM) dar. Dabei definieren Handel und Industrie gemeinsam Warengruppen oder Categories, die dem aktuellen Konsumverhalten entsprechen. Vor allem große Unternehmen haben die Vorteile dieses Konzepts frühzeitig erkannt und systematische CM-Prozesse etabliert.

Dennoch ließ sich bislang nur schwer messen, in welchem Umfang das Category Management konkret zum Unternehmenserfolg beiträgt. Eine von GS1 Germany ins Leben gerufene Fachgruppe hat jetzt den qualitativen und quantitativen Nutzen von Category Management untersucht. Das Ergebnis ihrer Arbeit wurde als Entscheidungshilfe für die CM-Einführung aufbereitet und Ende 2008 veröffentlicht. Für jede Phase des Acht-Schritte-Prozesses hat das Expertenteam aus Industrie und Handel die wichtigsten Nutzenargumente herausgestellt und sie durch Praxisbeispiele veranschaulicht. Entscheidend für den Erfolg ist nach Ansicht der Autoren eine langfristige strategische Ausrichtung. Nur wenn Category Management auch von der Unternehmensführung unterstützt wird, zeigt es dauerhaft Wirkung. Eine wichtige Rolle spielt darüber hinaus die organisatorische Verankerung im Unternehmen. Ein CM-Team auf Augenhöhe mit Vertrieb und Marketing besitzt eine höhere Effizienz als eine untergeordnete Abteilung und kann stärker zum Unternehmenserfolg beitragen.





### CM-Toolbox: Online-Leitfaden für Einsteiger

Um insbesondere kleinen und mittelständischen Unternehmen den Einstieg ins Category Management zu erleichtern, haben wir gemeinsam mit Vertretern der Konsumgüterbranche eine internetbasierte Serviceplattform entwickelt. Die CM-Toolbox wurde im September 2008 auf dem 9. ECR-Tag in Zürich online geschaltet. Sie bietet praxisorientierte Informationen und konkrete Hilfestellungen für eine erfolgreiche Umsetzung. Einsteiger erhalten Antworten auf alle wichtigen Fragen, mit denen sie in CM-Projekten oder -Prozessen konfrontiert sind. Eine weitere Version der CM-Toolbox für erfahrene Anwender steht ab dem 1. Quartal 2009 zur Verfügung. Neben dem CM-Handbuch beinhaltet die „Werkzeugkiste“ für Profis unter anderem die Anwendungsempfehlungen für das Day-to-Day Category Management, weitere Umsetzungsbeispiele und nützliche Excel-Templates. ►

### CatMan auf Erfolgskurs

Es ist die wichtigste Weiterbildung zum Thema Category Management im deutschsprachigen Raum: Fünf Jahre nach dem Start haben mehr als 350 Teilnehmer den zehntägigen berufsbegleitenden Lehrgang von GS1 Germany zum „Zertifizierten ECR D-A-CH Category Manager“ absolviert und ihre Prüfung erfolgreich abgeschlossen. Vor allem bei „Neueinsteigern“ wächst die Nachfrage. Ob Anfänger oder Profi – die Teilnehmer schätzen insbesondere, dass in den Lehrgängen Unternehmen aus Handel und Industrie sowie Vertreter von Food- und Non-Food-Warengruppen zusammenkommen. Dieser Mix fördert das wechselseitige Verständnis und schafft so die Basis für erfolgreiche Kooperationsprojekte.



„Die vertrauensvolle Kooperation mit Konsumgüterherstellern hat Tradition bei dm. Durch die enge Abstimmung mit Industriepartnern in puncto Sortimentsgestaltung, Regalpräsentation und Promotions können wir die Wünsche unserer Kunden bestens erfüllen. Unser gemeinsames Ziel: dass sich bestehende Kunden mit dm noch mehr verbinden und wir neue Käuferzielgruppen erschließen.“

Erich Harsch, Geschäftsführer der dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

### Ausgezeichnete Kooperationen – ECR Award 2008

Zukunftsweisende Logistikkösungen, zielgruppen-gerechte Sortimente, optimale Warenverfügbarkeit am Point of Sale: Wie Unternehmen aus Industrie und Handel mit integrierten ECR-Konzepten ihre Position im Wettbewerb verbessern können, zeigen beispielhaft die Preisträger des ECR Award 2008. Der renommierte Preis für herausragende Leistungen im Bereich Efficient Consumer Response wurde im Rahmen des ECR-Tags im September in Zürich vergeben. Gewinner in der Kategorie Unternehmenskooperationen waren Coca-Cola Deutschland und die METRO Group. Beide Unternehmen haben die enge Verzahnung ihrer Prozesse und die gemeinsame Ausrichtung auf die Bedürfnisse des Shoppers als strategisches Element im Management verankert. Auf der Basis umfassender Absatz- und Marktforschungsdaten wurden individuell für jedes Outlet Aktionspläne zur Verbesserung der Warenverfügbarkeit und -präsen-

tation umgesetzt. Mit sichtbarem Erfolg: Der Umsatz in den optimierten Märkten stieg signifikant.

In der Kategorie Einzelunternehmen wurde Kraft Foods Deutschland mit dem ECR Award ausgezeichnet. Der Konsumgüterhersteller zählt zu den Vorreitern einer ganzheitlichen ECR-Strategie. Das Unternehmen nutzt sämtliche ECR-Instrumente entlang der Value Chain – von der nachfrageorientierten Warenversorgung über das Category Management bis hin zu neuen Technologien wie EPC/RFID. ECR-Unternehmerpersönlichkeit des Jahres 2008 ist Hansueli Loosli. Der Vorsitzende der Geschäftsleitung von coop Schweiz wurde gemeinsam von GS1 Germany und GS1 Schweiz ausgezeichnet. Die Jury würdigte das konsequente Engagement des Managers, der die Umsetzung von ECR sowohl im eigenen Unternehmen als auch auf internationaler Ebene vorantreibt.

### **Kurier-, Express- und Paket-Dienstleister: Mit einer Sprache sprechen**

Im täglichen Warenverkehr spielen sie eine bedeutende Rolle; umso wichtiger ist die Integration der Kurier-, Express- und Paket-Dienstleister (KEP) in den logistischen Informationsfluss. 2008 haben wir die einheitlichen Kommunikationsstandards von GS1 gezielt für die speziellen Anforderungen der Branche weiterentwickelt. Im Mittelpunkt stand die Harmonisierung des GS1-128-Etiketts für den Einsatz bei KEP. Neben der standardmäßigen Verwendung der GS1-128-Symbologien sollte den KEP-Dienstleistern die Möglichkeit gegeben werden, auf dem Etikett individuelle Spezifikationen zu platzieren. Dabei wird empfohlen, für das Standard-Label ausschließlich GS1-Symbologien zu nutzen. Die Fachgruppe „Integration KEP“ hat darüber hinaus eine Definition der Transportavisierung sowie das entsprechende Informationsprofil erarbeitet. Die neu gewonnenen Erkenntnisse fließen in das ECR-Handbuch „Supply Chain“ ein und sollen 2009 in mehreren Pilotprojekten in die Praxis umgesetzt werden.

### **Shelf Ready Packaging: Verpackungslösungen sicher bewerten**

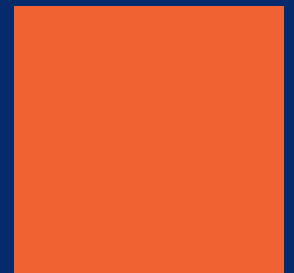
Perfekt abgestimmt auf die Bedürfnisse des Handels: Standardisierte Regalverpackungen erhöhen die Sicherheit und Effizienz beim Transport und erleichtern die Regalbefüllung in den Märkten. Seit 2007 liegt das von ECR Europe erarbeitete Bluebook „Shelf Ready Packaging“ in deutscher Übersetzung vor. Das darin vorgestellte Assessment-Tool haben wir im Berichtsjahr für den deutschen Markt überarbeitet bzw. erweitert. Das Tool bietet eine Hilfestellung bei der Bewertung von Shelf-Ready-Verpackungslösungen nach logistischen Kriterien und den Einsatzmöglichkei-

ten am Point of Sale. Mithilfe dieses Instruments hat die Fachgruppe ein breites Portfolio von Verpackungslösungen analysiert. Die Ergebnisse wurden im Rahmen des Fachforums Logistik auf dem ECR-Tag in Zürich vorgestellt. 2009 wird in Ergänzung zum bestehenden Bluebook eine Anwendungsempfehlung in Broschürenform veröffentlicht.

### **Zukunftslösungen entwickeln**

Auch 2009 setzen wir uns dafür ein, die Zusammenarbeit entlang der Value Chain zu erleichtern und zu verbessern. Neue Lösungen sollen unter anderem für ein effizienteres Palettenhandling zwischen Herstellern, Händlern und Logistikunternehmen entwickelt werden. Ein weiterer Schwerpunkt liegt im laufenden Geschäftsjahr auf dem Thema Shopper Research. Hier beschäftigen wir uns insbesondere mit der Auswahl geeigneter Methoden und mit der Umsetzung von Shopper-Research-Projekten. Darüber hinaus wird der Trainingsbereich – etwa in den Bereichen Category Management und Supply Chain Management – weiter ausgebaut, damit die Wirtschaft die verschiedenen Tools des ECR-Werkzeugkastens optimal nutzen kann. ■

- >> Die Zukunft beginnt jetzt. Globale Veränderungen wirken sich mit rasanter Geschwindigkeit auf die Value Chain in Deutschland aus. Langfristig erfolgreich sind Unternehmen, die sich für Kooperationen öffnen und ihre Geschäftsprozesse miteinander vernetzen.



VALU



# VALUE CHAIN 2016

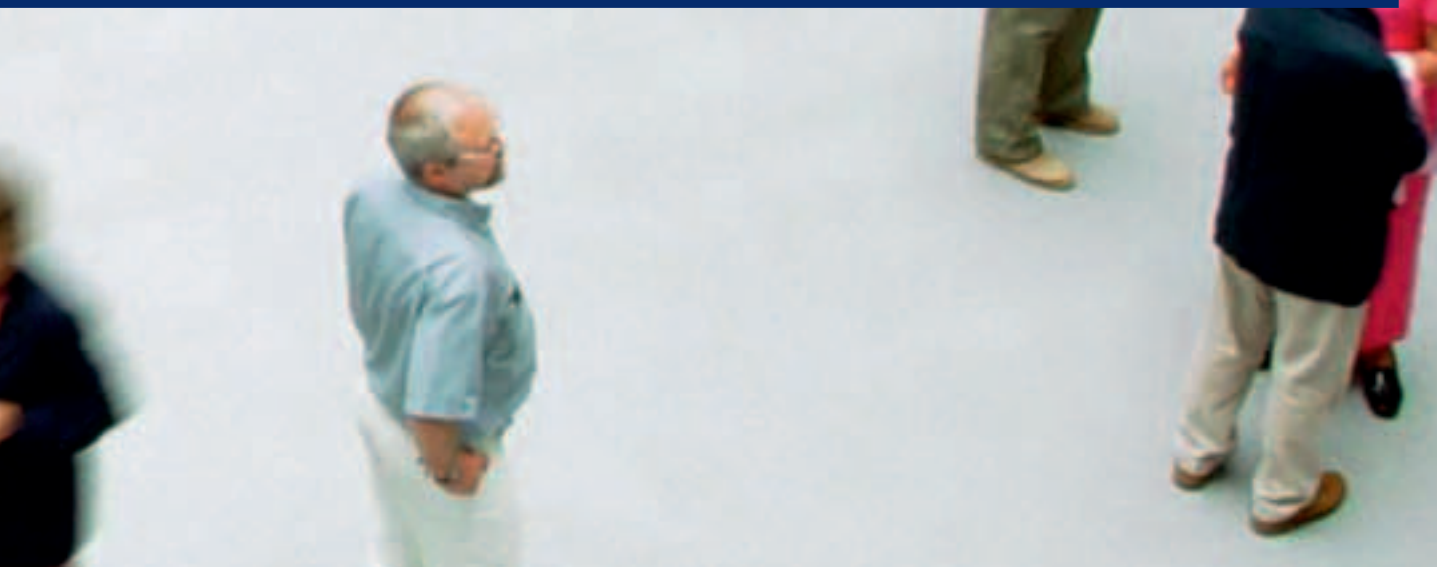


Silberne Revolution: Im Jahr 2016 sind bereits mehr als 30 Prozent der Menschen in Deutschland älter als 60 Jahre.





Die „Silver Generation“ verlangt Sortimente und Dienstleistungen, die ihren speziellen Bedürfnissen entsprechen. Immer komplexer werden die Konsumansprüche. Für Produktion, Logistik und Handel bedeutet das: Nichts läuft ohne enge Abstimmung und Kooperation. EDI-basierte Tools etwa für die gemeinsame Prognose- und Absatzplanung ermöglichen die effiziente Steuerung der Geschäftsprozesse.






Herausforderung Logistik: In den kommenden zehn Jahren verdoppeln sich die Transportkosten.






Beschaffung, Produktion, Distribution – in der Value Chain fallen die Logistikkosten immer stärker ins Gewicht. Kollaborative Transport- und Lagerkonzepte sind die Antwort von GS1 Germany auf diese Entwicklung. Der Vorteil: Die Unternehmen können ihre Warenströme bündeln und deutliche Einsparungen erzielen. Mit modernen Technologiestandards wie EPC/RFID wird der elektronische Datenaustausch entlang der Lieferkette noch einfacher und schneller.






Anspruchsvoll, kritisch, individuell:  
Der Shopper der Zukunft ist multi-  
medial vernetzt und nutzt vielfältige  
Vertriebskanäle.



Die traditionellen Strukturen in Handel und Industrie brechen auf. Im Wettbewerb um die Gunst der Kunden sind neue Strategien und Konzepte gefragt. In gemeinsamen ECR-Projekten arbeiten die Unternehmen daran, ihre Sortimente flexibel auf die Konsumentenwünsche abzustimmen. Im ständigen Dialog mit dem Shopper: eBusiness schafft die Basis für eine effektive Kundenkommunikation und punktgenaue Absatzplanung.



Eine Überlebensfrage: Klimawandel und Rohstoffverknappung treffen die Wirtschaft härter als erwartet.

A close-up photograph of a solar panel array. The panels are blue with a grid of silver lines. A bright light flare is visible in the center, creating a lens flare effect. The panels are mounted on a dark metal frame.

In der Lieferkette von morgen zählen CO<sub>2</sub>-Reduktion, geringer Energieverbrauch und umweltschonende Produktionsverfahren ebenso wie ökonomische Effizienz. Mithilfe des GS1-Systems rationalisieren die Unternehmen ihre Prozesse und werden zugleich ihrer ökologischen Verantwortung gerecht. Weniger Papier- und Rohstoffverbrauch, kürzere Transportwege: eBusiness-Standards wirken nachhaltig.



Gesetze, Vorschriften, Kontrollen:  
Im europäischen Binnenmarkt  
hat der Umwelt- und Verbraucher-  
schutz Vorfahrt.





Zunehmende gesetzliche Verordnungen zwingen die Unternehmen zum Handeln. Feinstaubregelungen und Umweltzonen beschränken den Güterverkehr. Eine intelligente Vernetzung mit allen Beteiligten entlang der Supply Chain erleichtert es, die CO<sub>2</sub>-Bilanz zu verbessern. Kennzeichnungspflichten und lückenlose Rückverfolgbarkeit – wer auf die modernen EDI-Standards setzt, ist für die Zukunft gut gerüstet.





VALUE C



Schon heute die Weichen stellen: In der „Strategiegruppe Zukunft“ von GS1 Germany haben Experten aus Industrie und Handel einen konkreten Fahrplan entwickelt, mit dem Unternehmen Schritt für Schritt ihre Leistungsfähigkeit steigern können.

Unter dem Titel „Treffpunkt Zukunft“ ist die Roadmap zur Value Chain 2016 bei GS1 Germany erschienen.

2016



## BUSINESS SOLUTIONS & CONSULT

Etappenziel erreicht: 2008 sind wir auf unserem Weg, die eBusiness-Standards durchgängig im Markt zu etablieren, einen großen Schritt vorangekommen. Von der individuellen Umsetzung in Unternehmen bis zu Problemlösungen für ganze Wirtschaftszweige – unsere Consult-Experten und Branchenmanager haben stets den wirtschaftlichen Nutzen der Kunden im Blick.

- >> Consult für alle Fälle
- >> PROZEUS gibt Starthilfe
- >> Branchenmanagement wirkt

BUSINESS  
SOLUTIONS  
& CONSULT

>> Erfolgsfaktor eBusiness: Immer mehr Unternehmen nutzen das Beratungsangebot von Business Solutions & Consult

## Achtung – Ansteckungsgefahr



**Praxisorientierte Lösungen für die ganze Wertschöpfungskette: Bei der Einführung moderner Kommunikations- und Prozessstandards vertrauen die Unternehmen auf die Kompetenz von GS1 Germany.**

Nicht nur für Konzerne, sondern auch für kleine und mittlere Unternehmen ist die Automatisierung der Geschäftsprozesse ein wichtiger Wettbewerbsfaktor. Ob EDI, eCommerce, EPC/RFID oder Supply Chain Management – bei jedem einzelnen eBusiness-Projekt entwickeln wir gemeinsam mit unseren Kunden marktfähige Lösungen und begleiten sie bei der Umsetzung. Der Vorteil: Unsere Berater kommen selbst aus der Unternehmenspraxis und kennen die Anforderungen der unterschiedlichen Branchen.

**Consult: Absatz steigern mit Category Management**

Seit Einführung des Einwegpfands ist der Absatz von Getränkedosen in Deutschland stark eingebrochen. Als zweitgrößter europäischer Dosenproduzent suchte Ball Packaging Europe nach Möglichkeiten, gegenzusteuern. Der Auftrag für die Berater von GS1 Consult war klar: Um die Abverkaufszahlen wieder zu steigern, starteten sie das Projekt „Multilaterales Category Management im Getränkebereich“. Auf Basis des standardisierten Acht-Schritte-CM-Prozesses wurde das gesamte Getränkesortiment optimiert – darunter auch Dosen und andere Einweggebinde. Dabei zogen die Kooperationspartner an einem Strang: Neben GS1 Germany und Ball Packaging Europe waren die Dohle Handelsgruppe, die Bitburger Brauergesellschaft, Gerolsteiner Brunnen und Coca-Cola beteiligt. Die wissenschaftliche Begleitung übernahm das Forschungszentrum für Category Management der Universität Duisburg-Essen. Die

Zahlen sprechen für sich: Alle Pilotmärkte erzielten im Vergleich zu Kontrollmärkten Umsatzsteigerungen zwischen drei und sieben Prozent. Im Dosensegment fiel das Ergebnis noch positiver aus: Vier von fünf Pilotmärkten konnten ein deutliches Plus bei Bier und Softdrinks verbuchen – teilweise stieg der Umsatz um bis zu 20 Prozent.

**PROZEUS: Großer Gewinn für KMU**

Scanning mit Mobiltelefonen, Online-Shops, RFID und elektronische Beschaffung: eBusiness ist gerade auch für den Mittelstand ein Schlüssel zum Erfolg. Seit 2002 unterstützt die Initiative PROZEUS kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei der Einführung von eBusiness-Standards. 70 KMU haben bislang die Chance genutzt, ihre Prozesse zu verschlanken und an die Anforderungen des Marktes anzupassen. ▶

**Starthilfe ins eBusiness**

Gefördert vom Bundeswirtschaftsministerium unterstützt PROZEUS die eBusiness-Kompetenz mittelständischer Unternehmen durch integrierte **PROZESSE** und etablierte eBusiness-Standards. GS1 Germany betreibt die Non-Profit-Initiative gemeinsam mit IW Consult, einem Tochterunternehmen des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW). PROZEUS versteht sich als zentrale Anlaufstelle für Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern aus Industrie und Handel. Von PROZEUS empfohlene eBusiness-Lösungen sind zukunftsfähig und investitionssicher, da sie auf kostengünstigen, neutralen und international akzeptierten eBusiness-Standards basieren.



**„Durch die erhöhte Liefergenauigkeit und Rückverfolgbarkeit unserer Waren verringerte sich der Aufwand beim Tracking und Tracing unserer Lieferanten um 95 Prozent. Schon nach sechs Monaten hat sich die Investition amortisiert – ein Erfolg auf ganzer Linie.“**

*Nicole Dornseif, Leitung IT Hudora GmbH (Sport- und Freizeitartikel)*

Allein im Jahr 2008 haben wir 20 Projekte begleitet und dokumentiert. Von der Baubranche über die Fleischwirtschaft bis zur Medizintechnik – durch die Umstellung auf den standardisierten elektronischen Datenaustausch haben die Unternehmen ihre Kosten zum Teil drastisch reduziert und können ihren Kunden und Geschäftspartnern eine völlig neue Servicequalität bieten. Doppelter Nutzen: Mit den unternehmens- und länderübergreifend gültigen GS1-Standards können die KMU zugleich ihre Umweltbilanz verbessern. Dies belegt eine Nachhaltigkeitsstudie, die PROZEUS im vergangenen Jahr durchgeführt hat. Dabei wurden Mittelständler nach den wesentlichen Effekten von eBusiness-Standards in Bezug auf Ökologie und Ökonomie befragt. Fazit der Studie: Auf Basis des GS1-Systems können die Unternehmen nicht nur ihre Prozesse rationalisieren; der Einstieg ins eBusiness senkt beispielsweise auch den Papierverbrauch und den CO<sub>2</sub>-Ausstoß – ein wichtiger Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz.

Monat für Monat nutzen 20.000 Mittelständler das Informationsangebot von PROZEUS im Internet. Um den Austausch weiter zu fördern,



haben wir im September 2008 ein eigenes PROZEUS-Forum unter <http://forum.prozeus.de> eingerichtet. Hier können sich die KMU zudem für ein Referenzprojekt bewerben. Ein Novum war 2008 die erste Kongressmesse auf dem Flughafen Köln/Bonn. Rund 200 Teilnehmer aus dem Mittelstand informierten sich über die Chancen des eBusiness.

2009 startet PROZEUS in die dritte Förderphase. Aufgrund der überwältigenden Resonanz und der überzeugenden Ergebnisse werden zunächst 60 weitere Unternehmen im Rahmen der Initiative gefördert. Dabei liegt der Schwerpunkt zum einen auf der Etablierung von bewährten Standards und Prozessen in neuen Branchen; zum anderen sollen neuartige eBusiness-Standards eingeführt werden. Das Bundeswirtschaftsministerium unterstützt die teilnehmenden Unternehmen mit bis zu 50.000 Euro. ►



*„Das herstellergesteuerte Bestandsmanagement zielt unter anderem darauf ab, die Umsätze und damit den Gewinn zu steigern. Bei Enderlein resultierte aus der Einführung von VMI ein jährlicher Gewinnzuwachs in Höhe von 48.000 Euro. Bei Kosten von 62.200 Euro im ersten Jahr und 21.800 Euro je Folgejahr ergibt sich eine Amortisationsdauer von 2,37 Jahren.“*

*Hansjoachim Salbach, Geschäftsführer Enderlein GmbH & Co. KG (Kosmetikartikel)*



*„Shopperwünsche besser, schneller und kosteneffizienter erfüllen: Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir gemeinsam mit der METRO Group und ihren Vertriebslinien real,- und Metro Cash & Carry eine umfassende Initiative gestartet. Durch käufergruppenorientierte Sortiments-, Packungs- und Flächenoptimierung konnten wir die Warenverfügbarkeit deutlich steigern und die Kundenzufriedenheit erhöhen. Umsatzsprünge um bis zu 10 Prozent in den optimierten Outlets sind der beste Beweis für den Erfolg einer gemeinsamen systematischen und strategischen Ausrichtung auf den Shopper als Basis für nachhaltige Wertschöpfung.“*

*Frank Molthan, Geschäftsführer Coca-Cola Deutschland Verkauf GmbH & Co. KG*

### Branchenmanagement: neue Wege zu mehr Wertschöpfung

**Individuelle Therapie statt Patentrezept.** In speziellen Branchengremien entwickelt GS1 Germany gemeinsam mit den Top-Playern der jeweiligen Wirtschaftsbereiche passgenaue Konzepte. Beispiel Gesundheit: Um die Prozesseffizienz und damit auch die Patientensicherheit zu verbessern, haben namhafte Vertreter der Branche unter dem Dach von GS1 Germany eine eigene Healthcare User Group gegründet. Auf der nationalen GS1 Germany Healthcare Konferenz im Oktober 2008 diskutierten Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Gesundheitswesen über die drängenden Zu-

kunftsthemen der Branche. Dazu zählen etwa die Vermeidung von Medikationsfehlern, ein verbesserter Schutz vor Produktfälschungen sowie eine lückenlose Rückverfolgbarkeit. Aus Sicht der führenden pharmazeutischen Verbände bieten einheitliche Standards die Lösung. Deshalb fordern sie eine Kennzeichnung von Arzneimitteln mit GS1-Standards. Die Vision: Pharmazeutische Produkte und Medizinprodukte sollen künftig in ganz Europa eindeutig identifizierbar sein.

**Branchenmanagement Logistik nimmt den Palettenaustausch ins Visier.** 2008 hat GS1 Germany bei Unternehmen aus Handel, Industrie und Transportlogistik eine Marktanalyse durchgeführt. Demnach sind die Kosten, die beim Tausch von Europaletten entstehen, ungleich zwischen den Marktteilnehmern verteilt. Die Akteure der Wertschöpfungskette reichen die genormten Europaletten im logistischen Prozess an Partnerunternehmen und Kunden weiter. Laut Umfrage stellen die Unternehmen unterschiedliche Anforderungen an die Qualität der Paletten. So weisen zurück- oder weitergereichte Paletten häufig qualitative Mängel auf. Nicht jeder Marktteilnehmer hält Ersatzpaletten vor, um mangelhafte Exemplare auszutauschen. Um zu verhindern, dass Spediteure aus dem Tausch von Europaletten aus- und auf private Palettenanbieter umsteigen, bietet das Branchengremium den Beteiligten eine Plattform zur Erarbeitung einer Lösung an. Mögliche Ansatzpunkte sind der Zug-um-Zug-Palettenaustausch, der Verkauf der Palette mit der Ware oder die Einführung der EPC/RFID-Technologie. Neutrale Dienstleister könnten stellvertretend für die Marktpartner den Tausch übernehmen und die Qualität der Paletten gewährleisten.

**Nonfood-Branchen setzen verstärkt auf GS1-Standards.** Um der wachsenden Anwendergemeinde ein Forum zu bieten und ihren spezifischen Anforderungen gerecht zu werden, hat GS1 Germany 2008 zum zweiten Mal die GS1 Nonfood Confe-





rence veranstaltet. Die rund 200 Teilnehmer nutzen den Branchentreff zum intensiven Informations- und Erfahrungsaustausch. Die nächste GS1 Nonfood Conference findet im März 2009 statt. Das Branchenmanagement Do-It-Yourself + Garten hat 2008 das Stammdatenmanagement weiter vorangetrieben. Das von GS1 Germany entwickelte eigenständige Branchenprofil für den elektronischen Datenaustausch erleichtert zunehmend die unternehmensübergreifende Kooperation. Auf dieser Grundlage haben verschiedene Unternehmen ihre Geschäftsprozesse bilateral optimiert. Ein Tandem-Projekt zwischen Praktiker und Fischer wurde im Dezember 2008 erfolgreich abgeschlossen. OBI und GAH Alberts arbeiten weiterhin an einem effizienten Zusammenspiel auf Basis von EDI. Die ersten Schritte sind gemacht: Künftig wollen die Unternehmen der Branche mit ECR-Tools wie dem Category Management ihre Kundenorientierung weiter verbessern.

Die Verbreitung von GS1-Standards im Bereich „Consumer Electronics“ hat sich GS1 in Europe auf die Fahnen geschrieben. 2008 wurde das Projekt „DACEI“ – Driving the Adoption of GS1 Standards in the Consumer Electronics Industry ins Leben gerufen. Beim Kick-off-Workshop im Juni 2008 in Köln haben Branchenvertreter konkreten Handlungsbedarf beispielsweise für EDI und Logistik identifiziert. 2009 sollen erste Lösungsansätze vorliegen.

**Connecting Fashion Business:** Das gemeinsame Kompetenznetzwerk für die Optimierung unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse in der Modebranche hat 2008 eine gemeinsame „Branchensprache“ etabliert. Erstmals wurden Standards für eine effiziente Flächenbewirtschaftung als Branchenlösung erarbeitet. Seit Ende 2008 steht den Marktteilnehmern eine Anwendungsempfehlung zur Verfügung, mit deren Hilfe alle Prozessvarianten in der Branche abgebildet werden können.

#### Standardisierte Prozesse in der Molkereibranche.

Traditionell ist dieser Wirtschaftsbereich durch eine hohe Produktvielfalt und entsprechend unterschiedliche logistische Einheiten geprägt. Um ein standardisiertes Vorgehen aus Prozesssicht und eine effiziente Umsetzung in der Praxis realisieren zu können, haben sich die Teilnehmer der GS1 Germany-Projektgruppe „ECR-Molkereiprodukte“ auf einheitliche Anforderungen geeinigt. Die Ergebnisse wurden im Dokument „Molkereiprodukte – Besonderheiten in der logistischen Abwicklung“ zusammengefasst und liegen seit Anfang 2009 vor. Die Anwendungsempfehlung regelt das standardisierte Vorgehen speziell bei den Molkereiprodukten.

#### Das Branchenmanagement Grünes Sortiment

stand 2008 ganz im Zeichen der internationalen Standardisierung. Die GS1 Germany-Projektgruppe „ECR – Obst + Gemüse, Blumen + Pflanzen“ erarbeitete Empfehlungen für international einheitliche Prozesse. Ziel ist es, die GS1-Standards der Global Product Classification (GPC) auf die komplexen Anforderungen der Obst- und Gemüsebranche abzustimmen. 2009 sollen die Änderungswünsche zum GPC in den internationalen Entscheidungsprozess einfließen. Ein weiteres Schwerpunktthema ist die Einführung des GS1 DataBar. Die leistungsfähige Strichcodesymbologie für die Ladenkasse eröffnet neue Möglichkeiten für die Kennzeichnung von Obst- und Gemüseartikeln und trägt zur globalen Standardisierung bei. ■



**EVENT**

Intensiver Erfahrungsaustausch, Best Practices und realitätsnahes Training: Bei unseren Veranstaltungen setzen wir direkt bei der Unternehmenspraxis an. Die Teilnehmer unserer Workshops, Lehrgänge und Kongresse können das erworbene Know-how unmittelbar anwenden.

EVENT

- >> Neues Knowledge Center
- >> Lehrgänge, Seminare, Workshops
- >> Best-Practice-Konferenzen
- >> 9. ECR-Tag in Zürich
- >> Highlights 2009



>> Umsetzung leicht gemacht: Mit einer Weiterbildungs-Offensive unterstützt GS1 Germany die Unternehmen noch effektiver

## Prädikat wertvoll

**Im Mai 2008 wurde der Grundstein gelegt: Mit dem Knowledge Center auf dem Kölner Firmengelände hat GS1 Germany ein ambitioniertes Zukunftsprojekt auf den Weg gebracht. Manager aus Industrie und Handel können hier künftig Technologien und Standards entlang der gesamten Value Chain kennenlernen und erproben.**

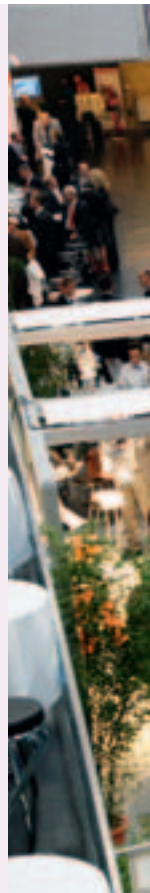
Das zentrale Seminar- und Trainingszentrum von GS1 Germany bietet Raum für bis zu 150 Personen und verfügt über modernstes technisches Equipment. Interaktives Lernen und Networking: Ein runderneuertes Schulungsprogramm unterstützt die Unternehmen dabei, ihre Prozessabläufe zu rationalisieren.

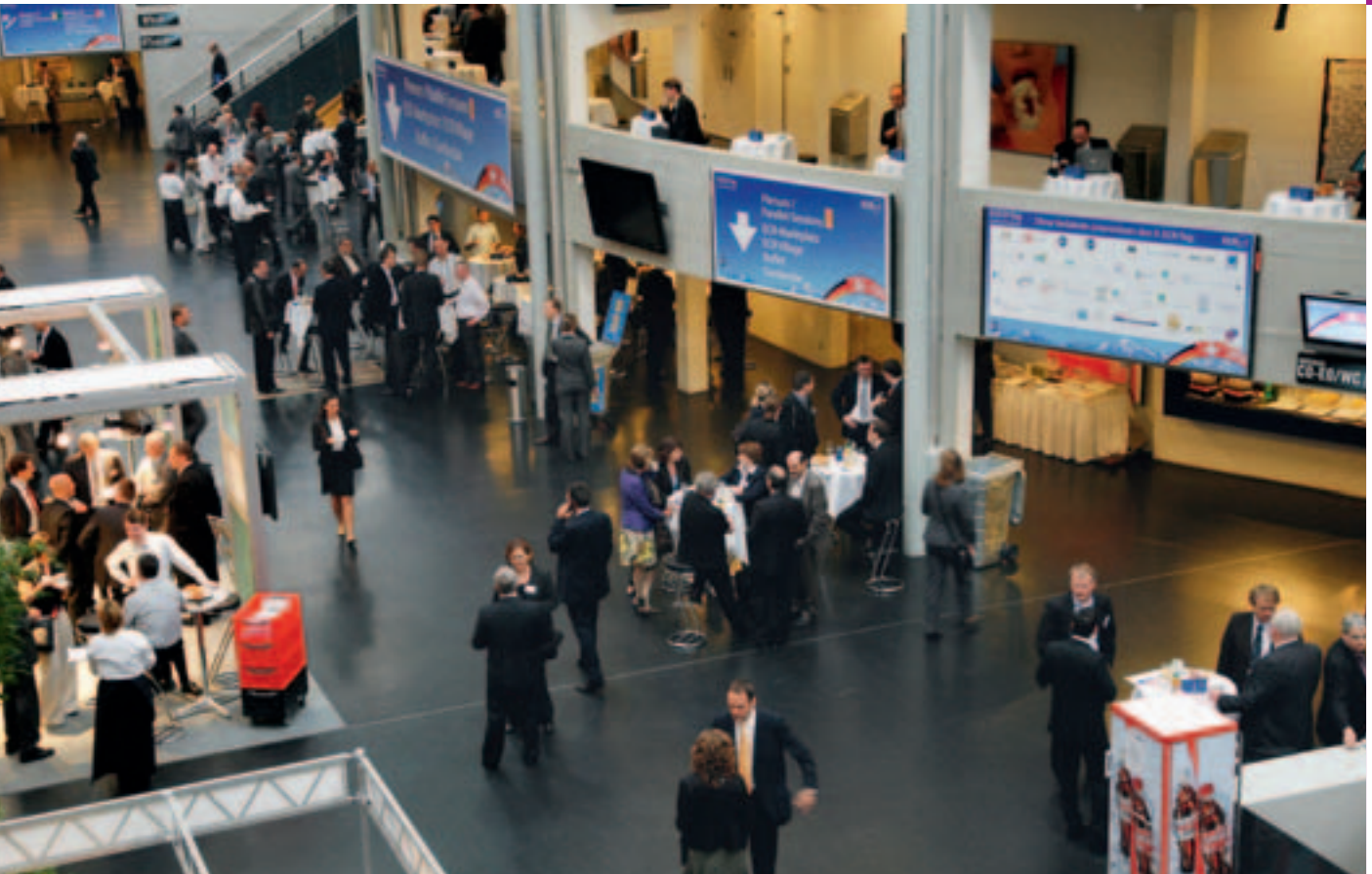
Vom GLN-Neuling bis zum Category-Management-Profi – im Knowledge Center finden die Nutzer von GS1-Standards zielgruppenspezifische Angebote. Ganz neu sind die so genannten WebInnare. Das eLearning-Format zeigt Einsteigern die Optimierungsmöglichkeiten durch GS1-Standards – zeitsparend direkt am eigenen Arbeitsplatz.

Integraler Bestandteil des Trainingsangebots ist eine Live-Inszenierung der Value Chain. Auf 200 Quadratmetern zeigt das Knowledge Center ein detailliertes Abbild des Waren- und Datenstroms. Von der Produktion über den Warenein- und -ausgang und den Transport bis zum Point of Sale: Simuliert wird der dynamische Ablauf der logistischen Prozesse unter Einsatz der GS1-Standards. Didaktisch aufbereitete Filme unterstützen den Lernprozess ebenso wie interaktive Module, an denen die Teilnehmer praktische Erfahrungen sammeln können.

### **Lehrgänge, Seminare und Workshops: Gezielter Input für die Praxis**

Ziel der Weiterbildungs-Offensive ist es, die Umsetzung der GS1-Standards zu erleichtern. Immer mehr Unternehmen erkennen die Bedeutung vernetzter Technologien und Prozesse und wollen die vorhandenen Umsatzpotenziale ausschöpfen. Auch 2008 ist die Nachfrage nach





qualifizierten Schulungs- und Informationsangeboten weiter gestiegen.

Zu einem echten Dauerbrenner hat sich der berufsbegleitende Lehrgang zum „zertifizierten ECR D-A-CH Category Manager“ entwickelt. Im Jahr 2008 haben wir das Ausbildungsangebot um das zweitägige Grundlagenseminar „Category Management Basics“ ergänzt. Es richtet sich primär an Teilnehmer mit geringen Vorkenntnissen, die sich einen kompakten Überblick über Methodik und Nutzen von Category Management verschaffen möchten. Aufgrund der großen Nachfrage werden wir die Anzahl der angebotenen Veranstaltungen 2009 weiter erhöhen. Die Lehrgänge finden im Knowledge Center statt und werden alternativ auch „inhouse“ durchgeführt. Der Vorteil: Beispiele und Übungen sind auf die spezifischen Anforderungen des jeweiligen Unternehmens abgestimmt. 2008 haben unter anderem Ferrero Deutschland und Barilla Wasa Deutschland diese Möglichkeit in Anspruch genommen. Ob Drogeriemärkte, Parfümerien, Pharmaunternehmen oder Hersteller von Unterhaltungselektronik: Category Management wird für immer mehr Branchen und Vertriebskanäle interessant. Mit individualisierten Schulungsformaten kommt GS1 Germany diesem Trend entgegen. So haben wir 2008 verstärkt ein- bis drei-

tägige Grundlagenseminare für Einkauf und Vertrieb angeboten. Geballtes Spezialwissen: Für die Experten aus den Bereichen IT, Logistik und Warenwirtschaft hat GS1 Germany ein breites Spektrum von Fachseminaren entwickelt. Von EDI Basis und Advanced bis zu Standards im Gesundheitswesen – im Mittelpunkt steht die Integration der GS1-Tools ins konkrete Tagesgeschäft. In den Informationsveranstaltungen erhalten die Teilnehmer darüber hinaus Zugang zu den neuesten Entwicklungen, etwa bei gesetzlichen Regelungen oder technischen Innovationen.

### **Best Practice – der schnellste Weg, aus Erfahrungen zu lernen**

Praxisnähe und Umsetzungsbeispiele aus den Unternehmen sind das Markenzeichen der GS1 Germany-Konferenzen. Lokaltermin bei Ferrero in Stadtlendorf: Die Teilnehmer der ECR live!-Tagung konnten im November 2008 einen Blick hinter die Kulissen des Konsumgüterherstellers werfen. ►



Mit kooperativen Logistik- und Lagerkonzepten die Effizienz und Nachhaltigkeit in der Supply Chain verbessern: Die Top-Entscheider aus Handel und Industrie gaben auf dem 9. ECR-Tag in Zürich die Marschrichtung vor. V.r.n.l.: Rudolf Staudinger, Spar Österreich; Urs Riedener, Emmi; Zygmunt Mierdorf, Metro; Rainer Herrmann, Iglo; Gerhard Bessenbrügge, Nestlé; Moderator Prof. Michael Grabner

Präsentiert wurden erfolgreiche Beispiele für Kooperationen in den Bereichen In-Store-Marketing, Ladenbau und Warenpräsentation. Auf wachsende Resonanz stoßen auch die branchenspezifischen Konferenzen. Zum zweiten Mal lud GS1 Germany im vergangenen Jahr zur Nonfood Conference ein. Auf dem Programm standen innovative Konzepte für mehr Dynamik und Transparenz in der Supply Chain.

Beim ersten Frischekongress im badischen Bühl diskutierten 2008 Führungskräfte aus Logistik, Einkauf und IT über Optimierungspotenziale für die Lieferkette von Lebensmitteln wie Obst und Gemüse, Molkereiprodukten oder Fleisch. Mit der GS1 Germany Healthcare Conference im Oktober 2008 haben wir eine weitere wichtige Zukunftsbranche angesprochen.

Die Veranstaltung liefert Entscheidern aus dem Gesundheitswesen Impulse für die unternehmensübergreifende Zusammenarbeit, zum Beispiel in puncto Rückverfolgbarkeit und Fälschungssicherheit.

### 9. ECR-Tag in Zürich: Chancen ohne Grenzen

Drei Länder, 1.200 Teilnehmer, 600 Unternehmen und 100 Referenten – der zentrale Branchentreff der deutschsprachigen Konsum- und Gebrauchsgüterwirtschaft fand am 4. und 5. September 2008 erstmalig in der Schweiz statt. Von der Veranstaltung ging ein wichtiges Signal aus: Trotz ungleicher konjunktureller Vorzeichen in der Schweiz, Österreich und Deutschland stehen die Unternehmen in allen drei Ländern vor den gleichen Herausforderungen. Themen wie Klimawandel, langfristig steigende Rohstoff- und Energiekosten sowie weltweite Rezessionsrisiken zwingen Industrie und Handel zum Umdenken. Kooperative Strategien entlang der Supply Chain sind heute mehr denn je gefragt. Das war die einhellige Meinung der hochkarätig besetzten CEO-Runde auf dem ECR-Tag.

ECR-Foren mit Tiefgang: Von der Logistik über effiziente Technologie- und Kommunikationsstandards bis zu zukunftsfähigen Sortimentskonzepten und zeitgemäßem Key Account Management – in den einzelnen Foren des ECR-Tags wurden die Thesen des Plenums mit praxisnahen Umsetzungsbeispielen untermauert. Auch hier spielte das Thema Nachhaltigkeit eine übergeordnete Rolle. Die vorgestellten Best Practices machten deutlich: Investitionen in eine nachhaltige Logistikkette nutzen nicht nur der Umwelt, sondern stärken zugleich die eigene Wirtschaftlichkeit. Der Handel habe aufgrund seiner Gatekeeper-Funktion eine besondere Verantwortung und könne in der Sortimentsgestaltung unmittelbar Einfluss nehmen auf mehr Klima- und Ressourcenschutz, so der Tenor. Dabei liegt der „Lifestyle of Health and Sustainability“ (Lohas) im Trend.

GS1 Germany-Veranstaltungen 2009									
<b>Kongress</b>	<div style="border: 1px solid #4a7c9c; padding: 5px; margin: 5px auto; width: 80%;"> <p><b>ECR AWARD/ECR-TAG, DRESDEN</b> 2./3./4. September 2009</p> </div>								
<b>Konferenzen</b> 2-tägig	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p><b>3. GS1-Nonfood Conference</b> Düsseldorf 18./19. März 2009</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p><b>EHI/GS1 Packaging-Kongress 2009</b> Köln, 23./24. Juni 2009</p> </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p><b>15. EHI/GS1 Logistik-Jahreskongress</b> Köln, 31. März /1. April 2009</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p><b>ECR live! Shopper Insights</b> Oktober/November 2009</p> </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p><b>GS1-FrischeKongress,</b> 21./22. April 2009</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p><b>GS1 Germany Healthcare Konferenz</b> Herbst 2009</p> </td> </tr> </table>	<p><b>3. GS1-Nonfood Conference</b> Düsseldorf 18./19. März 2009</p>	<p><b>EHI/GS1 Packaging-Kongress 2009</b> Köln, 23./24. Juni 2009</p>	<p><b>15. EHI/GS1 Logistik-Jahreskongress</b> Köln, 31. März /1. April 2009</p>	<p><b>ECR live! Shopper Insights</b> Oktober/November 2009</p>	<p><b>GS1-FrischeKongress,</b> 21./22. April 2009</p>	<p><b>GS1 Germany Healthcare Konferenz</b> Herbst 2009</p>		
<p><b>3. GS1-Nonfood Conference</b> Düsseldorf 18./19. März 2009</p>	<p><b>EHI/GS1 Packaging-Kongress 2009</b> Köln, 23./24. Juni 2009</p>								
<p><b>15. EHI/GS1 Logistik-Jahreskongress</b> Köln, 31. März /1. April 2009</p>	<p><b>ECR live! Shopper Insights</b> Oktober/November 2009</p>								
<p><b>GS1-FrischeKongress,</b> 21./22. April 2009</p>	<p><b>GS1 Germany Healthcare Konferenz</b> Herbst 2009</p>								
<b>Konferenzen</b> 1-tägig	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p><b>GS1-Automotive 2009</b> Köln, 28. Mai 2009</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p><b>GS1-Praxistag Elektronische Rechnung</b> Köln, 18. Juni 2009</p> </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p><b>GS1-PBS Conference</b> Köln, 2. Juli 2009</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p><b>EPC/RFID live! im Modebusiness</b> Köln, 3. Dezember 2009</p> </td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p><b>GS1-Praxistag Fäschungssicherheit</b> Köln, 4. Juni 2009</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p><b>GS1-Getränke Update 2009</b> Köln, Dezember 2009</p> </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="padding: 5px;"> <p><b>GS1-Cosmetics Conference</b> Köln, 1. Oktober 2009</p> </td> </tr> </table>	<p><b>GS1-Automotive 2009</b> Köln, 28. Mai 2009</p>	<p><b>GS1-Praxistag Elektronische Rechnung</b> Köln, 18. Juni 2009</p>	<p><b>GS1-PBS Conference</b> Köln, 2. Juli 2009</p>	<p><b>EPC/RFID live! im Modebusiness</b> Köln, 3. Dezember 2009</p>	<p><b>GS1-Praxistag Fäschungssicherheit</b> Köln, 4. Juni 2009</p>	<p><b>GS1-Getränke Update 2009</b> Köln, Dezember 2009</p>	<p><b>GS1-Cosmetics Conference</b> Köln, 1. Oktober 2009</p>	
<p><b>GS1-Automotive 2009</b> Köln, 28. Mai 2009</p>	<p><b>GS1-Praxistag Elektronische Rechnung</b> Köln, 18. Juni 2009</p>								
<p><b>GS1-PBS Conference</b> Köln, 2. Juli 2009</p>	<p><b>EPC/RFID live! im Modebusiness</b> Köln, 3. Dezember 2009</p>								
<p><b>GS1-Praxistag Fäschungssicherheit</b> Köln, 4. Juni 2009</p>	<p><b>GS1-Getränke Update 2009</b> Köln, Dezember 2009</p>								
<p><b>GS1-Cosmetics Conference</b> Köln, 1. Oktober 2009</p>									
<b>Specials</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;"> <p><b>CatMan-Lehrgang</b> GS1 Germany, Köln Knowledge Center</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p><b>Inhouse-Schulungen</b> GS1 Germany, Köln Knowledge Center</p> </td> </tr> </table>	<p><b>CatMan-Lehrgang</b> GS1 Germany, Köln Knowledge Center</p>	<p><b>Inhouse-Schulungen</b> GS1 Germany, Köln Knowledge Center</p>						
<p><b>CatMan-Lehrgang</b> GS1 Germany, Köln Knowledge Center</p>	<p><b>Inhouse-Schulungen</b> GS1 Germany, Köln Knowledge Center</p>								

Immer mehr Konsumenten verlangen ökologisch hochwertige, fair gehandelte und klimafreundlich produzierte Waren; entsprechend groß ist das Wertschöpfungspotenzial im Bio-Segment.

Von der Geschäftsbeziehung zur echten Partnerschaft – mit dem ECR Award 2008 wurden erneut herausragende Beispiele für das intelligente Zusammenspiel von Industrie und Handel ausgezeichnet. Die Preise gingen 2008 an Coca-Cola Deutschland und die METRO Group in der Kategorie Unternehmenskooperationen sowie an Kraft Foods Deutschland in der Kategorie Einzelunternehmen. ECR-Unternehmerpersönlichkeit des Jahres ist Hansueli Loosli, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Coop Schweiz. Eine besondere Premiere in der Zürcher Schiffbauhalle: Zum ersten Mal wurde der ECR Award gemeinsam mit dem Swiss Logistics Award vergeben.

### Highlights 2009: Der ECR-Tag feiert Jubiläum

Ein Höhepunkt im Veranstaltungsjahr 2009 ist der 10. ECR-Tag im September 2009. Zum Jubiläum trifft sich die ECR-Community in Dresden. Ein Schwerpunkt liegt auch im laufenden Jahr auf den Best Practice Conferences. Auf dem Programm stehen neue Technologien, aktuelle Entwicklungen der Demand und Supply Side sowie branchenspezifische Themen. 2009 intensivieren wir darüber hinaus die Zusammenarbeit mit dem EHI Retail Institute und veranstalten wieder gemeinsam den EHI/GS1 Germany Logistik-Jahreskongress und den Packaging Kongress. Von Basis-Seminaren bis zu den Best Practice Conferences – ab Mai 2009 bietet das GS1 Germany Knowledge Center in Köln eine ideale Plattform für unsere Veranstaltungen. ■

## Impressum

**Herausgeber:**

GS1 Germany GmbH  
Maarweg 133, 50825 Köln

**Geschäftsführung:**

Jörg Pretzel

**Projektleitung:**

Monika Gabler

**Konzept und Redaktion:**

blue satellite, Düsseldorf

**Gestaltung:**

Büro Ullrich,  
visuelle Kommunikation, Düsseldorf

**Produktion und Druck:**

Die Qualitaner, Düsseldorf

# GLOSSAR

## **EANCOM®**

Standard für den elektronischen Datenaustausch in unternehmensübergreifenden Geschäftsprozessen. Gängige Nachrichtenformate sind elektronische Rechnungen INVOIC, Bestellungen ORDERS und Lieferavise DESADV.

## **ECR**

Efficient Consumer Response. Gemeinsame Initiative von Industrie und Handel mit dem Ziel, die Abläufe entlang der Wertschöpfungskette zu optimieren und so den Konsumenten ein Optimum an Qualität, Service und Produktvielfalt bieten zu können.

## **EDI**

Electronic Data Interchange. Elektronischer Austausch strukturierter Daten auf der Basis festgelegter Nachrichtenstandards. Mithilfe von EDI können Geschäftsprozesse national wie international beschleunigt und kosteneffizienter gestaltet werden.

## **EPC/RFID**

Elektronischer Produkt-Code/Radiofrequenz-Identifikation. Der EPC dient der radiofrequenzbasierten Kennzeichnung und Identifikation von Objekten und baut auf den bewährten GS1-Standards auf. Statt in einem Strichcode ist die Identnummer inklusive einer Seriennummer jedoch auf einem Mikrochip gespeichert. Jedes Objekt erhält so eine unverwechselbare Identität. Mit der Radiofrequenz-Technik auf Basis

elektromagnetischer Wellen lässt sich der Elektronische Produkt-Code sicht- und kontaktlos übertragen – ohne manuelles Eingreifen oder Unterbrechung des Warenflusses.

## **EPCglobal Inc.**

Non-Profit-Organisation, die Standards für die einheitliche Nutzung der Radiofrequenztechnologie für Identifikationszwecke (RFID) entlang der gesamten Versorgungskette über Länder- und Branchengrenzen hinweg entwickelt. EPCglobal wurde 2003 von GS1 und GS1 US (ehemals EAN International und Uniform Code Council, Inc.) gegründet.

## **EPCIS**

EPC Information Services. Standard, der in Zukunft einen reibungslosen und sicheren Austausch von Daten an jedem Punkt im Lebenszyklus von Produkten und Diensten sicherstellen wird. Die Bewegung, der Standort und Verbleib von Gütern, Waren und Diensten in der ganzen Welt werden dadurch jederzeit nachvollziehbar. EPCIS basiert auf dem Elektronischen Produkt-Code. Die von EPCglobal Inc. verabschiedete EPCIS-Spezifikation definiert die Grundlage für die Erfassung, Übertragung und Abfrage der ausgelesenen Transponderdaten – der so genannten EPCIS-Ereignisse – unternehmensintern oder unternehmensübergreifend.

## **ERP**

Enterprise Resource Planning. Warenwirtschaftssystem bzw. Softwarelösung für die Steuerung betrieblicher Prozesse.

## **GDSN**

Global Data Synchronization Network. Internetbasiertes Netzwerk global verteilter Datenpools. Die beteiligten Unternehmen aus Industrie und Handel können mithilfe dieses Netzwerks Artikelstammdaten weltweit standardisiert austauschen und aktuell halten.

## **GEPIR**

Global GS1 Electronic Party Information Registry. Der GS1-Service ermöglicht die Suche nach Unternehmen in derzeit 92 Ländern mit über einer Million Unternehmen. Suchkriterien sind die Globale Lokationsnummer GLN, die Globale Artikelidentnummer GTIN, die Nummer der Versandeinheit NVE/SSCC oder der Firmennamen. So recherchieren Ein- und Verkäufer beispielsweise, welches Unternehmen sich hinter dem jeweiligen Barcode auf einem Produkt verbirgt. Auch Logistikdienstleister, Konsumenten, Marktforschungsinstitute sowie Behörden profitieren von der Anwendung.

## **GLN**

Global Location Number, bisher ILN. Weltweit gültige Nummernstruktur zur eindeutigen Identifizierung von physischen, funktionalen oder rechtlichen Einheiten von Unter-



nehmen und/oder Unternehmens- teilen, zum Beispiel Lager oder Wa- reneingangsrampen.

#### **GS1 DataBar**

Der kleine Strichcode eignet sich vor allem zur Kennzeichnung von Kleinstprodukten und gewichts- variablen Frischwaren wie Fleisch und Käse. Auf kleinstem Raum kön- nen Anwender neben der GTIN Zusatzinformationen wie Gewicht oder Mindesthaltbarkeitsdatum verschlüsseln.

#### **GS1 DataMatrix**

Bisher EAN Data Matrix. Hoch ver- dichtender, zweidimensionaler Code für breite Anwendungsgebiete. Von Automotive bis Healthcare – der Datenträger ist dort gefragt, wo es um die automatische Erfas- sung von Kleinstprodukten und Komponenten geht. Großes Poten- zial bietet er auch für die Direkt- kennzeichnung von Teilen.

#### **GS1 XML**

Standardisierte Datenaustauschfor- mate auf XML-Basis. GS1 bietet für den weltweiten Datenaustausch zwischen Unternehmen ergänzend zum EANCOM®-Standard die inter- nationalen GS1-XML-Standards an. Diese bestehen aus einem Set elek- tronischer Geschäftsnachrichten, mit denen Unternehmen Informa- tionen unabhängig von internen IT-Systemen schnell und präzise austauschen können. GS1 XML kommt vor allem dort zum Einsatz,

wo schnelle Reaktionszeiten und hohe Interaktivität im Fokus stehen.

#### **GS1-128-Strichcode**

Bisher EAN 128-Strichcode. Welt- weit wichtigster Logistikstandard. In Kombination mit so genannten Datenbezeichnern kann der GS1- 128 neben Unternehmen und Arti- kelnummer zusätzliche Informatio- nen wie Chargennummer oder Mindesthaltbarkeitsdatum spei- chern.

#### **GTIN**

Global Trade Item Number, bisher EAN. International abgestimmte, einheitliche und weltweit über- schneidungsfreie Artikelnummer für Produkte und Dienstleistungen.

#### **NVE/SSCC**

Nummer der Versandeinheit/Serial Shipping Container Code. Weltweit eindeutige 18-stellige Nummer für Versand- und Transporteinheiten wie Paletten, Kartons oder auch Hängewarensendungen. Sie wird einmalig vergeben und kann lü- ckenlos von allen an der Transport- kette Beteiligten für die Sendungs- übergabe und Sendungsverfolgung genutzt werden.

LOGISTIK SHELF READY PA  
AGING GS1 DATABAR VER  
ZUNG OPTIMAL SHELF AVA  
ILABILITY EANCOM LOGIS  
MOBILE COMMERCE GS1 DA  
EFFICIENT CONSUMER RESP  
AL SHELF AVAILABILITY OF  
GS1 XML GEPIR DATA MA  
READY PACKAGING GS1 DA  
BAR VERNETZUNG OPTIM  
SHELF AVAILABILITY SUPP  
LY CHAIN EANCOM LOGIS  
MOBILE COMMERCE EFFIC  
CONSUMER RESPONSE LOC  
AVAILABILITY EANCOM OF  
GS1 XML GEPIR DATAMAT  
READY PACKAGING GS1 DA  
BAR VERNETZUNG OPTIM

Glossar



Global Standards – Connecting Business

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133  
50825 Köln  
T +49 (0)221 947 14-0  
F +49 (0)221 947 14-990  
info@gs1-germany.de

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