



## Gutscheine (Coupons)

Kennzeichnung und effiziente Abwicklung in Deutschland

# GS1 Germany:

## Ihr starker Partner für effiziente Geschäftsabläufe

Seit mehr als 30 Jahren übernimmt GS1 Germany eine aktive Rolle in der Standardisierung partnerschaftlicher Geschäftsprozesse sowie des Daten- und Warenaustausches. Für die deutsche Wirtschaft sind wir das Dienstleistungs- und Kompetenzzentrum für unternehmensübergreifende Geschäftsabläufe. Unser Anspruch ist es, die gesamte Wertschöpfungskette konsequent zu optimieren.

Als Schrittmacher für Industrie und deren Kunden bieten wir Ihnen ein umfassendes Leistungsportfolio entlang der kompletten Supply Chain. Ein klarer Fokus liegt dabei auf der praktischen Hilfe bei der Implementierung. Unser Angebot stützt sich auf die Kernkompetenzen in den Bereichen Auto-ID, EDI/eCommerce,

Supply Chain Management sowie Category Management. Und nutzt gleichzeitig das weltumspannende Netzwerk der internationalen GS1-Organisation mit mehr als einer Million Mitgliedsunternehmen.

Unabhängig davon, in welcher Branche Sie agieren oder wie die Geschäfts-

beziehungen mit Ihren Partnern geartet sind – bei GS1 Germany profitieren Sie von langjährigem Praxis-Know-how und einem vielschichtigen Erfahrungspotenzial, das unsere Mitarbeiter gerne an Sie weitergeben. Um gemeinsam Ihre Prozesse zu optimieren – und Ihre Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig zu stärken.

### **GS1: Global Standards One.**

International führende Organisation für die Entwicklung und Umsetzung weltweiter Standards mit dem Ziel, Logistik- und Nachfrageketten zu optimieren. Angeschlossen an GS1 mit Sitz in Brüssel sind rund 120 nationale GS1-Organisationen, für Deutschland GS1 Germany.

# Gutscheine (Coupons) erobern Deutschland

Seit dem Fall des Rabattgesetzes in 2001 haben sich Gutscheine – oft auch Coupons genannt – als effizientes Marketinginstrument von Industrie und Handel etabliert. Dabei handelt es sich meistens um Papierschnipsel, immer öfter aber auch um elektronische Belege über Internet oder Handy, die einen Geldwert oder anderen Leistungsanspruch darstellen, mit dem Verbraucher zum Kauf eines bestimmten Produktes überzeugt werden sollen. Im Jahr 2008 wurden über sieben Milliarden Coupons an deutsche Verbraucher verteilt; die Zahl der im Lebensmitteleinzelhandel eingelösten Coupons lag im zweistelligen Millionenbereich.

Gutscheine werden in der Regel an der Einzelhandelskasse eingelöst und von der Kaufsumme abgezogen. Dabei sind sie vom Ausgeber genau spezifiziert bezüglich beworbenem Produkt, Leistungsanspruch, Ein-

lösezeitraum, Einlöseort usw. Damit diese „Stammdaten“ des Gutscheins zur korrekten Einlösung an der Kasse geprüft werden können, müssen sie entweder über eine eindeutige Identifikation elektronisch zugänglich gemacht oder teilweise direkt auf dem Coupon codiert werden.

Die Lösungen zur Identifikation und Codierung von Gutscheinen im GS1-System sind aus historischen Gründen national oder regional unterschiedlich. Eine globale Lösung ist jedoch mit dem neuen Strichcode-Standard „GS1 DataBar“ an der Handlungskasse in Sicht.



# Codierung und Identifikation von Gutscheinen in Deutschland

Was die Codierung von Gutscheinen betrifft, so wurde bislang fast ausschließlich der EAN-Strichcode genutzt – der derzeit einzig erlaubte globale Strichcode-Standard zum Scannen an der Handkassa. Der EAN-Code kann maximal 13 Stellen codieren. Für personalisierte Coupons stand der GS1-128-Strichcode zur Verfügung, der allerdings nicht von allen Kassensystemen erfasst werden kann. Um diese Lücke zu schließen und auch Zusatzdaten an der Kassa scannen zu können, steht ab 2010 der GS1 DataBar-Standard bereit.

Dies wird den Siegeszug der Coupons in Deutschland noch weiter vorantreiben. Industrie und Handel sind dem Instrument „Couponing“ gegenüber sehr aufgeschlossen, zumal es den zielgruppenspezifischen Einsatz und eine eindeutige Erfolgsmessung ermöglicht.

Eine uneingeschränkt lesbare eindeutige Identifikation war bislang auf die

13 Stellen im EAN-Strichcode beschränkt, was zu zwei Lösungen geführt hat:

1. Verwendung einer „normalen“ GTIN, die den Zugriff auf einen Rabattwert sowie sonstige Bedingungen erlaubt.
2. Verwendung von Sonder-Präfixen, die den Rabattwert direkt im EAN-Code verschlüsseln.

Die Globale Artikelidentnummer (GTIN)			
Basisnummer aus der GLN vom Typ 2	+	Individuelle Artikelnummer des Herstellers	Prüfziffer
40 54321 7-stellige Basisnummer		0 0002 5-stellige Nummernkapazität	3
42 654321 8-stellige Basisnummer		0 018 4-stellige Nummernkapazität	6
42 7654321 9-stellige Basisnummer		0 09 3-stellige Nummernkapazität	1

z.B. Gutschein „Treuebonus“: Die individuelle Artikelnummer identifiziert den Gutschein „Treuebonus“ und wird vom Gutscheinaussteller vergeben. Bei Kauf des Produktes „Schnäppchen“ erhält der Kunde bei Einlösung des Gutscheines eine Gutschrift von 2 Euro auf den Verkaufspreis angerechnet. Der Gutschriftsbetrag ist in den PLU-Dateien der Kassensysteme hinterlegt.

Abb. 1: Drei Beispiele für den Aufbau der GTIN

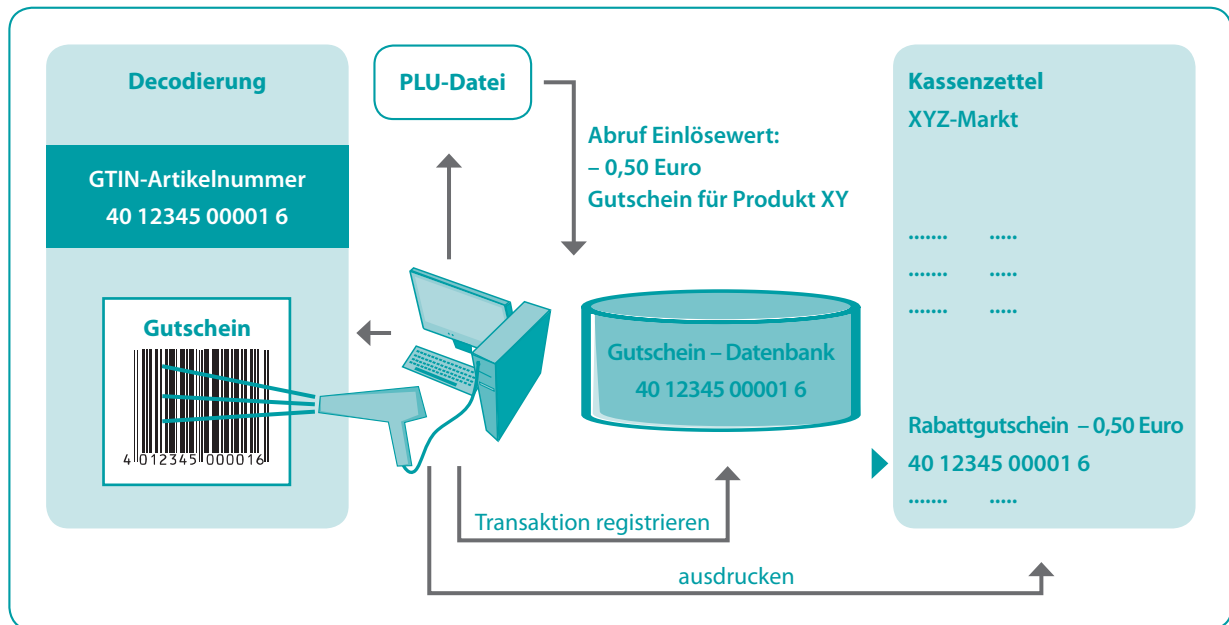


Abb. 2: Gutschein-Einlöseprozess an der Kasse mittels GTIN

### Gutschein-Identifikation mittels Globaler Artikelidentnummer (GTIN)

Jeder kennt den EAN-Code auf Produkten, die an der Kasse gescannt werden. Darin enthalten ist eine 13-stellige weltweit eindeutige Artikelnummer (GTIN), die den Schlüssel zu der sogenannten Price-Look-Up (PLU)-Datei im Kassensystem darstellt. Alle relevanten Informationen zum Abrechnen des Produktes sind also

nicht im Code, sondern in einer Datenbank hinterlegt, die über die GTIN zugänglich wird.

Dasselbe Konzept empfiehlt GS1 Germany für Coupons: eine eindeutige, nicht weiter spezifizierte Nummer (GTIN) im Strichcode auf dem Coupon, die Stammdaten zur Einlösung in einer Datenbank im Kassensystem. Dies hat den Charme, dass alle

Plausibilitätsprüfungen automatisch und fehlerfrei ohne manuelles Eingreifen des Kassierpersonals durchgeführt werden können. Voraussetzung ist, dass im Vorfeld einer Gutscheinaktion die relevanten Daten in allen Kassensystemen bekannt sind. Diese werden damit in die Lage versetzt, Coupons von Produkten zu unterscheiden und den jeweils passenden Prozess anzustoßen.

GS1-Gutscheincode (Euro-Währungsraum)				
Präfix	Gutscheinausstellernummer	Kontrollnummer	Wert in Euro	Prüfziffer
981	X <sub>4</sub> X <sub>5</sub> X <sub>6</sub> X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub> X <sub>9</sub>	X <sub>10</sub> X <sub>11</sub> X <sub>12</sub>	P
982	X <sub>4</sub> X <sub>5</sub> X <sub>6</sub> X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub> X <sub>9</sub>	X <sub>10</sub> X <sub>11</sub> X <sub>12</sub>	P
983	X <sub>4</sub> X <sub>5</sub> X <sub>6</sub> X <sub>7</sub>	X <sub>8</sub> X <sub>9</sub>	X <sub>10</sub> X <sub>11</sub> X <sub>12</sub>	P

Abb. 3: Aufbau des GS1-Gutscheincodes mit Präfix 981/982/983



#### Gutschein-Identifikation mittels Euro-Präfix 981/982/983

Obwohl weitestgehend automatisierte Prozesse als Best-Practice im GS1-System angesehen werden, steht auch eine „Stand alone“-Gutscheinidentifikation mit den Präfixen 981, 982 oder 983 zur Verfügung. Sie funktioniert ohne im Kassensystem hinterlegte Daten, indem der Wert des Gutscheins in Euro direkt im Code verschlüsselt wird.

Aufgrund der begrenzten Stellenanzahl ist nicht wie bei der GTIN die normale 7-, 8- oder 9-stellige Basisnummer als

Unternehmenskennzeichnung zu verwenden (siehe Abb. 1), sondern eine 4-stellige Gutscheinausstellernummer, die von GS1 Germany speziell für diese Anwendung vergeben wird. Danach folgt eine 2-stellige Kontrollnummer, mit der jede Gutscheinaktion unterschieden wird, der Wert in Euro mit 3 Stellen sowie eine Prüfziffer (siehe Abb. 3). Unterschied zwischen Präfix 981 und 982/983 ist die Anzahl der Nachkommastellen.

Mit dieser Präfixlösung im EAN-13-Strichcode kann zwar ohne



Abb. 4: Beispiel eines Gutscheincodes mit Präfix 982 und dem Wert von 1,20 Euro

Datenbankverbindung der Coupon wertmäßig eingelöst werden. Plausibilitätsprüfungen, z.B. ob das richtige Produkt gekauft wurde oder der Gutschein noch gültig ist, finden jedoch nicht statt, außer sie werden manuell durch das Kassierpersonal durchgeführt. Aus Sicht der Prozesssicherheit ist diese Couponlösung nicht ausreichend, aber dafür recht einfach in das Kassensystem zu integrieren. Von daher hat sie sich in vielen Fällen neben der Verwendung einer klassischen GTIN in Deutschland etabliert.



# Neue Coupon-Lösung auf Basis des GS1 DataBar

Die derzeitigen Lösungen zur Coupon-Kennzeichnung sind lokal oder regional unterschiedlich und meist beschränkt auf 13 Stellen Datenkapazität. Damit können sie viele Geschäftsanforderungen nicht abdecken, zum Beispiel:

- >> Für Fälschungssicherheit oder personalisierte Gutscheine muss eine uneingeschränkt lesbare Seriennummer codiert werden können.
- >> Nicht nur feste Euro-Werte, sondern auch andere Leistungsansprüche, wie z.B. Prozentbeträge, Punkte auf der Kundenkarte oder ein Sachgeschenk müssen abgebildet werden können.
- >> Weitere Zusatzinformationen wie beispielsweise die Gültigkeitsdauer sollen zur Codierung möglich sein.

Viele der Anforderungen lassen sich nur mit mehr Datenkapazität realisieren. Diese bietet der neue Strichcode-Standard GS1 DataBar.

## 2010 ist Startschuss für GS1 DataBar

Der GS1 DataBar ist eine lineare Symbologie, die bis zu 74 numerische Zeichen verschlüsseln kann, omni-

direktional (richtungs- und lageunabhängig) lesbar ist und obendrein wenig Platz benötigt. Er wurde speziell für Anwendungen im Einzelhandel entwickelt und steht damit auch für Gutscheine zur Verfügung. Ab 2010 kann der GS1 DataBar in internen Applikationen oder auf Basis bilateraler Absprachen zum Einsatz kommen. Dazu müssen sowohl Drucker und Scanner auf die neue Symbologie als auch die In-house-Software auf die Verarbeitung von mehr Daten eingestellt sein. Spätestens bis 2014 soll diese Vorbereitung bei allen Marktpartnern vollzogen werden, damit der GS1 DataBar wie der EAN-Code weltweit ohne Absprachen verwendet werden kann.

## Das GS1-Datenbezeichnerkonzept

Da im GS1 DataBar neben der Primäridentifikation noch weitere Daten codiert werden können, ist ein System vonnöten, um die Informationen voneinander unterscheiden zu können. Hierfür wird das sogenannte GS1-Datenbezeichnerkonzept genutzt, das seit langem für logistische Zwecke mit dem GS1-128-Strichcode

etabliert ist. Ein 2- bis 4-stelliger Datenbezeichner kündigt dabei den Dateninhalt an und ist genau in Länge und Format definiert. Ein Gültigkeitsdatum wird zum Beispiel mit Datenbezeichner (17) im Format JJMMTT verschlüsselt. Entsprechend programmierte IT-Systeme können das Datum dann automatisch erkennen und weiter verarbeiten.

## Coupon-Lösung in der Entwicklung

Um alle Anwenderanforderungen abdecken zu können, wird durch die globalen Entwicklungsgremien von GS1 eine neue Lösung erarbeitet. Diese



Abb. 5: GS1 DataBar Expanded mit 40 verschlüsselten Zeichen (vergrößert dargestellt)

sieht derzeit einen weiteren, noch nicht festgelegten Datenbezeichner für die Couponidentifikation vor, um Gutscheine von Artikeln unterscheiden und die jeweils passenden Prozesse anstoßen zu können. Bestandteil innerhalb dieses neuen Datenbezeichners wäre eine 13-stellige, der GTIN vergleichbare Identifikationsnummer für Gutscheine sowie eine optionale Seriennummer. Zusätzlich könnten zum Beispiel Einlösewert und Gültigkeitsdatum codiert werden, um eine „Stand alone“-Lösung zu ermöglichen:

- >> Datenbezeichner (XY) für die Couponidentifikationsnummer (der Wert für XY ist noch nicht festgelegt)
- >> Datenbezeichner (390N) für den Einlösewert in der nationalen Währung mit N Nachkommastellen
- >> Datenbezeichner (17) für das Gültigkeitsdatum

Eine im GS1 DataBar codierte Datenkette mit der Identifikationsnummer, dem Wert von 1,50 Euro und Gültigkeitsdatum 31. Juli 2010 könnte dann so aussehen:

(XY)40543210000230000001(3902)150  
(17)100731



Abb. 6: Beispiel eines Coupons in den USA mit einer nationalen GS1 DataBar-Lösung

Dennoch gilt auch hier nach wie vor der Grundsatz, so wenig Daten im Strichcode wie möglich, d.h. optimal wäre auch hier lediglich die Identifikation des Gutscheins und darüber der Zugriff auf die zugehörigen Daten im Stammdatensatz.

GS1 Germany empfiehlt, eine bereits verwendete Nummernstruktur für eine GTIN zur Produktkennzeichnung nicht

parallel als Couponidentifikation zu nutzen. So ist gewährleistet, dass es bei Händlern, die Produkte und Coupons in einer Datenbank verarbeiten, nicht zu Überschneidungen kommt.

Der aktuelle Entwicklungsstand und bis dahin mögliche Übergangslösungen zur Kennzeichnung von Gutscheinen können bei GS1 Germany erfragt werden.

# Effiziente Abwicklung

Durch die nachfolgend beschriebene Best-Practice-Vorgehensweise wird den beteiligten Geschäftspartnern eine optimale Umsetzung einer Gutschein-Aktion in Deutschland ermöglicht. Entwickelt wurde sie gemeinsam mit Vertretern aus Industrie, Handel und Dienstleistern in der ECR-Empfehlung „Umsetzung von Coupon-Aktionen“. Wesentliche Voraussetzung für den Erfolg einer Aktion ist demnach die enge Zusammenarbeit und der ständige Informationsaustausch zwischen den beteiligten Partnern.

Abbildung 7 zeigt einen Sechs-Stufen-Prozess für eine Coupon-Aktion unter Beteiligung von Hersteller, Händler und Clearing-Haus. Es wird von Rabatt-Coupons ausgegangen, die an der Kasse des Händlers eingelöst werden können.

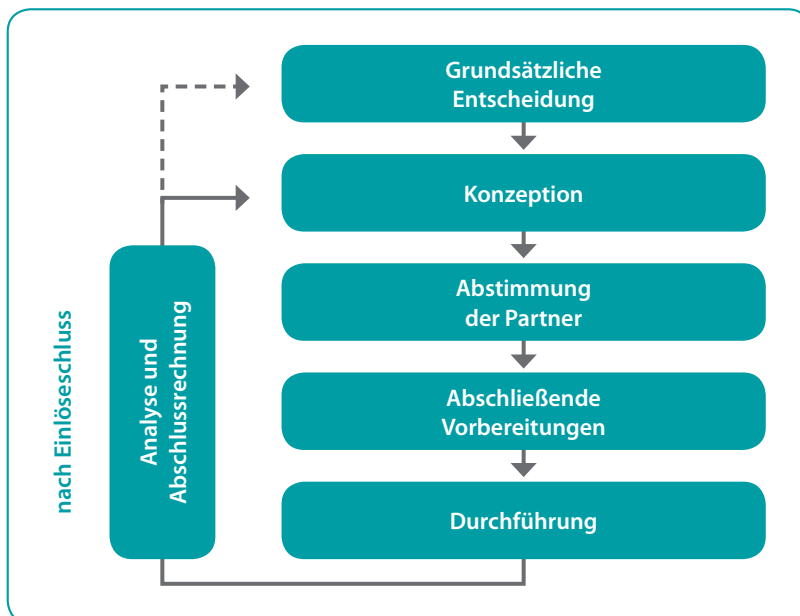


Abb. 7: Sechs-Stufen-Prozess für die effiziente Umsetzung von Coupon-Aktionen

1. **Grundsatzentscheidungen**, die vor der ersten Coupon-Aktion eines Herstellers oder Händlers festgelegt werden, bilden in der Regel die Grundlage für alle späteren Aktionen.
2. In der **Konzeptionsphase** werden die wichtigsten Parameter der konkret zu planenden Coupon-Aktion festgelegt. Neben der Definition von Zielen und einzusetzenden Budgets geht es um die Bestimmung von Gültigkeitszeitraum, Höhe des Coupon-Wertes, Auswahl des Coupon-Codes sowie um die Festlegung der angestrebten Distributionswege und Einlösebedingungen. Diese Schritte sollten bis zehn Wochen vor Aktionsbeginn abgeschlossen sein.
3. In der **Abstimmung mit den Partnern** ist zu klären, welche Märkte der Handelsunternehmen sich an der Coupon-Aktion beteiligen. Dieser Arbeitsschritt sollte bis fünf Wochen vor Aktionsbeginn abgeschlossen sein.
4. Sobald geklärt ist, wer sich an der Aktion beteiligt, können alle **abschließenden Vorbereitungen** getroffen werden, wie z.B. die finale Gestaltung des Coupons, die Einrichtung der Kassensysteme und die Information des Kassenspersonals in den Märkten. Diese sollten zwei Wochen vor Aktionsbeginn abgeschlossen sein.
5. Unmittelbar vor Aktionsbeginn erfolgt die **Distribution der Coupons** an die Kunden/Verbraucher, die diese mit Aktionsbeginn an der Kasse des Marktes einlösen und damit den Folgeprozess der Weiterleitung, Verrechnung und Auswertung zwischen Händler, Clearing-Haus und Hersteller auslösen.
6. Nach Beendigung der Coupon-Aktion wird eine **Analyse** der Aktion vorgenommen sowie die **Schlussabrechnung** zwischen Hersteller und Clearing-Haus vollzogen.

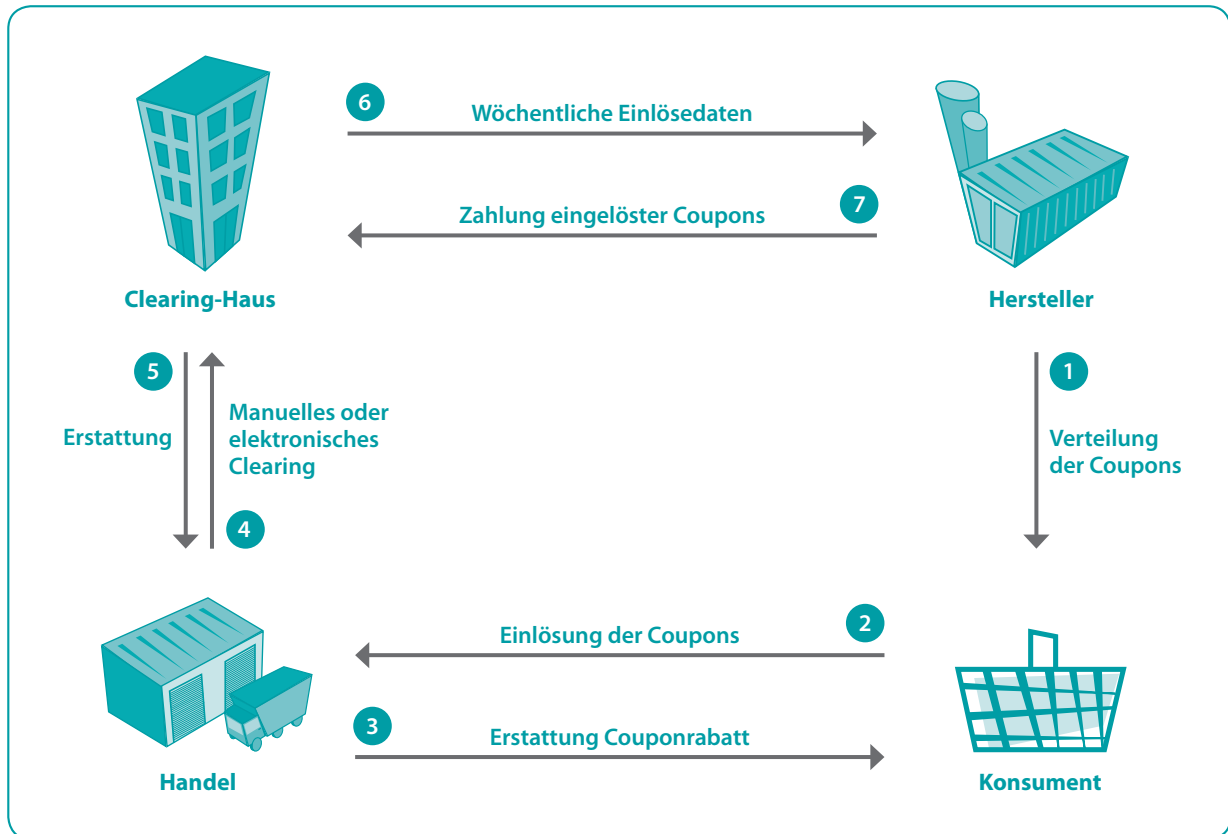


Abb. 8: Schematischer Coupon-Prozess mit Hersteller, Handel und Clearinghaus

### Elektronischer Datenaustausch

Für den Datenaustausch zwischen den Partnern in Bezug auf die „Gutschein-Stammdaten“ und Clearing-Daten ist ein elektronisches Verfahren dem manuellen vorzuziehen (vgl. auch Abb. 2). Gutschein-Stamm-

daten, die vorab elektronisch in den Kassensystemen vorliegen, ermöglichen automatisierte Plausibilitätsprüfungen und einen reibungslosen Prozess an der Kasse ohne Wartezeiten für den Kunden. Werden die eingelösten Gutscheine elektronisch erfasst und

an die Partner übermittelt, ist die Grundlage für eine vertrauensvolle und akkurate Abrechnung geschaffen. In diesem Bereich gibt es noch viel Potenzial für Standardisierung, der sich GS1 nach der Entwicklung einer globalen Kennzeichnungslösung zuwenden wird.

# Was können wir für Sie tun?

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Erfordert ein konkreter Bedarf schnelles Handeln – oder möchten Sie sich einfach unverbindlich über Themen aus unserem Portfolio informieren? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir freuen uns auf ein persönliches Gespräch mit Ihnen:

**T +49 (0)221 9 47 14-0**

**info@gs1-germany.de**



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)