

12. ECR-Tag

Kunden von morgen heute erreichen

Authentisch handeln, nachhaltig überzeugen

21./22. September 2011 | Berlin | Estrel CC



Call for Presentations

So platzieren Sie sich auf dem ECR-Tag:

Nennen Sie uns Praxisbeispiele für die erfolgreiche Umsetzung von ECR-Kooperationen!

- I. So reichen Sie die Themen ein
- II. Ihr Vortrag
- III. Themen des ECR-Tages im Überblick
- IV. Rückmeldeformular

Abgabetermin: 28. Februar 2011

Organisation:



GS1 Germany GmbH
Maarweg 133
D-50825 Köln
www.gs1-germany.de

Ansprechpartner:

Heiner von Brachel
Tel.: +49 221 94714 445
Fax: +49 221 94714 595
vonbrachel@gs1-germany.de

Mareile Seekamp
Tel.: +49 221 94714 528
Fax: +49 221 94714 595
seekamp@gs1-germany.de

I. So reichen Sie Ihre Themen ein

So bringen Sie sich ein:

In der Ausgestaltung des Veranstaltungsprogramms platzieren wir Praxisbeispiele und Referententeams, die partnerschaftlich über die Vorgehensweisen und Erfahrungen in der Umsetzung sowie der Integration des ECR-Gedankens in ihre Unternehmensstrategie berichten.

Der ECR-Tag rückt in diesem Jahr das Thema Vertrauen in den Vordergrund. Die Veranstaltung möchte insbesondere Konzepte und Best Practices vorstellen, die zeigen, wie Handel und Industrie es gemeinschaftlich schaffen können, das Vertrauen der Shopper und Konsumenten in die Lebensmittelindustrie und den Handel zu stärken.

Standardisierung und Kooperation den Schlüssel zum Erfolg sind klassische ECR-Tag Themen, die ebenfalls besprochen werden. **Unternehmensübergreifende Kooperationen** zwischen Hersteller und Handel stehen auch in diesem Jahr im Vordergrund.

Darüber hinaus werden auch die Themen mobile Commerce und Nachhaltigkeit beleuchtet.

Um den Teilnehmern ein möglichst breites Vortragsspektrum anzubieten, möchten wir insbesondere auch Unternehmen der Branchen Molkerei Produkte, Fleisch- und Wurstwaren, Getränke, Drogeriewaren und Kosmetik/Körperpflege auffordern, sich mit Ihren Themenvorschlägen zu bewerben.

Mehr Informationen zu den Themen und Fragestellungen lesen Sie ab Seite 4.

Einreichung von Präsentationsthemen

Wenn Ihr Unternehmen ECR-Projekte realisiert hat oder Sie aus Ihrer beruflichen Praxis heraus Unternehmen kennen, die ECR-Projekte erfolgreich umgesetzt haben, können Sie sich mit einem eigenen, partnerschaftlichen Beitrag bewerben. Gern nehmen wir auch Empfehlungen zu Referenten oder Moderatoren mit Angabe des Themas entgegen. Nutzen Sie hierzu bitte das im Web hinterlegte Rückmeldeformular und senden Sie dieses

bis Montag, 28. Februar 2011

an GS1 Germany GmbH, Mareile Seekamp, Maarweg 133, 50825 Köln bzw. seekamp@gs1-germany.de. Oder Sie nutzen die Online-Rückmeldung unter Call for Presentations www.ecrtag.gs1-germany.de.

Unser Aufruf gilt hierbei auch kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie Unternehmen, deren Geschäfts- und Unternehmenspolitik nach ECR-Gesichtspunkten ausgerichtet wurde.

Auswahlverfahren

Die beim ECR-Tag Projektmanagement eingegangenen Vorschläge werden im ECR-Tag Steering Team (Programmausschuss), das sich aus Vertretern von Industrie und Handel sowie Logistik-Dienstleistern zusammensetzt und mit der Konzeption des Programms der Veranstaltung beauftragt ist, fachlich diskutiert und ausgewählt.

Nach der Auswahl der Präsentationsthemen durch das ECR-Tags Steering Team werden die potenziellen Referenten informiert. Die Auswahl wird voraussichtlich Mitte April 2011 abgeschlossen sein.

Wir bitten um Verständnis, dass nach dem 28. Februar 2011 eingehende Vorschläge nicht oder nur sehr eingeschränkt in das Auswahlverfahren einbezogen werden können.

Sollten Sie Fragen haben, wenden Sie sich gerne an das ECR-Tags Projektmanagement.

Ihr GS1 Germany ECR-Tag-Team

Köln, Frühjahr 2011

II. Ihr Vortrag

Erstellung der Präsentationen

Um allen Präsentationen der Praxisbeispiele einen einheitlich formalen Rahmen zu geben, bitten wir Sie, folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Alle Präsentationen sind auf einem einheitlichen Masterchart zu erstellen.
- Die tatsächliche „nicht geschönte“ Unternehmenspraxis soll abgebildet werden. Bitte auch Hemmnisse bzw. Stolpersteine aufzeigen.
- Die Einordnung des konkreten Projekts in die Strategie des Unternehmens / ECR-Gesamtstrategie sollte verständlich dargestellt werden
- In jeder Präsentation soll die Nutzendimension und messbare Erfolge (Zahlen, Indize, Euro, etc.) aufgezeigt werden.
- Jede Präsentation sollte mit der Aufforderung zur Umsetzung schließen.

Paten

Wird Ihr Vortragsvorschlag angenommen, werden sich vom ECR-Tag Projektmanagement benannte „Paten“ zur Abstimmung der Präsentationsinhalte mit den potenziellen Referenten in Verbindung setzen und diese in der Vorbereitung bis zur Veranstaltung fachlich betreuen.

Abgabe- und Probentermine

Um die umfangreiche Kongressorganisation professionell durchführen zu können, ist die Einhaltung folgender Präsentationsabgabe- und Probentermine durch alle Referenten Voraussetzung für die Teilnahme:

Abgabetermine der Präsentationen:

- erster Entwurf bis 01.06.2011
- überarbeitete Präsentation: 14 Tage vor Probentermin (Rehearsal)

Probentermine für die Vorträge:

- Rehearsal / inhaltliche Proben
16.08.2011 / 24.08.2011 / 01.09.2011 im Hause
GS1 Germany, Maarweg 133, 50825 Köln.
- technische Generalprobe Berlin: 21./ 22.09.11
(für alle Referenten und Moderatoren je nach Zeitpunkt der eigenen Präsentation)

Veröffentlichung der Vortragsunterlagen

Weiterhin möchten wir Sie darüber informieren, dass alle Vorträge den Teilnehmern im Anschluss an die Veranstaltung als Download über das Internet zur Verfügung gestellt werden. Sollten Sie einer Veröffentlichung nicht zustimmen oder eine andere Fassung zur Veröffentlichung bereitstellen wollen, geben Sie uns bitte Bescheid.

Sollten Sie hierzu Fragen haben, wenden Sie sich bitte gerne an das ECR-Tag Projektmanagement.

Ihr GS1 Germany ECR-Tags Team

Köln, Frühjahr 2011

III. Themen des 12. ECR-Tages im Überblick

Für die Eingangs genannten Aspekte sind nachfolgende Themenschwerpunkte von besonderem Interesse. Themen und Fragestellungen im Detail finden Sie auf den folgenden Seiten.

1. **Demand Side:** **Konsument + Shopper im Fokus**
Käuferverhalten heute und morgen (Shopper Research),
Category Management und Sortimentsgestaltung,
Vermarktung und Wege der Verbraucheransprache,
Promotion-Efficiency / Promotion i.R. von CM
Kartellrecht
Shopper-Research-Organisation im Unternehmen.
aktuelle Kooperationsprojekte + Best Practices

2. **Supply Side:** **Entwicklungen in der Logistik**
Rückverfolgbarkeit / Tracking + Tracing
Effizientes Retourenmanagement
Zeitfenstersteuerung
Ladungsträgermanagement
Temperatur geführte Logistik
Promotion Efficiency
Nachfragegetriebene Logistik (z.B. Joint Forecasting)
Logistik und Nachhaltigkeit
Supply Chain Compliance
neue Logistikkonzepte
aktuelle Kooperationsprojekte + Best Practices

3. **Technologien:** **Standards, eBusiness + Technologien in der Anwendung:**
Global Traceability Programme (GTC): Benchmark für die
 unternehmensübergreifende Rückverfolgbarkeit
Mehr Verbraucherschutz und Effizienz: Produkte standardisiert
 zurückrufen mit dem GS1 Recall-Service
Mobile Commerce – Trusted Data bei B2B- und B2C-Applikationen
Couponing und Kundenkarten: Mehr Daten, besserer Service mit
 GS1 DataBar und mobilen Anwendungen
GS1 DataBar – Mehrwert in der Frische
 Fälschungssicherheit und GS1 DataMatrix
Global Product Classification (GPC)
CashEDI und Bargeldlogistik
EAS in der Zukunft: Kombination von Warensicherung und
 Artikelkennzeichnung mittels EPC/RFID
aktuelle Kooperationsprojekte + Best Practices

4. **Nachhaltigkeit:** **Nachhaltiges Handeln in Industrie, Handel und Logistik**
Nachhaltigkeit + Unternehmensführung;
Stichwort Glaubwürdigkeit + Vertrauen,
Green Warehousing, Green Logistics,
Verpackungen und Nachhaltigkeit,
Energie- und Ressourcenmanagement;
+ andere Themen
aktuelle Kooperationsprojekte + Best Practices

- 5. Mobile Commerce: Strategien, Anwendungsfelder, Entwicklungen**
 Mobile Strategien von Handel und Industrie / Nutzen
 Mobile-Shopping
 Mobile Advertising / Marketing / Campaigning
 Couponing
 Standards für das mobile Business
 Einkaufsberater Smartphone
 aktuelle Kooperationsprojekte + Best Practices

Themen und Fragestellungen im Detail

Im Folgenden finden Sie ausgewählte Fragestellungen zu den einzelnen Themenschwerpunkten, zu denen Sie Ihre Praxisbeispiele und Erfahrungen aus unterschiedlichen Branchen einbringen können.

1. Demand Side Konsument + Shopper im Fokus

Shopper Research – Käuferverhalten heute und morgen

- Kundensegmentierung der Zukunft: Werden heutige Verfahren der Kundensegmentierung den individuellen Bedürfnissen der Kunden in der Zukunft gerecht?
- Shopper-Typen
- Shopper-Research-Organisation im Unternehmen
- Methoden + Standards in der Handels- und Konsumenten-Marktforschung
- Künftige Bedeutung und neue Wege im Shopper Research
- künftiges Informationsverhalten der Konsumenten:
 - a) Welche Herausforderungen entstehen durch ein verändertes Informationsverhalten der Konsumenten?
 - b) Inwieweit werden die Angebote an den Konsumenten noch individueller? Welche Chancen und Risiken birgt das?
- Käuferverhalten: Wieviel Service will der Kunde und was ist er bereit, dafür zu zahlen?
- Internet Shopping (Akzeptanz, Erfolgsmodelle, Learning)
- Kooperationsmöglichkeiten zwischen Industrie + Handel im Shopper Marketing
- ...

Promotions

- Messung von Promotions-Effizienz
- Zusammenarbeit von Industrie + Handel bei der Promotionsgestaltung
- Promotions im Rahmen von Category Management
-

Category Management – klassische und spezifische Sortimentsgestaltung

- Category Management in speziellen Vertriebskanälen
 - SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Supermärkte
 - Discounter
 - Onlinehandel
 - ...
- Category Management in ausgewählten Kategorien/Branchen
 - Fleisch
 - Obst & Gemüse
 - Textil
 - DIY
 - Health / Wellness / Apotheken
 - ...
- Nachhaltige Umsetzung von CM im Handel, Roll out

- Langfristige Einbindung von CM im Unternehmen
- Regionale Anforderungen an das Category Management
- Innovative Sortimente - Entwicklung, Auslobung und Einführung
- Kartellrecht
- Promotion Effizienz
- Jointly Agreed Growth
- ...

Vermarktung und – Wege erfolgreicher Verbraucheransprache

- Eigenmarken und Herstellermarken – konfliktreiches Gegeneinander, friedliches Nebeneinander oder innovatives Miteinander
 - Status Quo
 - Mögliche Ansätze
 - Umsetzungsbeispiele
- Erfolgreiche Kundenbindung und Vermarktungswege im LEH
 - Kundenclubs und –karten, Kundenzeitschriften, Kreditkarten, Cross-Selling: Welches sind die Erfolgsfaktoren
 - Couponing
 - Checkout-Couponing
 - Status Quo in Deutschland
 - CRM und neue Medien
- Neue Strategien und Wege in der Kundenansprache
 - Mobile Commerce
 - Social Web
 - Augmented Reality (Informationen aus dem Internet lokal zuordnen und verfügbar machen)
 - Neue Shopkonzepte / Innovative POS-Technologien / Digital Signage
- Demographischer Wandel: Antworten und Konzepte
 - Neue Versorgungs- und Belieferungsstrukturen
 - Veränderte Sortimente
 - Veränderte Verkaufsraumgestaltung (auch im gestalterischen Sinne)
 - 50+ Stores
- Verändertes Einkaufsverhalten
 - Produktkomplexität
 - Planungs- und Prognoseprozesse
 - Home-Delivery + Pick-up-Angebote
 - Online– und stationärer Handel
 - Handelsmarken: Zwischen Preis- und Qualitätsangebot
 - Handelsmarke vs. Brand
- Gesetzliche / Gesellschaftliche Rahmenbedingungen
 - Tabakwaren-Werbeverbot
 - Gen-Technik
- Mobile Commerce => Siehe Punkt 5 „mobile Commerce“

2. Supply Side: Entwicklungen in der Logistik

- Rückverfolgbarkeit / Tracking & Tracing, (z.B. zunehmende gesetzliche Anforderungen an Dokumentation und Rückverfolgbarkeit)
- Demand Driven Supply Chain
 - Joint Forecasting + Replenishment
 - Saisonale Prognosen / gemeinsame Steuerung der Produktion
 - Warenverfügbarkeit / On Shelf Availability
 - ...
- Nachhaltige Unternehmenskooperationen in der Supply Chain von Handel + Industrie
 - Collaborative Transport / Pooling

- Collaborative Warehousing,
- Urban Retail Logistik / City-Logistik
- Cross-Docking – zukunftsgerechte Modelle
- Sendungskonsolidierung
- Containerauslastung und Ladegewicht
- Routenplanung und Netzwerkoptimierung
- ...
- Grüne Logistikstrategien in der Praxis
- Konsequenzen der Energiekostenentwicklung
 - Steigende Bedeutung von Logistik- und Transportkosten
 - Neue Lager- und Belieferungsmodelle (z.B. von der Straße auf den Zug)
 - Regionalität vs. Internationalität
 - Energieeffiziente Infrastrukturen
 - Green Warehousing
 - Retail 2016/2018 / Die neue Rolle der Transport- und Lagerdienstleister / Best Practice Beispiele in DACH
- Modal Split / Intermodal Lanes / Multimodale Verkehre
- E-Collaboration / Beleglose Logistikkette
- Zeitfenstersteuerung - wie erfolgt eine effiziente Warenanlieferung im Lager
- Ladungsträger-Management:
 - Palettenbewirtschaftung
 - Zug-um-Zug Palettentausch
- Modularität von Verpackungseinheiten für Palettenkonfiguration
- Zug-um-Zug Palettentausch – Status Quo sowie Ansätze für ein tragfähiges Modell der Zukunft
- Mehrwegrückführung
- Retourenmanagement
- Supply Chain Compliance

Verpackungen

- Reduktion von Energiekosten
- Regalgerechte Umverpackungen / Shelf Ready Packaging
 - Kleinere Umverpackungen
 - ...
- optimales Verpackungsdesign aus Logistikperspektive
- Produktinnovation durch Verpackungsinnovation – Verpackungsmaterialien der Zukunft
- Nachhaltigkeit von Verpackungen – Ökobilanzen: „Carbon Footprint“
- Best Practice bei Handling und Warenpräsentation: Retail Ready Displays Self Checkout
- Vom Outsourcing zum Insourcing: Co-Packaging wieder beim Hersteller
- ...

3. Technologien: Standards, eBusiness und Technologien in der Anwendung

- Nutzung von GS1-Prozessstandards im Daten- und Warenfluss
 - Stammdatenaustausch, EDI, ECR
 - Stammdatenmanagement/GDSN und Datenqualität
 - in verschiedenen Branchen (z.B. Consumer Electronics)
 - auf nationaler und internationaler Ebene
 - Fokus Mittelstand: Zukunftsfähige und investitionssichere Zusammenarbeit dank Standards
- GS1 Umsetzungsinitiative:
 - Ziele und Status Quo 2010
 - Erfahrungen mit klassischem EDI: ORDERS, INVOIC, DESADV
 - Anwenderbericht: Einführung DESADV und NVE
- Einsatz von GS1 DataBar und GS1 DataMatrix
 - Vorteile der zusätzlichen Verbraucherinformation

- Innovative Nutzungskonzepte (Frischeprodukte, Couponing, Werbung, Mobile, mobile.gepir etc.)
- Einsatz von EPC/RFID
 - in der Logistik und
 - anderen Anwendungsbereichen
- Gesetzliche Rahmenbedingungen
 - Elektronischer Rechnungsdatenaustausch ohne Sammelabrechnung – Erfahrungen seit Januar 2009
 - Tracking & Tracing – was ist zu tun, wie kann es für sich genutzt werden
 - Chemikalienrecht (REACH)
 - ...
- Europäische Nachrichtenharmonisierung / EANCOM und Länderspezifika
- Sicherheit geht vor:
 - Verbraucherschutz: Wege zu mehr Lebensmittelsicherheit
 - Patientensicherheit
 - IT-Sicherheit / Datensicherheit
 - Fälschungssicherheit + Plagiatschutz – Wege gegen Produktpiraterie
 - ...
- Voraussetzungen schaffen für Mobile Commerce:
 - Wie erfolgt in Zukunft via Handy der Zugriff auf spezifische Produktinformationen?
 - Aktuelle Anwendungsfelder: Welche Informationen werden benötigt und sind kurzfristig verfügbar? Z.B. verlängerter Beipackzettel bei Medikamenten
- Retourenabwicklung (Handel/Industrie)
- Pfand - Neue Anforderungen an Sortimente, Prozesse und IT
- Bargeldtransporte – Einsatz von „Cash EDI“
- Self Checkout - Wie wird es genutzt? Wo gibt es gemeinsame Ansatzpunkte für Handel und Industrie?
- Outsourcing im Bereich Stammdatenmanagement und EDI
 - Möglichkeiten
 - Aktuelle Beispiele und Erfahrungen
- ...

4. **Nachhaltigkeit: Nachhaltiges Handeln in Industrie, Handel und Logistik**

- Nachhaltigkeitsmanagement als Eckpfeiler der Unternehmensstrategie
- Nachhaltigkeit und Abfallmanagement / Recycling
- Nachhaltigkeit und Konsumentenvertrauen
- Green Warehousing
- Neue Logistikkonzepte
- Nachhaltigkeit und Verbraucherrelevanz
- ...

5. **Mobile Commerce: Strategien, Anwendungsfelder, Entwicklungen**

- Mobile Strategien von Handel und Industrie / Nutzen
- Mobile Advertising / Marketing / Campagning
- Standards für das mobile Business
- Einkaufsberater Smartphone
- Couponing
- Twitter, Facebook + Co zwischen Angebot + Nutzen
- Mobile-Shopping
- aktuelle Kooperationsprojekte + Best Practices
-

IV. Rückmeldeformular

Fax: +49 221 94714-595

eMail: seekamp@gs1-germany.de

Ich/wir möchte(n) mich/uns mit folgendem Beitrag am Veranstaltungsprogramm des
12. ECR-Tags beteiligen:

Titel der Präsentation

Inhalt der Präsentation / Kurzbeschreibung

(in Stichpunkten)

Zuordnung der Präsentation zu Themenschwerpunkt/-en

- | | | |
|----|-----------------------|--------------------------|
| A. | Demand Side | <input type="checkbox"/> |
| B. | Supply Side | <input type="checkbox"/> |
| C. | Enabling Technologies | <input type="checkbox"/> |
| D. | Nachhaltigkeit | <input type="checkbox"/> |
| E. | mobile Commerce | <input type="checkbox"/> |
| F. | weitere _____ | <input type="checkbox"/> |

Geschäftspartner / Referent 1**Geschäftspartner / Referent 2**

Kooperative Vorträge sind ausdrücklich gewünscht und haben eine größere Chance, im Programm platziert zu werden.

Name, Vorname

Name, Vorname

Position / Abteilung

Position / Abteilung

Firma / Institution

Firma / Institution

Straße / Nr.

Straße / Nr.

Länderkennzeichen / PLZ / Ort

Länderkennzeichen / PLZ / Ort

Telefon

Telefon

eMail

eMail

Wurde oder wird der Vortrag im Rahmen einer anderen Veranstaltung präsentiert? ja nein**Wenn ja, bei welcher Veranstaltung?****An welchem der folgenden Probestermine würden Sie ggf. teilnehmen?****(Teilnahme ist für alle Referenten obligatorisch)** 16.08.2011 24.08.2011 01.09.2011

Um die umfangreiche Kongressorganisation professionell durchführen zu können, ist die Einhaltung der Präsentationsabgabe- und Probestermine durch alle Referenten Voraussetzung für die Teilnahme: Nach Zusage über Platzierung (erfolgt April 2011) Abgabe des Konzeptes bis 01.06.2011, Teilnahme an einem Rehearsal (Termine siehe oben), Abgabe der finalen Fassung 09.09.2011

Stimmen Sie der Veröffentlichung der Präsentation an die Teilnehmer nach der Veranstaltung zu? ja nein**Bemerkungen:****Ansprechpartner/in für weitere Abwicklung / Koordination:**

Name, Vorname

Firma / Institution

Telefon / Telefax

eMail