



Jahresbericht

Transparenz ist pure Notwendigkeit

Wirtschaft ist immer sozial.

Jeder Erfolg des Einzelnen braucht alle anderen. Kein Verkauf ohne Einkauf; keine Leistung ohne Vorleistung. Auf diese Weise vollzieht sich Wirtschaft entlang wertschöpfender Ketten, deren einzelne Glieder eng miteinander verzahnt sind. Das Wesen dieser Verzahnung heißt: Vertrauen. Kein Vertrag kann es ersetzen. Die Grundlagen des Vertrauens aber sind: Transparenz und Kooperation.



„Transparenz und Kooperation sind pure Notwendigkeit. Nur wer kooperiert, wird sich auf den zukünftigen Märkten mit ständig wachsender Verbrauchermacht langfristig behaupten. Die Rolle von GS1 Germany trägt erheblich dazu bei, das optimale Werkzeug für ein transparentes und partnerschaftliches Wirtschaften zur Verfügung zu haben. Nicht zuletzt war die in 2011 getätigte Aufstockung der Anteile des weltweit größten Datenpools SA2 Worldsync auf 100 Prozent ein entscheidender Schritt zu mehr Transparenz, mehr Zuverlässigkeit und mehr Effizienz in der Wertschöpfungskette sowie in Richtung Verbraucher.“

Otmar W. Debold | Der Geschäftsführer von Procter & Gamble Deutschland ist
seit 2011 Vorsitzender des Aufsichtsrats von GS1 Germany.

„Gerade in Zeiten, in denen Lebensmittelskandale die Medien beherrschen oder politisch drängende Entscheidungen ausbleiben, kann nur noch ehrliches Wirtschaften eine zuverlässige Größe darstellen. Deshalb ist es wichtig, seitens der Unternehmen geradlinig und vertrauenswürdig zu handeln. Ein Verstecken oder Vertuschen ist heute nicht mehr zielführend. Verbraucherschutzorganisationen fordern Klarheit, der Verbraucher selbst setzt sie voraus und informiert sich umfassend im Internet – und das jederzeit, gleichermaßen stationär wie mobil mittels seines Smartphones.“

Erich Harsch | Der Vorsitzende der Geschäftsführung der dm-drogerie markt GmbH + Co. KG ist seit 2011 stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender von GS1 Germany.



Jörg Pretzel | Geschäftsführer GS1 Germany

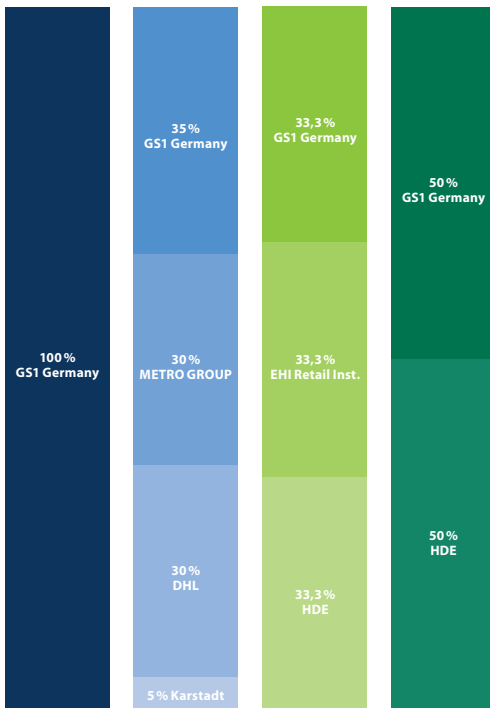
„Transparenz ist der zentrale Punkt unseres Geschäftsmodells. Sie ist die Grundlage für Effizienz, Sicherheit und Vertrauen in Waren- und Datenströme. Die Transparenz dafür reicht bildhaft ausgedrückt vom Acker oder Stall bis in den Magen des Konsumenten. Wenn es uns gelingt, durch einheitliche Standards und optimierte Wertschöpfungsketten den Weg einzelner Produkte konsequent zurückverfolgen zu können, dann bedeutet das nicht nur mehr Verbrauchersicherheit, sondern auch die Existenzsicherung für alle Akteure in der Wertschöpfungskette. Risiken aufgrund von Betriebsschließungen, ineffiziente und intransparente Rückholaktionen, Gesundheitsgefährdungen oder langfristige Imageschäden könnten dadurch vermieden werden. Wir sehen unsere Verantwortung darin, maximale Transparenz für eine nachhaltige Entwicklung unserer Gesellschaft möglich zu machen.“

Klarer Kurs für mehr Wertschöpfung

Neue Branchen, neue Technologien, neue Studien – GS1 Germany baute sein Leistungsangebot auch in 2011 mit Erfolg weiter aus. Die Themen des Jahres reichten von Nachhaltigkeit und Mobile Commerce bis hin zu Transparenz, von innovativen Prozessempfehlungen bis zu den bewährten GS1-Standards.

Für GS1 Germany stand dieses Jahr unter dem Einfluss sich rasant verändernder Wertschöpfungsketten. Effizienz, Sicherheit und Transparenz werden immer wichtiger, wenn es um Warenströme, Informationsflüsse und Prozessabläufe geht. Kunden- und marktgerechte Lösungen standen damit auch in 2011 im Fokus der Aktivitäten von GS1 Germany. Die GS1-Identifikations-, -Kommunikations- und -Prozessstandards wurden weiterentwickelt und in vielen Branchen erfolgreich umgesetzt. Die Durchführung verschiedener Studien bildete die Basis für neue Lösungsansätze, neue Branchen wurden erschlossen und die strategischen Felder MobileCom, Nachhaltigkeit und die Umsetzungsinitiative weiter ausgebaut.

Die Geschäftsbeteiligungen von GS1 Germany



■ SA2 Worldsync

SA2 Worldsync ist führender Anbieter von Lösungen zum weltweiten Management von Produktdaten für Handel und Industrie. Der Datenpool-Service des Unternehmens ermöglicht den professionellen Austausch von Artikelstammdaten auf Basis der internationalen Standards des Global Data Synchronization Network (GDSN). Dabei übermitteln Hersteller aus der ganzen Welt einmalig ihre Stammdaten an SA2 Worldsync. Diese werden auf ihre Qualität geprüft und anschließend automatisch an alle relevanten Händler weitergeleitet.

■ European EPC Competence Center (EECC)

Das EECC bietet als Trainings- und Testzentrum ein attraktives Schulungsangebot für Einsteiger und Anwender der RFID-Technologie. Darüber hinaus können RFID-Transponder unter Laborbedingungen und realitätsnah am Warenportal getestet werden.

■ H.U.T. Hotelreservierungs- und Tagungsmanagement GmbH

Zum internationalen Service der H.U.T. GmbH gehören Hotelreservierungen, die Suche nach geeigneten Tagungs- und Eventlocations, die Gestaltung attraktiver Rahmenprogramme, eine zuverlässige Teilnehmerregistrierung und verschiedene Kongressservices.

■ CS Compliance GmbH

Geschäftszweck der CS Compliance ist die Unterstützung von Unternehmen bei der Erfüllung rechtlicher und gesellschaftlicher Anforderungen, zum Beispiel im Falle der europäischen Chemikalienverordnung (REACH). Seit Ende Oktober 2011 kooperiert CS Compliance mit der SA2 Worldsync.

Rückkauf der SA2 Worldsync

Wichtiger Schritt zum zentralen Datenmanagement

Mit seiner Beteiligungserhöhung an der SA2 Worldsync auf 100 Prozent hat GS1 Germany in 2011 die Basis für effektive, unternehmensübergreifende Geschäftsprozesse, aber auch für zuverlässige Produktinformationen in Richtung Endkunde weiter stabilisiert und ausgebaut. Durch die Akquisition von SA2 Worldsync gelingt nun der Zugriff auf den weltweit größten Datenpool von Artikelstammdaten. Bereits in 2010 setzten weltweit mehr als 6 800 Unternehmen auf den Service von SA2 Worldsync, darunter 50 der weltweit führenden Händler.

Neue Führungsspitze im Aufsichtsrat

Im Mai 2011 wählte das Gremium Otmar W. Debald, Geschäftsführer von Procter & Gamble Deutschland, zu seinem neuen Vorsitzenden. Das Amt des Stellvertreters übertrug der Aufsichtsrat an Erich Harsch, Vorsitzender der Geschäftsführung bei dm-drogerie markt. Der bisherige Aufsichtsratsvorsitzende Zygmunt Mierdorf sowie sein Stellvertreter Dr. Heinz Müller schieden aus dem Gremium aus. An dieser Stelle dankt GS1 Germany für die engagierte Unterstützung durch Herrn Dr. Müller und Herrn Mierdorf in den letzten Jahren.

Mitglieder des Aufsichtsrats von GS1 Germany:

Industrie:

Otmar W. Debald, Vorsitzender
Procter & Gamble Germany GmbH

Klaus-Peter Brickwedde
Nestlé Deutschland AG

Stephan Füstl-Molnár
Henkel Wasch- und Reinigungsmittel GmbH

Gerhard Geuder
Triumph International AG

Tobias M. Koerner
GARDENA Deutschland GmbH

Friedrich Lercher
Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

Dr. Meinrad Lukan
B. Braun Melsungen AG

Jochen Rackebrandt
Kraft Foods Europe GmbH

Michael von Rudloff
Unilever Deutschland GmbH

Dr. Stefan Schwinning
Miele & Cie. KG

Dr. Hans-Henry Wendt
Beiersdorf AG

Handel:

Erich Harsch, stellv. Vorsitzender
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

Michael Busch
Douglas Holding

Dr. Hans-Ulrich Kummer
PHOENIX Pharma-Einkauf GmbH

Silvester Macho
METRO GROUP

Dr. Reinhard Schütte
EDEKA AG

Kay Schiebur
Lekkerland AG & Co. KG

Markus Tkotz
MARKANT AG

Frank Wiemer
REWE Group

Dienstleistung:

Dr. Keith Ulrich
Deutsche Post DHL

Das „Rundum-Sorglos-Paket“ legt weiter zu

Das Leistungspaket GS1 Complete ist eine echte Erfolgsgeschichte. Mit einer Gesamt-Neukundenzahl von rund 5 500 Unternehmen ergab sich ein Zuwachs von 17 Prozent gegenüber 2010. Insgesamt zählt GS1 Germany circa 45 000 Unternehmen aus verschiedensten Branchen zu seinen Kunden. Damit sind über 135 000 Globale Lokationsnummern (GLN) im Einsatz.

Akzeptanz des GS1-Systems weiterhin auf Erfolgskurs

Wichtige Branchen waren in 2011 Schreibwaren, Bürobedarf, Print- und audiovisuelle Medien sowie Textilgewerbe und Bekleidung. Auch bei den technischen Industrien und dem Bankensektor konnte GS1 Germany einen Kundenzuwachs verzeichnen. Weitere Kennzahlen des Geschäftsjahres 2011: ■■■

800

Neukunden im Onlinehandel – damit der Bereich mit dem größten Kundenzuwachs

45 000

Unternehmen nutzen das GS1-System – somit konnte die Zahl der Kunden in 2011 weiter ausgebaut werden

100 %

des stationären Handels arbeiten mit GS1-Standards – es ist damit die größte Kundengruppe

30 %

Kundenzuwachs im Bereich Industrie und Hersteller in 2011

Umsetzungsinitiative Stammdaten

Große Unterstützung durch den Aufsichtsrat

Ziel der Umsetzungsinitiative war in 2011 neben der Erhöhung der EDI-Umsetzung eine generelle Qualitätssteigerung mithilfe aktueller, korrekter und globaler Artikelstammdaten. Ein spezielles Kernteam beschäftigte sich explizit mit der Migration des deutschen Datenpools Worldsynchron 1 (WS1) auf den globalen Worldsynchron 2 (WS2), auch Global Data Synchronization Network genannt, dem Mapping der Standardwarenklassifikation (SWK) und der Global Product Classification (GPC).

LOGISTIK

Branche einigt sich zum Palettentausch: Neue Branchenempfehlung für eine kooperative, transparente Palettenbewirtschaftung in Deutschland unter dem Dach von GS1 Germany verabschiedet

GS1 Germany engagiert sich in Deutschlands größtem Logistikforschungsprojekt, dem EffizienzCluster LogistikRuhr, durch die Mitgliedschaft im LogistikRuhr e.V.

TEXTIL

Datenschutz-Folgenabschätzungen, kurz PIA (Privacy Impact Assessments für Rechtssicherheit bei RFID-Anwendungen) durch EU-Kommission besiegelt – neues GS1-Tool erleichtert PIA

Schuhbranche einigt sich erstmals auf Branchenstandard auf Basis der GS1-Systematik

HEALTHCARE

EU-Verordnung empfiehlt: GS1-Codes schützen vor gefälschten Arzneien

E-Procure-Plattformen setzen auf GS1-Standards im Gesundheitswesen

GS1 Germany bringt seine erprobte Logistikkompetenz in Forschungsprojekt SafeMed zur sicheren Medikamentenversorgung ein

PROZEUS-Sonderpreis für Kooperationen für CM-Projekt in Apotheken verliehen

KONSUMGÜTER

Branchenempfehlung für Besonderheiten in der Logistik von SB-Fleisch und -Wurstwaren veröffentlicht

Großes CM-Projekt mit EDEKA Minden und vier Industriepartnern kurbelt Süßwarenssegment an

Standortanalyse zur Nachhaltigkeit in der Konsumgüterwirtschaft durchgeführt

Automatisierter Rückrufservice „Recall“ geht an den Start

Tiefkühlbranche startet Category Management Round Table mit GS1 Germany

Meiners Saaten kennzeichnet Saatgut mit GS1 DataMatrix und gewährleistet damit lückenlose Rückverfolgbarkeit

FINANCIAL SERVICES

Die Umstellung auf CashEDI in der Bargeldlogistik wird vorangetrieben. Termin: 1. Januar 2013

Erster Bargeldlogistikkongress verzeichnet große Resonanz

Über 100 Sparkassen und Banken nutzen bereits GS1 Complete

TECHNISCHE INDUSTRIEN

Bundeswehr fordert GS1-Standards für herstellerbezogene Transparenz „from factory to foxhole“

Premium-Automobilisten Daimler und BMW Group werden GS1 Complete-Kunden

Deutsche Bahn besiegelt Konzernvertrag

Schlaglichter in den Branchen 2011

DO-IT-YOURSELF (DIY)

Branchengremium „DIY + Garten“ als gemeinsames GS1-Kompetenznetzwerk und Kommunikationsplattform zur Optimierung unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse gestartet

Umfassenden Beratungsauftrag der Schweizer Baumarktkette Jumbo gewonnen

ONLINEHANDEL

Amazon, Ebay, Google & Co. fordern eindeutige Identifikation mittels GTIN

GS1 Germany wird Mitglied im bvH (Bundesverband des Deutschen Versandhandels)

Mit rund 800 Neukunden größter Branchenzuwachs

OBST UND GEMÜSE

Erster Obst- und Gemüsekongress in Kooperation mit dem Fruchthandel Magazin erfolgreich durchgeführt

Start der Expertengruppe zur Entwicklung der Anwendungsempfehlung „Optimierung von Bestellprozessen mittels GPC“

PRESSE- UND VERLAGSWESEN

Presse-Grosso, VDZ, BTWE und GS1 Germany vereinbaren gemeinschaftliche Jugendschutzinitiative für Presseprodukte mittels neuem „Jugendschutz-Präfix“ im EAN-Barcode

MOLKEREIPRODUKTE

Projekt „Effiziente Warenübernahme“ im Detail erarbeitet – geplanter Abschluss in 2012

Zusammenarbeit mit MIV (Milchindustrieverband) intensiviert und weitere Projektideen generiert

Ab Mitte 2012 wird die GPC stufenweise verbindlich

In 2011 gelang es GS1 Germany, die deutschen Anforderungen innerhalb des internationalen Umstellungsprozesses zur Geltung zu bringen. Konkrete Hilfsmittel wie das GPC-Mapping-Tool unterstützen die Migration bei den Anwendern.



Mobile Commerce trifft den Nerv der Kunden

Die Zukunft gehört den intelligenten Mobiltelefonen. Mehr und mehr Menschen sind bereits jetzt mit ihren Smartphones im Internet unterwegs, scannen über spezielle Anwendungen Barcodes oder QR-Codes ein und rufen so Produktinformationen ab. Das große Potenzial, das Mobile Commerce im Hinblick auf das Informieren, Einkaufen, Bezahlen und Rabattsammeln bietet, kann nur voll ausgeschöpft werden, wenn alle Beteiligten der Wertschöpfungskette auf der Basis einheitlicher, weltweit gültiger Standards kooperieren. An dieser Stelle unterstützt GS1 Germany als neutrale Plattform die Unternehmen mit aktiver Gremienarbeit und der gemeinsamen Entwicklung umsetzbarer Lösungen. Schwerpunkte dieser Arbeit sind die drei Bereiche Extended Packaging/Trusted Data, Mobile Couponing und Mobile Payment.

QR-Code auf dem Vormarsch

Der neue QR-Code wird immer populärer. GS1 Germany prüfte im vergangenen Jahr, ob und wie dieser zweidimensionale Code in das bestehende standardisierte Barcode-Portfolio aufgenommen werden kann. Das Ergebnis: Zum 1. Januar 2012 wurden die ersten aus dieser Prüfung resultierenden Spezifikationen veröffentlicht, die dann im weiteren Verlauf des Jahres in der Praxis erprobt werden sollen. Insbesondere wird es darum gehen, gemeinsam mit den globalen Mobilfunk-Akteuren standardisierte Datenstrukturen nach dem GS1-Muster in die Arbeitsspeicher und Apps der Smartphones zu integrieren.



Regelungsrahmen für RFID-Anwendungen unter Leitung von GS1 Germany erarbeitet

Eine der wichtigsten Herausforderungen auf dem Weg zu einer flächendeckenden Einführung der Radio Frequency Identification, kurz RFID, stellen die Erfordernisse des Datenschutzes dar. Im April 2011 forderte deshalb die EU-Kommission alle europäischen Unternehmen auf, sogenannte Datenschutz-Folgenabschätzungen, kurz PIA (Privacy Impact Assessments), für ihre RFID-Anwendungen aufzustellen. Dieser Regelungsrahmen wurde von europäischen RFID-Anbietern und -Anwendern unter der Leitung von GS1 Global erarbeitet und von der Artikel-29-Datenschutzgruppe abgesegnet. GS1 Germany unterstützt die deutschen Unternehmen mit praxisnahen Vorlagen zur Erstellung solcher Datenschutz-Folgenabschätzungen.

Praktische Services für den elektronischen Datenaustausch (EDI)

Als Wegbereiter moderner elektronischer und datengestützter Prozesssteuerung entwickelte GS1 Germany im vergangenen Geschäftsjahr unterschiedliche Dienste, die die Handhabung von EDI erleichtern. ■■■

EDI-Checker

Mit dem EDI-Checker können Unternehmen nun testen, ob sie den elektronischen Datenaustausch für Rechnungen, Bestellungen und Lieferavis fehlerfrei implementiert haben.

EDI-Kalkulator

Mit dem EDI-Kalkulator lässt sich ein Return-on-Invest-Quotient in Form einer Kennziffer generieren, mit der sich präzise Aussagen treffen lassen, ob sich die Investition in die EDI-Einführung finanziell auszahlt.

EDI-Viewer

Der EDI-Viewer trägt der Forderung des Gesetzgebers Rechnung, wonach EDI-Datensätze auch für diejenigen Steuerprüfer sichtbar gemacht werden müssen, die nicht in der EDIFACT-Syntax geschult sind.

Nachhaltigkeit – Wirtschaften mit Sinn und Verstand

Umdenken im Sinne der Ressourcenschonung

In einer Studie haben das UNEP/Wuppertal Institute Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production und GS1 Germany Schlüsselthemen definiert, die der Konsumgüterbranche wichtige Impulse auf dem Weg zu nachhaltigen Entwicklungsprozessen geben. Befragt wurden neben Branchenexperten auch Verantwortliche und Vordenker aus Politik, Wissenschaft und Verbraucherorganisationen. Das Ergebnis ist eine Standortanalyse, in der die Experten die Themen Produkttransparenz, Förderung nachhaltiger Konsummuster, nachhaltige Ressourcen- und Landnutzung, Klimaschutz sowie faire Handelspartnerschaften als die wichtigsten Handlungsfelder identifiziert haben und hierzu Initiativen vorstellen, in denen nachhaltige Prozesse bereits vorbildlich umgesetzt werden. Um den Prozess global voranzutreiben, ist GS1 Germany seit 2011 Mitglied im Consumer Goods Forum. In dieser internationalen Organisation arbeiten mehr als 650 Händler, Hersteller und Dienstleister aus 70 Ländern zusammen.

Appell für Mut zur Verantwortung in Gesellschaft und Wirtschaft



Gastredner Dr. Joachim Gauck, inzwischen der 11. Bundespräsident, formulierte am Abend der ECR Award-Verleihung den eindringlichen Appell, der gesellschaftlichen ebenso wie der wirtschaftlichen Verantwortung mit mehr Mut und Nachdruck gerecht zu werden. ■■■

ECR-Tag 2011 in Berlin – ein voller Erfolg

Rund 1 000 Experten und Manager besuchten den ECR-Tag 2011 in Berlin

Der ECR-Tag ist als die größte von GS1 Germany organisierte Veranstaltung einer der jährlichen Höhepunkte. Unter dem Motto „Kunden von morgen heute erreichen – authentisch handeln, nachhaltig überzeugen“ trafen sich rund 1 000 Experten und Manager aus Industrie und Handel in Berlin, um sich auszutauschen und die neuesten Trends und Entwicklungen zu erfahren.

Zum ECR-Tag gehört traditionell auch die feierliche Verleihung des ECR Awards für herausragende Unternehmenskooperationen und Managementleistungen im Bereich Efficient Consumer Response. Als beste Unternehmenskooperationen zeichnete die Jury die Sauer Modehandels GmbH und die Triumph International AG auf der Supply Side sowie die Bitburger Brauereigruppe GmbH gemeinsam mit der ARAL AG auf der Demand Side aus. Die dm-drogerie markt GmbH + Co. KG wurde in der Kategorie Einzelunternehmen prämiert. Als ECR-Unternehmenspersönlichkeit 2011 wurde Unilever-Geschäftsführer Harry Brouwer geehrt. Die Preisverleihung fand im Rahmen einer festlichen Gala im Historischen Museum Berlin statt.

Best Practice Konferenzen

22.–23.03.2011 | 1. Bargeldlogistik-Kongress

26.05.2011 | Fachkonferenz Consumer 2.0

21.–22.09.2011 | 12. ECR-Tag

12.–13.10.2011 | Healthcare live! Best Practices

15.–16.11.2011 | ECR live! Shopper Marketing

06.12.2011 | Modebusiness live! –
Mode Unternehmen Effizienz

01.–02.02.2012 | M-Days

18.11.2011 | Praxistag Lieferantenmanagement

10.11.2011 | Praxistag Elektronische Rechnung

20.–21.10.2011 | Deutscher Obst & Gemüse Kongress 2011

28.–29.06.2011 | Pack 2011: 4. EHI/GS1 Packaging Jahreskongress

12.–13.04.2011 | LOG 2011: 17. Handelslogistik Kongress



Strahlende Gewinner beim ECR Award

Rund 400 Topmanagerinnen und -manager aus Industrie, Handel und Dienstleistung folgten der Einladung zur Auszeichnung der besten Managementleistungen für den Verbraucher, dem ECR Award.

Efficient Consumer Response – Verbraucherbedürfnisse im Fokus

Zahlreiche ECR-Projekte erfolgreich umgesetzt

Was Kundenorientierung im Einzelfall bedeutet, zeigen verschiedene Projekte, die GS1 Germany im vergangenen Jahr sowohl auf der Supply- als auch auf der Demand Side umgesetzt hat. In 2011 fand das Projekt „Palettenbewirtschaftung“ einen erfolgreichen Abschluss. Mit der Verabschiedung einer branchenübergreifenden Anwendungsempfehlung sorgte GS1 Germany für deutlich mehr Transparenz, Qualität und Fairness beim Palettentausch. Eine weitere im vergangenen Jahr gestartete Initiative hat das Thema „abverkaufsgerechte Handelseinheiten“ im Fokus. Erstmals forderte der Handel in einer gemeinsamen Aktion aller Beteiligten die Industrie auf, Handelseinheiten einzuführen, die sich an den tatsächlichen Mengenbedarfen in den Filialen orientieren. Auf der Supply Side fand außerdem das Projekt „Informationsfluss in der Zeitfenstersteuerung“ Eingang in das Projektportfolio von GS1 Germany. Zentraler Ausgangspunkt ist hier zunächst die Definition einer einheitlichen Sprachregelung zwischen den Beteiligten aus Industrie, Handel und Logistik-Dienstleistung, was unter einem Zeitfenster zu verstehen ist.

Auf der Demand Side stand in 2011 das Thema Shopper Research („Erforschung des Einkaufsverhaltens“) auf der Agenda. Besonders hervorzuheben ist hier die repräsentative Studie „(Un)geplantes Kaufverhalten – Erklären und Managen“, die von der Universität zu Köln und der GfK Marktforschung in Zusammenarbeit mit GS1 Germany durchgeführt wurde. Darüber hinaus beschäftigten sich die ECR-Experten nicht nur mit der einheitlichen Definition und der Abgrenzung zum Category Management, sondern vor allem mit dem Shopper-Marketing-Prozess. Als weiteres Schlüsselthema rief die dauerhafte Implementierung von Category Management im Frühjahr 2011 ein weiteres Entwicklungsprojekt auf den Plan. Nach dem Motto „Von der Eintagsfliege zum Dauerbrenner“ erarbeiten die Beteiligten eine Arbeitsgrundlage, die Lösungswege aufzeigen soll und Unternehmen dabei helfen wird, Category Management dauerhaft zu implementieren. Ein Pilotprojekt startet in 2012 mit der Konsumgenossenschaft coop in Kiel.

Shopper kaufen oft ungeplant

Die Studie „(Un)geplantes Kaufverhalten – Erklären und Managen“ der Universität zu Köln und der GfK Marktforschung in Zusammenarbeit mit GS1 Germany kam unter anderem zu den folgenden Ergebnissen: ■■■

70% aller Käufe werden vom Kunden erst am Point of Sale entschieden

22% aller geplanten Käufe werden vor Ort abgebrochen

30% Anstieg der Wahrscheinlichkeit des ungeplanten Einkaufs, wenn die Atmosphäre im Geschäft besonders ansprechend ist

49 Jahre ist der Durchschnittshopper alt, er ist weiblich, verheiratet und hat ein Kind

2 350 Euro Haushaltseinkommen stehen dem Durchschnittshopper monatlich zur Verfügung

2–3 Mal in der Woche geht der Durchschnittshopper einkaufen

29 Euro werden bei einem Einkauf in Deutschland durchschnittlich ausgegeben

Category Management gewinnt weiter an Bedeutung

Neuer Geschäftsbereich Category Management Beratung und Training

In den vergangenen Jahren hat das Category Management (CM) kontinuierlich an Bedeutung gewonnen. Neben der Konsumgüterbranche entdecken zunehmend auch andere Branchen dessen Potenziale für sich. Um eine qualifizierte Ausbildung und Fachberatung zu diesem Thema zu gewährleisten, hat GS1 Germany im März 2011 einen eigenen Geschäftsbereich, Category Management Beratung und Training, ins Leben gerufen. In diesem Kompetenzzentrum werden Expertise und Erfahrungen aus vielen Jahren der CM-Beratung von Industrie und Handel sowie aus der Ausbildung von bisher circa 650 zertifizierten Category Managern zusammengeführt.

Schulungsangebot des Geschäftsbereichs geht über Category Management hinaus

Besonders erfolgreich und begehrt waren im vergangenen Jahr zum Beispiel die Workshops zum Thema „Europalettenmanagement in der Praxis“, der Einführungsworkshop „Shelf Ready Packaging“ sowie der Workshop „Optimieren Sie Ihre Supply Chain!“, der in zwei Modulen angeboten wurde. Großen Anklang fanden zudem die Trainings rund um den Einsatz der GS1-Standards, wie „EAN-13 Kompakt“, „GS1 DataBar“ oder auch „EDI“ und „EDI Advanced“. Wurden in 2010 noch 740 Teilnehmer aus 290 Unternehmen trainiert und geschult, so waren es in 2011 insgesamt schon mehr als doppelt so viele, nämlich rund 1 650 Teilnehmer.

EU-Kommission schafft Grundlage für die Etablierung von CM

Die EU-Kommission stellte 2011 ausdrücklich klar, dass modernes Category Management mit den Anforderungen des Kartellrechts durchaus vereinbar ist. Das Produktgruppenmanagement wird als grundsätzlich positive Maßnahme bewertet, um den Kundennutzen zu erhöhen. Unternehmen müssen sich demzufolge also keine Sorgen machen – solange sie die Spielregeln im Blick behalten und gemeinsame CM-Projekte sorgfältig planen. Daher setzen die Kölner Experten von GS1 Germany bei ihren Workshops und Schulungen gerade bezüglich des Kartellrechts weiterhin auf gründliche Aufklärung und klare Prozesse.



Tiefkühlkost aufmerksamkeitsstark präsentiert

Im Mai 2011 koordinierte GS1 Germany den ersten Round Table zu Category Management im Tiefkühlsegment. Industrie, Handel und Dienstleister verständigten sich darauf, einen Arbeitskreis von aktiven Teilnehmern zu installieren, der die Idee des Category Managements zum Nutzen der Kunden und Verbraucher fördert. Die gemeinsam gewonnenen Erkenntnisse und Methoden werden als Best Practice-Prozessempfehlungen formuliert, offen kommuniziert und anschließend in Pilotprojekten überprüft. Die Basis bildet der CM-8-Schritte-Prozess, der auch in anderen Branchen bereits erfolgreich umgesetzt wird.



Das GS1 Germany Knowledge Center

Ort des Networking und Know-how-Transfers

Im Bereich von Training und Weiterbildung leistet GS1 Germany sehr gute Arbeit. Maßgeblich zu dem hervorragenden Bewertungsergebnis im Feedback der Teilnehmer von Trainings und Seminaren beigetragen hat das 2009 eröffnete Knowledge Center am Kölner Standort. Das moderne Trainingszentrum konnte in 2011 rund ein Drittel mehr Besucher und Teilnehmer als noch im Jahr zuvor verbuchen. Die Nutzung des Knowledge Centers geht vom Vier-Augen-Gespräch bis hin zum Kongress mit bis zu 140 Teilnehmern. Gestiegen ist in 2011 insbesondere auch die Buchungsauslastung bei der Vermietung von Räumlichkeiten an externe Unternehmen. Dank eines multifunktionalen Raumkonzepts lassen sich die Gegebenheiten vor Ort flexibel an die unterschiedlichsten Bedürfnisse anpassen.

Knowledge Center in Zahlen

> 1 000 qm Gesamtfläche

80 Prozent Raumauslastung

> 12 000 Besucher

850 Veranstaltungen

110 Veranstaltungs-Vermietungen



Erweiterung der interaktiven Fläche um das wichtige Zukunftsthema Mobile Commerce

Die neue Präsentationsfläche im Vorraum der „Value Chain live!“ bietet sowohl Einblicke in das Konsumverhalten des Consumer 2.0 als auch in die GS1-Technologien, die für den mobilen Einkauf heute schon unabdingbar sind. Hier können Vertreter aus Industrie und Handel in die Rolle des modernen, digital aktiven Shoppers schlüpfen und live erfahren, was mobile Webseiten oder Smartphone-Apps im Zusammenspiel mit den GS1-Standards leisten können. In Form von audiovisuellen Medien werden Themen wie Mobile Couponing, Barcode Scanning per Mobiltelefon und Category Management in Onlineshops veranschaulicht und erlebbar gemacht. Die Eröffnung fand im Rahmen des Fachkongresses „Consumer 2.0 – Vision oder Wirklichkeit?“ statt.

Weiterführende Informationen finden Sie
im GS1 Germany Jahresbericht 2011 sowie
unter www.gs1-germany.de.

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133

50825 Köln

T + 49 (0)221 94714-0

F + 49 (0)221 94714-990

info@gs1-germany.de