



www.gs1-germany.de

STANDARDS

Ihr Magazin für die effiziente Value Chain

Heftpreis 5,50 Euro

Ausgabe 04|2011



Wohin steuert die Logistikbranche?

Alles im Fluss

Kooperativ

Otmar W. Debold und
Erich Harsch über den
Erfolgsfaktor Vertrauen

Nachhaltig

Sustainability: Studie
identifiziert Schlüsselthemen
der Konsumgüterbranche

Wegweisend

Weihnachtsbäume:
RFID-Technologie eröffnet
Wachstumspotenziale



Inhalt

4|2011

www.gs1-germany.de



6

Effizienz im Visier:
GS1-Standards bei der NATO



7

Gefragt:
Standards
für den
Online-Handel



10

Erfahrungsbericht:
Category Management
in der Kosmetikbranche



Alles im
Logistik-

GS1 KOMPAKT

- EPC/RFID: Transponder funken jetzt auch auf Hochfrequenz 6
- GPC-Einführung: Neues Tool erleichtert das Mapping 6
- Effizienz im Visier: GS1-Standards bei der NATO 6
- EDI-Checker: Elektronische Bestellungen automatisch prüfen 7
- Online-Handel: GS1 Germany ist Preferred Business Partner des bvh 7

GS1 TRAINING

- Category Management 8
- Know-how mal zwei: GS1 Germany kooperiert mit dem BVL Campus 8
- Nachhaltigkeit 8
- Identifikation & Kommunikation 9
- Supply Chain Management 9
- CM in der Kosmetikbranche: „Ein Live-Handbuch für Category Manager“ 10

IM FOKUS

- Alles im Fluss: Wohin steuert die Logistikbranche? 12
- IM GESPRÄCH**
- „Vertrauen ist der erste Schritt“: Otmar W. Debold (Procter & Gamble Deutschland) und Erich Harsch (dm-drogerie Markt) über Kooperation als Zukunftsmodell 18

STANDARDS

Ihr Magazin für die effiziente Value Chain



18

Interview mit
Otmar W. Debold und
Erich Harsch



24

RFID: Hightech im
Tannenbaum-Schlag



Barcodes bei
Sennheiser:
Vorbildlich
verschlüsselt

34



36

Einfach unverwechselbar:
die elektronische
Gesundheitskarte

MÄRKTE & TRENDS

- Neue GS1-Studie: Nachhaltigkeit unter der Lupe 22
- EPC/RFID: Hightech im Tannenbaum-Schlag 24
- Category Management vs. Shopper Marketing: Die Suche nach dem Königsweg 28
- REACH-Transparenz: Glasklar im Vorteil mit der GTIN 30
- Konsumentenbefragung zu Mobile Couponing: App-solut wegweisend 32
- Barcode-Einsatz bei Sennheiser: Vorbildlich verschlüsselt 34

Elektronische Gesundheitskarte:
Einfach unverwechselbar

36

GS1 COMMUNITY

- Gipfeltreffen der Standard-Macher 38
- Die Welt spricht GDSN 39
- Verlässliche Daten für Verbraucher: Trusted Data-Pilotprojekt 40
- Global News 40
- Neues Tool erleichtert RFID-„Stresstest“ 41

GS1 EVENTS

- Veranstaltungsübersicht 42
- Bargeldlogistik Kongress: Experten reden Klartext 42
- Log 2012: Volles Programm 42
- M-Days 2012: Blick in die mobile Zukunft 43

MARKT DER DIENSTLEISTER

41

- IMPRESSUM 54

Jetzt online: Die Handels-Statistik-Datenbank

ENTSCHEIDENDE FAKTEN, DENN FAKTEN ENTSCHEIDEN.



Umfassend
Auswahl über
10.000 Statistiken



Günstig
Bereits ab
29,90 EUR mtl.



Informativ
Aktuelle
Themen-Auswahl



Praktisch
Download als
PDF/XLS/PPT

Treffen Sie die richtige Entscheidung – mit der neuen Statistik-Datenbank zur Handelsbranche.

Ob für Präsentationen, Planungen, Studien oder allgemeine Informationen für Unternehmensentscheidungen – hier erhalten Sie einfach und kostengünstig Kennzahlen, Benchmarks und Statistiken zu Trends und Entwicklungen im Handel.

Jetzt registrieren unter www.handelsdaten.de



EHI handelsdaten.de



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

der Jahreswechsel steht vor der Tür – Zeit, die Ereignisse der vergangenen zwölf Monate Revue passieren zu lassen. Für die Wirtschaft war 2011 ein sehr herausforderndes und schwieriges Jahr, geprägt von der anhaltenden Finanz- und Vertrauenskrise im Euro-Raum. Diskussionen um Schuldenkrisen und deren Lösungen in verschiedenen Ländern Europas verunsicherten Wirtschaft, Politik und Banken gleichermaßen. Für 2012 rechnen Experten mit einer merklichen Abkühlung der Konjunktur.

Es ist eine Zeit, in der Courage, Zuversicht und engagiertes Handeln gefordert sind. Sinnbild dafür sind die vielen jungen Menschen, die 2011 auf die Straße gegangen sind, um für Veränderung zu kämpfen – bei den Massendemonstrationen in der arabischen Welt genauso wie bei den Protesten gegen ungezügelter Finanzmärkte in den USA, Europa und auch Deutschland. Sie führen uns aber auch unmissverständlich vor Augen, welche Verantwortung wir für eine ökonomisch, ökologisch und sozial verantwortliche Wirtschaftsweise tragen. Denn ohne nachhaltiges Handeln ist eine zukunftsfähige Entwicklung kaum mehr möglich.

Industrie und Handel sind demnach mehr denn je gefordert, nachhaltige Wertschöpfung zu realisieren. Transparenz und Vertrauen in unternehmensübergreifenden Kooperationen sind dabei wesentliche Schlüsselfaktoren und erfolgssichernde Strategien. Wenn es gelingt, gemeinschaftliche Strukturen für Warenströme und Informationsprozesse zu installieren, profitieren davon alle Beteiligten bis hin zum Konsumenten.

Das ist unsere Motivation und nicht zuletzt Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung in allen Dimensionen des wirtschaftlichen Handelns. Als Dienstleistungspartner und Know-how-Plattform für Unternehmen aus allen Branchen stellt GS1 Germany zukunftsweisende Lösungen und Strategien für vernetzte und nachhaltige Wertschöpfungsketten zur Verfügung. Kooperative Modelle für das Supply Chain Management, tragfähige Trusted Data-Infrastrukturen für die mobile Verbraucherkommunikation und innovative Services zur Erhöhung der Kundenzufriedenheit sind nur einige Beispiele, die wir in dieser Ausgabe aufgreifen.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre und vor allem ein gesundes und erfolgreiches Jahr 2012!

Jörg Pretzel
Geschäftsführer

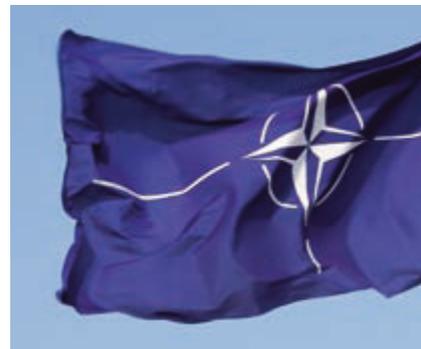


Signal für mehr Transparenz: EPC/RFID-Transponder funken jetzt auch auf Hochfrequenz

In gemeinschaftlichem Engagement haben Arbeitsgruppen von GS1 und EPCglobal einen neuen Hochfrequenz-Standard entwickelt. Mit dem EPC HF RFID Air Interface Protocol kann der elektronische Produktcode (EPC) jetzt auch in passiven 13,56-Megahertz-Transpondern gespeichert und ausgelesen werden. Das eröffnet deutlich mehr Anwendungsmöglichkeiten für RFID – insbesondere in Branchen, die mit dem Ultrahochfrequenz-Bereich an ihre Grenzen stoßen. „Wo beispielsweise Flüssigkeiten und Metall eine große Rolle spielen, bietet der HF-Standard mehr Sicherheit“, erklärt Roman Winter, Pro-

jektmanager AutoID bei GS1 Germany. Doch auch für die Dokumentenmanagement-Systeme von Anwaltskanzleien, staatlichen Behörden oder Bibliotheken eignet sich der erweiterte Transponder: Selbst dicht übereinanderliegende Dokumente oder gestapelte Artikel können schnell und fehlerfrei erfasst werden. Unterm Strich bedeutet der neue Standard für die Anwender mehr Prozesstransparenz, beschleunigte Abläufe sowie eine Unterstützung der Qualitätssicherung.

>> *Roman Winter, +49 (0)221 947 14-331
winter@gs1-germany.de*



Effizienz im Visier

Einheitliche Standards bringen die Logistik auf Trab – das gilt auch für militärische Lieferketten. Bereits heute sind alle NATO-Partner aufgefordert, logistische Transporteinheiten mit der Nummer der Versandeinheit NVE/SSCC zu kennzeichnen. Für die transportbegleitende elektronische Kommunikation setzt das Militärbündnis nun ebenfalls auf das GS1-System. Ziel ist ein durchgängiges Tracking und Tracing „from factory to foxhole“: Von der Herstellung bis zum Einsatzort will die NATO eine effektive Materialverfolgung sicherstellen.

Für das sogenannte Consignment Tracking schreibt die NATO Standardization Agency (NSA) die EANCOM®-Nachrichtentypen PARTIN, DESADV, RECADV und IFTSTA vor. Diese Nachrichten müssen die Anforderungen des Standards EANCOM® 1997 erfüllen. Das NSA-Regelwerk ergänzt damit die nationalen Anforderungen in Deutschland. Im Auftrag der Bundeswehr kennzeichnen Unternehmen der wehrtechnischen Industrie bereits ihre (Bau-) Teile und Verpackungen mithilfe der Datenträger GS1-128 oder GS1 Data-Matrix.

>> *Thorsten Kirschner, +49 (0)221 947 14-240
kirschner@gs1-germany.de*

GPC Mapping leicht gemacht

Der Jahreswechsel steht vor der Tür – und die Umstellung von der Standard-Warenklassifikation auf die Globale Produktklassifikation (GPC) schreitet mit großen Schritten voran. Ab Mitte 2012 muss neben der bisherigen nationalen Warengruppennummer auch die Nummer des GPC-Bausteins (Brick) angegeben werden. Je nach Bedarf werden die GPC-Bausteine außerdem mit weiteren Attributen versehen – zusätzlich zur Information „Wurst“ beispielsweise mit Angaben zur Wurstsorte, Herkunft etc.



Um die Migration möglichst einfach und reibungslos zu gestalten, unterstützt GS1 Germany Anwender der

bisherigen Standard-Warenklassifikation mit einem neuen GPC Mapping-Tool. Dieses Werkzeug funktioniert wie eine Online-Recherche: Gibt man die vierstellige Nummer der bisherigen nationalen Warenklassifikation ein, wird automatisch die dazu passende Nummer des GPC-Bausteins ermittelt. Das neue Tool steht allen GS1 Complete-Kunden im Online-Portal zur Verfügung – zunächst für die Kernbereiche Food und Near Food, ab Ende 2011 dann für alle Bereiche der Standard-Warenklassifikation.

Auch die deutsche Übersetzung der Global Product Classification steht im GS1 Complete-Portal als Online-Recherche und Download zur Verfügung.

>> *Klaus Förderer, +49 (0)221 947 14-244
foerderer@gs1-germany.de*

Fehlerfreie EDI-Bestellungen

Der elektronische Datenaustausch (EDI) ermöglicht schnelle, transparente und sichere Transaktionen zwischen Geschäftspartnern. Werden jedoch fehlerhafte Nachrichten versendet, blockiert dies die Prozesse und verlangsamt das E-Business. Der EDI-Checker von GS1 Germany prüft die Nachrichten – damit eventuelle Fehler rechtzeitig gefunden und behoben werden. Nachdem diese Funktion schon länger für elektronische Rechnungen (INVOIC) und Lieferavis (DESADV) zur Verfügung stand, ist nun auch die Überprüfung von Bestellungen (ORDERS) möglich.



Die Prüf- und Plausibilitätsfunktionen testen die Nachrichten automatisch auf Richtigkeit und Vollständigkeit. Nach Abschluss der Prüfung erhalten die User ein Prüf- und Fehlerprotokoll. Fehlt zum Beispiel die gesetzlich vorgeschriebene Angabe des Leistungsdatums, schlägt das System Alarm. Weitere Informationen und der Zugang zum GEFEG.Validation.Portal stehen im Service-Bereich auf www.gs1-germany.de sowie auf der

Startseite der aktualisierten EANCOM® 2002-Dokumentation zur Verfügung.

Interessierte Unternehmen können ihre Nachrichten auf dem GEFEG.Validation.Portal der GEFEG mbH hochladen. Zahlrei-

Die Dokumentation befindet sich in der Online-Bibliothek des GS1 Complete-Portals. ●

>> [Roman Strand, +49 \(0\)221 947 14-246, strand@gs1-germany.de](mailto:Roman.Strand@gs1-germany.de)

Gefragt: Standards für den Online-Handel



Vom kleinen Online-Shop bis zum großen Versandhandel – das Internet wird immer mehr zur Einkaufsmeile. Einheitliche Identifikations- und Kommunikationsstandards können auch in diesem Wachstumsmarkt für mehr Transparenz und effektive Arbeitsabläufe sorgen. GS1 Germany engagiert sich deshalb verstärkt in der Branche – seit Herbst 2011 auch als „Preferred Business Part-

ner“ des Bundesverbands des Deutschen Versandhandels e. V. (bvvh). Über dieses Programm erhalten die mehr als 320 Mitgliedsunternehmen des Verbands Zugang zu qualifizierten Dienstleistern für den Versandhandel. Im Rahmen der Partnerschaft wird GS1 Germany darüber hinaus auf Veranstaltungen und in Arbeitskreisen des bhv präsent sein und sein spezifisches Know-how zur Verfü-

gung stellen. Umgekehrt engagiert sich der Verband in ausgewählten GS1-Gremien, unter anderen in der Akademischen Partnerschaft ECR Deutschland, in der Wirtschaft und Wissenschaft gemeinsam an einer systematischen Vernetzung sämtlicher Prozesse entlang der Wertschöpfungskette arbeiten. ●

>> [Bodo Boer, +49 \(0\)221 947 14-251 boer@gs1-germany.de](mailto:Bodo.Boer@gs1-germany.de)

Category Management



Zufriedene Kunden dank Category Management

Category Management-Projekte erfolgreich durchführen oder die Grundlagen zur Einführung von Category Management erlernen: GS1 Germany bietet mit den Trainingsformaten zum Category Management für jeden das passende Konzept. Erfahren Sie unter anderem, wie Sie eine Warengruppe auf Basis von Shopper Insights optimieren und in eine kundengerechte Platzierung umsetzen.



Category Management Basics

Inhalt: Ein Überblick über Category Management-Strategien für mehr Kundennutzen und bessere Ergebnisse.

Zielgruppe: Fachkräfte mit geringer Category Management (CM)-Erfahrung aus den Bereichen ECR, Key Account Management, Trade Marketing, Außendienst, Einkauf, Supply Chain Management, IT.

24./25. Januar 2012

13./14. März 2012

30./31. Mai 2012

28./29. August 2012

6./7. November 2012

Lehrgang zertifizierter ECR D-A-CH Category Manager

Inhalt: Reale Fallstudien und Projektsimulationen zeigen die Methodik und praktische Umsetzung von Category Management.

Zielgruppe: Fachkräfte aus Handel, Industrie und Dienstleistung aus den Bereichen ECR, CM, Marketing und Vertrieb, Einkauf, Supply Chain Management, Prozessoptimierung.

Lehrgang 35 ab 16. Januar 2012

Lehrgang 36 ab 5. März 2012

Lehrgang 37 ab 18. Juni 2012

Lehrgang 38 ab 24. September 2012



Category Management Basics – International

Inhalt: Wie etabliere ich Category Management in unterschiedlichen Ländergesellschaften? GS1 Germany gibt konkrete

Hilfestellung für die Umsetzung und zeigt europäische Best Practice-Beispiele. Das Seminar findet in englischer Sprache statt.

Zielgruppe: Fachkräfte mit internationalem Aufgabengebiet und geringer Category Management-Erfahrung aus den Bereichen ECR, Key Account Management, Trade Marketing, Außendienst, Einkauf, Supply Chain Management, IT.

28./29. März 2012

KOOPERATION MIT DEM BVL CAMPUS

Know-how mal zwei



Gemeinsam lernen, voneinander profitieren: Um den Transfer von Logistik-Wissen zu fördern, kooperiert GS1 Germany künftig mit dem BVL Campus, der Weiterbildungsplattform der Bundesvereinigung Logistik. Erstmals werden 2012 ausgewählte Trainingsformate von GS1 in Bremen angeboten. Die BVL richtet dafür einige Veranstaltungen im GS1 Germany Knowledge Center in Köln aus. Die Kooperation beinhaltet außerdem die gegenseitige Unterstützung beim Marketing, so sind die GS1-Trainings etwa im aktuellen BVL-Seminarkatalog enthalten.

Termine siehe Kasten Supply Chain Management

Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit im Jahresgespräch

Sie lernen die Vorteile einer systematischen Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in Strategie und Tagesgeschäft kennen und bekommen konkrete Hilfestellungen an die Hand, um eigene Handlungsfelder und -prioritäten zu identifizieren.

28. März 2012 und 14. Juni 2012

Nachhaltige Geschäftsmodelle 2030

Sie erhalten eine neue Perspektive auf strategische Entwicklungsmöglichkeiten, analysieren bestehende Hemmnisse und identifizieren relevante Partner.

21. Juni 2012



Alle Trainings, soweit nicht anders verzeichnet, finden im Knowledge Center von GS1 Germany in Köln statt. Neben den öffentlichen Trainings führt GS1 Germany auf Wunsch auch individuelle Inhouse-Schulungen durch.

Informationen zu allen Trainings: Agnes Garve, +49 (0)221 947 14-555, trainings@gs1-germany.de oder www.gs1-germany.de > Weiterbildung



Identifikation & Kommunikation

Basisseminar EAN-13 Kompakt (monatliches Seminar)

Inhalt: Rüstzeug zur Umsetzung des EAN-Strichcodes, Vermeidung unnötiger Kosten und Fehler.

Zielgruppe: Prozessoptimierungsverantwortliche, die sich erstmals oder zur Auffrischung mit der Thematik GTIN/GLN beschäftigen.

26. Januar 2012

29. Februar 2012

21. März 2012

17. April 2012 (weitere Termine folgen)

Seminar DataBar

Inhalt: Anwendungsspezifische Details und primäre Einsatzgebiete des neuen Barcodes zur Vorbereitung auf die Einführung im eigenen Unternehmen.

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte der Bereiche IT, Logistik, Verkauf, Gestaltung und Organisation.

15. März 2012

Basisseminar CashEDI

Inhalt: Grundlegendes Wissen über die standardisierten Barcode- und E-Business-Verfahren von GS1, Basis einer erfolgreichen elektronisch gestützten Bargeldlogistik.

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Logistik, Organisation und IT.

13. März und 14. November 2012

Basisseminar EDI

Inhalt: Überblick über grundlegende Technologien der standardisierten elektronischen Kommunikation von Geschäftsdaten.

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte der Bereiche Organisation, IT und Logistik.

6. März und 6. November 2012

EDI – INVOIC

Inhalt: Alles zu elektronischen Rechnungen (INVOIC) auf Basis von EANCOM®.

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte der Bereiche IT, Warenwirtschaft und Logistik.

7. März und 7. November 2012

EDI – DESADV

Inhalt: Umfassender Überblick über das Potenzial und mögliche Einsatzgebiete des EANCOM®-Nachrichtentyps DESADV.

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte der Bereiche IT, Warenwirtschaft und Logistik.

8. März und 8. November 2012

Supply Chain Management



Optimal Shelf Availability

Inhalt: Mehr Umsatz durch verbesserte Warenverfügbarkeit: Die Teilnehmer lernen, wie sie Fehlbestände messen und reduzieren können.

Zielgruppe: Logistik-(Nachwuchs-)Führungskräfte aus dem Bereich Fast Moving Consumer Goods.

6. März 2012, BVL Campus, Bremen

9. Oktober 2012, GS1 Germany Knowledge Center, Köln



Shelf Ready Packaging

Inhalt: Die Teilnehmer lernen Einsatzmöglichkeiten, Vorteile und Einführungskriterien der Shelf Ready-Verpackungslösung kennen.

Zielgruppe: Interessenten aus allen Bereichen des Handels, der Fast

Moving Consumer Goods (FMCG)-Industrie und der Verpackungsindustrie.

20. März 2012, GS1 Germany Knowledge Center, Köln

Europalettenmanagement in der Praxis

Inhalt: Erfahren Sie, wie Sie Ihre Wertschöpfungskette nicht nur optimieren, sondern auch perfekt auf die Kundenbedürfnisse anpassen können – und das bis in die Regale der Handelsfilialen.

Zielgruppe: Logistik-Experten aus dem Bereich Fast Moving Consumer Goods.

27. März 2012, BVL Campus, Bremen

16. Oktober 2012, GS1 Germany Knowledge Center, Köln



Basisseminar Erfolgreiche Logistik im und mit dem Handel

Inhalt: Alles Wissenswerte zur unternehmensübergreifenden Optimierung der Supply Chain mithilfe der GS1-Standards. Berücksichtigt werden die Anforderungen von Industrie, Handel und Dienstleistungspartnern.

Zielgruppe: Fach- und Führungskräfte aus den Bereichen Logistik/Supply Chain Management.

17./18. April 2012, BVL Campus, Bremen

18./19. Sep. 2012, GS1 Germany Knowledge Center, Köln



SEIT IHRER TEILNAHME AM GS1-LEHRGANG LEISTET GABRIELE GILLES PIONIERARBEIT IN DER SELEKTIVEN KOSMETIK

„Ein Live-Handbuch für Category Manager“



Die Nase vorn: Um Parfümerie-Kunden die Orientierung im Laden zu erleichtern und der Branche neue Impulse zu geben, hat Gabriele Gilles, Sales Director beim Exklusivkosmetik-Vertreiber Nobilis, am GS1-Lehrgang „Zertifizierter ECR D-A-CH Category Manager“ teilgenommen. Sie berichtet von Aha-Effekten, Basisarbeit und Kundenverständnis.

Category Management, effizient umgesetzt, sorgt für Umsatzwachstum und zufriedener Kunden. Doch längst nicht in jeder Branche hat das ertragreiche Konzept Fuß gefasst. „In der Kosmetik stecken wir in Sachen Category Management noch in den Kinderschuhen“, erklärt Gabriele Gilles. Gerade wegen der hohen Fluktuation von Mode-Labels, die häufig nach zwei bis drei Jahren wieder aus den Regalen verschwinden, brauche der Kunde im Laden gute Orientierung – und einen Anreiz für Spontankäufe. Grund genug für Nobilis, Anbieter von Luxusdüften wie Bvlgari, seine Sales Direktorin bei GS1 Germany zur zertifizierten Category Managerin ausbilden zu lassen.

Daten als wichtigste Grundlage

„Mein größter ‚Hallo-wach-Moment‘ im Lehrgang war es zu erfahren, mit welchem gutem Zahlenmaterial in anderen Branchen bereits gearbeitet wird“, erinnert sich die Sales Direktorin. Ohne valide

Datengrundlage sei eine sinnvolle Umstrukturierung von Ladenflächen nicht möglich. Viele Entscheidungen würden in der Kosmetik noch immer „aus dem Bauch“ getroffen. Neben vollständigen Hersteller- und Abverkaufszahlen benötige die Branche vor allem Daten aus repräsentativen Shopper-Studien. „In unserer Branche weiß noch kaum jemand etwas darüber, wie der Kunde tickt, wie er greift, wie er einkauft, was er wirklich will“, so Gilles. Nach einer ersten Auswertung aller Daten, die bis Ende des Jahres vorliegen, will Nobilis konkrete Schritte einleiten: „Im nächsten

Jahr wird in der selektiven Kosmetik viel passieren. Da ist gerade etwas im Aufbruch“, so Gilles.

Ein Lehrgang auch für Einsteiger

Als anstrengend, aber hilfreich empfand die Sales Direktorin den Lehrgang: „Er war eine Art Live-Handbuch für Category Management.“ Während der zehn festen Kurstage brachte GS1 den Teilnehmern mithilfe von Fallstudien und Simulationen das Konzept von Category Management näher. Zum Abschluss sollten sie zu einem ausgewählten Projekt eine Arbeit verfassen. Das



Category Management bedeutet die Zusammenstellung von Produktgruppen nach Kundenbedürfnissen sowie ihre optimale Präsentation im Geschäft. Das Konzept prägt bereits zahlreiche Ladenflächen. Welche Methoden dahinter stehen und wie Category Management praktisch umgesetzt werden kann, lernen Teilnehmer des Lehrgangs „Zertifizierter ECR D-A-CH Category Manager“ anhand von realen Fallstudien und Projektsimulationen. Anmeldung und weitere Informationen unter www.gs1-germany.de > Weiterbildung



bedeutete Neuland für die Kosmetik-Distributeurin: „Die meisten der 24 Kurs- teilnehmer kamen aus der Lebensmittel- branche und hatten bereits CM-Themen im Gepäck. Als Newcomerin musste ich jedoch ein völlig neues Projekt entwik- ckeln.“ Für die zusätzliche Arbeit stellte Nobilis sie für weitere Tage frei. „Mein

Chef hat gesagt: Nimm dir die Zeit, die du dafür brauchst“, freut sich Gilles. „Aber auch GS1 Germany hat mir sehr geholfen und die Atmosphäre im Kurs war insgesamt äußerst kollegial.“ So fand Gabriele Gilles mit Zeit und Unter- stützung den treffenden Titel für ihre Abschlussarbeit: „Category Management erreicht die Luxusgüterindustrie“.

Erste Schritte in der Branche

Dass man in der Kosmetik durch geziel- tes Category Management einiges be- wegen kann, hat die Sales Direktorin aus dem Kurs mitgenommen. Die wich- tigsten Baustellen: „Wir brauchen mehr Verständnis für den Shopper – und eine intensive Sortimentspflege.“ Weitere Etappen bei Nobilis werden die Platzie- rung der Produkte, Merchandising und Regalaufbau sein – in Kooperation mit dem Handel. Vor allem Generalisten wie Karstadt oder Kaufhof seien hier bereits

im Gespräch, so Gilles. „Sie haben schon viel Erfahrung in Sachen Category Management und können den Weg langsam Schritt für Schritt mit uns ge- hen.“

Die zertifizierte Category Managerin ist zufrieden mit dem Ergebnis des Kurses. Auch wenn nach ihrer Rückkehr viel liegen gebliebene Arbeit und neue Auf- gaben auf sie warten. Einen Aspekt dürfe man im Einsatz für Category Management jedoch nicht aus den Augen verlieren: „Neben aller Sorti- ments- und Datenpflege müssen wir Begeisterung für unsere Produkte ver- mitteln. Wenn unsere Mitarbeiter vor Ort es nicht schaffen, unsere Luxuskos- metika mit Freude und Engagement zu verkaufen, hilft letztlich auch kein Category Management.“

>> Volker Middelanis, +49 (0)221 947 14-425
middelanis@gs1-germany.de

2. Deutscher Bargeldlogistik Kongress 2012

Aktuelle Anforderungen im Geldkreislauf

31. Januar und 01. Februar 2012 • Dorint Hotel Pallas Wiesbaden

Eine gemeinsame Veranstaltung von:




managementforum
Verlagsgruppe Handelsblatt

Mit freundlicher Unterstützung:



Der Einzelhandel

Profitieren Sie u.a. von folgenden führenden Köpfen der Branche:

 Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer, Handelsverband Deutschland – Der Einzelhandel (HDE) e.V.	 Helmut Kalepky, stellvertretender Leiter des Zentral- bereichs Bargeld, Deutsche Bundesbank	 Michael Mewes, Vorsitzender, Bundesvereini- gung Deutscher Geld- und Wert- dienste (BDGW)	 Christian Ambron, Direktor, Senior Spezialist Cash- Versorgung, Commerzbank AG
 Jürgen Manegold, Sprecher des Vorstandes, EDEKABANK AG	 Holger Apel, Spezialist Customer Relation/Bereich Kasse & Systeme, IKEA Deutschland GmbH & Co KG	 Ing. Peter Michael Seitz, Erste Bank der österreichischen Sparkassen AG	 Margit Schneider, Sicherheitsmanage- ment für Zahlungs- karten, EURO Karten- systeme GmbH

www.bargeldlogistikkongress.de



77%

des Gütertransports hierzulande werden laut Verkehrsclub Deutschland e. V. über den Lkw-Verkehr abgewickelt. In Europa machen die Lkw-Transporte zwar nur sieben Prozent des Straßenverkehrs aus, sind jedoch für 23 Prozent des CO₂-Ausstoßes verantwortlich.



70%

mehr Treibhausgas-Emissionen weltweit verzeichnete der IPCC-Report der Vereinten Nationen für das Jahr 2004 im Vergleich zu 1970.



200 US-Dollar

oder mehr könnte ein Barrel Rohöl in zehn Jahren kosten. Das hält das Deutsche Institut für Wirtschaft (DIW) für wahrscheinlich. 2008 war der Ölpreis erstmals auf 100 Dollar pro Barrel geklettert.



Log 2012, 20./21. März 2012, Köln

WOHIN STEUERT DIE LOGISTIKBRANCHE?

Alles im Fluss

Sie sind das Nervensystem der pulsierenden globalen Wirtschaft: Ohne leistungsfähige Logistiknetze würden die komplexen Prozesse in Handel und Industrie unweigerlich ins Stocken geraten. Die weltweiten Güterströme effizient zu steuern, wird jedoch zusehends schwieriger. Experten sind sich einig: Erfolgreich durchstarten in Richtung Zukunft können vor allem Unternehmen, die auf intelligente Kooperationen und einheitliche Standards in der gesamten Lieferkette setzen.





Containerhafen – Drehkreuz der globalen Logistik und Symbol für weltweite Warenströme

Auf Straßen und Schienen, zu Wasser und in der Luft – die Logistik-Maschine läuft rund um die Uhr auf Hochtouren. Weltweit sind gewaltige Transportflotten im Einsatz, um ihre Fracht zur richtigen Zeit zum richtigen Ort zu bringen. Allein in Deutschland wurden 2010 rund vier Milliarden Tonnen Waren bewegt. Mit geschätzten 2,7 Millionen Beschäftigten und einem Jahresumsatz von weit mehr als 200 Milliarden Euro zählt die Güterverkehrslogistik hierzulande zu den Top-Branchen. Und was beim Fußball als großes Ziel im Raum steht – in dieser Disziplin ist es längst Realität: „Deutschland ist Logistikweltmeister“, konnte Bundesverkehrsminister Peter Ramsauer zur Eröffnung der Messe transport logistic 2011 verkünden. Die Weltbank hat die Drehscheibe

im Herzen Europas zum leistungsfähigsten Logistikstandort auf dem Globus gekürt.

Schneller, flexibler, komplexer

Um diesen Spitzenplatz zu behaupten, muss der Wirtschaftsmotor Logistik jedoch noch einen Zahn zulegen. Immer komplexer werden die Anforderungen in der Wirtschaft. Die zunehmende Globalisierung von Beschaffung, Produktion und Absatz verlangt weit verzweigte Gütertransportsysteme. Zudem gilt es, individuelle Verbraucherwünsche zu bedienen – die Vielfalt der Produktvariationen wächst. Experten gehen davon aus, dass der Güterverkehr bis zum Jahr 2025 um 70 Prozent im Vergleich zu 2004 zunehmen wird, der Güterfernverkehr sogar um 80 Prozent.

Doch wie lässt sich das mit dem Umwelt- und Klimaschutz vereinbaren? Wie lassen sich steigende Rohölpreise und Mautgebühren kompensieren? Und welcher Weg ist der richtige, um endlose Staus und schließlich den völligen Verkehrsinfarkt zu umgehen?

Schon heute ist der Verkehr für rund 20 Prozent aller CO₂-Emissionen in Deutschland verantwortlich.

Mit ihrem Aktionsplan Güterverkehr und Logistik will die Bundesregierung die Mobilität am Standort Deutschland nachhaltig sichern. Unter anderem fordert die Politik „innovative Konzepte, die die Gestaltung durchgängiger Logistik- und Informationsketten ermöglichen“.



Auch das Beratungsunternehmen McKinsey kommt in einer Studie zu dem Schluss: „Bis zum Jahr 2020 muss sich der Transportsektor neu erfinden.“ Lkw-Flotten und Lagerflächen besser auslasten, Leerfahrten vermeiden, auf Elektrofahrzeuge umsteigen – zahlreiche Maßnahmen scheinen geeignet, schnell deutliche Fortschritte in puncto Kosteneffizienz und Klimaschutz zu erzielen. Entscheidend für ein zukunftsfähiges

Wettbewerbsfaktor Technologie: Mitarbeiter in der Logistik müssen entsprechend geschult werden



Supply Chain Management sind moderne IT-Systeme und E-Business-Strategien – und die Bereitschaft der Unternehmen, in völlig neuen Dimensionen miteinander zu kooperieren.

Mehr Transparenz und intelligenter Rundum-Service

Bewegte Zeiten für die rund 51.000 Güterkraftverkehrsunternehmen in Deutschland. Lebensmittel für den Supermarkt oder Bauteile für die Automobilproduktion schnell, kostensparend, sauber und leise an ihren Bestimmungsort zu befördern, reicht heute längst nicht mehr aus. Handel und Industrie gehen dazu über, ihre Logistik komplett auszulagern; neben der Organisation des Warentransports erwarten sie vielfach „schlüsselfertige Lösungen“. Zu den zentralen Kundenanforderungen gehört das nahtlose Tracking und Tracing, also die lückenlose Verfolgung von Packstücken vom Versender bis zum endgültigen Empfänger. Gerade für kleinere Transport- und Logistikbetriebe ist es ein Kraftakt, mit der rasanten Entwicklung Schritt zu halten. Sie verfügen häufig nicht über die notwendigen Mittel, um neue Technologien zu implementieren und ihre Netzwerke entsprechend den Marktanforderungen auszubauen. Hier haben größere Logistikbetriebe mit mehr als 50 Beschäftigten klare Wettbewerbsvorteile; nicht umsonst stieg ihr Anteil in der Branche zwischen 2005 und 2010 von 30 auf 40 Prozent. Doch durch europaweite Kooperationsprojekte wie 24plus logistics network oder CargoLine schaffen die mittleren Speditionen ein Gegengewicht. Das Modell: Branchenübergreifende Marktplätze bieten Kunden die Möglichkeit, ein flächendeckendes Verkehrsnetz und die entsprechenden Dienstleistungen „on demand“ zu nutzen. Durch die Einbindung verschiedenster Akteure der logistischen Wertschöpfungskette – von Projektentwicklern



Barcode Scanning im Lager: Ohne elektronischen Datenaustausch läuft nichts in der modernen Logistik

und Softwareherstellern bis zu Speditionen und Distributionsspezialisten – können die Verbundsysteme ein breites Spektrum an Dienstleistungen anbieten.

Der Transport- und Logistikmarkt in Deutschland ist bis heute mittelständisch geprägt: Rund 60 Prozent der Logistikdienstleister beschäftigen weniger als 50 Mitarbeiter.

Integrierte Services sowie firmen- und länderübergreifende Strukturen – daran kommt künftig kein Logistiker mehr vorbei. Allzu häufig behindern jedoch immer noch bilaterale, geschlossene Systeme den Informationsfluss und bremsen Synergien aus. „Unternehmen sind erfolgreicher, wenn sie gemeinsam an Lösungen arbeiten, sich innerhalb und außerhalb des Unternehmens zu vernetzen“, betonte Dr. Christian Jacobi vom EffizienzCluster LogistikRuhr beim Dortmunder „Zukunftskongress Logistik“ im September 2011. Echte Transparenz in allen Teilen der Supply Chain erfordert offene Standards, die von allen Beteiligten gelesen, verarbeitet und interpretiert werden können. Der Logistikstandard GS1-128 zusammen mit der Nummer der Versandeinheit (NVE/SSCC) ermöglicht es bereits heute, Paletten, Pakete

>>

und Kartons rund um den Globus eindeutig zu identifizieren. Standardisierte elektronische Nachrichten von der Bestellung bis zum Lieferschein erleichtern die Steuerung des Warenverkehrs. Die Unternehmen können exakter disponieren, Fehllieferungen vermeiden, ihren Aufwand und letztlich auch ihre CO₂-Emissionen reduzieren.

„Leere Meilen“ waren gestern

Beispiel USA: In knapp 30 Prozent aller Fälle sind die Könige der Highways dort mit leeren Trucks unterwegs. Die zahlreichen ungenutzten Lkw-Rückfahrten verursachen erhebliche Kosten für die beteiligten Unternehmen – und belasten das Klima. Um diesen Negativ-Trend zu stoppen, haben sich mehr als 30 Unternehmen mit Unterstützung von

Kosten sparen, die Umwelt schonen: Immer mehr Unternehmen bündeln ihre Transporte



GS1 Canada und GS1 US zur Plattform „Empty Miles Service“ zusammengeschlossen. Die Mitglieder stellen freie Transportkapazitäten zur Verfügung beziehungsweise mieten sie zu moderaten Preisen an. Als Basis für eine klare und effiziente Abstimmung dienen einheitliche Identifikationsstandards wie die Globale Lokationsnummer GLN. Auch der US-Handelsriese Macy’s und der Logistikdienstleister Schneider National nutzen das innovative Online-Tool, um gemeinsam leere oder halb leere Ladeflächen zu füllen. Eine klassische Win-win-Situation: Mit jeder für die Kooperation geöffneten Route reduziert Macy’s seine jährlichen Transportkosten um rund 25.000 US-Dollar. Schneider verbucht elf Prozent weniger ungenutzte Stauräume, senkt den Kraftstoffverbrauch und kann seine Dienstleistungen aufgrund der Effizienzsteigerung zu wettbewerbsfähigen Preisen anbieten.

Kapazitäten bündeln, Wertschöpfung steigern

Auch in Deutschland sind innovative Konzepte wie Collaborative Warehousing and Transportation auf dem Vormarsch. Selbst Wettbewerber durchbrechen traditionelle Denk- und Handlungsmuster; sie arbeiten zusammen, um so die Ressourceneffizienz ihrer Transporte zu steigern und zugleich ihre Lieferperformance zu verbessern. So bündelt etwa



Auch Lagerflächen werden mehr und mehr zu Multi-User-Zentren

der Logistiker Fiege in seinem Multi-User-Zentrum Bocholt Waren von Diageo, Katjes, Leaf, Hitschler und Vidal und schickt sie als gemischte Ladung im selben Lkw zu Lagern und Filialen des Lebensmitteleinzelhandels. „Wir holen durch die Bündelung Fahrzeuge von der Straße“, kommentiert Josef Klimczyk, Mitglied der Geschäftsleitung von Katjes Fassin. Grüner, individueller und effizienter soll insbesondere auch die Belieferung der Innenstädte organisiert werden. Daran arbeiten Handelsunternehmen wie Rewe, Lekkerland und Metro gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Materialfluss und Logistik sowie GS1 Germany im Forschungsprojekt Urban Retail Logistics. Zentraler Lösungsansatz des Projektteams: die Einrichtung von unternehmensübergreifenden Umschlagspunkten – sogenannten Urban Hubs. Entsprechende Praxistests laufen bereits, beispielsweise startete im August 2011 in Nürnberg ein Pilotprojekt zur „Grünen Logistik“ mit mehreren nordbayerischen Getränkeherstellern. Wurden die Kunden bisher von jedem Lieferanten einzeln



- platzieren
- präsentieren
- inszenieren

POS T. ...für mehr Erfolg am Point of Sale!

POS TUNING Udo Voßhenrich GmbH & Co. KG • 32107 Bad Salzuffeln • Deutschland • www.postuning.com



angefahren, führen die Kooperationspartner ihre Warenströme jetzt auf einer gemieteten Logistikfläche im Cross-Docking-Verfahren zusammen und bringen sie mit einem Lkw zu den Gaststätten und Hotels in der Innenstadt.

Eine für alle – die Palette im Kreislauf City-Belieferung oder Langstrecken-transporte – eine tragende Rolle in der Logistik spielt die Europalette. Es gibt kaum eine Branche, die ihre Waren nicht auf dem genormten Untersatz stapelt. Seit 50 Jahren tauschen die Beteiligten aus Industrie, Handel und Logistik den Ladungsträger im offenen Kreislauf untereinander aus. So alt wie die Palette selbst ist jedoch auch die Kritik am System: Zurück- oder weitergereichte Paletten weisen vielfach große qualitative Mängel auf. Ersatz und Reparaturen verursachen hohe Kosten – die Belastung für die Marktteilnehmer ist jedoch extrem ungleich verteilt. So tragen die Spediteure bislang bis zu 60 Prozent der gesamten Umlaufkosten,



Seit 50 Jahren als Ladungsträger im Rennen: die Europalette

Verlader rund 30 Prozent und die Empfänger lediglich zehn Prozent. Gemeinsam mit Unternehmen aus Handel, Industrie und Logistik hat GS1 Germany jetzt eine Empfehlung für mehr Transparenz und Effizienz durch kooperative Palettenbewirtschaftung entwickelt (siehe Infokasten). „Damit ist endlich Schluss mit isolierten Prozessen. Einheitliche Kennzeichnungs- und Kommunikationssysteme tragen zur Vereinfachung der Prozesse und zu einer fairen Zuordnung der Kosten bei“, sagt Brigitte Klein, Beraterin des globalen Logistikeinkaufs beim Waschmittelhersteller Henkel.

Ein weiteres Beispiel, das zeigt, wohin die Reise geht: Die Logistik des 21. Jahrhunderts braucht unternehmensübergreifende Strategien, für die physischen Warenströme ebenso wie für den begleitenden Datenaustausch. Wenn sämtliche Partner entlang der Supply Chain kooperieren, können sie die Kosten der gesamten Kette verringern, den Kundenservice verbessern und Kurs auf eine nachhaltige Mobilität nehmen – alles bleibt im Fluss. ●

>> Sebastian Krug, +49 (0)221 947 14-431
krug@gs1-germany.de



Fair Play mit klaren Regeln – neue ECR Anwendungsempfehlung

Durchbruch für eine kooperative, transparente Palettenbewirtschaftung in Deutschland: Im Oktober 2011 verständigten sich Industrie, Handel und Dienstleister unter dem Dach von GS1 Germany auf eine gemeinsame Anwendungsempfehlung. Erstmals ist es damit gelungen, branchen- und sektorenübergreifend Palettenqualitätsklassen zu definieren – eine erhebliche Erleichterung besonders in der Beschaffung und der Kommunikation zwischen den Prozessbeteiligten.

Nicht ausreichende gesetzliche Bestimmungen und fehlende abgestimmte Standardprozesse hatten beim Palettentausch bislang häufig zu Konflikten zwischen den Beteiligten bezüglich Qualität und Kostenverteilung geführt. „Für die Lösung dieser Problematik und ihre Umsetzung ist jetzt die Grundlage geschaffen worden. Wenn alle beteiligten Sektoren sich an den gemeinsam erarbeiteten Lösungen orientieren, steht einer kooperativen und



effizienten Palettenbewirtschaftung nichts mehr im Wege“, sagt Sebastian Krug, Projektleiter bei GS1 Germany.

Ob verdrehte Klötze, Absplitterungen oder Verunreinigungen – die neue Empfehlung definiert einen standardisierten Qualitätsbegriff und klar abgestimmte Spielregeln für das Handling von Europaletten. Grundlage sind gemeinsam erarbeitete Prozesse, Klassifizierungen und Erkenntnisse. Das Papier verdeutlicht weiterhin Stärken und Schwächen von verschiedenen Palettenabwicklungssystemen, wie etwa Palettenschein, Kauf und Verkauf oder Tausch im offenen Pool. Unternehmen finden außerdem Hilfe zu Fragen über Vertragsvereinbarungen, zu Rechten und Pflichten im Rahmen der Palettenbewirtschaftung oder auch zum Ausgleich von Palettenschulden. Die Anwendungsempfehlung ist für unsere Kunden im GS1 Complete-Portal unter www.gs1-germany.de verfügbar.

IM ANSCHLUSS AN DEN 12. ECR-TAG SPRACH STANDARDS MIT DEN AUFSICHTSRATSVORSITZENDEN VON GS1 GERMANY

„Vertrauen ist der erste Schritt“

Eindringlicher Appell auf dem 12. ECR-Tag in Berlin: Otmar W. Debold (Procter & Gamble Deutschland) und Erich Harsch (dm-drogerie markt) forderten die Entscheider auf, endlich Ernst zu machen mit der Kooperation zwischen Industrie und Handel. Im anschließenden Interview unterstrichen die Aufsichtsratsvorsitzenden von GS1 Germany ihre Überzeugung: Gemeinsame Standards und transparente Prozesse seien heute Grundvoraussetzungen für den Erfolg – wer darauf verzichte, belaste nicht nur das eigene Unternehmen, sondern letztlich die Wirtschaft und die Konsumenten.

STANDARDS: Industrie und Handel gemeinsam auf einer Bühne – zumindest beim ECR-Tag ist das kein ungewohntes Bild. Dennoch gab es selten ein so leidenschaftliches Statement für die unternehmensübergreifende Zusammenarbeit. Sehen Sie hier immer noch Nachholbedarf? Warum ist es so wichtig für die Unternehmen, den ECR-Gedanken mit Leben zu füllen?

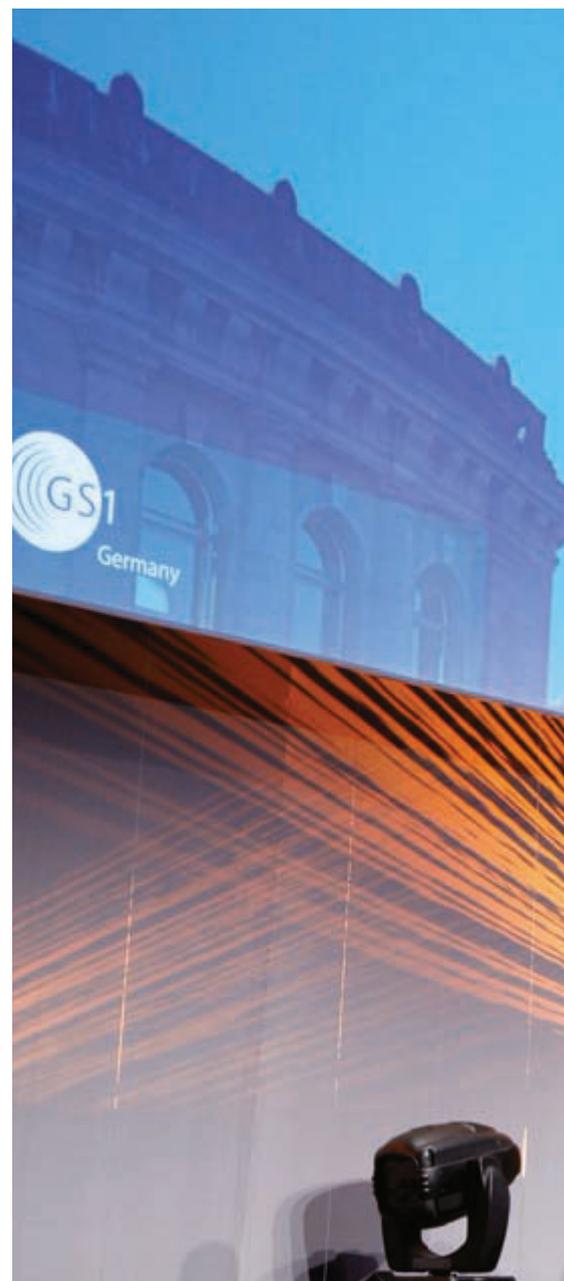
Erich Harsch: Beim Thema Efficient Consumer Response – dem Zusammenwirken von Industrie und Handel mit Blick auf die Bedürfnisse der Kunden – ist in den vergangenen Jahren viel er-

reicht worden. Konzepte wie Category Management oder Supply Chain Management sind ja mittlerweile fast „State of the Art“. Dabei geht es darum, konfrontative Strukturen zu überwinden und stattdessen gemeinschaftliche Strukturen für Angebote, Warenströme und Informationsprozesse zu installieren. Einige Unternehmen sind schon weit fortgeschritten und setzen die vorhandenen Instrumente erfolgreich ein – andere stehen dagegen noch ganz am Anfang. Hier müssen wir dringend mehr Bewusstsein schaffen und den Unternehmen die Notwendigkeit der Umset-

zung klarmachen. Es ist heute nicht mehr zu leugnen, dass die Fähigkeit zur kooperativen Zusammenarbeit wettbewerbsrelevant ist – im Grunde die Voraussetzung für Erfolg.

STANDARDS: Dennoch hakt es vielfach in der Praxis – viele Unternehmen schrecken beispielsweise davor zurück, sich von Geschäftspartnern in die Karten schauen zu lassen und zu viele Informationen preiszugeben.

Erich Harsch: Kooperation braucht eine gemeinsame Basis – und diese Basis ist Vertrauen. Zusammenarbeit, die von





gegenseitigem Misstrauen geprägt ist, macht keinen Spaß und wird auch nicht erfolgreich sein. So funktioniert das doch bei allen Partnerschaften: Wer erfolgreich eine Beziehung beginnen möchte, privat oder beruflich, wird mit Misstrauen und negativen Vorurteilen nichts erreichen. Hier muss man einen ersten Schritt wagen und ein gewisses vorbehaltloses Ver- und Zutrauen in den anderen setzen – dann kann etwas gedeihen.

Otmar W. Debold: Dieser Vertrauensvorschuss ist sicher wichtig – aber natürlich wollen wir dauerhafte, nach-

haltige Beziehungen gestalten. Und da zählt noch ein anderer Faktor, nämlich Transparenz. Wenn Sie das Gefühl haben, dass Sie nicht richtig durchblicken oder dass Ihnen Informationen vorenthalten werden, ist das Vertrauen schnell wieder verspielt.

STANDARDS: Transparenz und vertrauensvolle Zusammenarbeit – dafür müssen sich beide Seiten kontinuierlich engagieren. Wie setzen Sie diesen Anspruch in der Geschäftsbeziehung zwischen Procter & Gamble und dm-drogerie markt um?

Otmar W. Debold: Entscheidend ist für uns ein offener Informationsaustausch. Procter & Gamble führt beispielsweise regelmäßige Shopper-Studien durch, deren Ergebnisse wir dann gemeinsam mit dm auswerten. Im Gegenzug stellt uns dm Point of Sale-Daten zur Verfügung – und zwar ganz unbürokratisch. Diese gemeinschaftliche Informationsbasis ist für beide Unternehmen von großem Wert; sie hilft uns zu verstehen, wie die Kunden auf unsere Produkte und Marketingideen reagieren. So können wir viel schneller korrigierend eingreifen.

>>



fen. Oder – wenn die Daten zeigen, dass eine Maßnahme funktioniert – entsprechend nachlegen im Interesse beider Partner.

STANDARDS: Welche Rolle spielen dabei die einheitlichen Identifikations- und Kommunikationsstandards von GS1?

Otmar W. Debold: Ohne die unternehmensübergreifende Anwendung von Standards brauchen wir eigentlich gar nicht über andere Formen der Zusammenarbeit zu reden, weil wir uns dann nicht verstehen. Klare und effiziente Kommunikation zwischen Geschäftspartnern – und da sind wir bei der Kernaufgabe von GS1 Germany – funktioniert heute nur auf der Basis international abgestimmter Formate. Es gäbe eine unglaubliche Verwirrung, wenn zum Beispiel beim elektronischen Datenaustausch bilaterale Standards entwickelt und gepflegt werden müssten. Viele Menschen in Handel und Industrie haben mit großem persönlichem Einsatz dazu beigetragen, dass wir Geschäftsprozesse heute auf der Basis von Standards vereinfachen und straffer

gestalten können. Ich möchte die Beteiligten ausdrücklich ermutigen, dieses Engagement weiterzuführen und die vorhandenen Potenziale zu nutzen.

Erich Harsch: In der Tat brauchen wir mutige Vorkämpfer, die dafür sorgen, dass die gemeinsamen Interessen überwiegen. Dass die Unternehmen in Han-



del und Industrie sich nicht verzetteln in bilateralen Verfahren. Denn dann würden wir definitiv Zeit und Produktivität vergeuden. Und was passiert, wenn wir die Effizienz der modernen technischen Möglichkeiten nicht nutzen? Damit wird de facto die Wirtschaft belastet und letztlich auch der Endverbraucher. Denn mangelnde Effizienz muss über erhöhte Preise ausgeglichen werden – das liegt ganz bestimmt nicht im Interesse der Konsumenten.

STANDARDS: Gerade in der Kommunikation mit den Konsumenten spielt die Vertrauensfrage eine wesentliche Rolle. Was können Handel und Industrie tun, um ihre Glaubwürdigkeit zu stärken, Kunden an sich zu binden und damit ihre Position im Wettbewerb zu stärken?

Erich Harsch: Dem Grundgedanken von ECR entsprechend sollten die Kunden im Mittelpunkt all unserer Bemühungen stehen. Sie werden zu Recht immer kritischer gegenüber all den trickreichen Marketingmethoden, die im Zeitalter aufklärerischer elektronischer Medien zusehends entlarvt werden. Erfolg im Wirtschaften wird immer stärker auch eine Frage der kulturellen und ethischen Werte. Die Verbraucher werden sich künftig sehr genau fragen, welche Hersteller und Händler sie mit ihren Einkaufsgeldbeträgen unterstützen wollen. Und eines steht fest: Wer keine Leichen im Keller hat, braucht Transparenz nicht zu fürchten.

STANDARDS: Ein Blick ins nächste Jahr: Wo liegen die strategischen Schwerpunkte im Aufsichtsrat von GS1 Germany?

Otmar W. Debold: Um es noch einmal auf den Punkt zu bringen: Eine der größten Herausforderungen für Industrie und Handel besteht derzeit darin, den Kunden gemeinsam authentische, nachhaltige Angebote zu machen, weit weg von Manipulations-, Lock- und Verführmechanismen jedweder Art. GS1 Germany bietet den Unternehmen dabei Hilfestellung – durch erprobte Instrumente für mehr Prozess-Transparenz. Der

+ Zur Person

Erich Harsch ist seit 2008 Vorsitzender der dm-Geschäftsführung. Im Mai 2011 übernahm er außerdem die Position des stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden von GS1 Germany. Nach verschiedenen Stationen in der Drogeriemarkt-Kette dm wurde er 1992 zum Geschäftsführer der IT-Tochtergesellschaft „FILIADATA“ und zugleich zum Mitglied der dm-Geschäftsleitung ernannt. 2004 berief ihn der damalige Vorsitzende und Gründer Götz Werner zu seinem Stellvertreter.



Aufsichtsrat unterstützt das Unternehmen auch 2012 mit voller Kraft dabei, Standards zu entwickeln, die den veränderten Anforderungen des Marktes entsprechen. Das Thema Nachhaltigkeit, der rasant wachsende Bereich Mobile Commerce sowie eine breitere E-Business-Umsetzung auch im Mittelstand zählen dabei zu den zentralen Handlungsfeldern. Großes Optimierungspotenzial liegt für

die Konsumgüterwirtschaft außerdem in gemeinsamen Logistik-Lösungen zur Reduzierung von Frachtkosten und Lagerbeständen, wie zum Beispiel Cross-Docking-Projekte. Solche Entwicklungen werden wir mit Nachdruck vorantreiben – Ziel ist ein gemeinschaftliches, vertrauensvolles und transparentes Management der Geschäftsprozesse zum ehrlichen Wohl des Kunden. ●

+ Zur Person

Otmar W. Debald, Geschäftsführer von Procter & Gamble Deutschland, wurde im Mai 2011 zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrats von GS1 Germany gewählt. Der Diplom-Volkswirt stieg 1979 beim Konsumgüterhersteller Procter & Gamble ein und bekleidete von 1999 bis 2010 die Position des Chief Financial Officer P&G Germany. Heute ist er verantwortlich für die Bereiche Supply Chain & Logistik Deutschland, Österreich, Schweiz sowie Customer Service Systems Westeuropa.



Kompetenz Qualität Zuverlässigkeit Service

Handauszeichnungssysteme · Etiketten · Etikettendrucker · Etikettieranlagen · Verkaufsförderungsartikel

Handauszeichner



Carbon-Bänder



Industrietiketten



Handauszeichner, Etiketten, Software und Etikettieranlagen (manuell bis vollautomatisch) werden von uns, in der bewährten **contact**-Qualität, selbst hergestellt. So können wir - in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden - Lösungen verwirklichen, die mit unserer zuverlässigen Technik sorgfältig umgesetzt werden. Natürlich hilft Ihnen unser kompetentes Team bei der Auswahl der richtigen Etiketten und passenden Klebers!



Etikettendrucker



Etikettengestaltungssoftware



Etikettieranlagen



Barcode-Etikettendrucker! Wir bieten Ihnen nicht einfach nur Drucker an, sondern Drucksysteme, die perfekt auf Ihre Anforderungen abgestimmt sind. Dafür halten wir Zubehör wie Etiketten-Schneidmesser, -Stapler, -Spendekanten, -Aufroller und Transferfolien für Sie bereit.



K-D Hermann GmbH contact Auszeichnungssysteme Hainbrunner Straße 97 D-69434 Hirschhorn Tel +49 (0) 6272 922-3 Fax +49 (0) 6272 922-499 info@contact-online.de www.contact-online.de

EINE STUDIE HAT ZENTRALE SCHLÜSSELTHEMEN FÜR NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN IN DER KONSUMGÜTERBRANCHE ERMITTELT

Nachhaltigkeit unter der Lupe

Nachhaltigkeit ist *die* Größe des 21. Jahrhunderts. Doch konkrete Anforderungen sind für Unternehmen oft schwer zu definieren. Im Oktober hat der Deutsche Nachhaltigkeitsrat einen Kodex verabschiedet, der für mehr Transparenz in den Bestrebungen von Unternehmen sorgen soll. Anlass für die Konsumgüterindustrie, ihre spezifischen Herausforderungen zu formulieren: Denn ob Waschmittel oder Würzmischung, überall entlang der

Wertschöpfungskette tragen Industrie und Handel die Verantwortung, klare Zeichen für Nachhaltigkeit zu setzen. In einer gemeinsamen Studie haben das UNEP/Wuppertal Institute Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production und GS1 Germany jetzt Schlüsselthemen für nachhaltiges Wirtschaften in der Konsumgüterbranche definiert. Befragt wurden neben den Branchenexperten aus dem GS1 Advisory

Board Nachhaltigkeit auch Verantwortliche und Vordenker aus Politik, Wissenschaft und Verbraucherorganisationen. Das Ergebnis ist eine Standortanalyse, in der die Experten die wichtigsten Handlungsfelder identifizieren und Initiativen vorstellen, in denen nachhaltige Prozesse bereits vorbildlich umgesetzt werden. ●

>> *Stephan Schaller, +49 (0)221 947 14-428
schaller@gs1-germany.de*

1. Produkttransparenz – der Schlüssel für nachhaltiges Wirtschaften

Darin sind sich die Stakeholder einig: An erster Stelle steht Produkttransparenz, denn sie ist von grundlegender Bedeutung für eine nachvollziehbare Wertschöpfungskette – von der Produktion über den Handel bis zum Konsumenten. In einem ersten Schritt müssen Industrie und Handel entscheiden, welche Aspekte und Daten wirklich wichtig sind. Erst dann sind sie in der Lage, eine relevante Auswahl valider Produktinformationen verlässlich und auf geeignete Weise zu kommunizieren.

Initiative: Ein Wegbereiter für mehr Produkttransparenz ist der „Good Guide“: Der „gute Führer“ stellt Informationen über mobile Apps zur Verfügung und ermöglicht ein offenes Produktrating. Verbraucher erkennen so gesundheitlich und ökologisch vorteilhafte Produkte per Barcode-Scan. www.goodguide.com

„Siegel, Zertifizierungen etc. sind selbst oft intransparent. Produzenten sollten alle Informationen zur Verfügung stellen, sodass der Bürger selbst eine Entscheidung treffen kann.“ – **Guido Bockamp, Deutscher Konsumentenbund**

2. Förderung nachhaltiger Konsummuster

Zentrale Figur aller Nachhaltigkeitsbemühungen ist der Verbraucher. Ohne seine Akzeptanz endet die nachhaltige Wertschöpfung früher oder später in einer Sackgasse. Angepasste Sortimentsgestaltung und das Bewerben „grüner Produkte“ sind nur zwei Möglichkeiten, wie Industrie und Handel nachhaltige Konsummuster fördern können. Weitere Ziele: ein tiefergehendes Bewusstsein für die Handlungsoptionen der Kunden zu schaffen und die Vorteile zukunftsfähiger Ansätze konkret und praktisch zu demonstrieren. Auch hierfür bildet das Wissen darum, welche Informationen tatsächlich relevant sind, die Grundlage.

„Die Konsumgüterwirtschaft sollte Verantwortung übernehmen, die Menschen zu befähigen, eigene Entscheidungen für oder gegen Nachhaltigkeit zu treffen.“ – **Yvonne Zwick, Rat für Nachhaltige Entwicklung**

Initiative: Das World Business Council for Sustainable Development hat den Workshop „Vision 2050“ ins Leben gerufen: 29 Unternehmen haben darin gemeinsam eine Vision samt Maßnahmenkatalog für eine nachhaltige Welt im Jahr 2050 entworfen. www.wbcsd.org/vision2050.aspx

3. Nachhaltige Ressourcen- und Landnutzung

Um der Ausbeutung der Natur entgegenzuwirken und nachhaltige Produkte dauerhaft produzieren zu können, braucht es eine vernünftige und vorausschauende Ressourcen- und Landnutzung. Kernaufgaben sind unter anderem eine intelligente Kreislaufführung nicht erneuerbarer Rohstoffe, die Entschleunigung von Konsum, die Steigerung von Bodenfruchtbarkeit und Biodiversität sowie eine Neuausrichtung des Fokus von Produkten hin zu Dienstleistungen.

Initiative: Im Rahmen einer Umweltkostenrechnung bilanziert der Sportartikelhersteller Puma Ausgaben für Treibhausgasemissionen und Wassernutzung entlang der gesamten Wertschöpfungskette. So kann das Unternehmen diese Themen im Tagesgeschäft effektiver managen. www.puma.de

„Mit einer nachhaltigen Produktion unserer Konsumgüter würden sich viele Umwelt- und Sozialprobleme lösen lassen. Daher sollte es uns jeden Cent wert sein, Geld in die richtigen Kanäle zu geben.“ – **Moriz Vohrer, ecoScan Initiative**

4. Faire Handelspartnerschaften

Gemeinsam mehr bewirken – langfristige, faire Partnerschaften stützen eine nachhaltige Wirtschaft effizienter als isolierte Unternehmen. Schließlich bieten Kooperationen eine Plattform für fruchtbaren Kompetenzaustausch, der für die Optimierung von Produkten und Prozessen entlang der Value Chain nötig ist. Ebenfalls erforderlich sind gemeinsames Lernen und eine Loslösung von bilateralen Verhandlungen, die rein auf Preise fokussiert sind. Industrie, Handel und Dienstleister können mit Blick auf die Positionen der Kooperationspartner effektive Entscheidungen im Sinne Aller treffen – Umwelt und Gesellschaft eingeschlossen.

„Wünschenswert ist ein frühzeitiger Austausch innerhalb der Branche und die Kultur einer gleichermaßen transparenten wie geschützten Kommunikation, bei der Wettbewerbsgedanken hinten anstehen.“ – **Jürgen Knirsch, Greenpeace Deutschland**

Initiative: Das Global Social Compliance Programme (GSCP) des Consumer Goods Forums setzt sich dafür ein, die unterschiedlichen Umwelt- und Sozialstandards zu harmonisieren, um auch in Sachen Nachhaltigkeit eine global einheitliche Sprache in Industrie und Handel zu sprechen. www.gscpnet.com

5. Klimaschutz

Der Ruf nach weltweiten Klimaschutz-Standards wird immer lauter: Gerade hat eine US-Studie festgestellt, dass der weltweite Ausstoß von CO₂ stärker als erwartet zugenommen hat. Das klimaschädliche Gas ist für eine Vielzahl globaler Probleme verantwortlich, darunter Überschwemmungen, Wüstenbildung und das Abschmelzen von Gletschern. Effizientere Nutzung von Energie, erweiterter Einsatz erneuerbarer Energiequellen sowie CO₂-arme Produktion, Transportlösungen und Lebensstile sind nur einige der Angriffspunkte.

Initiative: Auf der Online-Plattform „GreenXchange“ können Unternehmen ihre Nachhaltigkeitspatente offen zur Verfügung stellen. Dieser Wissensaustausch ermöglicht die gemeinsame Entwicklung innovativer, nachhaltiger Geschäftsmodelle. www.greenxchange.cc

„Der Beitrag der Konsumgüterwirtschaft liegt im CO₂-armen Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette – und in der Schaffung entsprechender Rahmenbedingungen.“ – **Dr. Klaus Kastenhofer, GLOBAL 2000**



WEIHNACHTSBAUMZUCHT: RFID-TECHNOLOGIE ERÖFFNET WACHSTUMSPOTENZIALE

Hightech im Tannen

Alljährlich bedient die Weihnachtsbaumbranche für die Dauer von sechs Wochen einen absoluten Spot-Markt. Um in der heißen Phase des Jahresgeschäfts den Überblick über seine Bestände zu behalten und den Vertrieb effizient zu steuern, schwört ein Weihnachtsbaumerzeuger in Hessen auf Funketiketten und die Identifikationsstandards von GS1 Germany.





baum-Schlag



Weihnachten – Fest der Liebe und Anlass für sorgsam gepflegte Rituale. Einer steht alle Jahre wieder ganz selbstverständlich im Mittelpunkt: der Weihnachtsbaum. Welcher Aufwand hinter dem Geschäft mit den Bäumen steckt, ist den meisten Käufern von Nordmanntanne, Blaufichte und Co jedoch nicht bewusst. Immerhin verkauft die Branche deutschlandweit jährlich mehr als 20 Millionen Exemplare, die zuvor aufgezogen, geschlagen, genetzt und distribuiert werden müssen – all dies möglichst rentabel und ohne zu nadeln.

Der Weihnachtsbaumerzeuger Hansjörg Frank kennt jeden Schritt in der Prozesskette genau. Damit sie möglichst reibungslos ineinandergreifen, stattet er die Bäume im Pilotbetrieb mit RFID-Transpondern aus. Mithilfe der Radiofrequenz-Technologie und der GS1-Identifikationsstandards lassen sich die Pflanzen automatisch erfassen und im Warenwirtschaftssystem verbuchen. „RFID ist für mich ein Informations-Sammelinstrument – damit kann ich ohne manuellen Aufwand eine Vielzahl von Daten zusammentragen und verwalten“, sagt der Erzeuger aus dem hessischen Friedberg. Sammlung und Pflege der Daten beginnen naturgemäß dort, wo die Weihnachtsbäume über einen Zeitraum von zwölf bis 15 Jahren wachsen: im Schlag.



Permanente Inventur auf Knopfdruck

Alle Bäume, die für den Verkauf am Jahresende vorgesehen sind, tragen hier bereits ab August ein RFID-Etikett an der Spitze. Gespeichert sind die Globale Lokationsnummer GLN und die Globale Artikelnummer GTIN – damit ist jeder Baum eindeutig identifizierbar und lässt sich von der Aufzucht

>>



bis zum Verkauf verfolgen. Auf diese Weise ist es jederzeit möglich, Auskunft über die Qualität der Weihnachtsbäume zu geben. Will ein Händler dem Erzeuger einen Teil der Bäume abkaufen, geht er mit einem mobilen Handlesegerät durch den Schlag. Damit kann er vor Ort seine Wunschexemplare markieren und sich in Franks Büro sofort eine Auftragsbestätigung abholen. Für den nächsten Interessenten sind diese Bäume dann als verkauft erkennbar. So behält der Erzeuger den vollständigen Überblick über alle Warenbewegungen in seinem Bestand. In der Datenbank wird unter anderem hinterlegt, wie alt der Baum ist, mit welchen Düng- und Schädlingsbekämpfungsmitteln er behandelt wurde, wann er geschlagen wurde und ob er gar ein Mondphasenbaum ist. „Die haben schon immer fünf Euro mehr gekostet als ein normaler Baum“, so Frank. Gemäß jahrhundertelanger Erfahrung aus der Forstwirtschaft bleiben in der Mondphase geschlagene Bäume länger frisch, weil sie sich noch einmal richtig mit Wasser vollgesogen haben. „Viele Jahre habe ich gedacht, das sei ein Märchen; heute weiß ich: Das ist Fakt“, erläutert der Baumerzeuger, der ursprünglich einen betriebswirtschaftlichen Hintergrund hat und vor 35 Jahren in den Familienbetrieb seiner Frau einstieg. „Da habe ich als Schwarzwälder festgestellt, dass man Weihnachtsbäume auch kaufen kann“, scherzt Hansjörg Frank.

Bessere Bäume – mehr Ertrag

Neben der Aufzucht und dem Händler-Vertrieb zählt der Direktverkauf an

Endverbraucher zu den Hauptgeschäftsfeldern des Unternehmens – für Frank Anlass genug, die Tauglichkeit der RFID-Technologie bis ins letzte Glied der Lieferkette zu testen. Der Pilotversuch an einem von insgesamt elf betriebseigenen Verkaufsständen lief bisher sehr erfolgreich. „An diesem Stand hat sich der Ertrag erhöht, da wir die Kundennachfrage nach hochwertigen Bäumen effizienter bedienen konnten.“ Mit einem einzigen Blick in sein Warenwirtschaftssystem kann sich Frank „just in time“ einen Überblick über die aktuellen Verkäufe, die Zusammensetzung und Größe des Sortiments sowie den gebundenen Warenwert verschaffen – wichtig, um zeitnah und flexibel auf die Marktlage reagieren zu können. Besonders die letzten Tage vor dem 24. Dezember entscheiden für die Verkäufer über den Erfolg des laufenden Geschäftsjahres. In dieser Zeit gilt es, die bereits geschlagenen Bäume optimal an den Verkaufsplätzen zu verteilen und möglichst ertragreich zu verkaufen. Schließlich bricht der Absatzmarkt mit Heiligabend komplett ein – dann sind alle verbliebenen Lagerbestände wertlos.

Prozessoptimierung als Passion

Seit nunmehr fünf Jahren arbeitet Hansjörg Frank daran, die RFID-Lösungen entsprechend den spezifischen Anforderungen des Marktes immer weiter zu optimieren. Inzwischen kann er sein Know-how auch anderen Branchen zur Verfügung stellen – zum Beispiel Gärtnereibetrieben. Sein aktuellstes Projekt in Sachen Weihnachtsbäume ist ein Datamatrix-Druck auf dem Etikett.



Maximaler Gewinn am Point of Sale: Optimiertes Datenmanagement erlaubt eine effektive Steuerung des Vertriebs

Dieser soll es Käufern künftig ermöglichen, alle Informationen über den jeweiligen Baum per Handy-App abzulesen.

Am 24. Dezember – pünktlich zum Ende der Verkaufssaison – beginnt dann auch für Familie Frank das ganz private Weihnachtsfest. Traditionell wird im jährlichen Wechsel entweder eine Nordmanntanne mit modernem Schmuck oder eine Blaufichte mit Holzschmuck und roten Wachskerzen im heimischen Wohnzimmer aufgestellt. Bei aller Besinnlichkeit verliert ein Experte wie Hansjörg Frank jedoch nie seine professionelle Sicht auf den Weihnachtsbaum: „Bei uns steht er bis mindestens Heilige Drei Könige, um Nadelfall, Elastizität und Form der Äste kontrollieren zu können. So kommen wir dem perfekten Baum jedes Jahr einen Schritt näher.“

>> Guido Linden, +49 (0)221 947 14-252
linden@gs1-germany.de

M-Days

The home of Mobile

01. – 02. Februar 2012
Messegelände Frankfurt

Evolutionary new markets www.m-days.com

Ziel 2012: Über 4.000 Besucher und 120 Aussteller



Mit dabei waren...



Marketing und Content Partner:





CATEGORY MANAGEMENT VS. SHOPPER MARKETING – GRUNDVERSCHIEDEN ODER SCHLICHT IDENTISCH?

Die Suche nach dem Königsweg

Eine Frage, die sich viele Hersteller und Händler stellen: Welche Strategie ist geeignet, Kundenbedürfnisse optimal zu bedienen und Absatzmöglichkeiten voll auszuschöpfen? Category Management, Shopper Marketing oder eine Mischung aus beidem – oft genug herrscht selbst bei den Begriffen Unklarheit. Anlass genug, Gemeinsamkeiten und Unterschiede näher unter die Lupe zu nehmen.

Am Sternenhimmel unterscheidet man zwischen Abend- und Morgenstern – hinter beiden Namen verbirgt sich jedoch nur ein einziges Gestirn: die Venus. Ganz so einfach ist es bei den beiden Begriffen Category Management (CM) und Shopper Marketing nicht. Sie bezeichnen bewährte Konzepte für Kooperationen zwischen Herstellern und Händlern, und ihren Ursprung haben beide in den USA. Zunächst gelangte Mitte der 1990er-Jahre der CM-Ansatz nach Europa. Kurz gesagt, beschäftigt sich Category Management mit der Bildung und kundengerechten Optimierung von Categories (Warengruppen). Die Categories ergeben sich dabei nicht nach stofflichen oder einkaufstechnischen Kriterien, sondern auf Basis des Entscheidungs- und Suchverhaltens der Kunden am Point of Sale. Voraussetzung ist der Informationsaustausch zwischen Hersteller und Händler auf

Grundlage einer objektiven Datenbasis. So können die Wünsche der Verbraucher besser und effizienter erfüllt werden und es kommt zu Ergebnisverbesserungen auf allen Seiten.

Auf den Blickwinkel kommt es an
Mehr und mehr rückte in den folgenden Jahren der Anspruch einer ganzheitlichen Markenführung in den Fokus der Absatzwirtschaft. Shopper und Konsument – das wurde den Fachleuten klar – sind weder identisch noch lassen sie sich mit demselben Maß messen. Die Erkenntnis, dass bis zu 70 Prozent einer Kaufentscheidung direkt am Point of Sale beeinflusst werden, eröffnete neue Perspektiven für das sogenannte Shopper Marketing. Es gibt sogar vereinzelt die Auffassung, die Zukunft liege ausschließlich im Shopper Marketing; Category Management sei nunmehr ein Auslaufmodell. GS1 Germany hat darauf unter

Beteiligung von Experten aus Industrie und Handel eine „Fachgruppe Shopper Marketing“ ins Leben gerufen, um den Status der beiden bewährten Methoden zu analysieren.

Das Beste aus zwei Welten
Das wichtigste Ergebnis: CM und Shopper Marketing konzentrieren sich im Grundsatz auf unterschiedliche Aspekte. Bei CM liegt das Hauptaugenmerk von Herstellern und Händlern auf den Warengruppen – von dort ausgehend wird



gefragt, welche Bedürfnisse die Shopper herstellerübergreifend in der Warengruppe haben. Man nutzt qualitative Shopper und Consumer Insights und setzt verstärkt auf quantitative Daten aus Handels- und Haushaltspanels, um daraus objektive und neutrale Empfehlungen abzuleiten. Demgegenüber stehen beim Shopper Marketing die Käufer am Point of Sale und die verschiedenen Shopper-Typen im Zentrum. Empfehlungen werden überwiegend auf der



Basis von Shopper Insights gewonnen. Beide Kooperationspartner – Hersteller und Händler – richten ihr Kalkül im Kern auf das Produktportfolio beziehungsweise die Marke und deren Image aus. Datenbasierte Vergleiche spielen eine geringere Rolle.

Kooperation als gemeinsames Ziel

In puncto Zielsetzung herrscht Einigkeit: Die Experten für CM und Shopper Marketing kennen das Potenzial der unternehmensübergreifenden Zusam-

menarbeit und versuchen, die Kooperation zwischen Handel und Industrie im Alltagsgeschäft zu verankern. Inwieweit sich die verschiedenen „Schulen“ künftig annähern oder ergänzen werden, bleibt abzuwarten. Fest steht: Für eine erfolgreiche Marketingstrategie ist beides wichtig: die fundierte Kenntnis und gezielte Gestaltung der Categories – und ganz reale Einblicke in das Wesen des Shoppers.

>> **Andreas Zilgitt**, +49 (0)221 947 14-433
zilgitt@gsl-germany.de

DEIN KARRIEREZUG. LOGISCH ZUM ERFOLG.

Vom 27.01.2012 bis zum 19.08.2012 geht Deutschlands größter Wissenswettbewerb für Logistikstudenten wieder ins Rennen!

In sieben Fragebögen mit je zehn Fragen suchen wir den Master of Logistik. Auf die Gewinner warten Geldpreise im Gesamtwert von über 10.000 Euro.

Jetzt mitmachen und gewinnen unter
www.logistik-masters.de

Die Initiatoren:

DACHSER
Intelligent Logistics

verkehrs 
RUNDSCHAU

LOGISTIK MASTERS

Discover the World of Logistics.

Duschkabinen aus Glas sind eine saubere Sache – vorausgesetzt, die einzelnen Bauteile enthalten keine gesundheits- oder umweltschädlichen Stoffe.

GS1-Standards sorgen für Durchblick in der Lieferkette: Mithilfe der GTIN kann der mittelständische Hersteller Tardis sämtliche Inhaltsstoffe systematisch erfassen und Kundenanfragen „auf Knopfdruck“ beantworten.

Produktsicherheit im Fokus: Seit Oktober 2008 gilt für Unternehmen, deren Erzeugnisse „besonders besorgniserregende“ Stoffe enthalten, eine gesetzliche Informationspflicht. Nach der Europäischen Chemikalienverordnung REACH dürfen nur noch chemische Stoffe in den Verkehr gebracht werden, die bei der Europäischen Chemikalienagentur ECHA registriert oder vorregistriert sind. Zudem sind Händler und Produzenten verpflichtet, entsprechende Kundenan-

Duschkabinen aus Glas: Verbraucher wollen wissen, ob eventuell besorgniserregende Stoffe darin stecken



PROZEUS-PRAXISPROJEKT: GTIN SCHAFFT TRANSPARENZ IN DER LIEFERKETTE

Glasklar im Vorteil

fragen zeitnah und umfassend zu beantworten. Keine leichte Aufgabe für Mittelständler wie den Duschkabinenhersteller Tardis in Neuwied. In dem Unternehmen existierte bislang kein definierter Workflow – gelegentlich auftkommende Fragen wurden einzeln recherchiert, verbunden mit erheblichem Zeitaufwand. Doch das Informationsbedürfnis der Konsumenten wächst – und damit auch die Notwendigkeit einer systematischen, zuverlässigen und schnellen Bearbeitung von Verbraucher- und Fachhändleranfragen. Höchste Zeit zu handeln für die Tardis GmbH & Co. KG und ihren Kölner Handelspartner Gottfried Stiller GmbH: Mithilfe der Mittelstandsförderung PROZEUS haben sie eine eindeutige Produktidentifikation auf Basis der GS1-Standards eingeführt und durchgängige Transparenz geschaffen.

Wichtigste Voraussetzung: authentische Daten

Zunächst stand jedoch eine ganze Menge zeitraubende Kleinarbeit auf dem Programm. Um alle Gefahrstoffe eindeutig zuordnen zu können, musste Tardis für jedes einzelne Produkt eine Bestands-



Der Teufel steckt im Detail: Auch über die Zusammensetzung von Komponenten und Halbfertigprodukten muss der Hersteller Auskunft geben können

„Die Umsetzung des PROZEUS-Projekts hat den Informationsfluss wesentlich beschleunigt. Es ist heute weitaus weniger Personalaufwand für Kundenanfragen erforderlich, da die Daten gesammelt zur Verfügung stehen und nicht mühsam beschafft werden müssen. Idealerweise kann der Informationsprozess sogar komplett ausgelagert werden. Das setzt lediglich voraus, dass der Händler GS1-Standards nutzt und an CS Solutions angebunden ist.“

Thomas Breuer, Geschäftsführer Tardis



mit der weltweit eindeutigen Globalen Artikelidentnummer (GTIN) gekennzeichnet. In der 13-stelligen Nummer selbst sind keine Informationen zur chemischen Zusammensetzung enthalten – diese wurden im zweiten Schritt im Datenpool des Spezialdienstleisters CS Solutions hinterlegt. Dort werden die Daten laufend aktualisiert und an die neuesten gesetzlichen Bestimmungen angepasst – auch das Tardis-eigene Warenwirtschaftssystem bleibt dadurch ständig „auf dem Laufenden“.

100 Prozent Compliance

Innerhalb von drei Monaten hat Tardis das Ziel erreicht und die Umstellung von aufwendigen Einzelfallrecherchen auf ein funktionierendes System zur Verwaltung REACH-relevanter Produktinformationen geschafft. Ein wesentlicher Vorteil liegt im verbesserten Kundenservice: Die Belegschaft kann nun in Sekundenschnelle Auskunft zur chemischen Zusammensetzung einer Duschkabine oder über eventuell enthaltene Gefahrstoffe geben. Idealerweise informiert sich der Kunde sogar selbst – mittels GTIN auf der webbasierten CS Solutions-Plattform. Die schnelle Informationsübermittlung ist das eine, hinzu kommen ein Plus an Transparenz in den eigenen Prozessen sowie mehr

aufnahme vornehmen. Zugleich ging es darum, die Lieferanten, insbesondere aus Drittländern, für die Thematik zu sensibilisieren. Bei einigen Halbfertigprodukten aus Metall, wie Griffen oder Beschlägen, wurden außerdem weitere Sachverständige, darunter das Umweltbundesamt, zurate gezogen. Das erfreuliche Ergebnis der Einstufung: Keine einzige Duschkabine im Sortiment enthielt im Projektzeitraum bedenkliche Stoffe.

Nachdem Tardis diese Hürde genommen hatte, wurden alle Duschkabinen



Verbesserte Transparenz und Rückverfolgbarkeit: Heute ist jedes Einzelteil bei Tardis mit einer GTIN gekennzeichnet

Rechtssicherheit gegenüber den Behörden. Zudem kann Tardis durch den bewussten Umgang mit dem Thema Gefahrstoffe sein Profil als umweltbewusstes, zukunftsorientiertes Unternehmen stärken. Und nicht zuletzt rechnet sich die Investition von knapp 20.000 Euro auch wirtschaftlich: Wenn sich alle Bestandskunden dem neuen System anschließen, ist der Return on Investment in weniger als 14 Monaten erreicht. ●

>> Sabine Kläser, +49 (0)221 947 14-237
klaeser@gs1-germany.de



IN VERBINDUNG BLEIBEN – JEDEN TAG – ÜBERALL

Motorola Solutions bietet Ihnen innovative Produkte und Lösungen um mobil und in Kontakt zu sein, wenn es darauf ankommt: Funkgeräte für sicherheitskritische Kommunikation, mobile Computer, Barcodescanner, WLAN- und Breitband-Technologien sowie RFID-Systeme.

www.motorolasolutions.de



MOTOROLA, MOTO, MOTOROLA SOLUTIONS and the Stylized M Logo are trademarks or registered trademarks of Motorola Trademark Holdings, LLC and are used under license. All other trademarks are the property of their respective owners. © 2011 Motorola Solutions, Inc. All rights reserved.

MOBILE COUPONS LIEGEN IM TREND

App-solut wegweisend

Mit dem Siegeszug von Smartphone und Co. wird auch die Werbung mobil. Marketingspezialisten setzen auf mobile Anwendungen, um die Kunden des 21. Jahrhunderts zum Kauf zu animieren. Potenzial bietet insbesondere das Mobile Couponing – dies bestätigt eine aktuelle Konsumentenbefragung von GS1 Germany und dem Institut für Handelsforschung.

Ein zusätzlicher Anreiz für Verbraucher: Rabattgutscheine locken Schnäppchenjäger und schaffen Aufmerksamkeit für Marken und Produkte. Allein 2010 haben die Unternehmen der Konsumgüterbranche mehr als zehn Milliarden Coupons im Markt platziert – und der Anteil der eingelösten Coupons schnellte um 35 Prozent in die Höhe. Dabei konkurrieren längst nicht mehr nur bunte Papierschnipsel um die Gunst der Kunden. Vergünstigte Angebote, Dreingaben und Extra-Informationen landen als mobile Coupons direkt auf dem Handy-Display der Konsumenten. Per Smartphone können Hersteller und Händler potenzielle Kunden gezielt ansprechen –

überall und jederzeit, personalisiert und interaktiv. Eine aktuelle Studie des Kölner Instituts für Handelsforschung (IfH) zeigt: Mobile Couponing steht zwar noch am Anfang; viele Verbraucher erkennen jedoch schon heute einen deutlichen Nutzen und lassen sich von mobilen Rabattaktionen in ihrer Kaufabsicht beeinflussen.

Wachsendes Interesse, wachsende Marktchancen

Bei der Online-Befragung im September 2011 gaben 71,8 Prozent der Konsumenten an, bereits Coupons verwendet zu haben – 10,2 Prozent auch die mobile Variante. Was die Akzeptanz der Nutzer angeht, stehen mobile Coupons ihren gedruckten und elektronischen Verwandten in nichts nach. Nur ein Prozent meldet negative Erfahrungen damit. Eine weitere Erkenntnis der Untersuchung: Offenbar eignen sich mobile Coupons besonders gut zur Neukundenakquise. Durch sie wurden fast 80 Prozent der Nutzer schon einmal auf neue Produkte, Geschäfte, Dienstleistungen oder Restaurants aufmerksam. Zudem animieren sie zu Impulskäufen (72,6 Prozent) und zur Weiterempfehlung an andere Konsumenten (79,6 Prozent).

Am bekanntesten sind mit 70 Prozent mobile Coupons über QR-Codes und Strich- oder Zahlencodes in Coupon-Apps (66 Prozent). Mittlerweile gibt es eine Reihe von Unternehmen in Deutschland, die Coupon-Apps für das Smartphone anbieten, wie beispielsweise Groupon, MyMobai, Coupies oder Gettings. Wichtig ist den Konsumenten dabei, dass ihnen die Auswahl und Anwendung leicht gemacht wird: Zwei Drittel würden eine App bevorzugen, die Coupons verschiedener Hersteller und Händler zusammenfasst, und sich gegen viele einzelne Hersteller- und Händler-Apps entscheiden.

Eine Frage der Sicherheit

Keine Überraschung: Der wichtigste Vorteil mobiler Coupons ist für die Verbraucher die Geldersparnis. Risiken sehen die Befragten dagegen vor allem im Bereich der Datensicherheit. Besonders deutlich wird das Sicherheitsbedürfnis, wenn es ums Bezahlen geht: Zwar möchten die meisten aktuellen und potenziellen Nutzer von Coupon-Apps die angebotene Leistung gern über das Smartphone bestellen, aber lieber auf herkömmliche Weise im Laden bezahlen. Nur die tatsächlichen Nutzer beweisen





Pioniergeist: Immerhin 40 Prozent von ihnen präferieren die bequeme Zahlung via Smartphone. Ein ähnliches Bild ergibt sich bei den möglichen Methoden, die mobilen Coupons einzulösen: Auch hier herrscht vielfach noch Skepsis bezüglich der Sicherheit bei der Übertragung von Daten über das Smartphone. Insgesamt 61,8 Prozent würden das Scannen eines Barcodes vom Display als Einlöse-Methode am Point of Sale bevorzugen. Für die drahtlose Datenübertragung zwischen Smartphone und Kasse per

Near Field Communication, kurz NFC, sprechen sich lediglich 13 Prozent aus.

Bei allen offenen Fragen – die Produkt- und Kundenwerbung über Mobile Couponing ist in jedem Fall ausbaufähig. Denn selbst wer bislang noch gar keine Berührung mit der Welt der mobilen Rabattmarken hatte, könnte schon bald dazugehören. 30 Prozent der Nicht-Nutzer sind laut Umfrage an einer künftigen Verwendung interessiert. ●

>> Ercan Kilic, +49 (0)221 94714-218
kilic@gs1-germany.de



5. Packaging Kongress für Handel und Konsumgüterindustrie

Trends und Innovationen im Spannungsfeld Verpackung – 26./27. Juni 2012, Radisson Blu Hotel, Köln



Highlights:

- Verpackung als Marketingfaktor
- Innovative Packaging-Lösungen mit Mehrwert
- Nachhaltige Verpackungskonzepte
- Produktschutz /Qualitätssicherung
- Effiziente Prozesse

Kontakt: Hilka Bergmann, EHI Retail Institute (Inhalte)
Matthias Haubenreißer, GS1 Germany (Inhalte)

Anmeldung: Sabine von Bank, GS1 Germany GmbH
Fon: +49 (0)221 94714-566, E-Mail: marketing@gs1-germany.de

Teilnahmegebühr: € 1.190,- zzgl. MwSt. (€ 990,- für Mitglieder des EHI Retail Institute e. V. sowie für GS1 Germany Complete Kunden)

VERANSTALTUNGSPARTNER:

Anmeldung unter: www.pack-kongress.de



DER BARCODE HAT DAS POTENZIAL, GLOBAL NOCH MEHR AUFGABEN ZU ERFÜLLEN – DOCH OFTMALS HAKT ES AN DER BASIS

Vorbildlich verschlüsselt

Vor gut 37 Jahren wurde der Barcode erstmals verwendet – zunächst vor allem als Kassierhilfe. Seither ist der Träger zahlreicher Produkt- und Herstellerinformationen aus der Konsumgüterindustrie nicht mehr wegzudenken. In Zeiten von Mobile Commerce und globalem Handel könnte er entlang der Lieferkette noch mehr leisten – vorausgesetzt, die automatische Erfassung funktioniert reibungslos. Wie Unternehmen das sicherstellen können, zeigt das Beispiel des Premium-Akustikers Sennheiser.

Missgeschick am Ende der Value Chain: Der Kassierer zieht das Produkt über den Scanner ... Nichts passiert. Drei, vier Mal testet er verschiedene Winkel, um den Barcode für das rote Licht lesbar zu machen. Die Schlange an der Kasse wächst. Schließlich gibt er auf und tippt die Produktnummer per Hand ein – eine Verzögerung, die Kunden wie auch Kassierer verärgert. Als Folge droht dem Hersteller im schlimmsten Fall eine Verbannung seines Produkts aus dem Supermarkt. Schuld an dem missglückten Scannvorgang ist jedoch nicht der von GS1 Germany vergebene

EAN-Strichcode. Um seinen Wert als Zeitsparer und Informant voll entfalten zu können, muss der Code korrekt angebracht und auslesbar sein.

Sensibles System mit Potenzial

Idealerweise liegt die Leserate des Barcodes bei 100 Prozent. Doch „Sollbruchstellen“ finden sich noch immer überall in der Wertschöpfungskette: Mal verdecken Blisterverpackungen oder Plastikhüllen den Barcode. Mal reflektieren die Produktfarben zu stark oder erschwert gewölbtes Material die automatische Erfassung. Ein unsauberer, zu kleiner Aufdruck oder ein zu geringer Abstand der Striche können den Code ebenfalls unlesbar machen.

Für alle Beteiligten der Supply Chain ist jedoch entscheidend, dass das Geschäft von der Produktion bis zur Einkaufstasche verzögerungsfrei verläuft. Das ist nur möglich, wenn der Code zu jeder Zeit einwandfrei auszulesen ist – schließlich steht der Scannvorgang an der Kasse nur am Ende der komplexen Lieferkette. Um die Potenziale optimal auszuschöpfen, ist oftmals Aufklärungsarbeit zwischen den Herstellern und



ihren Partnern aus Industrie und Handel vonnöten. Vor allem, wenn die Interessen unterschiedlich gelagert sind. So betrachten Marketing-Agenten beispielsweise den Barcode notgedrungen eher „als Pflicht denn als Kür“ – nimmt er doch einen nicht unerheblichen Teil der Design-Fläche auf der Verpackung ein.

Im Einsatz für einheitliche Kennzeichnung

Das Unternehmen Sennheiser, Anbieter hochwertiger elektroakustischer Produkte, optimiert in dieser Hinsicht seine Produktkennzeichnung für reibungslose Logistikprozesse – von der Warenbestellung bis zur Lieferung an den Handel oder direkt an den Endkunden. Dafür hat ein Mitarbeiter des Supply Chain Managements bei Sennheiser eigens ein Seminar bei GS1 Germany rund um das Thema EAN-Code besucht. Wichtig für gute Lesbarkeit sind die ausreichende Größe des Codes auf der Verpackung, der geeignete Hintergrund, die Wahl der Farben, die Platzierung und nicht zuletzt das Material, auf das der Code gedruckt wird. Ist das alles stimmig, hat das Unternehmen zufriedene Logistikpartner auf seiner Seite.



Produktionswerk von Sennheiser: Hightech für hochwertige Akustik



Attraktive Verpackung kontra gute Lesbarkeit? Für Sennheiser sind diese Positionen durchaus vereinbar. Im Rahmen der Verpackungsoptimierung werden die Voraussetzungen für den optimalen Einsatz des GS1-Barcodes analysiert. Jede Verpackung trägt idealerweise lediglich einen Strichcode. Bei wesentlichen Produktänderungen muss eine neue GTIN vergeben werden. Das bedeutet Überzeugungsarbeit, denn Sennheiser vertreibt seine Produkte in vielen Ländern, 80 Prozent des Umsatzes fließen aus dem internationalen Vertrieb. Die zahlreichen Vertriebspartner haben unterschiedliche Vorstellungen von der geeigneten Kennzeichnung. Der amerikanische Markt etwa fordert den 12-stelligen UPC (Unique Product Code), der europäische die 13-stellige GTIN.

Sennheiser löst das bisher mit zwei Codes auf dem Produktkarton, was wertvolle Fläche benötigt und die Gefahr von Verwechslungen birgt. Eine Alternative für alle Beteiligten wäre der EAN-8-Standard: Der Code verschlüsselt die GTIN-Kurznummer und braucht dabei weniger Platz auf der Verpackung als der EAN-13-Standard.

Kann der GS1 DataBar durchgehend an der Kasse gelesen werden, bietet er Sennheiser eine Lösung mit geringem Platzbedarf und komplexem Dateninhalt. Der Code kann auf wenig Raum die GTIN inklusive einer Seriennummer abbilden. Damit das neue Verpackungskonzept in allen Prozessen greift, sollen Lieferanten und Logistikpartner enger eingebunden werden. Sennheiser prüft

dazu intern, ob die GS1-Standards eingehalten werden.

Zukunftsmusik für den Barcode

Die Optimierungspotenziale von Barcode und Co. sind vielfältig. Oftmals muss erst an der Basis „aufgeräumt“ werden, um den Barcode effizient nutzen zu können. Neben dem beschleunigten Abkassieren können dann auch die Nutzenvorteile in puncto Rückverfolgbarkeit, Plagiatenschutz oder Mobile Commerce voll ausgeschöpft werden. Wenn alle Partner entlang der Wertschöpfung an einem Strang ziehen, können alle profitieren – und ein klares Zeichen für mehr Transparenz in der Value Chain setzen. ●

>> Mercedes Schulze, +49 (0)221 947 14-222
schulze@gs1-germany.de



www.satoeurope.com/de

Wir haben die Barcode-Drucklösung für alle Anwendungen












SATO GERMANY GMBH, Frankfurter Straße 95, 65479 Raunheim, Deutschland T: +49 (0) 6142 60361-0 F: +49 (0) 6142 60361 333 E: info@de.satoeurope.com



GS1 GERMANY VERGIBT ZAHLENSCHLÜSSEL FÜR DIE ELEKTRONISCHE GESUNDHEITSKARTE

Einfach unverwechselbar

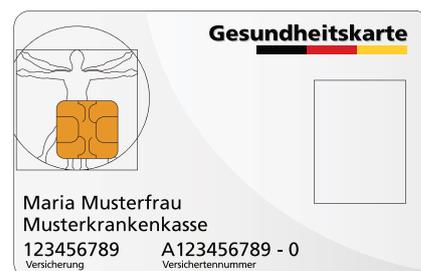
Im Oktober 2011 fiel der Startschuss: Seitdem verteilen die gesetzlichen Krankenkassen die elektronische Gesundheitskarte an ihre Mitglieder. Um die individualisierte Kenn-Nummer (ICCSN) auf jeder Karte eindeutig festzuschreiben, benötigen die Versicherer sogenannte Kartenausgaberschlüssel – diese stellt GS1 Germany für Deutschland zur Verfügung.

Ein Passfoto auf der Vorderseite – das ist zunächst ihr auffälligstes Merkmal. Doch wer sich die neue elektronische Gesundheitskarte für gesetzlich Krankenversicherte genauer anschaut, wird schnell feststellen, dass die Änderungen weiter reichen: Zusätzlich zu den bisherigen Verwaltungsdaten wie Name, Geburtsdatum, Anschrift, Versichertennummer und -status ist nun auch das Geschlecht angegeben. In weiteren Ausbaustufen sollen auf Wunsch medizinische Notfalldaten gespeichert werden, etwa über bestehende Vorerkrankungen oder Allergien, ebenso Hinweise auf Patientenverfügungen oder Organspendeerklärungen. Schließlich soll der elektronische Arztbrief kommen, mit dem Ärzte relevante Daten untereinander schnell und sicher austauschen können. Ferner sollen Verwaltungsdaten wie Adress- oder Namensänderungen online aktualisiert werden kön-

nen. Die Rückseite bietet außerdem Platz für die europäische Krankenversicherung. Mit ihr können medizinische Leistungen innerhalb der EU sowie zurzeit vier weiteren Ländern in Anspruch genommen werden.

Eindeutigkeit für mehr Effizienz

Nach Plänen der Gesundheitsbehörden soll die Umstellung dabei helfen, die Versorgung von Versicherten qualitativ besser und effizienter zu gestalten und außerdem Kartenmissbrauch zu vermeiden. Damit die neue Karte ihre Nutzensvorteile voll ausspielen kann, ist eine überschneidungsfreie Zuordnung unerlässlich. Jede einzelne Karte und somit jeder Versicherte erhält daher eine individuelle Kenn-Nummer (ICCSN). Diese wird in der Regel in die Karte geprägt. Um zu garantieren, dass jede Kartenummer nur ein einziges Mal existiert, erfolgt die Nummernvergabe



nach der Norm DIN EN 1867. Danach benötigen die Kassen den Kartenausgaberschlüssel, um überhaupt individuelle Seriennummern für die elektronischen Gesundheitskarten erstellen zu dürfen. Vergeben werden diese Schlüssel in Deutschland von GS1 Germany. Das Unternehmen fungiert als nationale Registrierungsstelle und kann dabei auf umfassendes Know-how im Bereich überschneidungsfreie Standards und Identifikationssysteme zurückgreifen. ●

>> Sabine Kläser, +49 (0)221 947 14-237
klaeser@gs1-germany.de

MASSGESCHNEIDERT AUF IHRE WÜNSCHE!

DIE NEUEN ABO-MODELLE DER VERKEHRSRUNDSCHAU

**JETZT
TESTEN**

MAGAZIN-ABO



ONLINE-ABO



PREMIUM-ABO



ALLE INFORMATIONEN ZU UNSEREN ABO-MODELLEN FINDEN SIE UNTER WWW.VERKEHRSRUNDSCHAU.DE/ABO

verkehrs 
RUNDSCHAU



INTERNATIONALE ENTWICKLUNGSKONFERENZ ZU GAST BEI GS1 GERMANY

Gipfeltreffen der Standard-Macher

Von der Artikelnummer bis zu Mobile Commerce: GS1-Standards vereinfachen das (Wirtschafts-) Leben. An ihrer Entwicklung und Abstimmung sind Experten aus etlichen Ländern und Branchen beteiligt. Im September trafen sie sich zum GS1 Industry & Standards Event 2011 – erstmals in Deutschland.

Telefon- und Videokonferenzen an der Tagesordnung; Höhepunkt der intensiven internationalen Entwicklungsarbeit von GS1 ist das persönliche Treffen beim Industry & Standards Event. Im Rahmen des Global Standards Management Process (GSMP) bringt die Entwicklungskonferenz zweimal jährlich GS1-Experten und Anwender an einen Tisch. Ziel ist es, gemeinsam mit der Wirtschaft weltweit gültige Standards und Prozesse für eine effiziente Value Chain zu etablieren. Beste Voraussetzungen dafür schafft die Integration der Standardisierungsplattformen von GS1 und EPCglobal, die jetzt erfolgreich abgeschlossen wurde. Im GSMP fließen künftig die Erfahrungen aus den GS1 und EPC Communities zusammen – Überschneidungen oder Widersprüche lassen sich so ausschließen.

Components & Parts Identification: Kick-off in Köln

Im Herbst 2011 trafen sich die Standardisierer aus aller Welt erstmals bei GS1 Germany in Köln. Auf ihrer

Agenda standen neben Kernthemen wie Barcodes, EPC/RFID oder E-Business aktuelle Trends aus den Bereichen Nachhaltigkeit, Mobile Commerce und B2C-Anwendungen. Auch auf völlig neues Terrain wagten sich die Experten. So wurde auf Initiative von GS1 Germany und dem GS1 Global Office eine Arbeitsgruppe „Components & Parts Identification“ ins Leben gerufen. Gemeinsam mit namhaften Unternehmen wie BMW, Daimler oder DB Schenker soll eine auf dem GS1-System basierende Lösung für die Kennzeichnung von Bauteilen und Komponenten der verarbeitenden Industrie entwickelt werden. Erste konkrete Arbeitsergebnisse sind ab Frühjahr 2012 zu erwarten.

Der Weg zur einfachen Anwendung

Was macht die Arbeit der Konferenzteilnehmer so spannend? Hinter jedem neuen Standard, der sich länder- und branchenübergreifend etabliert, stehen komplexe und nicht selten langwierige Abstimmungsprozesse. Unterschiedlichste Interessen müssen berücksichtigt werden, damit möglichst viele Unternehmen

einen Standard nutzen und von ihm profitieren können. Umso durchschlagender ist dann aber der Erfolg: Die weltweite Harmonisierung fördert den Austausch von Waren und Dienstleistungen und hilft, technische Handelshemmnisse abzubauen. Dass sich beispielsweise Computer dank genormter Sprachen wie EDIFACT untereinander „verstehen“, dass Abläufe und Prozesse optimiert werden – all dies sind wichtige Voraussetzungen für das Funktionieren der Wirtschaft.

Als eine der größten Länderorganisationen im globalen GS1-Netzwerk setzt sich GS1 Germany tatkräftig für die Interessen der deutschen Unternehmen ein – auch über das eigene System hinaus. Denn im Interesse der Wirtschaft sollten die GS1-Standards Hand in Hand gehen mit den „offiziellen“ deutschen und internationalen Normen von DIN, CEN und ISO. ●

>> *Klaus Förderer, +49 (0)221 94714-244
foerderer@gs1-germany.de*

UMSETZUNGSINITIATIVE: GS1 GERMANY FORCIERT GLOBALE LÖSUNG FÜR DIE SYNCHRONISATION VON ARTIKELSTAMMDATEN

Die Welt spricht GDSN

Sie sind die Grundlage moderner Handelsbeziehungen: konsistente Artikelstammdaten, die einheitlich genutzt werden – innerhalb einer Firma, unternehmensübergreifend und international. Damit sich die deutschen Unternehmen sicher im globalen Datenverkehr bewegen können, hat GS1 Germany im Rahmen seiner Umsetzungsinitiative einen dreistufigen Migrationsprozess gestartet: Ab 2012 wollen Industrie und Handel vom nationalen Datenpool-Standard auf das Global Data Synchronisation Network (GDSN) umstellen.

Dreh- und Angelpunkt eines effektiven Stammdatenmanagements sind Datenpool-Services – mit ihrer Hilfe kann die Konsumgüterbranche die Informationsflut sicher und wirtschaftlich bewältigen. Statt etliche technische Einzelverbindungen zu ihren Geschäftspartnern aufzubauen, vernetzen sich Händler und Hersteller einmalig über den Datenpool. Die darin enthaltenen Artikelstammdaten werden automatisch validiert und bereitgestellt. Qualitätsprobleme in den einzelnen Prozessschritten und zusätzliche Kosten lassen sich so vermeiden. Trotz der klaren Effizienzvorteile nutzen längst nicht alle Unternehmen die Möglichkeiten der elektronischen Daten-Synchronisation. Diese Lücke will GS1 Germany mit der Harmonisierung unterschiedlicher Datenpool-Lösungen schließen. Gleichzeitig soll die E-Business-Kompetenz insbesondere deutscher Lieferanten gestärkt werden. Der Zeitplan steht: Bis 2013 geht der nationale Standard von SA2 Worldsync im einheitlichen Standard des GS1 Global Data Synchronisation Network auf. GDSN wird dann zum ausschließlich



genutzten Standard in der deutschen Community. Über das Netzwerk tauschen Sender und Empfänger weltweit synchronisierte Produktdaten in Echtzeit aus – beste Voraussetzung für eine effiziente und transparente Wertschöpfungskette.

Handel und Industrie stimmen ab

Grundbedingung des ambitionierten Grundbedingung des ambitionierten Projekts: Die Umstellung darf keine qualitativen Einschränkungen für die Unternehmen bringen – im Gegenteil. Bis Mitte 2012 wird deshalb ein zwischen Handel und Industrie abgestimmtes Community-Profil erstellt. Zunächst definieren die teilnehmenden Handelsunternehmen ihre Anforderungen an die Ausgestaltung und Funktionalität eines optimalen Stammdaten-Profiles.

„Professionelles Stammdatenmanagement ist ein wichtiger Effizienzfaktor – gerade auch im globalen Markt. Durch eine weitere Harmonisierung können wir nur gewinnen.“

Jochen Rackebrandt, Director Customer Supply Chain Development Kraft Foods Europe

Dieses wird anschließend den Herstellern zur Verfügung gestellt, die wiederum ihren Input liefern. Nach Ende der Abstimmung im Sommer 2012 können sich die Lieferanten bereits auf den neuen Standard einstellen. Die technische Realisierung und ein Testlauf des User-Portals sind dann für 2013 geplant. ●

>> Guido Hammer, +49 (0)221 947 14-235
hammer@gs1-germany.de

„Wir haben jetzt die Chance, das Stammdatenmanagement der Zukunft nach unseren Bedürfnissen mitzugestalten. Um ein optimales Ergebnis zu erzielen, brauchen wir die aktive Mitarbeit aller Beteiligten.“

Dr. Reinhard Schütte, Vorstandsmitglied EDEKA

ZUM JAHRESWECHSEL BEENDET GS1 DEN PROBELAUF FÜR EINE GLOBALE TRUSTED DATA-INFRASTRUKTUR

Pilotprojekt: Verlässliche Daten für Verbraucher



Das Kauf- und Informationsverhalten der Verbraucher hat sich in den letzten Jahren nachhaltig verändert. Konsumenten erwarten heutzutage, relevante Produktinformationen jederzeit mobil abrufen zu können, beispielweise um vor Ort ihre Kaufentscheidung zu treffen. Doch bislang liefert der Smartphone-Scan eines Artikels in der Regel Informationen, die nicht vom Hersteller stammen oder unzureichend sind. Industrie und Handel suchen nach Wegen, diese Lücke zu schließen. Lösung bietet eine gemeinsame, neutrale Plattform, die kontrollierte und authentifizierte Daten zur Verfügung stellt – eine Trusted Source of Data (TSD). Die Idee: Markenhersteller speisen valide Produktdaten in die TSD ein. Mittels Applikation lesen Kunden schließlich die im Code verschlüsselte GTIN (ehemals EAN) aus und können sich über die TSD zuverlässig und vollständig informieren. Folglich steigt das Vertrauen der Verbraucher in Industrie

und Handel, das Geschäft brummt. So weit die Theorie.

GS1 schafft Trusted Data-Strukturen

Für die Verwirklichung der Trusted Source of Data setzt sich GS1 Germany ein. Vielfach befinden sich gefragte Daten bereits im GS1 Global Data Synchronisation Network (GDSN), das als technische Basis für die TSD-Infrastruktur dient: In dem Netzwerk lagern über sieben Millionen jederzeit abrufbare Stammdatensätze. Anhand realer Daten und Applikationen hat GS1 eine erste TSD-Infrastruktur mit einem Proof of Concept auf seine Umsetzbarkeit hin abgeklopft. Ein voller Erfolg: Im Sommer gaben die GS1 General Assembly und das GS1 Management Board grünes Licht für den Start des GS1 B2C Trusted Source of Data-Projekts.

Global vernetzt, vertrauenswürdig informiert

Extended Packaging auf Probe: Seit Juli testen Markenhersteller wie Coca-Cola,

Nestlé und Unilever mit ausgewählten Produktgruppen die TSD-Infrastruktur in acht Ländern – darunter Deutschland, Australien und die USA. Aus Deutschland wird der Pilot durch GS1 Germany gemeinsam mit SA2 Worldsync und Checkitmobile unterstützt. Hierbei liefert SA2 Worldsync die relevanten Produktinformationen von ausgewählten Kunden/Herstellern aus dem Stammdatenpool. Checkitmobile greift mit seiner Barcoo-App auf die Daten in der TSD-Infrastruktur zurück. In dem Pilotprojekt steht zunächst die Einspeisung von Nährwerten und allgemeinen Produktinformationen auf dem Programm. Nach Abschluss des TSD-Probelaufs soll die Trusted Source of Data im kommenden Jahr rund um den Globus gelauncht werden. Der zentrale Akt, um schließlich die Vertrauenslücke zwischen Konsumgüterindustrie und Verbrauchern zu schließen.

>> Arne Dicks, +49 (0)221 94714-241
dicks@gs1-germany.de

GLOBAL NEWS

GS1 ist von den Vereinten Nationen als nichtstaatliche Organisation (NGO) anerkannt worden

Die Aufnahme in die offizielle Liste der NGOs ermöglicht es GS1, sich bei Veranstaltungen oder Konferenzen der Vereinten Nationen direkt zu präsentieren. Ebenso gilt dies für alle UN-Aktivitäten, die für globale Standards relevant sind. Der Status als nichtstaatliche Organisation erleichtert GS1 zudem die Beziehungen zu staatlichen Körperschaften, der EU-Kommission und allen wichtigen Industriebündnissen. Ursprünglich wurde NGO als Begriff von der UN eingeführt, um zivilgesellschaftliche Interessenvertreter, die sich in den Vereinten Nationen engagieren, von staatlichen Vertretern abzugrenzen. Inzwischen wird die Bezeichnung jedoch unabhängig von der UN für alle Vereine verwendet, die sich sozial- und umweltpoli-



tisch engagieren. Um in die offizielle Liste der Vereinten Nationen aufgenommen zu werden, müssen Organisationen verschiedene Kriterien erfüllen, darunter beispielsweise die Unabhängigkeit von staatlicher Einflussnahme sowie internationales Engagement.



Erweiterung des GS1-Portfolios für RFID-Standards in der Luftfahrt

Das GS1 Management Board hat neue Standards genehmigt, die die Erfassung und den Austausch von Daten mit



GS1-TEMPLATE UNTERSTÜTZT UNTERNEHMEN BEI DER DATENSCHUTZ-
RISIKOANALYSE VON RFID-ANWENDUNGEN

Neues Tool erleichtert RFID-„Stresstest“

genanntes Privacy Impact Assessment (PIA) – eine Datenschutz-Folgenabschätzung – zu erstellen, bevor sie eine neue RFID-Anwendung an den Start bringen.

Regelwerk für mehr Datensicherheit

Gemäß den Forderungen der EU-Kommission soll den Datenschutzbehörden ein PIA mindestens sechs Wochen vor Markteinführung der RFID-Anwendung vorgelegt werden. Gefragt sind darin neben einer detaillierten Beschreibung der Anwendung die Dokumentation möglicher Datenschutz-Risiken sowie eine Liste geeigneter Gegenmaßnahmen. Bereits 2009 hatte sich die EU-Kommission in ihrer Empfehlung vom 12. Mai 2009 für die Durchführung solcher Datenschutz-„Stresstests“ ausgesprochen. Die Empfehlung verfolgt das Ziel, Verbraucherdaten zu schützen, dabei die Bedenken von Datenschützern abzubauen und den Markteintritt für RFID-Anwendungen zu erleichtern.

Immer häufiger vertrauen Industrie und Handel auf die Radiofrequenzidentifikation (RFID), beispielsweise zur automatischen Produkterkennung oder bei elektronischen Bezahlverfahren. Doch berührungsfreier Datenaustausch schürt vielfach Sicherheitsbedenken. Jetzt bietet GS1 Germany ein komfortabel anzuwendendes Tool an, das Unternehmen jeder Größe dabei unterstützt, die Risiken von RFID-Anwendungen abzuschätzen und einzudämmen. Dabei folgt GS1 Germany dem PIA-Framework, das die EU-Kommission im April 2011 gemeinsam mit der Wirtschaft und Datenschutz-Experten verabschiedet hat. Danach sollen sich Unternehmen der europäischen Wirtschaft verpflichten, ein so-

Starthilfe für die Umsetzung

Ein Template als Guide: Zur Erstellung von PIAs können Unternehmen ab sofort die erste Version des neuen GS1-Tools nutzen – gemeinsam entwickelt von GS1-Anwendern und GS1-Mitgliedsorganisationen. Das Template führt den User durch die unterschiedlichen Prozessstufen der Datenschutz-Folgenabschätzung. Die Ergebnisse fließen mithilfe des Tools in den für Datenschützer relevanten PIA-Bericht ein. Besonderer Vorteil des Templates: Durch seine flexible Anwendbarkeit können auch kleine und mittelständische Unternehmen vergleichsweise komfortabel ein PIA entsprechend der EU-Empfehlung erstellen. Und auch außerhalb der EU kann das GS1-Tool bei Bedarf eingesetzt werden. Für GS1-Kunden steht das Template im GS1 Complete-Portal unter www.gs1-germany.de zum Download bereit. ●

>> *Sandra Hohenecker, +49 (0)221 947 14-238
hohenecker@gs1-germany.de*

Radiofrequenzidentifikation (RFID) verbessern. Neben dem HF Interface Protocol (siehe S. 6) hat GS1 eine erweiterte EPC-Kennung für Luft-/Raumfahrt und Verteidigung eingeführt. Die Kennung ermöglicht es der Branche, ihr aktuelles Identifikationssystem in EPC-Anwendungen zu überführen. Zudem lässt die Erweiterung effizientere Sicherheits-Checks vor kommerziellen Flügen zu. Auch dient sie der Rückverfolgbarkeit von Flugzeugteilen sowie der Schließung von Informationslücken. GS1 hat die EPC-Kennung in enger Kooperation mit dem Luftfahrt- und Verteidigungssektor, Vertretern der NATO, des US-Verteidigungsministeriums und der US Air Transport Association (ATA) entwickelt.

Weitere Informationen: mark.frey@gs1.org

Das GS1 Global Registry hat die sieben Millionen geknackt

Als internationales Stammdatenverzeichnis ist das GS1 Global Registry das Schlüsselement des GS1 Global Data Synchronisation Network (GDSN). Seit sieben Jahren setzt sich

das GDSN für die sichere und dauerhafte Synchronisation von Stammdaten ein. Zentral abgelegt und verwaltet werden die Daten im Global Registry. Dadurch, dass sie jederzeit abrufbar sind, können Geschäftspartner Produktinformationen sicher und überschneidungsfrei austauschen. Ein deutlicher Wirtschaftsfaktor: Das GDSN erhöht die Bestimmungsgenauigkeit, verringert den Bedarf an Formularen und reduziert zugleich die Anzahl an Daten-Dubletten. Ausschlaggebend für die Effizienz des Netzwerks ist die Anzahl der verfügbaren Stammdaten. Die sieben Millionen Eintragungen des Registers zeigen, dass Unternehmen weltweit auf das GS1-Netzwerk zurückgreifen, um ihre Effizienz entlang der Wertschöpfungskette zu steigern. An den Start gegangen war das GDSN im Oktober 2004 – mit einem Datengrundstock von nur 74.000 Eintragungen.

Mehr Informationen unter www.gs1.org/gdsn

TERMINE 2012

2. Deutscher Bargeldlogistik Kongress 2012

31. Januar/1. Februar 2012

Dorint Hotel Pallas,
Wiesbaden

M-Days 2012

1./2. Februar 2012

Forum Messe,
Frankfurt

Log 2012

20./21. März 2012

Radisson Blu Hotel,
Köln

Praxistag Elektronische Rechnung

14. Juni 2012

GS1 Germany Knowledge Center,
Köln

Deutscher Obst & Gemüse Kongress

22. Juni 2012

Düsseldorf

Pack 2012

26./27. Juni 2012

Radisson Blu Hotel,
Köln

ECR Award

4. September 2012

Wiesbaden

13. ECR-Tag

5./6. September 2012

Rhein-Main-Hallen
Wiesbaden

Bargeldlogistik – Experten reden Klartext

31. Januar/1. Februar 2012, Wiesbaden

Ab dem 1. Januar 2013 müssen Bestellungen und Einlieferungen von Banknoten und Münzen von professionellen Bargeldakteuren grundsätzlich elektronisch kommuniziert werden. Somit bleiben den Bargeldakteuren für die Umstellung auf CashEDI, die elektronisch unterstützte Geschäftsabwicklung des Bargeldverkehrs, nur noch gut 14 Monate. Zu diesem und weiteren Themen, die Handel, Banken und Werttransportunternehmen aktuell beschäftigen, liefert der 2. Deutsche Bargeldlogistik Kongress am 31. Januar und 1. Februar 2012 alle notwendigen Informationen. Aufgrund des großen Erfolgs der Auftaktveranstaltung Anfang 2011 sowie der nachhaltigen Bedeutung des Themas haben

sich das EHI Retail Institute, GS1 Germany und das Management Forum entschlossen, den Bargeldlogistik Kongress erneut gemeinsam zu veranstalten. Im Fokus stehen neben CashEDI unter anderem die Bargeldlogistik aus Sicht des Handels und der Banken, Betriebshaftpflicht Risiken von Geld- und Wertdienstleistern sowie Skimming und Manipulation am Geldautomaten. Ein weiteres Topthema des Treffens sind innovative Konzepte der Prozessoptimierung in der Bargeldlogistik für Handel und Banken.

Weitere Informationen unter www.bargeldlogistikkongress.de

>> *Miriam Becker, +49 (163) 7712942
becker@gs1-germany.de*



Log 2012 – Volles Programm für die Logistikbranche

Log 2012 Ein echter Klassiker: Bereits zum 18. Mal treffen sich Handelslogistiker, Hersteller und Dienstleistungspartner am 20. und 21. März 2012 zum Handelslogistik Kongress in Köln. Bei der Gemeinschaftsveranstaltung von EHI Retail Institute, GS1 Germany und dem Markenverband diskutieren Experten aus allen Bereichen der Supply Chain über aktuelle Herausforderungen und die Zukunftsthemen der Logistik.

Die Teilnehmer erwartet ein umfangreiches, spannendes Programm mit hochkarätigen Referenten. So berichtet Michael Sinn, Vice President der Otto Group, über Einsparpotenziale durch systemunterstütztes Forecasting. Andreas

Persigehl, Leiter Logistik bei tegut, stellt den Wandel vom Supply Chain Management zum Demand Chain Management vor. Zum Thema Leergut und Transportmittel stellen Rewe Österreich und GS1 Germany gemeinsam aktuelle Lösungen vor. Welchen logistischen Herausforderungen müssen sich Online-Händler wie HSE 24 oder Zalando stellen? Michael Melanschek, Leiter Logistik bei Home Shopping Europe, und David Schröder, Geschäftsführer Zalando, geben Antworten auf diese Frage. Darüber hinaus bietet die Log 2012 selbstverständlich Raum für persönliche Gespräche und Netzwerk-Kontakte.

>> *Gitta Weirauch, +49 (221) 947 14-537
weirauch@gs1-germany.de*



GS1 GERMANY IST PARTNER DER M-DAYS 2012 IN FRANKFURT

1./2. Februar 2012, Frankfurt

Blick in die mobile Zukunft

Megatrend Mobile Commerce – auf der Kongressmesse M-Days trifft sich die Branche Anfang Februar 2012, um über neue Entwicklungen, Technologien und Potenziale zu diskutieren. Auch für GS1 Germany zählen die mobilen Anwendungen rund um App, Smartphone und Co zu den zentralen Zukunftsthemen. Als Kooperationspartner der Veranstaltung setzt das Unternehmen eigene Impulse.

Wer jetzt nicht mitzieht, verpasst den Anschluss: Für 2011 rechnen Marktforscher mit mehr als 3,8 Milliarden US-Dollar Umsatz in den verschiedenen App-Stores. Und schon bis 2015 soll sich das Marktvolumen auf 38 Milliarden verzehnfachen. Smartphones boomen und die Unternehmen investieren – welche neuen Trends sich für das neue Jahr abzeichnen, erfahren die Besucher der M-Days am 1. und 2. Februar 2012 in Frankfurt. Unter dem Motto „The Home of Mobile“ öffnet die wichtigste Kongressmesse der Mobile-Branche in Deutschland und eine der größten in Europa wieder ihre Tore.

Handel und Industrie sind zunehmend gefragte Player

Waren es bislang exotische App-Erfinder, spezialisierte Dienstleister, Werbe-

oder Marketingagenturen, die sich auf Innovationen einrichten wollten, rufen die M-Days nun Industrie und Handel in die Messehallen nach Frankfurt. So rechnet die Kongressmesse mit einem Besucher- und Ausstellerwachstum von rund 50 Prozent. Das wären 4.500 Besucher, über 200 Referenten und ca. 120 Aussteller. Die Messe setzt auch 2012 auf die erfolgserprobte Kombination aus Fachkongress, Messenvorträgen und Show Your App Award. Erstmals steht zusätzlich eine Fachkonferenz zum Thema „Mobile Working“ auf dem Programm – der Trend zur „Mobility“ verändert auch die Arbeitswelt und bietet neue Chancen für Unternehmen.

GS1 Germany wird drei von rund 20 Plenumsdiskussionen gestalten; außerdem ist ein Vortrag auf der Messebühne

geplant. Im Mittelpunkt stehen die Themen Extended Packaging/Trusted Data, Mobile Couponing und Mobile Payment. Darüber hinaus setzt GS1 Germany im Kongressbeirat Impulse aus der Sicht von Handel und Industrie. „Mobile Anwendungen und Strategien sind ein wichtiger Zukunftsmarkt – den neuen Herausforderungen muss sich die gesamte Wirtschaft stellen. Wir arbeiten bereits seit Langem mit Vertretern aus Handel, Industrie und Dienstleistung an effizienten Prozessen und transparenten Strukturen, um mobile Lösungen auf den Point of Sale auszurichten. Die M-Days sind für uns eine ausgezeichnete Experten-Plattform für unsere strategischen Felder Mobile Couponing, Mobile Payment und Mobile Commerce“, so Jörg Pretzel, Geschäftsführer von GS1 Germany. ●

>> Gitta Weirauch, +49 (0)221 94714-537
weirauch@gs1-germany.de

- Datenkassen, Datenwaagen, MDE-Symbol-Lesesysteme
 Filmmaster
 Formulardruck mit Barcode
 Kommunikationssysteme
 Prüfgeräte
 Etiketten/Etikettendrucker
 Software
 Radiofrequenztechnik für Identifikationszwecke (RFID)
 Mitglied EPC/RFID-Umsetzungsnetzwerk

A Auto-ID-Technik, Hard- und Software

Accu-Sort/Europe GmbH
 Europarc Dreilinden
 Heinrich-Hertz-Straße 3a
 14532 Kleinmachnow
 Herr Hartmut Möller
 Tel.: (0 33 203) 87 42-30
 Fax: (0 33 203) 87 42-69
 E-Mail: europe@accusort.de
www.accusort.com

Barcode Scanner Systeme & Service

- Barcode-Lesesysteme/ID-Systeme, LINE-Scanner, OMNI-Scanner, Tunnelsysteme, RFID-Systeme, Decoder und Daten-/BDE-Terminals, Handscanner stationär/mobil, Netzwerk-Multiplexer und Zubehör, Accu Vision, stationäre CCD-Kameras für 1D- und 2D-Barcodes/Symbole, Volumen-Meßsysteme
- Software zur Systemanpassung, kundenspezifische Software
- Dienstleistung/Service: Beratung/Projektierung/Labelprüfung Installation/Inbetriebnahme/Schulung Service europaweit



aiident LAUFEN GmbH
 Senefelder Straße 27
 73230 Kirchheim/Teck
 Tel.: (0 70 21) 97 12 71
 Fax: (0 70 21) 97 12 72
 E-Mail: auftrag@aiident.de
www.aiident.de



Strichcodeprüfgeräte

- GS1 DataMatrix, DataBar, -128, EAN/UPC
- sowie alle weiteren, gängigen 1D- und 2D-Symbologien
- Prüfung nach GS1 Generalspecification sowie ISO/IEC
- Als Dienstleistung Prüfen und Bewerten von gedruckten Codes
- Auch vor Ort. Beratung zur Qualitätssicherung und Verbesserung
- On Line QS. Prüfen von 1D- und 2D-Codes sowie OCR/OCV unmittelbar nach dem Druck
- In Line QS. Prüfen der Codes in der Produktionslinie

Mobile Terminals

- Nylux, schickes up to date Terminal mit Linux Betriebssystem
- Uniterminal, BS31NS – eigenes BS



AISCI Ident GmbH
 Asper Straße 29
 32108 Bad Salzufflen
 Herr Sascha Radovic, Herr Thomas Behr,
 Herr Timo Kohlmeier, Herr Uwe Nolte
 Tel.: (0 52 22) 99 02-0
 Fax: (0 52 22) 99 02-77
 E-Mail: info@aisci.de
www.aisci.de

Mit 23 Mitarbeitern sind wir eines der führenden Systemhäuser für Auto-ID-Systeme in Deutschland. Unser Kerngeschäft ist seit 1995 Beratung, Vertrieb und Service für Systeme zur Erzeugung und Erfassung von Barcodes.

Hardware

- Barcode-Scanner u. a. für GS1-128, GS1 DataMatrix, GS1 DataBar
- Mobile Datenerfassung
- RFID u. a. für EPC
- Barcode-Prüfgeräte
- Etiketten-Drucker
- Verbrauchsmaterial

Software

- Etiketten-Druck-Software
- Daten-Kommunikation
- Individual-Programmierung

Dienstleistungen

- Beratung
- Teststellung
- Programmierung
- Datenfunk-Integration
- Unterstützung im Projektgeschäft
- Reparatur-Service
- Support
- Anfertigung von Sonderkabeln
- Barcode-Prüfservice



Avery Dennison Deutschland GmbH
 Avery-Haus
 85385 Eching
 Tel.: (0 81 65) 9 25-0
 Fax: (0 81 65) 31 43



Etiketten (Selbstklebe, Karton, Textil) **Thermo-transferdrucker mit Spitzentechnologie für EAN- und Warenauszeichnung** (incl. EAN-128) mit praktischem Zubehör wie Messer, Wieder-aufroller, Stapler oder Spendekante **Offline-Etikettendrucksysteme** oder mit Anbindung an PC oder Host-Rechner **Speziallösungen für Textil und Handel** (z.B. Rotpreisauszeichnung); Etiketten-Service-Büro, weltweit bundesweites Servicenetz **Softwarepackage MVT III (DOS) oder Jetmark (Windows)** zur flexiblen Etikettengestaltung mit einer großen Auswahl an Schriften und allen gängigen Barcodes
Kundenspezifische Softwareentwicklungen



beic Ident GmbH
 Hildesheimer Str. 19b
 38271 Baddeckenstedt
 Herr Krauß
 Tel.: (0 50 62) 965 99-0
 Fax: (0 50 62) 965 99-30
 E-Mail: info@beic-ident.de
www.beic-ident.de

- **Mobile Datenerfassung**
Terminals für 1D/2D und RFID auch per WLAN, GSM/CPRS, GPS
- **Etikettendrucker**
Thermo-/Transferdrucker, auch mobil, Etiketten und Transferbänder
- **Barcode-Lesesysteme**
Stationäre Scanner für 1D/2D, kabelgebundene Handleser, Barcodescanner für GS1 DataMatrix, DataBar
- **Kundenspezifische Software**
- **Service für Hard- und Software**
- **Schulungen, Seminare, Konzepterstellung**



Blum Systeme GmbH
 Kennzeichnungssysteme
 Maarweg 33
 53619 Rheinbreitbach
 Tel.: (0 22 24) 7 70 80
 Fax: (0 22 24) 77 08 20
 E-Mail: info@blumsysteme.com
www.blumsysteme.com

Zertifiziert nach
 DIN EN ISO
 9001:2000



Produkt- und Verpackungskennzeichnung mit Texten, Grafiken, Logos und gängigen Barcodes, z.B. EAN-128, EAN-13 etc. sowie GS1 DataMatrix

- **Desktopdrucker**
Thermo-/Thermotransfer sowie optional mit RFID-Technologie
- **RFID-fähige Etikettendrucksponder**
Etiketten drucken und spenden, 1:1 Paletten-etikettierung ohne Stopp nach GS1
- **Mobile und stationäre Barcodelesegeräte**
- **Etiketten**
z.B. Blanko-, Schmuck-, Sicherheits-, RFID- und Spezialetiketten
- **Direktbeschriftungssysteme**
Thermotransferdirektdrucker sowie Inkjet- und Lasercodierer auf Basis unterschiedlicher Technologien zur direkten Produkt- und Verpackungskennzeichnung
- **Zubehör wie Hard- und Software, Tinten, Folien**
- **Flächendeckendes Servicenetz in D und A sowie 24-h-Hotline**





Brady GmbH
 An der Birkenkaute 6
 61231 Bad Nauheim
 Tel.: (0 60 32) 80 91-0
 Fax: (0 60 32) 80 91 30
 E-Mail: info@etimark.de
 www.etimark.de

Zertifiziert nach
 DIN EN ISO
 9001:2000

- **Etiketten-Drucksysteme** – Thermodirekt und Thermotransfer zur EAN- und Warenauszeichnung (inkl. EAN-128), stationäre oder tragbare/netzunabhängige Drucker zur mobilen Kennzeichnung
- **Software** – Etikettendesignsoftware Codesoft unter Windows. Anbindung an ERP-Systeme (SAP, Navision etc.), kundenspezifische Individuallösungen
- **Etiketten-Produktion** – sehr viele Materialien, ISO 9001-2000 und ISO/TS 16949 zertifiziert
- **Lösungen zur lückenlosen Rückverfolgbarkeit**
- **Automatische Etikettierung** – Produktkennzeichnung, Leiterplatten etc.



BÜTEMA AG
 Steinbeisstraße 7
 74321 Bietigheim-Bissingen
 Herr Dirk Frintrop
 Tel.: (0 71 42) 501 0
 Fax: (0 71 42) 501 999
 E-Mail: info@buetema-ag.de
 www.buetema-ag.de

Mobile IT-Lösungen zur Unterstützung verkaufsbezogener und intralogistischer Prozessabläufe wie Inventur, Warenbewegungen, Preisauszeichnungen, etc. im Handel, Außen- dienst und Lagerwirtschaft.

- Sovia – Enterprise Mobility Suite
- Mobile Datenerfassung
- Batch und Funklösungen
- Barcodelesesysteme
- Thermodrucker
- Mobile Drucker
- Beratung, Projektmanagement und -betreuung
- Service für Software und Hardware



cab Produkttechnik GmbH & Co. KG
 Postfach 1904, 76007 Karlsruhe
 Wilhelm Schickard-Str. 14
 76131 Karlsruhe
 Frau Miriam Cernik
 Tel.: (07 21) 66 26-283
 Fax: (07 21) 66 26-249
 E-Mail: m.cernik@cab.de
 www.cab.de



Etiketten-/Barcodedrucker
 Thermo-/Transferdrucker mit umfangreichem Zubehör

Etikettiersysteme
 für voll- und halbautomatisches Etikettieren im Echtzeitbetrieb

Beschriftungslaser
 Beschriften von unterschiedlichsten Materialien bis zu einer Auflösung von 1000 dpi. Der weltweit kleinste Beschriftungslaser seiner Klasse mit Schutzgehäuse, Folienbeschriftung oder mit Typenschildbeschriften

Beschriftungssoftware
 cablabel ist die kostengünstige Software zum professionellen Erstellen von Etiketten, speziell für cab Drucker.

Etiketten und Folie
 Verschiedene Ausführungen und Farben von Selbstklebe-, Kunststoff-, PE-, PP-, Karton-Etiketten sowie anderen Materialien. Folien liefern wir in Wachs, Harz und Harz/Wachs sowie farbig.

Scanner
 Robust und zuverlässig: Unsere Scanner arbeiten in der Produktion, im Lager, im Transport oder Logistikbereich.



Casio Europe GmbH
Mobile Industrial Solutions
 CASIO-Platz 1
 22848 Norderstedt
 Herr Jörg Hollerith
 Tel.: (0 40) 5 28 65 407
 Tel.: (0 40) 5 28 65 424
 E-Mail: solutions@casio.de
 www.casio-b2b.com

- Herstellung und Vertrieb mobiler Datenerfassungsterminals mit integrierten 1D- und 2D-Barcodelesern
- Industrietaugliche Datenerfassungsterminals mit Microsoft CE Betriebssystem
- RFID-, WLAN- und UMTS/HSDPA/EDGE-fähige Datenerfassungsterminals

Der Name CASIO steht im Bereich der mobilen Datenerfassung für eine hohe Hardwarequalität sowie für zuverlässige Projektabwicklung. Kontinuierlicher Ausbau der Produktlinien sorgt dafür, dass für jeden Einsatzzweck eine ideale Hardwarebasis zur Verfügung steht. Konsequente Umsetzung technischer Innovationen ermöglicht eine ständige Erweiterung der Einsatzmöglichkeiten. Im Austausch der Entwicklungsabteilungen für Mobile Industrial Solutions mit den übrigen Geschäftsbereichen, in denen Miniaturisierung, Rechenleistung, Energie-Effizienz, Ergonomie und Zuverlässigkeit ebenfalls entscheidende Erfolgsfaktoren darstellen, entstehen immer wieder wichtige Synergien.



CDN Consulting & Development Network GmbH
 Böttcherstraße 11
 33609 Bielefeld
 Herr Peter Möller
 Tel.: (05 21) 97 79 42 - 215
 Fax: (05 21) 97 79 42 - 100
 E-Mail: support@cdn-germany.de
 www.cdn-germany.de

Sie suchen nach einer individuellen Lösung, benötigen kompetente Beratung bei Barcodes und Etiketten? CDN bietet hier auch mit Standard-Produkten optimale Unterstützung.

- **CDN Barcode Manager**
 Schnell und einfach individuelle Barcodes erstellen, anzeigen, speichern, drucken, exportieren oder in die Windows Zwischenablage kopieren.
- **CDN Label Manager**
 Barcode-Labels und EAN 128 Transportetiketten nach den Standards der GS1 einfach und effektiv erstellen und drucken.



Checkpoint Systems Deutschland GmbH
 Westerwaldstraße 3-13
 64646 Heppenheim
 Tel.: (0 62 52) 70 30
 Fax: (0 62 52) 70 31 98

Etiketten, Hersteller auch für spezielle Kundenapplikationen
Software zur Plakat- und Waren-Etikettengestaltung
Printshop für Etiketten, weltweit
Handauszeichnungsgeräte für Kleinetiketten
Etiketten zur Aus- und Kennzeichnung
Elektronische Artikel-Sicherungssysteme
Sicherungsetiketten, radiofrequent und elektromagnetisch
Etiketten zur radiofrequenten Identifikation
 Quellensicherung; Verkaufsförderungssysteme; Regal- Management-Systeme



CLEVER Systemtechnik-Vertriebs GmbH
 Kirschenleite 17
 91220 Schnaittach
 Herr Achatz
 Tel.: (0 91 53) 9 22-0
 Fax: (0 91 53) 9 22-3 33

Clever Etiketten GmbH
 01996 Hosena
 Tel.: (03 57 56) 1 33 31
 Fax: (03 57 56) 5 52
 'Clever' Etiketten GmbH – Nord
 26197 Ahlhorn
 Tel.: (0 44 35) 34 88
 Fax: (0 44 35) 4 12 64

- **Etikettendrucksysteme** – zur EAN- und Warenauszeichnung



- **Etikettenspendeanlagen** – zur vollautomatischen Etikettenapplikation
- **Software** – ausgereiftes Softwarepaket zum Gestalten und Drucken von Etiketten für Einzelplatz und Netzwerkanbindung Kundenspezifische Softwarelösungen
- **Mobile und stationäre Barcode-Lesesysteme**, frei programmierbar
- **Etiketten-Hersteller** – sämtliche Materialien, blanko oder vorgedruckt



contact Auszeichnungssysteme

K-D Hermann GmbH
Hainbrunner Straße 97
69434 Hirschhorn
Tel.: (0 62 72) 922-3
Fax.: (0 62 72) 922-499 oder -498
E-Mail: info@contact-online.de
www.contact-online.de

- **Etiketten-Drucker:** Thermo-/Thermotransferdruck, Texte, Grafiken, Barcodes, z.B. EAN-13, EAN-128 etc.
- **Etiketten-Software:** Etikettengestaltung unter Windows, Standard- sowie individual Lösungen etc.
- **Etiketten:** aller Art, Hersteller
- **Etikettiergeräte-Maschinen:** manuell, halb- und vollautomatisch
- **Zubehör:** Transferfolien, Etikettenaufroller, -Schneidmesser, -Stapler, -Spendekante, Scannerschienen, Werbe-, Deko- und Verkaufsförderungsartikel etc.
- **Preisauszeichnungsgeräte:** Ein- und Zweizeiler, Art.-Nr. und Preisfeld
- **Service:** Flächendeckend in ganz Deutschland, Vertretungen in 60 Ländern der Erde



Datalogic Mobile CEC
Zweigniederlassung der Datalogic Mobile S.r.l.
Uracher Straße 22
73268 Erkenbrechtsweiler
Frau Iris Köber, Marketing & Communication
Tel.: (0 70 26) 60 16-0
Fax: (0 70 26) 60 16-249
E-Mail: info.mobile.de@datalogic.com
www.mobile.datalogic.com/germany

Datalogic Mobile, Teil der Datalogic Gruppe, ist ein Global Player im Markt für robuste mobile Computer und bietet ein komplettes Produktprogramm für Anwendungen im Lager, Field Force Automation und Einzelhandel. Hierzu zählen beispielsweise mobile Datenerfassungsterminals mit Pistolengriff, als PDA oder im Handyformat. Datalogic ist in EMEA, Amerika und dem Asia-/Pazifik-Raum sowohl direkt als auch durch ein weltweit verzweigtes Partnernetzwerk stark vertreten.



EECC European EPC Competence Center GmbH
Mainstraße 113-119
41469 Neuss
Herr Conrad von Bonin
Tel.: (02 11) 9 69 55 53
Fax: (0 21 37) 92 78 05
E-Mail: vonbonin@eecc.info
www.eecc.info

Dienstleistungen:

- RFID/EPC Beratungen & Machbarkeitsstudien
- RFID Schulungen und Workshops
- RFID/EPC Systemtests und Zertifizierungen
- Herstellerunabhängige RFID Auftragsforschung
- Projektmanagement RFID-Einführung



ESPERA-WERKE GmbH
Moltkestraße 17-33
47058 Duisburg
Postfach 10 04 55
47004 Duisburg
Tel.: (02 03) 30 54-0
Fax: (02 03) 30 54-2 75
E-Mail: info@espera.de
www.espera.de

- Barcode-Etikettendrucker (Thermo- und Thermo-Transfer); Online-Betrieb mit ESPERA-PC-Software
- Manuelle und vollautomatische Systeme zur Preis- u. Gewichtsauszeichnung
- Windows-Software zur Etikettengestaltung, Datenpflege und Steuerung
- Etiketten abgestimmt auf Thermo- u. Thermo-Transfer-Drucker
- Etikettiermaschinen
- Alle gängigen Strichcodes wie EAN, UPC, Code 39, ITF, EAN DataMatrix, DataBar etc.
- RFID-Karton- und Palettenkennzeichnung



FEIG ELECTRONIC GmbH
Lange Straße 4
35781 Weilburg
Herr Frithjof Walk
Tel.: (0 64 71) 3 10 90
Fax: (0 64 71) 31 09 99
E-Mail: obid@feig.de
www.feig.de



RFID-Identifikationssysteme

- 125 KHz-Technologie
 - Zutrittskontrollanlagen
 - elektronische Schließsysteme
 - Zufahrtskontrollanlagen
- 13,56 MHz-Technologie
 - Proximity-, Midrange- und Longrange-Leser mit Antikollisionsfunktion zur gleichzeitigen Erkennung mehrerer unterschiedlicher ISO15693- und 14443-Transponder
- UHF-Technologie
 - Longrange-Leser (867-928 MHz) zur

Erkennung von EPC-Transpondern mit Lesereichweiten bis zu 5 Metern



HB-Marketing GmbH
Edelsbergstraße 8/III
80686 München
Tel.: (0 89) 35 62 59-0
Fax: (0 89) 35 62 59-0
E-Mail: info@HB-Marketing.com
www.HB-Marketing.com

- Erstellen von Codierungen
 - alle gängigen Typen: EAN/GTIN, UPC, Code 39, PZN, ITF 2/5, DataMatrix etc.
 - Dateien für Mac und PC
- Layout und Etikettendruck mit Text, Codierungen und Grafiken
- Etiketten auf Rollen
- fortlaufend nummerierte Barcode-Etiketten
- Versand-Etiketten (mit EAN-128, NVE)
- Lochrand-Etiketten, Leporello-gefaltet
- Anschlag-Etiketten
- RFID-Etiketten



Herweg & Hemke Drucksysteme GmbH
Heinrich-Lersch Straße 18
40721 Hilden
Tel.: (0 21 03) 97 85 800
Fax: (0 21 03) 97 85 820
www.herweg-hemke.com

- Etikettenproduktion für Rollenhaftetiketten
- Etikettendrucker: Toshiba TEC, Zebra u.a.
- Wartung, Service, Reparatur, Ersatzteile
- RFID Drucker, RFID Etiketten
- Thermotransferfolien
- Software: Codesoft, Label-View, Bartender
- Etikettenhandling: Auf – Abwickler, Spender
- Printshop: Etikettenlohndruckcenter
- Etikettieranlagenbau, Spendeanlagenbau
- Barcodeerfassung, Barcodereader,
- MDE Terminals, MDE Projektentwicklung
- Druckeranbindung an SAP, Navision u.s.w.



Honeywell Scanning & Mobility (Hand Held Products/Metrologic Instruments GmbH)
Dornierstraße 2
82178 Puchheim b. München
Tel.: (0 89) 89019-0
Fax: (0 89) 89019-200
E-Mail: info@de.metrologic.com
www.honeywell.com/aidc

In dem Geschäftsbereich Honeywell Scanning & Mobility sind die Produkte und Technologien von Hand Held Products und Metrologic zusammengefasst. Führender Hersteller von Barcode Lesegeräten für Retail, OEM und den Industriebereich. Handscanner, Kassenscanner, Fixscanner, Einbauscanner, Funkscanner,

-  Datenkassen, Datenwaagen, MDE-Symbol-Lesesysteme
-  Filmmaster
-  Formulardruck mit Barcode
-  Kommunikationssysteme
-  Prüfgeräte
-  Etiketten/Etikettendrucker
-  Software
-  Radiofrequenztechnik für Identifikationszwecke (RFID)
-  Mitglied EPC/RFID-Umsetzungsnetzwerk

OEM Scanmodule, industrielle Identifikationssysteme, mobile Datenerfassungsterminals.



ICS International AG
Identcode-Systeme
 Siemensstraße 11
 61267 Neu-Anspach
 Herr José da Silva (Vertriebsleiter)
 Tel.: (0 60 81) 94 00-0
 Fax: (0 60 81) 4 19 50
 E-Mail: marketing@ics-ident.de
www.ics-ident.de

Die ICS International AG bietet IT-Lösungen für Lager-, Produktions- und Transport-Logistikumgebungen. Kompetenzschwerpunkte unseres Hard- und Softwareangebotes sind u.a. Lagerverwaltungssysteme mit beleglosen Kommissioniersystemen wie Pick-by-Voice, die mobile Datenerfassung per Datenfunk sowie die Anbindung von Etikettier- und Datenerfassungssystemen. Barcode- und individuelle Kennzeichnungslösungen, RFID-Technologien sowie mobile Außendienstlösungen u.a. für den Service-Kundendienst und Transporteure sind weitere Leistungen. Unser umfangreiches Dienstleistungsspektrum, das sich von der Beratung & Konzeption bis hin zur Gesamtsystemintegration und dem Support erstreckt, rundet das Portfolio ab.



inotec Barcode Security GmbH
 Havelstr. 1 – 3
 24539 Neumünster
 Frau Miriam Hintz
 Tel.: (0 43 21) 87 09-0
 Fax: (0 43 21) 87 09-30
 E-Mail: info@inotec.de
www.inotec.de



Hersteller von individuellen Barcode- und RFID Etiketten für Lager, Logistik, Transport und Industrie Barcode

- Fortlaufend nummerierte Barcode-Etiketten aus unterschiedlichsten Materialien für permanente Kennzeichnung

RFID

- Kundenspezifische UHF- und HF-RFID Etikettenlösungen
- RFID Inmould Etiketten für Behältermanagement



Intermec Technologies GmbH
 Burgunder Str. 31
 40549 Düsseldorf
 Tel.: (02 11) 5 36 01-0
 Fax: (02 11) 5 36 01 50
 E-Mail: germany.marketing@intermec.com
www.intermec.de

Intermec Technologies bietet Unternehmen aus den Bereichen Transport, Logistik, Industrie und Handel komplette Barcode-Systeme und Produkte der Auto-ID-Technologie einschließlich Software, Consulting, Projekt-Management und -Realisierung. Seit über 30 Jahren profitieren Unternehmen weltweit von maßgeschneiderten Lösungen in der Datenerfassung und sichern sich einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Drucksysteme, Laserscanner, mobile Datenerfassungssysteme im Funkbereich sowie Barcode-Etiketten und Verbrauchsmaterialien erhalten unsere Kunden ebenso aus einer Hand wie alle weiteren Service- und Dienstleistungen.



KilianDruck Grünstadt Dinges GmbH
 Benzstr. 3 + 10
 67269 Grünstadt
 Frau Sandra Ranßweiler
 Tel.: (0 63 59) 93 27-0
 Fax: (0 63 59) 93 27-50
 E-Mail: info@kiliandruck.de
www.kiliandruck.de

Etiketten-Herstellung:

- Booklet-Etiketten
- Verpackungsetiketten
- Promotion-Etiketten
- Identifikations-Etiketten
- Funktionsetiketten
- Sicherheitsetiketten
- NFC- und RFID-Etiketten
- Codierte Etiketten

Dienstleistungen:

- Entwicklung kundenindividueller, innovativer Etikettenlösungen
- Konzepterstellung und Programmierung von Print-to-Web-Lösungen



KNORR-MEDIEN, Service mit Druck®
 Inhaber: Bodo Knorr
 Abteilung Barcode
 Ansbacher Straße 126 B
 90449 Nürnberg
 Tel.: (09 11) 9 67 45-20
 Fax: (09 11) 9 67 45-25
 E-Mail: barcode@knorr-medien.de
www.knorr-medien.de



Optimale Beratung in allen Strichcodefragen können wir Ihnen durch langjährige Erfahrung im Bereich Herstellung und Druck anbieten ...

- **Herstellung von Strichcodes**
 EAN, UPC, 2/5i, ITF, ISBN, Pressecode u.v.m. als Daten oder Masterfilm mit Prüfzertifikat
- **Strichcode-Analysen**
 Vermessen, Prüfen und Auswerten des gedruckten Strichcodes
- **Haftetiketten**
 als Bogenware oder endlos auf Rolle mit 24-Stunden-Service für Eilaufträge



Logopak Systeme GmbH & Co. KG
 Dorfstraße 40
 24628 Hartenholm
 Tel.: (0 41 95) 99 75-0
 Fax: (0 41 95) 12 65
 E-Mail: logo@logopak.de
www.logopak.com



Logopak Systeme – führend in Strichcode- und RFID-Technologie

- **Etikettiersysteme, RFID-Systeme**
 Thermodirekt- und Thermo-Transfertechnologie
- **Automatische Palettenetikettierung**
 nach CCG-Norm/EAN-128 für 2-3 Palettenseiten
- **Softwarepakete**, modular aufgebaut, für Etikettenlayout, Netzwerkanbindungen, Datenbankfunktionalität
- **Systemintegration** für Komplettlösungen mit Fördertechnik, automatischer Datenerfassung, Barcodeverifikation, Druck- und Etikettiertechnik, Datenmanagement in vernetzten Systemen
- **Kundenspezifische Sonderlösungen** für Etikettiertechnik und Software



Microscan Systems Inc.
Vertriebsniederlassung
 Deutschland – Österreich – Schweiz
 Ferdinand-Zwack-Straße 17
 85354 Freising
 Herr Helmuth Zierer, Area Sales Manager
 Tel.: (0 81 61) 91 99-33
 Fax: (0 81 61) 91 99-34
 E-Mail: info@microscan.de
www.microscan.com

Microscan Systems Inc. ist ein führender Hersteller von hochentwickelten 1D- und 2D-Lesegeräten für die automatische Datenerfassung

2D-Code-Imager:

- für das Erfassen von 2D-Codes in Hochgeschwindigkeits-Applikationen bis zu 2,5m/Sek. in alle Richtungen
- 1D & 2D Megapixel Imager in kleinster Bauweise mit Autofokus
- optional für High-Density Codes bis zu 3 mil und kleiner oder als ESD Version erhältlich

Industriescanner:

- vom kompakten Einlinienscanner für kleine Symbole mit hoher Dichte bis zum Raster-scanner

- Datenkassen, Datenwaagen, MDE-Symbol-Lesesysteme
 Filmmaster
 Formulardruck mit Barcode
 Kommunikationssysteme
 Prüfgeräte
 Etiketten/Etikettendrucker
 Software
 Radiofrequenztechnik für Identifikationszwecke (RFID)
 Mitglied EPC/RFID-Umsetzungsnetzwerk

Einbauscanner:

- Raumsparende Laser- und CCD-Einbauscanner für enge Platzverhältnisse
- **DataMatrix Prüfgeräte:**
- gemäß den Anforderungen ISO/IEC 15415, AS9132, AIM DPM, IFAH



PAGO Etikettiersysteme GmbH

Gutenbergstraße 9
72631 Aichtal-Aich
Tel.: (0 71 27) 58 01-0
Fax: (0 71 27) 5 78 73
E-Mail: info@pagoaich.de
www.pagoaich.de

- **Selbstklebe-Etiketten**
- **Etikettiermaschinen und -systeme**
- **Halb- und vollautomatische Etikettendrucksysteme** für Konsum-, Handels- und Versandeinheiten
- professionelle **Thermo-/Thermotransferdrucker** zur EAN- und Warenauszeichnung
- **Software** – eigenentwickeltes Softwarepaket Pagowin Next zum Gestalten und Drucken von Etiketten für Einzelplatz- und Netzwerkverbindungen, kundenspezifische Softwarelösungen
- **menügeführtes** Erstellen von EAN-128-Codes
- **Palettenetikettiersystem 428-2** mit Palettensteuerungssoftware Pagoxpc für einfache Anbindung an SAP
- **Pago RFID** Karton- und Palettenkennzeichnung mit RFID Etiketten auf Basis UHF (868 MHz) und HF (13,56 MHz)
- **Netzwerklösungen** – z.B. Ethernet
- **Systemlieferant** – Beratung, Projektierung, Installation, Schulung, Entwicklung, Laborprüfung und Service aus einer Hand



pco Personal Computer Organisation GmbH & Co. KG

Hafenstraße 11
49090 Osnabrück
Tel.: (05 41) 605 1500
Fax: (05 41) 605 1509
E-Mail: pco-info@pco-online.de
www.pco-autoid.de



pco bietet Ihnen ganzheitliche Auto-ID-Lösungen aus einer Hand, die sich immer an Ihren Prozessen orientieren.

Barcode: Lösungen, Drucker, Scanner, Verbrauchsmaterialien

Funkinfrastruktur: Funkfeldmessung, WLAN, Switches, Access Points

MDE: PDAs, Handhelds, Fahrzeugcomputer
Ortung & Sensorik: Lösungen zur Sendungsverfolgung & Temperaturüberwachung
RFID: Aktive & passive Lösungen, Software, Hardware, Starter-Kits



Printronix Deutschland GmbH

Goethering 56
63067 Offenbach
Frau Dorothea Krampol
Tel.: (0 69) 82 97 06-0
Fax: (0 69) 82 97 06-22
E-Mail: dkrampol@printronix.com
www.printronix.com

Printronix ist führender Hersteller für Industriedrucklösungen und weltweiter Marktführer für Zeilenmatrixdrucksysteme, Thermotransferdrucker im High-End- und Midrange-Bereich. Printronix ist führender Hersteller auch in anderen Bereichen:

- **RFID-UHF Drucklösungen** für Auto-ID, Logistik und Industrie
- **Endolaser-Drucksysteme**
- **ODV-Barcodeprüfsysteme** für Thermotransferdrucker
- **Applikatoren** mit UHF-RFID Funktionen
- **Mobile Arbeitstation – PrintCart** – für Industrie, Logistik und Handel
- Verbrauchsmaterialien



ProLogis Automatisierung und Identifikation GmbH

Hagsdorfer Str. 3
85368 Sixthaselbach
Herr Ludwig Meixner
Tel.: (0 87 64) 93 29-0
Fax: (0 87 64) 93 29-33
E-Mail: info@prologis.de
www.prologis.de

- Softwareentwicklung mit Schwerpunkt Auto-ID Lösungen für die Kennzeichnung und Identifizierung von Produkten
- Versandsoftware SendIT für alle Frachtführer. Durch modularen Aufbau an die Kunden- und Frachtführer-Spezifikation anpassbar
- RFID Software BizTro mit Schnittstellen zu SPS-, Materialfluss- und Lagerverwaltungssystemen
- RFID Komponenten im HF und UHF Bereich
- Vollautomatische Etikettiersysteme für alle Aufgabenstellungen. Im Hochleistungsbereich mit Scara-Robotern
- Etikettendrucker, Hand- und Festscanner, Mobile Datenterminals



RAKO Security-Label Produktsicherungs GmbH

Möllner Landstraße 15
22969 Witzhave
Tel.: (0 41 04) 693 119
Fax: (0 41 04) 693 23 40
E-Mail: info@rako-security-label.com
www.rako-security-label.com

- **Elektronische Artikelsicherung:**
 - Kundenspezifische RF-, AM- und EM-Etiketten- und Hard Tag-Lösungen
 - EAS-Hardware: Gates, Deaktivatoren
- **LUCATRON**
 - Hersteller von RF-Lucatron Etiketten und Artikel-Sicherungssystemen
- **RFID**
 - Smart-Label-Produktion
 - Kundenspezifische UHF- und HF-RFID Etikettenlösungen
 - RFID-Hardware: Gates, Handhelds



RF-IT Solutions GmbH

Hans-Resel-Gasse 17a
A-8020 Graz
Herr Robert Paulus
Tel.: +43 (316) 71 11 11
Fax: +43 (316) 71 11 11-900
E-Mail: detego@rf-it-solutions.com
www.rf-it-solutions.com



- **detego® SUITE: Plug&Trace**
 - RFID Lösungsmodule für Produktion, Distribution, Handel und Services
- **detego® YOU-R OPEN**
 - RFID Middleware
 - RFID Business Integration
 - RFID Daten- und Devicemanagement
- **detego® EXPRESS**
 - schnelle Anbindung von RFID Komponenten
- **professionelle RFID Services:** Technologieberatung, Konzepterstellung, Installation, Support, Training, Dokumentation



SALT Solutions GmbH

Charlottenstraße 34
01099 Dresden
Frau Birgit Nieschalk
Tel.: (03 51) 80 604-34 17
Fax: (03 51) 80 604-20
E-Mail: birgit.nieschalk@salt-solutions.de
www.salt-solutions.de/handel
www.salt-solutions.de/logistik



alexa Retail System: WWS mit Modulen

- **alexa RFID** für schnelle Filialprozesse



- **alexa MDE**
Barcodeerkennung auf der Fläche
- **alexa MUT**
mobile Umsatzerfassung ohne EDI
- **alexa EDI-Lösungen**
- **KEP-Monitor**
Anbindung KEP-Deinstleister an SAP
- **Warenflussmonitoring**
SAP-Add-on für Tracking und Tracing



Schneider-Kennzeichnung GmbH
Ident- u. Kennzeichnungssysteme
 Lehmfeldstraße 7
 70374 Stuttgart
 Herr Helmut Schneider
 Tel.: (07 11) 95 39 49-0
 Fax: (07 11) 95 39 49-59
 E-Mail: verkauf@schk.de
www.schneider-kennzeichnung.de

- **Etikettendrucksysteme** (incl. EAN-128)
 - für offline-, online- und Netzwerkbetrieb
 - für Text-, Grafik-, Barcode- und 2D-Code-Druck
- **Software für die Etikettengestaltung**
- **Etiketten** aus unterschiedlichen Materialien
- **Farbbänder** und Systemzubehör
- **Barcode- und 2D-Code-Lesysteme** stationär und mobil einschl. Datenfunk
- **RFID-Anwendungen**
- **Beratung, Schulung, Support, Service**



Stielow Label & Logistik GmbH
 Werkstraße 7
 22844 Norderstedt
 Tel.: (0 40) 21 98 96-0
 Fax: (0 40) 21 98 96-275
 E-Mail: info@stielow-logistik.de
www.stielow-logistik.de

- **Etikettendrucksysteme:** Etikettendrucker, Etiketten-Software (GHS, Anbindungs an SAP), weltweiter Etikettendruck via Internet, RFID, Software-Kundenlösungen
- **Etiketten:** Papier, PE, PP, PET, PU, Tyvek, Thermo u. a., Sonderlösungen, z.B. Sicherheits-etiketten (Plagiatschutz), Hologramme, RFID, GHS
- **Etikettiersysteme:** Druck- und/oder Aufspenden 1:1 und Serien, RFID, Sonderlösungen
- **Barcode-Lösungen:** Softwarelösungen, Erfassungsterminals mit individueller und Standard-Software, Funknetz-Lösungen, Handscanner Bar- und Matrix-Codes
- **Kundenservice:** Verkauf und Kundendienst bundesweit in D, A
- **Reparaturservice** vor Ort



Toshiba TEC Europe
Retail Information Systems S.A.
 Europark Fichtenhain B 15
 47807 Krefeld
 Tel.: (0 21 51) 8 38-274
 Fax: (0 21 51) 8 38-4 80
 E-Mail: info@toshibatec-eu.de
www.toshibatec-eu.com

- POS-Scanning-Systeme
- Warenwirtschaft
- Systemkassen für Handel und Gastronomie
- Waagen
- Etikettendrucker in Thermo- und Thermo-transfertechnik
- RFID-fähige Drucker
- Service Plus



Carl Valentin GmbH
 Neckarstraße 78-80
 78056 Villingen-Schwenningen
 Herr Kleiser
 Tel.: (0 77 20) 97 12-0
 Fax: (0 77 20) 99 49 871
 E-Mail: vertrieb@valentin-carl.de
www.valentin-carl.de

Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von

- **Etikettendrucksysteme**
Thermo- und Thermotransferdrucker zur EAN- und Warenauszeichnung. Software für die Etikettengestaltung,
- **Direktbedruckungs-Systeme**
Intermittierende und kontinuierliche Direkt-druckwerke für den Einbau in horizontale oder vertikale Verpackungsmaschinen
- **Etikettiersysteme**
OEM-Druck- und Spendesysteme für den industriellen Einsatz
- **Etikettengestaltungssoftware**
Labelstar PLUS
- **Etiketten und Farbbänder**
Neutrale oder bedruckte Haftetiketten aus Papier oder Kunststoff. Transferbänder in allen Abmessungen, Farben und Qualitäten



Wolke Inks & Printers GmbH
 Ostbahnstr. 116
 91217 Hersbruck
 Frau Sandra Büttner
 Tel.: (0 91 51) 8161-15
 Fax: (0 91 51) 8161-59
 E-Mail: info@wolke.com
www.wolke.com

Mit den Kennzeichnungssystemen **m600 basic** und **m600 advanced** bietet die Wolke Inks & Printers GmbH für jeden Anwender die

optimale Lösung. Wir kennzeichnen Produkte und Umverpackungen direkt. Variable Daten, wie z. B. Mindesthaltbarkeitsdatum, Barcodes, 2D-DataMatrix-Codes, Logos und Chargennummern, stellen die lückenlose Rückverfolgbarkeit und Fälschungssicherheit in der Lebensmittel-, Getränke- und Pharmaindustrie sowie vielen anderen Industriezweigen sicher.



Wyrwal Ident & Partner GbR
 Neuenkirchener Straße 171
 32139 Spenge
 Herr Bernhard Wyrwal
 Tel.: (0 52 25) 86 26-70
 Fax: (0 52 25) 86 26-79
 E-Mail: info@wyrwal-ident.de
www.wyrwal-ident.de

- **Etikettenproduktion**
 - Bogen- und Rollenware
 - bedruckt mit Barcode, Text, Grafiken
 - unbedruckt
- **Etikettendrucksysteme**
 - Thermo-, Thermotransferdrucker
- **Individuelle Softwareerstellung**
- **Barcodelesesysteme**
- **Barcodeprüfung/GS1 DataMatrix, DataBar**
- **Beratung und Schulung**
 - rund um unsere Produkte
 - technischer Support



Xnet System GmbH
 Robert-Bosch-Straße 26
 63225 Langen
 Herr Markus Siebenmorgen
 Tel.: (0 61 03) 20 25-41
 Fax: (0 61 03) 20 25-40
 E-Mail: wireless@xdsnet.de
www.xdsnet.de/xsystems

Das Ergebnis unserer Arbeit kann man im Knowledge Center von GS1 bestaunen ...

- **WLAN**
- **Mobile Datenerfassung**
- **IP/WLAN Telefonie**
- **Netzwerk**
- **Etikettendruck – mobile und stationär**
- **Software**
- **Services von Anfang bis Ende**





BIT/Kommunikation, Hard- und Software

Axway GmbH
Kurfürstendamm 119
10711 Berlin
Frau Susanne Vogler
Tel.: (0 30) 8 90 10-0
Fax: (0 30) 8 90 10-100
E-Mail: contactgermany@axway.com
www.axway.de



Axway Solutions bieten

- Intelligente Transaktionsverarbeitung für beschleunigtes Order-to-Cash und Erfüllung der Service Level Agreements
- Solides Community-Management
- End-to-End-Integration und konsolidiertes MFT-Prozessmanagement
- Tracking und Rückverfolgbarkeit zur Effizienzsteigerung von Lieferketten
- Prozessoptimierung
- EDI und vollautomatische Datenkonvertierung
- WebEDI gemäß GS1-Empfehlung



CAS Concepts and Solutions AG
Frielinghausstraße 3
44803 Bochum
Herr Frank Austel
Tel.: (02 34) 9 35 97-0
Fax: (02 34) 9 35 97-59
E-Mail: info@c-a-s.de
www.c-a-s.de



Integration, anders sehen, fühlen und handeln

Geschäftspartner-Integration

Seit mittlerweile 11 Jahren steht das Thema Geschäftspartner-Integration im Fokus der CAS AG. Dabei realisieren wir erfolgreich Projekte sowohl auf Lieferanten- als auch auf Handelsseite. Natürlich werden auch „neue“ Themen wie z.B. papierlose Rechnungen nach dem „Entbürokratisierungsgesetz“, Vertikalisierung im Fashion Bereich, SA2 Datenpool, SEPA, aber auch Lösungen für einen Rechnungsprüfungs-Workflow zur Vereinfachung der Rechnungsverarbeitung, von den Retail-Experten der CAS AG immer als gesamtheitliches Integrationsthema inkl. End-to-End Monitoring betrachtet. Das Know-how unserer kompetenten Berater umfasst jahrelange Erfahrungen mit allen gängigen Standards wie EDIFACT, EANCOM® und Empfehlungen der GS1 im Umfeld Mode/Fashion, Lebensmittelhandel, Baumarkt, Drogerie/Kosmetik und auch der Konsumgüterindustrie.

Detaillierte Kenntnisse und langjährige Erfahrungen im Einsatz von Applikationen verschiedener Anbieter versetzen die Berater der CAS AG

in die Lage, den Kunden stets eine exakt an ihre Bedürfnisse angepasste Lösung zum Aufbau eines Integrations Szenarios anbieten zu können:

Datenkonvertierungswerkzeuge

IBM WebSphere Transformation Extender/ SAP NetWeaver PI mit dem von der CAS AG implementierten Add-on EDIX

Kommunikationswege zu den Partnern (X.400, AS2, FTP, ...)

IBM WebSphere Partner Gateway/Axway Synchrony Gateway

End-to-End Monitoring

CAS Monitor

Implementierung von Rechnungsprüfungs-Workflows

IBM WebSphere Process Server



Client Computing Germany GmbH

Reichenbachstraße 2
85737 Ismaning
Herr Johansen
Tel.: (0 89) 4 53 04 00
Fax: (0 89) 45 30 40 22
E-Mail: info@clientcomputing.de
www.clientcomputing.de

- EDIFACT/XML/CSV-Systeme für alle Branchen
- Vollautomatische schlüsselfertige Systeme
- Anwendungssoftware für „Elektronische Fernmelderechnungen“
- Outsourcing-Systeme, Stand-Alone-Systeme
- Alle EDIFACT-Nachrichtentypen kostenlos für Konverter-Tabellen
- Konverter für alle Betriebssysteme und Syntaxformate
- EDI-Steuerungssoftware mit Anbindungen an alle Kommunikationssysteme/Protokolle
- Anpassungen an SAP R/2 und R/3 und andere Systeme
- Für EDIFACT Release 4 und alle Directories
- Software für den EDIFACT-Datenaustausch mit Banken
- GDPdU-Tools für EDI-Messages
- Systeme zur Abrechnung von TK-Rechnungen
- Performance über 3 MB/Sek.
- XML-Entwicklungen, XML-Tools, XML-Anwendungen
- EDI-Outsourcing, zwei EDI-Center, branchenneutral und für Bekleidungssektor (BTE-Center), ca. 1.000 Teilnehmer
- AS2 Kommunikationsprotokoll für internationalen gesicherten Datenaustausch über das Internet

Über 6000 Installationen weltweit in über 80 Branchen. Über 20 Jahre EDI-Erfahrung.



cobixx GmbH
Floriansbogen 2,4
82061 Neuried

Herr Carsten Schäfer
Tel.: (0 89) 72 44 12-0
Fax: (0 89) 72 44 12-25
E-Mail: info@cobixx.de
www.cobixx.de



Die cobixx GmbH bietet u. a. Lösungen zur Prozeß-Optimierung. Hier unsere Leistungen:

- EDI
 - Einführungs-, Prozeß-Beratung
 - Implementierung TransCom EDI Konverter
 - Integration, Anbindung bestehender Systeme
 - Schulungen/Trainings
- RFID
 - Einführungs-, Prozeß-Beratung
 - Implementierung der Infrastruktur
 - Dokumentation
 - Schulungen/Trainings



COMARCH AG
Chemnitzer Straße 50
01187 Dresden
Herr Tobias Busch
Tel.: (03 51) 32 01-32 33
Fax: (03 51) 43 89-710
E-Mail: Tobias.Busch@comarch.com
www.comarch.de



EDI Plattform Management:

- Branchenübergreifende Full-Service Integration, Global B2B Service
- Business Partner Rekrutierung, Helpdesk, Troubleshooting
- WebEDI, EDI Classic (AKH, GS1-zertifiziert)
- EDI Sicherheit: E-Signaturen & Verifikation
- Kalkulierbarkeit: Real-Time Monitoring
- Alle Formate & Kommunikationskanäle
- Rechnungsstellungsspezialist für CEE
- EDI Rechts- & Finanzamt konformität
- Intelligente EDI Erweiterungen: VMI, SFA



CONXPERT GmbH & Co. KG
Mary-Somerville-Str. 7
28359 Bremen
Herr Dr. Hans-Peter Klug
Tel.: (04 21) 24 46-0
Fax: (04 21) 24 46-150
E-Mail: mail@conxpert.de
www.conxpert.de



Speed up your business

Wie Sie mit beschleunigter Kommunikation in den Prozessen Ihr Business nachhaltig stärken. Namhafte Unternehmen aus Industrie und



Handel vertrauen auf CONXPERT zur optimalen elektronischen Vernetzung mit ihren Kunden und Lieferanten.

Für Sie stehen weitere Informationen bereit unter www.conxper.de.



Crossgate AG

Balanstr. 73
Gebäude 11
81541 München
Herr Oliver Stuhmann
Tel.: (0 89) 20 70 41-0
Fax: (0 89) 20 70 41-333
E-Mail: os@crossgate.com
www.crossgate.com



Crossgate ist der weltweit erste Anbieter eines Business-Ready Networks, das ad hoc eine hundertprozentige Integration von Geschäftspartnern, Kunden und Lieferanten garantiert. Einmal an das Crossgate-Netzwerk angeschlossen, können Unternehmen Daten in allen Formaten und über alle Mediengrenzen mit beliebigen Geschäftspartnern elektronisch austauschen. Durch die Crossgate B2B-360°-BPO-Services „powered by SAP“ erhalten Kunden direkt aus ihrem SAP-System einen sofortigen Zugang zum Business-Ready Network. Mit den rechtskonformen eInvoicing-Services deckt Crossgate den gesamten Rechnungsprozess inkl. Signatur, Compliance Monitoring und Langzeitarchivierung ab. Über das B2B-Netzwerk tauschen bereits mehr als 40.000 Geschäftspartner Dokumente und Daten aus.



dawin® gmbh

Belgische Allee 50
53842 Troisdorf
Frau Margit Rübner-Bahne,
Marketing & Vertrieb
Tel.: (0 22 41) 397 198-0
Fax: (0 22 41) 397 198-9
E-Mail: info@dawin.de, info@einfach-checken.de
www.dawin.de, www.einfach-checken.de



dawin gmbh bietet innovative Businesslösungen für die mobile Datenerfassung unter Windows. Die Softwareprogramme decken nahezu alle mobilen Prozesse eines Unternehmens ab und erlauben auch eine sprachgesteuerte Bedienung.

Dritt-Softwareprogramme können mit den mobilen Lösungen von dawin ebenfalls angesprochen werden. dawin arbeitet branchenübergreifend und bietet Workshops zum Thema mobiles Arbeiten an.



EDI Center GmbH
Gutenbergstraße 15
86356 Neusäß
Herr Thomas Hacker
Tel.: (08 21) 2 46 59-0
Fax: (08 21) 2 46 59-60
E-Mail: thomas.hacker@edicenter.de
www.edicenter.de

Seit 1997 EDI-Lösungen in allen gängigen Ausprägungen. Als mittelständisches Unternehmen beraten wir Sie individuell. Kundennähe wird bei uns großgeschrieben.

- **EDI Classic**
Unabhängige Beratung, Ablösung von Altsystemen. Alle Formate: EDIFACT, VDA, X.12, Idoc, Bemis u. v. m.
- **EDI Clearing und WebEDIFACT® (ASP)**
Wir haben sie erfunden: Die EDI-Flatrate!
- **Pay-On-Scan Easy – die Lösung für VMI, Shop in Shop ...**
Sie disponieren den Nachschub auf Knopfdruck – mit oder ohne Anbindung an Ihr ERP-System. Einfaches Handling, umfangreiches Reporting.
- **GDPdU – die elektronische Betriebsprüfung**
Beratung und Lösungen, damit Sie Ihren „elektronischen Aufbewahrungspflichten“ nachkommen können – nicht nur im EDI-Umfeld.



1eEurope Deutschland GmbH
Max Eyth Straße 38
71088 Holzgerlingen
Herr Patrick Sönke
Tel.: (0 70 31) 46 17 30
Fax: (0 70 31) 46 17 50
E-Mail: patrick.soenke@1eEurope.de
www.1eEurope.de



Das Leistungsangebot der 1eEurope umfasst die kompetente Beratung und die Lieferung von Softwarelösungen zur Umsetzung von EDI und von eBusiness-Strategien. Darüber hinaus ermöglichen die ADDVITY Services das reibungslose Outsourcing der kompletten Partnerkommunikation.

- Zu den Leistungen gehören u. a.:**
- Implementierung von Standard-Software und Kommunikationslösungen
 - Stammdatenaustausch (auch für Varianten)
 - Vollintegriertes Clearing Center (alle Formate, alle Nachrichtenarten)
 - Stetige Unterstützung aktueller Themen (z. B. DESADV incl. NVE, AS2)
 - Workflowunterstützung für den Gesamtprozess Order-2-Pay
 - Digitale Signatur/Verifikation von elektronischen Rechnungen
 - Archivierungsservice
 - Online Shop Funktionen (B2B)

Besondere Dienstleistungen:

Kompetente Unterstützung zur Umsetzung Ihrer EDI Strategie incl. Partner Recruiting zur schnellen Anbindung von Wunschpartnern in heterogenen Umfeldern. Experten implementieren hochwertige Lösungen und schulen Ihr Personal oder ermöglichen auf Wunsch gar das Outsourcing des kompletten EDI Betriebs in das zentrale ADDVITY Clearing Center.

Know-how & Zertifizierung:

- GS1 Germany Solution Provider
- Microsoft Certified Partner
- TIE Implementation Partner
- Unterstützung aller EDI Standards & Netzanbieter



e-integration GmbH
Calor-Emag-Str. 3
40878 Ratingen
Herr Detlef Schwan
Tel.: (0 21 02) 4 79-120
Fax: (0 21 02) 4 79-109
E-Mail: detlef.schwan@e-integration.biz
www.e-integration.biz



e-integration (vormals Yacom) übernimmt als ASP die unternehmensübergreifenden Prozesse (EDI, SCM, Auftragsabwicklung, Einkauf) zwischen Industrie und Handel. Das multimediale Clearing Center bedient europaweit 2500 registrierte EDI-Partner. Basis-Services:

- Full-Service EDI Clearing Center
- modernste RZ-Infrastruktur mit höchsten Sicherheitsstandards
- Zertifizierte Lösungen für SAP u. a.
- X.400-Domäne mit Protokollen P1-P35
- Elektronische Signatur und Verifikation
- Konvertierung aller Datenformate
- Katalogbasierte Web2EDI-Plattform
- Fax- und Briefoutput als EDI-Ergänzung
- Flächendeckende EDI-Einführung durch Low Cost Roll-out-Konzepte



er.com EDI-Systeme & -Beratung
Industriestraße 16-20
33758 Schloß Holte-Stukenbrock
Frau Rutkowski
Tel.: (0 52 07) 95 26-0
Fax: (0 52 07) 95 26-26
E-Mail: info@ercom-edi.de
www.ercom-edi.de

- Software-Haus + Berater für EDI/EC-Lösungen seit 1991
- Produktfamilie EDIAL: branchenneutrale Gesamtlösung für den elektronischen Geschäftsverkehr
- auf diversen Plattformen incl. AS/400



- alle Netze und Formate incl. XML
- für alle Geschäftsbereiche
- viele Standard-Integrationen zu Warenwirtschafts- und FIBU-Lösungen
- Vollautomatik
- Seminare, Service, Hotline



er.com-Services GmbH
Industriestraße 16-20
33758 Schloß Holte-Stukenbrock
Herr Eichenbrenner
Tel.: (0 52 07) 95 27-0
Fax: (0 52 07) 95 27-27
E-Mail: info@ercom-edi.de
www.edifact-info.de

- EDI- und E-Commerce-Rechenzentrums-Dienstleistungen
- alle Formate incl. XML und VICS
- alle Netze incl. GXS- und AS2-Dienst
- viele Standard-Integrationen zu Warenwirtschafts- und FIBU-Lösungen
- Partner der SINFOS-GmbH
- unser Service: schnell und kostengünstig zum SINFOS-Stammdatenpool
- der Rund-um-sorglos-Service für alle, die nach Alternativen suchen – ob Outsourcing oder Neueinstieg



Gesellschaft für Logistische Systeme
LS GmbH
Siemensstraße 14
28857 Syke
Herr Lutz Pachali
Tel.: (0 42 42) 61 22-0
Fax: (0 42 42) 61 22-15
E-Mail: info@lsgmbh.de
www.lsgmbh.de

Softwarehaus und Dienstleister seit 1987 für die Anwendungs-Integration beliebiger IT-Systeme (von Standardsoftware, z. B. SAP, von Individualsoftware, auch direkt von Datenbanken), sowohl unternehmensintern (EAI) als auch zwischen Unternehmen (über EDI). Öffnung beliebiger IT-Systeme für den Zugang über Internet und World Wide Web. Hierfür Einsatz unseres Integration Servers OSIS, einer „Datendrehscheibe“, welche die Konvertierung aller EDI Standards und Protokolle unterstützt und für Windows (NT/2000/XP/2003), Linux und alle UNIX-Anbieter-Plattformen zur Verfügung steht. Einsatz u.a. bei vielen Lieferanten und bei Handelsunternehmen wie REWE-Informationssysteme GmbH, Migros-Genossenschaftsbund, Bon appetit Group AG.



GS1 Germany GmbH
Consult
Maarweg 133
50825 Köln
Herr Guido Hammer
Tel.: (02 21) 947 14-325
Fax: (02 21) 947 14-390
E-Mail: hammer@gs1-germany.de
www.gs1-germany.de

GS1 Consult entwickelt für Sie Lösungen entlang der Wertschöpfungskette. Das Ergebnis ist ein Leistungsportfolio, das alle Fragestellungen der Wirtschaft abdeckt. Ebenso ganzheitlich ist unser Verständnis einer kompetenten Beratung: Unabhängig davon, ob Sie nur auf ein einzelnes Modul unseres Angebotes, wie z. B. Auto-ID, EDI/eCommerce, Category Management oder Supply Chain Management zurückgreifen, oder auf sämtliche Module – wir begleiten Sie über den gesamten Prozess. Von der Analyse über die Umsetzung bis hin zu Training und Ausbildung. Fordern Sie einfach unser Beratungsangebot an!



HERMES EDV-Beratung
Lilienweg 9
53819 Neunkirchen-Seelscheid
Tel.: (0 22 47) 97 13 92
Fax: (0 22 47) 97 13 93
E-Mail: info@hermes-it-solutions.com
www.hermes-it-solutions.com

Das Serviceangebot umfasst Beratung, Einführung und Betrieb von EDI-Systemen.

- Pluto: Modular aufgebautes, günstiges EDI-System für den PC. Unterstützt alle Standards. Flexible Schnittstellen mit Datei- und direktem Datenbankzugriff für die Anwendungsintegration. Eigene Script-Sprache und eMail-Client.
- LVS: Komplett-Lösung für „Pay-on-Scan“ inkl. ERP-Integration



inubit AG
Schöneberger Ufer 89-91
10785 Berlin
Herr Lars Reimann
Tel.: (0 30) 72 61 12-244
Fax: (0 30) 72 61 12-100
E-Mail: lars.reimann@inubit.com
www.inubit.com



inubit – vorkonfigurierte Lösungen zur Prozessautomatisierung in Handel/Logistik

- inubit EDI/WebEDI-Lösungen
- Unterstützung aller gängigen Formate/Protokolle

- Stammdatenmanagement
- umfassende Prozessintegration
- Paper2Process für automatisierte Verarbeitung von Papierbelegen
- Invoice Management
- Integrierte Kollaborationsportale
- Integration elektronischer Signaturen



is4 IT Services GmbH & Co. KG
Marienstr. 88
32425 Minden
Dr. Rolf Sundermeier
Tel.: (05 71) 38 54-0
Fax: (05 71) 38 54-18 19
E-Mail: rolf.sundermeier@is-4.de
www.is-4.de



is4 IT Services bietet tiefgehendes Branchenwissen gepaart mit dem Implementierungs- und Integrations-KnowHow führender Softwareanbieter. Unsere Erfahrungen aus dem RZ Betrieb der Anwendungen sichern auch Ihren Projekterfolg. Mit uns wird Ihre kundenindividuelle Lösung unter TCO-Aspekten optimal entwickelt.

- **ECR Prozesse**
 - Category Management, VMI
- **EDI-Prozesse** auf Technologie Basis
 - Seeburger, Netweaver (SAP XI)
- **Szenarien**
 - Vollautom. Auftragserfassung, Lieferung, Rechnungsstellung
 - PRICAT aus SAP
 - Anbindung von Logistik Service Providern



maxess systemhaus gmbh
Europaallee 3-5
67657 Kaiserslautern
Herr Florian Bernauer
Tel.: (06 31) 303 25 12
Fax: (06 31) 303 25 13
E-Mail: info@maxess.de
www.maxess.de

Die maxess systemhaus gmbh ist aufgrund ihrer fundierten Branchenerfahrung und Praxisnähe das Kompetenzzentrum für IT-Lösungen im Handel. Das Warenwirtschaftssystem x-trade sowie die Data-Warehouse-Lösung x-decision gehen auf die besonderen Anforderungen des Handels ein, lassen sich problemlos miteinander kombinieren und ergeben zusammen eine perfekte, voll aufeinander abgestimmte Lösung.



EDI-Clearing

EDI-Hotline

Kommunikationssoftware

Konverter

Netzwerk

Software, andere

Mitglied EPC/RFID-Umsetzungsnetzwerk

menten GmbH
IBM System i software solutions
Hauptstraße 136-140
51465 Bergisch Gladbach
Herr Martin Hausmann
Tel.: (0 22 02) 23 99-0
Fax: (0 22 02) 23 99-23
E-Mail: info@i-effect.de
www.i-effect.de

Native EDI-Standardlösung i-effect®

- Server IBM System i5, iSeries, AS/400
 - EDIFACT, alle Nachrichtentypen
 - EDIINT AS2, OFTP, FTP, X.400
 - E-Mail für Partner ohne EDI-System
 - Qual. Elektr. Signatur, Verschlüsselung
 - Unbegrenzte Anzahl Mappings und Partner
 - Jede ERP-Integration (u. a. SAP IDOC)
- Ob als EDI-Baukasten zu Modul-Festpreisen oder als Bundle für System-i-Einsteiger. Wir bieten ein EDI-System, das mit Ihrem Unternehmen zusammen expandiert.



SA2 Exchange GmbH
Maarweg 149-161
50825 Köln
Herr Michael Brombach
Tel.: (02 21) 770-23 23
Fax: (02 21) 770-23 45
E-Mail: mbrombach@sa2worldsync.com
www.sa2worldsync.com



SA2 Exchange GmbH ist gemeinsam mit der SA2 Worldsync GmbH als einziger Anbieter am Markt in der Lage, Kunden aus Handel und Industrie das Management von Stamm- und Bewegungsdaten aus einer Hand anzubieten. Über die Business Integration Plattform können Unternehmen alltägliche und in der Regel papierbasierte Prozesse durch digitalisierte Vorgänge ersetzen und dabei beträchtliche Einsparpotenziale realisieren. SA2 Exchange ist eine 100%ige Tochter der PIRONET NDH AG in Köln.



SA2 Worldsync
Maarweg 149-161
50825 Köln
Tel.: (02 21) 7 70 23 00
Fax: (02 21) 770 10 05
E-Mail: info@sa2worldsync.com
www.sa2worldsync.com



SA2 Worldsync, ein Joint Venture der Gesellschafter PIRONET NDH AG, Agentrics LLC und GS1 Germany, entstand durch die Verschmelzung der SINFOS GmbH mit dem Agentrics Geschäftsbereich GenSync. Die Datenpool-Services von SA2 Worldsync ermöglichen den professionellen Austausch von Artikelstammdaten auf Basis internationaler GDSN Standards und werden weltweit von mehr als 3.800 Unternehmen genutzt. Über den Datenpool von SA2 Worldsync

wird der elektronische Datenverkehr rationalisiert, indem Unternehmen ihre Artikelstammdaten nicht länger bilateral, sondern multilateral austauschen. SA2 Worldsync ist GDSN-zertifiziert und ermöglicht die länderübergreifende Distribution von Stammdaten. Damit eröffnet SA2 Worldsync Herstellern und Händlern den Weg zum internationalen Datenaustausch. Nutzer erhalten dabei alle Services aus einer Hand und müssen keine Verträge mit weiteren lokalen Datenpools abschließen. Mehrwertdienste, z.B. für Mediadaten, ergänzen das Lösungsportfolio von SA2 Worldsync.



Salomon Automation GmbH
Alter Hellweg 60
44379 Dortmund
Herr Rainer Skau
Tel.: (02 31) 967 871-0
Fax: (02 31) 967 871-20
E-Mail: dortmund@salomon.de
www.salomon.de

Salomon Automation ist führender Anbieter von Logistiksoftware und -systemen für den Handel, die Konsumgüterindustrie und Logistikdienstleister und realisiert europaweit Logistikgesamtlösungen. Die im Unternehmen entwickelten WAMAS® Logistiksoftwareprodukte verwalten, kontrollieren und optimieren die Warenbewegungen, steuern die Logistikprozesse vom Produzenten über die Distribution bis zur Filiale und sorgen für eine effiziente und flexible Auftragsbearbeitung.



SAS Institute GmbH
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg
Herr Christian Zilger
Tel.: (0 62 21) 415-0
Fax: (0 62 21) 415-101
E-Mail: info@ger.sas.com
www.sas.com

SAS ist mit 1,9 Milliarden US-Dollar Umsatz weltweit größter Anbieter von Business-Intelligence-Software. Basierend auf einer über 30-jährigen Projekterfahrung bietet SAS seinen Kunden vielfältige Softwarelösungen, die genau auf die Anforderungen einzelner Branchen zugeschnitten sind. Diese mit spezifischen Datenmodellen und Vorgehensmethoden vorkonfigurierten Lösungen verschaffen Kunden bei deutlich reduzierten Implementierungszeiten eine ganzheitliche Sicht auf ihr Unternehmen. Speziell für Handel und Konsumgüterindustrie umfassen die „SAS Retail Intelligence Solutions“ umfangreiche Softwareangebote für die Bereiche Standort- bzw. Flächenplanung und Filialsteuerung, strategische Sortimentsplanung und Angebotsoptimierung, analytische Preis-

findung bei Aktions- und Schlussverkäufen, Promotion-Optimierung, Analyse und Prognose von Käuferverhalten inkl. Nachfrageentwicklung, Bondatenanalyse, Cross- und Upselling-Verfahren, Kampagnenmanagement und Marketing Automation.



SEEBURGER AG
Edisonstraße 1
75015 Bretten
Herr Marco Pister
Tel.: (0 72 52) 96-0
Fax: (0 72 52) 96-22 22
E-Mail: info@seeburger.de
www.seeburger.de



SEEBURGER bietet durch eine sehr breite Palette von Integrationstechnologien eine 100% Partnerintegration, durch:

- **B2B/EDI per Click** – durch eine komplett vorkonfigurierte Standard Solution
- **Lieferantenintegration von S bis XXL** WebEDI Portale für alle Branchen
- **Purchase-to-Pay & Order-to-Cash in SAP** (EDI, Papier, Web, E-Invoicing)
- **SAP Lösungserweiterungen** – End-to-End Monitoring, Alerting, B2B Status Integration
- **Cloud Services** – für alle SEEBURGER Produkte und alle Unternehmensgrößen

SEEBURGER ist von internationalen IT-Analysten zur Nr. 1 der Integrationsanbieter gekürt worden. Von diesem Know-How profitieren mehrere tausend Kunden wie Beiersdorf, Campina, Coop, Kraft, s.Oliver, Tetley, Würth u. a.



stratEDI Gesellschaft für Kommunikationskonzepte und -lösungen mbH
Lusebrink 9
58285 Gevelsberg
Herr A. Weng, Herr T. Schmall
Tel.: (0 23 32) 6 66 00-0
Fax: (0 23 32) 6 66 00-29
E-Mail: info@stratedi.de
www.stratedi.de



- **Classic-EDI:** EDI-Konzepte, -Projekte und Implementierungen
- **CR:** Implementierung der CR-Nachrichten, Optimierung des Warenflusses mit Hilfe des EAN-128
- **BPI:** Business Partner Integration
- **B2B-Services:** WebEDI, EDI via Internet, Clearing, EDI-Outsourcing
- **eInvoicing:** Digitale Signatur von Rechnungsdaten (EDIFACT, EANCOM®, PDF etc.) AUTACK, Verifikation, Webservice, Archivierung



-  Geschäftsdatenaustausch mittels EANCOM® (EDI)
-  Eigenvergabe von NVE
-  Packstückverfolgung mittels NVE
-  Sendungsauskunftssystem
-  Planung und Beratung
-  Mitglied EPC/RFID-Umsetzungsnetzwerk

Trubiquity GmbH
 Dynamostraße 3
 68165 Mannheim
 Herr Thurner, Herr Dr. Theine
 Tel.: (06 21) 391 55-0
 Fax: (06 21) 391 55-194
 E-Mail: solutions@trubiquity.com
www.trubiquity.com



TRUBIQUITY ist einer der führenden Anbieter von Managed File Transfer Lösungen für den kommerziellen (EDI/B2B) und technischen Datenaustausch sowie Lösungen für die Geschäftsprozessintegration mit über 6.500 Kunden weltweit.

Lösungen und Services für Handel, Automotive und weitere Branchen:

- **TRUedX/TRUedX Enterprise** – umfassende EDI-Outsourcing (SaaS) und WebEDI-Lösungen/leistungsfähige EDI-Konvertersysteme – Datenaustausch via EDIFACT, EANCOM®, ODETTE VDA, ANSI X.12, XML u. a. mit flexibler Integration in PPS-, ERP- und WWS-Systeme – SAP, QAD, Oracle, MD NAV ebenso wie zahllose kleine und mittlere ERP-Pakete
- **TRUfusion** – SaaS, Enterprise- und Portal-Lösungen für den sicheren Austausch technischer Daten inkl. Integration in CAD-, PDM- und PLM-Systeme

- **TRUeurex-c** – sichere Kommunikation via OFTP, OFTP2, AS2, X.400 und FTP
- **TRUedX Archive** – revisions sichere Langzeitarchivierung von elektronischen Geschäftsdokumenten
- **Managed Services** – Outsourcing, Consulting, Partner-Roll-Out u. v. m.



C Logistik

Heinrich Dehn
Internationale Spedition GmbH
 Wasserweg 21
 64521 Groß-Gerau
 Herr Huismann
 Tel.: (0 61 52) 93 05-10
 Fax: (0 61 52) 93 05-64
 E-Mail: Berndt.Huismann@heinrich-dehn.de
www.heinrich-dehn.de

Zentrallagerlogistik für Industrie/Handel

- EDI-Datenaustausch (ORDERS, DESADV, INVRPT, RECADV) – Integrierung von CPFR Modellen
- Verarbeitung der NVE 128 im WE
- Beleglose WLAN Kommissionierung, Staplerleitsystem – Permanente Inventur
- Projektmanagement

- NVE 128 im WA mit Rückverfolgung nach EU 178 – Artikelstammdatenabgleich
- Warehousemanagement nach CRP/ECR d.h. autom. Wiederbevorratung



Kühne & Nagel (AG & Co) KG
 Grosser Grasbock 11-13
 20457 Hamburg
 Tel.: (0 40) 30 33 33-0
 Fax: (0 40) 30 33 33-2000
 E-Mail: info.hamburg@kuehne-nagel.com
www.kuehne-nagel.com

Schwerpunkt: See-, Luftfracht und Kontraktlogistik mit klarer Ausrichtung auf besonders wertschöpfungsintensive Bereiche wie informatikgestützte Supply Chain Management-Dienstleistungen.

Weitere Angebote sind Spezialprodukte wie Öl & Energie, Hilfsgüterlogistik, Militärlogistik, Perishables, Pulp & Paper Transporte, Forstprodukte, Messe- und Veranstaltungsdienste, Flughafenlogistik, Hotellogistik, internationale Bahnspedition und Versicherungsmakler. Mit mehr als 17.000 Mitarbeitern an 600 Standorten in 90 Ländern zählt Kühne & Nagel zu den global führenden Logistik-Dienstleistern.



www.gs1-germany.de

STANDARDS

Ihr Magazin für die effiziente Value Chain

IMPRESSUM

STANDARDS:
 Ihr Magazin für die effiziente Value Chain,
 30. Jahrgang

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt:

GS1 Germany GmbH
 Maarweg 133, D-50825 Köln
 T +49 (0)221 947 14-0, F +49 (0)221 947 14-990
 E-Mail: info@gs1-germany.de
www.gs1-germany.de

Geschäftsführung: Jörg Pretzel

V. i. S. d. P.: Kristina Wegner

Chefredaktion: Malte Hendriksen

Copyright: GS1 Germany GmbH

GS1 Germany-Mitarbeiter dieser Ausgabe:
 Miriam Becker, Bodo Boer, Klaus Förderer, Guido Hammer, Sandra Hohenecker, Ercan Kilic, Thorsten Kirschner, Sabine Kläser, Sebastian Krug, Guido Linden, Volker Middelanis, Stephan Schaller, Mercedes Schulze, Roman Strand, Gitta Weirauch, Roman Winter, Andreas Zilgitt

Anzeigen/Anzeigenverwaltung:

Elke Schmitthenner
 E-Mail: schmitthenner@gs1-germany.de
 Oliver Paulsen
 E-Mail: paulsen@gs1-germany.de

Bezugsmöglichkeiten:

Jahresabonnement: 16,40€, Einzelheft: 5,50€, alle Preise zuzüglich Versandkosten und ggf. Bankenprovision (Ausland) und 7% MwSt.

Kündigungsfrist: 6 Wochen zum Jahresende. GLN-Lizenznehmer erhalten ein Exemplar des Magazins pro Ausgabe kostenlos.

Insertionsmöglichkeiten:

Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 27, Aufträge bitte an GS1 Germany.

Erscheinungsweise:

viermal jährlich

Konzeption, Gestaltung und Realisation:

blue satellite
 Konkordiastraße 25, D-40219 Düsseldorf

Freizeichen Ideen Kontor
 Corneliusstraße 71, D-40215 Düsseldorf

Redaktion: Silvia Brauner/Karin Thissen

Projektkoordination:

blue satellite/Freizeichen Ideen Kontor

Art Direction/Grafik: Ina Mähl

Bilder/Bildagenturen:

BVL, Hansjörg Frank, GS1 Germany, Nobilis, PROZEUS, Sennheiser, fotolia, iStockphoto,

Produktion:

Druckpartner Schotte, Essen/Krefeld
 Diese Zeitschrift wird gedruckt auf ProfiGloss/ProfiSilk.



 Marktforschung

 Agenturen

 Planung + Beratung

 POS-Gestaltung/-Marketing

 Methodenanbieter

Logwin AG

5, an de Längten
ZIR Potaschberg
L-6776 Grevenmacher
Frau Mara Hancker
Tel.: +352 (719) 690-0
Fax: +352 (719) 690-1359
E-Mail: pr-info@logwin-logistics.com
www.logwin-logistics.com

Logwin entwickelt als externer Partner ganzheitliche Logistik- und Servicelösungen für Industrie und Handel. Kundenindividuelle Kontraktlogistik und internationale See- und Luftfracht sind unsere Kernkompetenzen. Mit unserem Supply Chain Management unterstützen wir Sie als erfahrener und verlässlicher Logistikdienstleister bei der Steuerung des gesamten Warenflusses. Kurz: wir bringen Ihre Ideen weltweit in Bewegung.



Scheren Logistik GmbH

Karweg 10
40589 Düsseldorf
Tel.: (02 11) 999 54-61
Fax: (02 11) 999 54-66
E-Mail: info@scheren.de
www.scheren.de

Logistik Fullservice

Schwerpunkt Warehousing:

Zentralläger für Markenartikel, Chemie, Healthcare, Pharma, Gefahrgut

High Quality Warehousing:

- Durchschn. Fehlerfreiheit der Kommissionierung p. a. > 99,50% p. Beleg
- WE-Scannung mit Charge/MHD
- Beleglose WLAN-Kommissionierung mit Terminal, Waage und Scanner

- Staplerleitsystem für WE/WA/Umlagerung
 - WA mit Kontrollscannung der NVE
 - Repacking/Konfektionierung
 - Werbemittelversand/Retourenabwicklung
- IT:
- Datenanbindung SAP/JDE/BPCS
 - EDI-Datensatzanbindung
 - Spediteur/Empfänger NVE/EAN-128
 - DESADV, IFTMIN, IFCSUM etc.
 - RFID-/EPC-Umsetzung für GlaxoSmithKline i.R. der Metro-Future-Store-Initiative



Transtermos GmbH

Lilienthalallee 25
80939 München
Herr Reiner Loder
Tel.: (0 89) 32 36 07 38
Fax: (0 89) 32 36 08 05
E-Mail: reiner.loder@muk-ag.de
www.transtermos.de

Integrierte Logistik-Konzepte und Dienstleistungen im Tiefkühlsektor mit

- Lagerung von Tiefkühllebensmitteln
- Kommissionierung, Konfektionierung
- flächendeckender Distribution
- lückenloser Tiefkühlkette vom Produzenten bis zum Handel
- 15 Niederlassungen in Deutschland
- Lagerung in 25 Tiefkühlhäusern bis -27°C im Unternehmensverbund mit der MUK AG und der Schwestergesellschaft MUK Logistik GmbH
- Projektmanagement
- erfahrenen Kooperationspartnern im In- und Ausland



D Category Management/ Shopper Marketing


gps dataservice GmbH
Dornhofstraße 69
63263 Neu-Isenburg
Herr Gerd Palmer
Herr Andreas Luppold
Tel.: (06102) 29036-0
Fax: (06102) 29036-16
E-Mail: palmer@gps-dataservice.de
www.gps-dataservice.de

Wir sind die Spezialisten für Real Life Shopper Research
Durchführung von Controlled Store Tests im LEH mit Analysen von Scanner- und Kundenkartendaten
Quantitative + qualitative Shopper Studien, eigenes Testpanel
über 300 Verbraucher- / Supermärkte
über 100 SB-Warenhäuser
30 Drogeriefilialen. 40 Tankstellen
30 Baumärkte. Unser Motto:
Alle Lösungen aus einer Hand




Mehr Informationen: www.gs1-germany.de





KNOWLEDGE CENTER

Besuchen Sie uns im GS1 Germany Knowledge Center!
Treffen. Tagen. Trainieren.

12. ECR-Tag

Wir danken allen Ausstellern und Sponsoren des 12. ECR-Tags

AUSSTELLER UND SPONSOREN



DIESE UNTERNEHMEN UNTERSTÜTZTEN DAS ECR-VILLAGE



Auf Wiedersehen in Wiesbaden 2012!
 13. ECR-Tag | 5./6. September 2012 | Rhein-Main-Hallen Wiesbaden