



Jahresbericht

2010

Was uns antreibt

GS1 Germany steht für effiziente unternehmensübergreifende Prozesse entlang der Value Chain. Für unsere Kunden aus unterschiedlichsten Branchen treiben wir die Umsetzung von Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards systematisch voran. Wir haben die Märkte und Trends von morgen im Blick und entwickeln praxistaugliche Lösungen für alle Beteiligten der Wertschöpfungskette. Der intensive Austausch mit Unternehmensvertretern aus allen Bereichen und Funktionen schafft eine hohe Akzeptanz und Investitionssicherheit bei sämtlichen Anwendern. Innerhalb des weltweiten GS1-Netzwerks vertreten wir die Interessen deutscher Unternehmen und engagieren uns mit diesem Ziel auch in der europäischen ECR-Organisation sowie im internationalen Consumer Goods Forum. So gewährleisten wir, dass unsere Kunden GS1-Lösungen über Ländergrenzen hinweg nutzen und damit ihre Wertschöpfung nachhaltig steigern können.

Was wir 2010 erreicht haben

Im vergangenen Jahr hat GS1 Germany einerseits das Kerngeschäft gezielt weiter ausgebaut und andererseits vielversprechende Zukunftsthemen in Angriff genommen. Mit dem neu eingeführten Leistungspaket GS1 Complete erhalten die Unternehmen den direkten Zugriff auf das gesamte GS1-Nummernsystem sowie umsetzungsorientierte Lösungs- und Supportangebote für alle Stufen der Wertschöpfungskette. Davon profitierten in 2010 bereits rund 4.300 Neukunden. Erfreulich entwickelte sich der Umsetzungsgrad der GS1-Basistechnologien in den einzelnen Wirtschaftsbereichen. Insbesondere im Healthcare- und Textilsektor, aber auch im Onlinehandel sowie in der wehrtechnischen Industrie haben die GS1-Standards im Berichtsjahr weiter an Bedeutung gewonnen. Pionierarbeit leistete GS1 Germany beim Aufbau der neuen Geschäftsfelder Mobile Commerce und Nachhaltigkeit. Damit kommen wir dem Bedarf nach kundenorientierten digitalen Marketingstrategien, zuverlässigen Daten-Infrastrukturen und ebenso effizienten wie nachhaltigen Lösungsansätzen entgegen.

Was wir 2011 erreichen wollen

Die durchweg positive Resonanz auf das neue Lösungspaket GS1 Complete stellt eine gute Ausgangsbasis für weiteres Wachstum im laufenden Jahr dar. 2011 haben wir uns das Ziel gesetzt, 6.000 Neukunden vom Leistungsangebot von GS1 Germany zu überzeugen. Dabei steht die Erschließung weiterer Kundensegmente vor allem im Anlagen- und Maschinenbau, in der Automotive-Branche sowie dem Finanzsektor im Vordergrund. In enger Zusammenarbeit mit den entsprechenden Steering Committees des Aufsichtsrats wird GS1 Germany im laufenden Jahr das Umsetzungstempo deutlich beschleunigen, um die angepeilte kritische Masse von 80 Prozent Marktdurchdringung zügig zu erreichen.

In den strategischen Zukunftsfeldern Mobile Commerce und Nachhaltigkeit wollen wir im laufenden Jahr praktikable Prozesslösungen auf den Weg bringen. Zum einen sollen Hersteller und Händler ihre mobilen Services künftig über standardisierte, zuverlässige Kanäle anbieten können. Zum anderen entwickeln wir Standards zur Unterstützung eines sozial- und umweltverträglichen Prozessmanagements, damit Unternehmen den wachsenden Anforderungen an einen umfassenden Verbraucher- und Klimaschutz gerecht werden können. Mit dem neu gegründeten Geschäftsbereich Category Management Beratung + Training schaffen wir die Basis für den systematischen Ausbau des Warengruppenmanagements in der FMCG-Branche.

2010

Vorwort des Aufsichtsrats	4
Vorwort der Geschäftsführung	6
GS1 Germany	
Die Weichen auf Wachstum stellen	8
<hr/>	
Aufbruchstimmung	
Effizienz Innovation Nachhaltigkeit	20
<hr/>	
GS1-Technologien	
Produktentwicklung für die globalen Märkte	34
Sales + Implementation	
Integrierte Strategien für mehr Prozesseffizienz	42
ECR, Event + Training	
Trainings am Puls der Zeit	50
<hr/>	
Impressum	58

COMMITMENT FÜR DIE GEMEINSAME AUFGABE

ZYGMUNT MIERDORF
Aufsichtsratsvorsitzender

DR. HEINZ MÜLLER
Stellv. Aufsichtsratsvorsitzender



„Aufgrund zahlreicher Initiativen, an denen GS1 Germany im vergangenen Jahr intensiv gearbeitet hat, werden die Chancen kooperativer Strategien noch greifbarer.“

Sehr geehrte Damen und Herren,

entgegen allen Erwartungen ist das Jahr 2010 für die Unternehmen in Deutschland ausnehmend positiv verlaufen. Mit einer Steigerung des Bruttoinlandsprodukts von 3,7 Prozent zählt die deutsche Wirtschaft im Industrieländervergleich eindeutig zu den Gewinnern. So optimistisch die Zukunftsprognosen ausfallen, so wichtig ist es zugleich, sich gegen unwägbarere Risikofaktoren wie Euro-Krise, wachsenden Wettbewerbsdruck oder steigende Rohstoffkosten zu wappnen. Die Anpassung an veränderte Kundenbedürfnisse und bestmögliche Technologien, eine maximale Prozesseffizienz sowie die strategische Ausrichtung auf eine nachhaltige Wirtschaftsweise – diese Faktoren entscheiden mit über den langfristigen Erfolg auf den nationalen und internationalen Märkten.

Auch im abgelaufenen Jahr hat GS1 Germany die Unternehmen aus Industrie und Handel mit bemerkenswertem Engagement dabei unterstützt, ihre Leistungsfähigkeit auf allen Stufen der Value Chain zu optimieren. Um der GS1-Umsetzungsoffensive noch mehr Dynamik zu verleihen, hat der Aufsichtsrat im vergangenen Jahr klare Branchen- und Themenschwerpunkte gesetzt und sich eine umsetzungsorientierte Aufstellung gegeben. Ziel ist zum einen eine beschleunigte Implementierung der GS1-Standards in den unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen und zum anderen die Entwicklung von Lösungsstrategien in den Zukunftsfeldern Mobile Commerce und Nachhaltigkeit. Damit bekräftigt der Aufsichtsrat sein Commitment für die gemeinsame Aufgabe, GS1-Standards in nahezu allen Wirtschaftsbranchen zu verankern.

Aufgrund zahlreicher Initiativen, zu denen GS1 Germany im vergangenen Jahr Lösungen bereitgestellt hat, werden die Chancen kooperativer Strategien noch greifbarer. Hersteller und Händler, die das Denken in Netzwerken zum Maßstab ihres unternehmerischen Handelns machen, erweisen sich regelmäßig als kundenorientierter, kosteneffizienter und damit erfolgreicher. Umso entscheidender ist ein rechtssicherer Rahmen für bilaterale bzw. multilaterale Kooperationen. Kartellrechtliche Einschränkungen oder sogar Verbote von kollaborativen Prozessen würden nicht nur den Lebensnerv von GS1 Germany empfindlich treffen, sondern vielmehr auch die damit verbundenen Nutzenvorteile für Wirtschaft und Verbraucher insgesamt gefährden und das nachhaltige Wachstum bremsen. Vor diesem Hintergrund gewinnen ein umsichtiges Vorgehen und größtmögliche Transparenz bei der unternehmensübergreifenden Zusammenarbeit zunehmend an Bedeutung. Der Aufsichtsrat setzt sich mit ganzer Kraft dafür ein, diese Herausforderung gemeinsam mit GS1 Germany zu bewältigen und somit die Erfolgsgeschichte in 2011 fortschreiben zu können.



Zygmunt Mierdorf
Aufsichtsratsvorsitzender



Dr. Heinz Müller
Stellv. Aufsichtsratsvorsitzender

NEUE PERSPEKTIVEN FÜR MEHR WERTSCHÖPFUNG

JÖRG PRETZEL
Geschäftsführer



„Die gemeinsame Arbeit vieler Unternehmensvertreter auf der Plattform von GS1 Germany verbunden mit einem marktorientierten Lösungsportfolio ist der Schlüssel für profitable und nachhaltige Kooperationen in der Wirtschaft.“

Sehr geehrte Kunden, liebe Mitarbeiter und Partner,

am Beginn der neuen Dekade hat sich eine Erkenntnis endgültig durchgesetzt: So unterschiedlich die Interessenlagen der Unternehmen im Einzelfall sind – an einer engen, kooperativen Zusammenarbeit in der gesamten Wertschöpfungskette führt kein Weg vorbei. Nur mithilfe strategischer Allianzen kann die Wirtschaft die geforderte hohe Datenqualität beim Handling von Produkten und Prozessen, die vollständige Transparenz in der Versorgungskette und einen funktionierenden Business-to-Consumer-Dialog erreichen. Das marktorientierte Lösungsportfolio aus GS1-Kommunikations- und -Prozessstandards sowie fundiertem Anwendungswissen bildet die Grundlage für profitable und nachhaltige Kooperationen in der Wirtschaft.

Im vergangenen Jahr konnten wir erneut einen deutlichen Zuwachs an Neukunden verzeichnen. Mehr als 4.300 Unternehmen entschieden sich für das neue Leistungspaket GS1 Complete, das für jede Stufe der Wertschöpfungskette von der Beschaffung bis zum Point of Sale zukunftsweisende Standards, Datenträger-Technologien und Prozesslösungen bietet. Besonders erfreulich: Auch abseits unserer Kernbranche, der Konsumgüterwirtschaft, trifft das Leistungsangebot auf zunehmende Akzeptanz. Vor dem Hintergrund der Kostensteigerungen im Gesundheitssektor hat die Umsetzung der E-Business-Standards insbesondere in der Healthcare-Branche 2010 einen rasanten Aufschwung erlebt. In der gesamten medizinischen Versorgungskette sind erhebliche Verbesserungspotenziale bei Kosteneffizienz und Qualitätssicherheit zu erzielen. Auch in den Bereichen Onlinehandel, Textil, Consumer Electronics, Automotive und Wehrtechnik konnte GS1 Germany den Umsetzungsgrad im Berichtsjahr signifikant erhöhen. Erhebliche Fortschritte waren 2010 aber auch in der Konsumgüterwirtschaft zu verbuchen. Neben der Logistik eröffnet das GS1-Instrumentarium gerade im Bereich der Sortimentsgestaltung, Warenpräsentation und Verkaufsförderung weitere Optimierungsmöglichkeiten in der Kundenorientierung. Im vergangenen Jahr haben wir systematisch Lösungsansätze im Bereich Shopper Research und Shopper Marketing vorangetrieben. Zugleich konnten wir unsere führende Position im Category Management ausbauen. Der wachsenden Nachfrage nach einem effektiven Warengruppenmanagement kommen wir künftig mit einem eigenständigen Geschäftsbereich „Category Management Beratung + Training“ entgegen.

Die erreichten Erfolge im vergangenen Jahr sind für uns Ansporn, unser Engagement im laufenden Jahr unverändert fortzusetzen. Gemeinsam mit dem Aufsichtsrat haben wir die wichtigsten Ziele für das laufende Jahr festgelegt. In einer konzertierten Aktion wollen wir zum einen die Umsetzungsinitiative zusammen mit den im Aufsichtsrat vertretenen Unternehmen mit vereinter Kraft voranbringen. Zum anderen konzentrieren wir uns auf den Ausbau der neuen strategischen Geschäftsfelder Mobile Commerce und Nachhaltigkeit. Für diese Bereiche entwickelte Maßnahmen und Ziele haben wir in einer Roadmap bereits definiert. Im aktuellen Geschäftsjahr werden wir mit Hochdruck daran arbeiten, branchenübergreifende Standards und Prozesse rund um Mobile Commerce und Nachhaltigkeit zu entwickeln, und so den Unternehmen dabei helfen, ihre Verantwortung gegenüber Verbrauchern und Umwelt wahrzunehmen.



Jörg Pretzel
Geschäftsführer

GS1 GERMANY



POSITIVE BILANZ: 4.300 NEUKUNDEN

- GS1 Complete schafft messbaren Mehrwert für Unternehmen
- Neuausrichtung des Aufsichtsrats unterstützt Umsetzung der GS1-Standards
- Praxisorientierte Lösungsansätze für Mobile Commerce und Nachhaltigkeit
- Förderprojekte und Beteiligungen erhöhen den Anwendernutzen
- Engagement im weltweiten GS1-Netzwerk weiter ausgebaut



DIE WEICHEN AUF WACHSTUM STELLEN

Mehr Tempo, mehr Effizienz, mehr Schlagkraft: GS1 Germany hat 2010 sein Leistungsangebot neu ausgerichtet. Damit legt das Unternehmen die Grundlage für eine weitere Marktdurchdringung der Standards in der Fläche und für den strategischen Ausbau der neuen Geschäftsfelder Mobile Commerce und Nachhaltigkeit.

GS1 Germany blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2010 zurück. Das Unternehmen konnte sein Kerngeschäft erneut ausbauen und bei der Vergabe der weltweit gültigen GS1-Nummernsysteme weitere Marktsegmente erschließen. Die Zahl der Neukunden lag mit rund 4.300 Unternehmen 20 Prozent über Vorjahresniveau. Das neue Leistungspaket GS1 Complete wird nach gelungener Einführung positiv im Markt aufgenommen. Insbesondere das verstärkte Engagement in neuen Branchen zahlte sich aus. So resultierten die Zuwächse vor allem aus der steigenden Nachfrage im Onlinehandel, in der Medien- und Textilbranche sowie im Bereich Consumer Electronics. Damit verstärkt sich der Trend, dass immer mehr Wirtschaftsbereiche – auch über die Konsumgüterindustrie hinaus – das GS1-Portfolio zur Optimierung ihrer Wertschöpfungskette nutzen. Eine positive Entwicklung war auch beim Category Management zu verzeichnen. Mit der Ausbildung von weiteren 150 zertifizierten Category Managern und umfangreichen

Beratungsaufträgen konnte GS1 Germany seine führende Position in diesem Feld weiter ausbauen.

Messbarer Mehrwert für die Kunden

Das neue Leistungspaket GS1 Complete kommt dem Bedarf einer multilateral vernetzten Wirtschaft entgegen. Seit Jahresbeginn ersetzt GS1 Complete den bisherigen GLN-Vertrag. Für Neukunden gilt das Komplettangebot bereits seit Anfang 2010. Der entscheidende Vorteil für die Anwender: Mit der Buchung von GS1 Complete steht ihnen das gesamte Produkt- und Dienstleistungsportfolio von GS1 Germany zur Verfügung. Kunden erhalten Zugang zu allen Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards von GS1 Germany sowie zu den unterschiedlichen Datenträger-Technologien. Neben den klassischen Anwendungen rund um den Barcode ist nun auch der Elektronische Produkt-Code integriert. Über ein eigens eingerichtetes Onlineportal im Internet können GS1 Complete-Kunden branchenspezifische

Anwendungsempfehlungen abrufen und Seminare buchen – eine wichtige Voraussetzung für eine reibungslose und nachhaltige Prozessoptimierung in allen Stufen der Wertschöpfungskette. Darüber hinaus stehen praxisrelevante Trainingsformate, Services und Consultingangebote für eine erfolgreiche Implementierung zur Verfügung – von der Produktion über den Warenumschat bis zum Point of Sale.

Grundlegende Neuausrichtung des Aufsichtsrats eröffnet neue Perspektiven

Mit Blick auf die strategisch wichtigen Handlungsfelder von GS1 Germany hat der Aufsichtsrat im vergangenen Jahr die Ausrichtung und Schwerpunkte seiner Arbeit neu justiert. Ziel ist zum einen die forcierte Marktdurchdringung der GS1-Standards und -Prozesse im Rahmen der Umsetzungsinitiative. Zum anderen sollen die Zukunftsthemen Mobile Commerce und Nachhaltigkeit konsequent vorangetrieben

werden. Hierzu hat der Aufsichtsrat eine Arbeitsstruktur entwickelt, die auf die Innovationskraft interdisziplinärer und branchenübergreifender Zusammenarbeit setzt. Die Aufsichtsratsmitglieder bilden für die gemeinsam definierten Strategiethemen sogenannte Steering Committees, in denen sie die Stoßrichtung vorgeben und gleichzeitig für eine stärkere Vernetzung mit den branchenrelevanten und unternehmenseigenen Kreisen sorgen. Die Budgetkontrolle obliegt dem Finance/Governance Committee.

Umsetzung durch interdisziplinären Steuerungsprozess – Advisory Boards stellen ganzheitlichen Ansatz sicher

Die mit Aufsichtsratsmitgliedern besetzten Steering Committees stellen die strategischen Weichen in den bis 2014 definierten Geschäftsfeldern Mobile Commerce und Nachhaltigkeit sowie im Rahmen der Umsetzungsinitiative.

NEUAUSRICHTUNG AUFSICHTSRAT

Die Steering Committees entwickeln die strategischen Leitlinien für die Fokusthemen; dem Finance/Governance Committee obliegt die Kontrolle über das Budget sowie die betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen.



GREMIEN- UND ARBEITSSTRUKTUR

Die strategischen Rahmenbedingungen werden von den Steering Committees vorgegeben. Aufgabe der Advisory Boards ist es, innerhalb der Themenbereiche eine ganzheitliche Betrachtung zu gewährleisten und konkrete Maßnahmenkonzepte für die einzelnen Lenkungsreise zu entwickeln.



Insbesondere entwickeln sie Leitlinien und Zielvorgaben für die ebenfalls neu geschaffenen, stärker operativ ausgerichteten Advisory Boards. Deren Teilnehmer sind Unternehmensvertreter unterschiedlicher Ressorts, Umsetzungsverantwortliche aus verschiedenen Branchen sowie Experten aus Forschung, Wissenschaft und Fachverbänden. Sie stellen eine ganzheitliche Betrachtung der Wertschöpfungskette und eine ebenso praxisnahe wie branchenübergreifende Herangehensweise sicher. Als zentrale Querschnittsfunktion zwischen den Steering Committees und den jeweiligen Lenkungsreisen steuern die Advisory Boards die inhaltliche Ausrichtung und

Priorisierung sowie die Umsetzung von einschlägigen Roadmaps mit konkreten Arbeitspaketen und Maßnahmen.

Branchenfokussierung stützt Umsetzungsinitiative

Die neue Steering Committee-Struktur im Aufsichtsrat trägt zugleich zu einer zügigen Umsetzung der GS1-Standards in den verschiedenen Wirtschaftskreisen bei. Die Vertreter von Konsumgüterherstellern und -händlern im Aufsichtsrat konzentrieren sich auf die FMCG-Branche, während weitere Mitglieder Zukunftsmärkte wie Healthcare, Textil, DIY oder Consumer Electronics ins Visier nehmen.

Mit diesem Vorstoß will der Aufsichtsrat der 2009 gestarteten Umsetzungsinitiative neue Schubkraft verleihen. Um die kritische Masse von 80 Prozent Marktdurchdringung schnellstmöglich zu erreichen und das noch brachliegende Rationalisierungspotenzial auszuschöpfen, haben sich Aufsichtsrat und Geschäftsführung von GS1 Germany auf eine gemeinsame Vorgehensweise verständigt und die Umsetzung des GS1-Systems zur Chefsache erklärt. Binnen Jahresfrist soll die Akzeptanz von E-Business-Standards sowohl in mittelständischen als auch global aufgestellten Unternehmen gezielt gestärkt werden. GS1 Germany wird das kundenspezifische Beratungsangebot und Produktfolio 2011 abermals erweitern und mit neuen Tools den Einstieg in den elektronischen Datenaustausch forcieren. Darüber hinaus soll das Augenmerk noch stärker auf die betriebswirtschaftlichen Nutzenpotenziale und konkrete Business Cases gelegt werden.

77.000.000 EURO

➤ Rund 77 Millionen Euro haben die teilnehmenden Handelsunternehmen 2010 im Rahmen der Umsetzungsinitiative allein durch die Ausweitung des elektronischen Datenaustauschs eingespart.

Praxisorientierte Lösungsansätze für Mobile Commerce und Nachhaltigkeit

Um die Unternehmen bei der Bewältigung der ökologischen Herausforderungen und veränderten Konsumentenbedürfnisse zu unterstützen, hat GS1 Germany zwei neue strategische Geschäftsfelder etabliert. Kern der Aufgabengebiete Mobile Commerce und

DER AUFSICHTSRAT VON GS1 GERMANY

Zygmunt Mierdorf, Vorsitzender
METRO AG

Dr. Heinz Müller, Stellv. Vorsitzender
Henkel AG & Co. KGaA

Klaus-Peter Brickwedde
Nestlé Deutschland AG

Michael Busch
DOUGLAS HOLDING AG

Otmar W. Debald
Procter & Gamble Germany GmbH

Dr. David Frink
GERRY WEBER International AG

Erich Harsch
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

Dr. Hans-Ulrich Kummer
PHOENIX Pharmahandel GmbH & Co. KG

Friedrich Lercher
Dr. August Oetker KG

Dr. Meinrad Lugan
B. Braun Melsungen AG

Wilfried Peters
Peek & Cloppenburg KG

Jochen Rackebrandt
Kraft Foods Europe GmbH

Kay Schiebur
Lekkerland AG & Co. KG

Dr. Reinhard Schütte
EDEKA Aktiengesellschaft GB Rechnungswesen

Dr. Stefan Schwinning
Miele & Cie. KG Vertriebsgesellschaft Deutschland

Markus Tkotz
MARKANT Handels und Service GmbH

Dr. Keith Ulrich
Deutsche Post DHL

Michael von Rudloff
Unilever Deutschland GmbH

Dr. Hans-Henry Wendt
Beiersdorf AG

Wolfgang Werner
Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte Holding AG

Frank Wiemer
REWE Group



IDEENSCHMIEDE UND NETZWERK-PLATTFORM MIT MEHRWERT

Das GS1 Germany Knowledge Center in Köln konnte sich 2010 weiter als Thinktank und Kollaborations-Plattform für Unternehmen aus Handel, Industrie und den angrenzenden Branchen etablieren. In konzentrierter Form erleben die Besucher im Knowledge Center das gesamte Spektrum und den Mehrwert des GS1-Angebots:

- In Trainings werden praxisnah moderne Prozess- und Kommunikationsstandards vermittelt, in Meetings entwickeln Experten und Anwender gemeinsam bedarfsgerechte Lösungen.
- In der Value Chain *live!* erleben die Teilnehmer eine realitätsnahe Simulation der gesamten Wertschöpfungskette und können genau verfolgen, welchen Nutzen die Nummernsysteme und Prozessstandards von GS1 Germany in der Produktion, der Logistik oder am Point of Sale bieten.
- 2011 wird die Value Chain *live!* um neue Technologien und GS1-Lösungen im Bereich Mobile Commerce erweitert. Hier erfährt der Besucher, welche Bedeutung Standards in der Konsumwelt von morgen haben.
- Lokale wie internationale Veranstaltungen bieten ein Forum für den branchenübergreifenden Dialog und die Vernetzung von Kompetenzen.

„Das Knowledge Center hat sich innerhalb kürzester Zeit über Unternehmens- und Branchengrenzen hinweg zu einem Ort des konstruktiven Austauschs entwickelt. In dieser inspirierenden Atmosphäre wird Kooperation wirklich gelebt.“

Dr. Gerd Wolfram, Managing Director, METRO SYSTEMS GmbH

Nachhaltigkeit ist es, strategische Weichen zu stellen und übergeordnete Prozesse und Ziele für Industrie und Handel festzulegen. Mobile Commerce hat sich binnen Kurzem zu einem strategisch bedeutsamen Vertriebskanal für Hersteller und Händler entwickelt. GS1 Germany wird die Businesspotenziale des mobilen Kundendialogs ausloten und ganzheitliche Lösungswege aufzeigen – von der Datensicherheit bis zu neuen Standards für mobile Services. 2010 wurde dazu in einer repräsentativen Studie von GS1 Germany ermittelt, welche Informationen über Produkte und Waren für den Verbraucher relevant sind. Auf dieser Basis entstand eine Roadmap, die die Ziele und Aufgaben für die kommenden Jahre umreißt. So soll bereits Mitte 2011 eine erste Datenprofil-Version für das Extended Packaging stehen, spätestens zum Jahresende ist ein Konzept für eine standardisierte Infrastruktur zum Austausch vertrauenswürdiger Daten zwischen Industrie und Handel geplant. Ebenfalls bis Ende 2011 will GS1 Germany Standards für mobiles Couponing und Payment auf den Weg bringen.

Mit der Etablierung des Geschäftsfelds Nachhaltigkeit wird der Weg für branchenübergreifende Standards geebnet. In enger Abstimmung mit den internationalen Aktivitäten des GS1 Global Office steht die Erarbeitung von Nachhaltigkeitslösungen in unternehmensübergreifenden Geschäfts-, Logistik- und Informationsprozessen auf der Agenda. Als neutrale Kommunikations- und Integrationsplattform wird GS1 Germany 2011 gemeinsam mit Industrie und Handel Branchenziele definieren und konkrete Arbeitspakete aufsetzen – etwa im Bereich kooperativer Transport- und Warehousingkonzepte oder bei der

Bereitstellung nachhaltigkeitsrelevanter Informationen im strukturierten Datenaustausch vom Vorlieferanten bis zum Konsumenten.

GS1 Germany fördert effiziente Wirtschaftsprozesse

2010 konnte GS1 Germany weitere zukunftsrelevante Förderprojekte akquirieren und auf politischer Ebene neue Netzwerke knüpfen. Als neutraler und kompetenter Partner setzt das Unternehmen durch sein Engagement wichtige Akzente für kleine und mittelständische Unternehmen sowie für nachhaltige



Technologie- und Logistikprozesse. Die im Berichtsjahr gegründete Initiative „Urban Retail Logistics“ zielt auf innovative Konzepte für die Handelslogistik in Ballungsräumen. Das Projekt ist Teil des EffizienzClusters Logistik-Ruhr, eines interdisziplinären Netzwerks aus Forschung und Wirtschaft. Ein Key-Projekt für die Erschließung der Maschinenbaubranche stellt das Forschungsvorhaben „WinD“ der RWTH Aachen dar. Mithilfe einheitlicher

100.000 EURO

◦ Anfang 2010 hat der Reutlinger Spielkonsole-Anbieter TRADE4LESS innerhalb eines PROZEUS-Projekts die GS1-Standards eingeführt und so neue Absatzkanäle auch im Internet erschlossen. In der Folge konnte allein der Online-Umsatz um 100.000 Euro gesteigert werden.

Standardschnittstellen und EPC-basierter Identifikationsstandards soll die Produktionsplanung und -steuerung im Maschinen- und Anlagenbau effizienter gestaltet werden.

Die Mittelstandsinitiative PROZEUS unterstützt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) dabei, ihre Geschäftsprozesse auf der Basis der GS1-Standards zu optimieren. Bereits mehr als 100 KMU haben an einem PROZEUS-Projekt teilgenommen und dabei ihre Prozesseffizienz mithilfe der GS1-Experten gesteigert. Höhepunkte in 2010 bildeten die PROZEUS Kongress-Messe in Stuttgart und die Verleihung des PROZEUS UnternehmerPreises durch das Bundeswirtschaftsministerium. In der Kategorie Industrieunternehmen wurde die FRANKEN GmbH ausgezeichnet. Mit ihrem neu eingeführten elektronischen Datenmanagement setzt das auf Moderationstechnik spezialisierte Unternehmen Maßstäbe in der PBS-Branche. Der Preis in der Kategorie Konsumgüterwirtschaft ging an die richter & heiß VERPACKUNGS-SERVICE GmbH. Das Unternehmen führte die Radiofrequenz-Technologie auf Basis der EPC/RFID-Standards durchgängig in der Integralistik ein und konnte so nachhaltige Kosteneinsparungen realisieren. Für ihre

konsequente Prozessoptimierung erhielt die Solinger Güde GmbH den Sonderpreis für Nachhaltigkeit.

Strategische Allianzen erhöhen den Anwendernutzen

Durch seine Beteiligungen hat GS1 Germany auch im Geschäftsjahr 2010 das Dienstleistungsangebot rund um die Standardisierung von Geschäftsprozessen weiter optimiert. Die strategische Allianz mit den Tochterunternehmen ergänzt das Kerngeschäft und ermöglicht integrierte Lösungen für die Wertschöpfungskette.

Als Betreiber des international führenden Stammdatenpools spielt die GS1-Tochter SA2 Worldsync eine Schlüsselrolle innerhalb der GS1-Umsetzungsinitiative. Die ausgereifte Infrastruktur des Datenpoolbetreibers bildet zugleich die Basis für Dienstleistungen im B2C-Bereich – etwa für Mobile Commerce-Anwendungen oder die Bereitstellung zuverlässiger Nachhaltigkeitsinformationen. Weltweit setzen bereits mehr als

SA2 | **WORLDSYNC**
Master Data Services for Global Commerce



H.U.T.
HOTEL RESERVIERUNGS- UND
TAGUNGS- MANAGEMENT GmbH

6.800 Unternehmen auf die Services von SA2 Worldsync, darunter 50 der führenden Händler. Über den Stammdatenpool und ein globales Datennetz können die Unternehmen ihren elektronischen Datenaustausch sicher und effizient abwickeln.

Vor dem Hintergrund der kontinuierlich steigenden Compliance-Anforderungen gewinnt auch die Arbeit der CS Compliance GmbH, eines Tochterunternehmens von GS1 Germany und HDE, an Bedeutung. Die CSC berät Handel und Industrie zu Prozessstrukturen der Produkt- und Umweltcompliance. Mithilfe IT-gestützter Services können die Nutzer ihre gesetzlichen Auflagen erfüllen und so ihr Risikomanagement im Bereich Produktsicherheit, Verbraucher- und Umweltschutz verbessern.

Nach Rückgängen im Krisenjahr 2009 befand sich das European EPC Competence Center EECC 2010 wieder deutlich auf Wachstumskurs. Die Umsätze des führenden europäischen RFID-Testlabors legten um insgesamt 60 Prozent zu. Besonders erfolgreich verlief das 2009 etablierte Projektgeschäft, insbesondere in der Intralogistik und beim Transpondereinsatz auf metallischen Objekten.

Im vergangenen Jahr hat sich die H.U.T. GmbH als feste Größe auf dem Markt für Messe- und Eventmanagement sowie Hotelreservierungen behauptet. Die gemeinsame Tochter von GS1 Germany, EHI Retail Institute und HDE konnte vor allem das Veranstaltungsgeschäft weiter ausbauen und überzeugende Synergieeffekte für die Gesellschafter erzielen.

Wissenstransfer zwischen Forschung und Wirtschaft

2010 hat die Akademische Partnerschaft ihr Netzwerk um 14 neue Mitglieder erweitert und vor allem die Projektarbeit innerhalb



AKADEMISCHE PARTNERSCHAFT

• Für sein praxisorientiertes RFID-Projekt im Handel erhielt das Institut für Technologiemanagement an der Universität St. Gallen den Wissenschaftspreis 2010 in der Kategorie Kooperation. Diese Kategorie wurde erstmalig im Rahmen des mit 40.000 Euro dotierten Wissenschaftspreises von GS1 Germany und dem EHI Retail Institute vergeben.

des Research Pools intensiviert. Die von GS1 Germany und dem Institut für Handelsforschung initiierte Akademische Partnerschaft ECR Deutschland hat sich zum Ziel gesetzt, die unternehmensübergreifenden ECR-Prozesse stärker wissenschaftlich zu fundieren und neue Forschungsergebnisse rasch in die Praxis einfließen zu lassen. Ein Schwerpunkt lag im vergangenen Jahr auf dem Bereich Shopper Research. In Kooperation mit sechs Markenartikelunternehmen legte die Universität zu Köln im Rahmen der Akademischen Partnerschaft eine viel beachtete Studie vor, die das impulsgetriebene Einkaufsverhalten erforscht.

Globales Engagement zahlt auf den heimischen Markt ein

GS1 Germany hat auch im vergangenen Jahr zahlreiche internationale Aktivitäten

unternehmen, um die Vision länderübergreifender Wertschöpfungsketten zu realisieren. Durch seine führende Rolle als Mitglied im Management Board und Leadership Team des GS1 Global Office, dem Zusammenschluss aller GS1-Organisationen, bringt GS1 Germany die Belange des deutschen Marktes auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene wirksam ein. Flankiert wird diese globale Verankerung durch eine enge Verzahnung des weltweit operierenden Consumer Goods Forums, mit der europäischen ECR-Organisation und GS1 Germany. Die starken Parallelen in den strategischen Arbeitsschwerpunkten und Zielen der Plattformen schaffen Synergiepotenziale bei der Realisierung einer nachhaltigen, konsumentenorientierten und grenzüberschreitenden Wertschöpfungskette. Im laufenden Geschäftsjahr untermauerte dies zusätzlich der Beitritt von GS1 Germany in die Industrie- und Handelsplattform „The Consumer Goods Forum“.

Neben den aktiven Mitgliedschaften stützen internationale Projekte die weltweite Umsetzung von Standards. Erfolgreiche Beispiele sind das E-Business-Projekt „GS1-Standards for Cash Handling“, das schrittweise die gesamte europäische Bargeldlogistik durch standardisierten elektronischen Datenaustausch optimieren soll. Auch beim Thema Trusted Data hat GS1 Germany eine Vorreiterrolle übernommen. Hier gilt es, bestehende GS1-Infrastrukturen wie beispielsweise GDSN oder GEPIR für den B2C-Markt zu erschließen und auf den nationalen wie internationalen Märkten zu etablieren.

Konsequente Personalstrategie

Hoch qualifizierte und engagierte Mitarbeiter bilden das Rückgrat von GS1 Germany. 2010 beschäftigte das Unternehmen durchschnittlich 132 Mitarbeiter. Ein wichtiges Element innerhalb der strategischen Personalentwicklung



WISSENSMANAGEMENT

- Um für die Unternehmen in Handel und Industrie stets hochwertiges und aktuelles Spezialwissen bereitstellen zu können, investiert GS1 Germany gezielt in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter.

von GS1 Germany stellt die Aus- und Weiterbildung dar. Um den zunehmenden Anforderungen und Aufgaben des Marktes gewachsen zu sein, setzt GS1 Germany neben der Rekrutierung ausgewiesener Spezialisten und Branchenexperten auf die Qualifizierung im eigenen Haus. 2010 durchliefen insgesamt zehn Auszubildende und Trainees eine fundierte, praxisorientierte Ausbildung am Kölner Standort. Dies entspricht einer Ausbildungsquote von acht Prozent. Für seine herausragenden Leistungen in der Berufsausbildung wurde GS1 Germany Anfang 2010 von der IHK zu Köln ausgezeichnet. Darüber hinaus unterstützt GS1 Germany die Mitarbeiter darin, ihr Know-how systematisch zu erweitern, und investiert gezielt in eine bedarfsgerechte und differenzierte Weiterbildung. Das Schulungsprogramm umfasst neben IT-Trainings sowie Produkt- und Fachschulungen auch Sprachkurse, Führungseminare und Marketing-Workshops.

„IMPULSGEBER FÜR INTELLIGENTE WERTSCHÖPFUNGSNETZE“

Die Vertreter der Gesellschafter von GS1 Germany im Dialog: Prof. Götz W. Werner, Präsident EHI Retail Institute, und Franz-Peter Falke, Präsident Markenverband, über Herausforderungen und Chancen für Handel und Industrie.

Die Wirtschaft unterliegt einem rasanten Wandel – vor diesem Hintergrund hat GS1 Germany Geschäftsfelder und Leistungsspektrum sukzessive erweitert. Wie schätzen Sie diese Entwicklung ein?

Franz-Peter Falke: In schnelllebigen Märkten verändern sich auch die Anforderungen und Erwartungen der Konsumenten an die Markenartikelindustrie. Neben der flächendeckenden, zuverlässigen Verfügbarkeit von Produkten rücken innovative, unverwechselbare Markenerlebnisse in den Fokus. Dass sich GS1 Germany neben der Etablierung international einheitlicher Prozess- und Technologiestandards verstärkt Zukunftsthemen wie Mobile Commerce, Fälschungssicherheit und Ökoeffizienz zuwendet, ist daher nur folgerichtig. Gerade in der Schaffung von transparenten, global vernetzten Warenwirtschaftsketten liegt ein Schlüssel für ökologisch und ethisch verantwortungsbewusstes Wachstum.

Götz W. Werner: Herausforderungen wie der Klimawandel und die demografische Entwicklung, die veränderte Mediennutzung der Verbraucher und der Trend zum Vertrieb über mehrere Kanäle erfordern ein neues Miteinander zwischen Herstellern und Handel. Als kreativer Thinktank und neutrale Austauschplattform kann GS1 Germany wichtige Impulse für zukunftsweisende und rechtlich abgesicherte Formen von Kooperationen über Branchen- und Ländergrenzen hinweg geben.

Künftig will GS1 Germany Industrie- und Handelsunternehmen verstärkt dabei unterstützen, ihre Geschäftsprozesse umwelt- und sozialverträglich auszurichten. Welches sind die wichtigsten Stellschrauben?

Götz W. Werner: Wer heute zukunftsfähig sein will, der muss nachhaltig wirtschaften; das heißt auf eine Weise, die für Gesellschaft und Umwelt sinnstiftend ist. Eine auf Ökoeffizienz ausgerichtete Sortimentspolitik ist die eine Seite der Medaille. So wichtig und notwendig das Engagement jedes einzelnen Unternehmens ist, auf lange Sicht entfaltet ein gemeinsames Vorgehen aller am Wertschöpfungsprozess Beteiligten mehr Wirkung als isolierte Ansätze – für GS1 Germany als Moderator und Netzwerkplattform eine zentrale Zukunftsaufgabe.

Franz-Peter Falke: Eine intelligente und langfristig angelegte Markenpflege berücksichtigt die Interessen der nachfolgenden Generationen, die Bedürfnisse der Kunden von morgen. Insofern ist Nachhaltigkeit immer auch Teil des Markenversprechens, was die zahlreichen Umweltschutzinitiativen in der Industrie belegen. Produktverantwortung bedeutet, den gesamten Produktlebenszyklus über die gesamte Wertschöpfungskette zu betrachten und ökoeffizient auszurichten. Auch mit Blick auf die zunehmende Regulierung auf nationaler und europäischer Ebene kann GS1 Germany bei der Entwicklung kollaborativer Geschäfts-, Logistik- und Informationsprozesse wichtige Akzente setzen.



PROF. GÖTZ W. WERNER

ist Gründer und Aufsichtsratsmitglied der dm-drogerie markt GmbH + Co. KG und seit 2006 Präsident des EHI Retail Institute



FRANZ-PETER FALKE

ist geschäftsführender Gesellschafter der Falke KGaA und seit 2005 Präsident des Markenverbands

EHI Retail Institute®

Das EHI Retail Institute ist das Forschungs-, Beratungs- und Bildungsinstitut für den Handel und seine Partner. Die Wissenschaftler des EHI beschäftigen sich mit den Zukunftsthemen des Einzelhandels – von Zahlungssystemen über Logistik- und Verpackungskonzepte bis zu E-Commerce.



MARKENVERBAND

Als branchenübergreifende Plattform vertritt der Markenverband die Anliegen der Markenartikelindustrie gegenüber Politik, Marktpartnern und Öffentlichkeit. Ziel ist es, die Rahmenbedingungen für die Entwicklung und Vermarktung von Markenartikeln zu verbessern.



GS1 COMPLETE

Mit dem neuen Leistungspaket haben Unternehmen Zugang zum gesamten GS1-Nummernsystem – und gleichzeitig zu sämtlichen Informationen rund um ein effizientes Prozessmanagement.



MOBILE COMMERCE

Das mobile Internet eröffnet neue Wege in der B2C-Kommunikation. Doch nur auf der Basis einheitlicher Standards für schnittstellenübergreifende Lösungen lassen sich die Potenziale ausschöpfen.



NACHHALTIGKEIT

Als unabhängiges Kompetenzzentrum bietet GS1 Germany die Plattform, um gemeinsam mit Industrie und Handel unternehmensübergreifende Nachhaltigkeitskonzepte zu entwickeln und umzusetzen.

AUFBRUCHSTIMMUNG

Effizienz, Innovation und Nachhaltigkeit – das sind die Kriterien, nach denen GS1 Germany seine Arbeit konsequent ausrichtet. Mit dem innovativen Leistungsangebot GS1 Complete schafft das Unternehmen die Basis für moderne Mobile Commerce-Services und eine nachhaltig optimierte Steuerung der globalen Waren- und Datenströme. So ermöglicht es GS1 Germany seinen Kunden, den zunehmenden ökologischen und gesellschaftlichen Herausforderungen der Gegenwart zu begegnen und zugleich deren Wertschöpfung zu steigern.

GS1 COMPLETE

LÖSUNGEN FÜR DIE VALUE CHAIN 2020

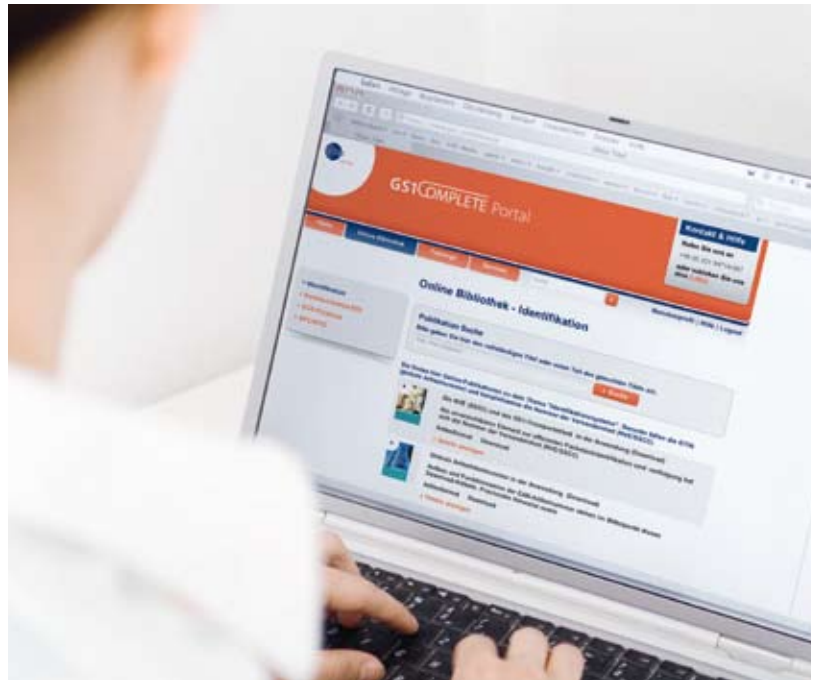
Mehr Effizienz in den Geschäftsabläufen, eine höhere Kundenzufriedenheit und damit mehr Umsatz – GS1 Germany unterstützt Industrie und Handel in dem Bestreben, den Waren- und Informationsfluss entlang der immer komplexer werdenden Value Chain zu optimieren. Der Schlüssel dazu ist die Nutzung offener, weltweit gültiger Standards, die untereinander kompatibel sind und so die Geschäftspartner stärker verzahnen. Aufgrund veränderter Anforderungen aus der Praxis und neuer verfügbarer Technologien entwickelt sich das GS1-System ständig weiter. Die jüngste Innovation: Mit GS1 Complete bietet GS1 Germany eine ganzheitliche Lösung für die effiziente Vernetzung der Supply Chain.

GS1 Complete ist die Antwort auf die Herausforderungen einer globalisierten Wirtschaft. Das Leistungspaket verschafft den Anwendern Zugriff auf sämtliche Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards von GS1 sowie auf die unterschiedlichen Datenträger-Technologien. Dabei ist das neue Angebot ebenso universell wie individuell. Es passt sich den Anforderungsprofilen der jeweiligen Branchen an und bietet gegenüber dem Vorgängermodell einen greifbaren Zusatznutzen. Neben den klassischen Anwendungen rund um den Barcode ist jetzt auch der Elektronische Produkt-Code (EPC) für die Nutzung der RFID-Technologie integriert.

Großen Wert legt GS1 Germany auf den Know-how-Transfer und die Vermittlung von Grundlagenwissen bei der Implementierung der Standards und der Optimierung der Prozesseffizienz. Im Mittelpunkt steht dabei das jeweilige Unternehmen mit seinen individuellen Fragestellungen und Bedürfnissen. Über das GS1 Complete-Portal ist der umfassende Wissenspool der GS1-Community jederzeit abrufbar. Ob Produktion, Logistik oder Vertrieb – für jede Stufe der Value Chain stehen branchenweit abgestimmte Handbücher, Leitfäden und Prozessempfehlungen zur Verfügung.

GS1 COMPLETE





Das GS1 Complete-Portal hält zu jeder Fragestellung in der Value Chain die richtige Lösung bereit.

Der Startschuss für das innovative Komplettpaket fiel bereits Anfang 2010, wobei zunächst Neukunden den Zugang zu GS1 Complete erhielten. Mit mehr als 4.300 Unternehmen aus zahlreichen Branchen lag die Neukundenzahl deutlich über dem Vorjahr – ein Beleg für die Leistungsfähigkeit des neuen Systems. Diese positive Resonanz bekräftigte den Entschluss, zum 1. Januar 2011 auch sämtliche bisherigen Kundenverträge, die vor dem 1. Januar 2010 abgeschlossen wurden, auf das GS1 Complete-Vertragswerk umzustellen.

Die Einführung des neuen Leistungspakets markiert nicht nur einen deutlichen Fortschritt in Technologie und Organisation. Es ermöglicht das effiziente Zusammenspiel von eindeutiger Identifikation, sicherer und medienbruchfreier Kommunikation und transparenten Prozessen in sämtlichen Wirtschaftsbereichen. Um größtmögliche Investitionssicherheit und Flexibilität sicherzustellen, wird das Leistungspaket den Marktentwicklungen angepasst und laufend durch neue Services und Anwendungshilfen ergänzt. Damit besitzen die Unternehmen das Rüstzeug, um die Aufgaben der Zukunft zu meistern und von der Qualitäts- und Herkunftssicherung über das mobile Kundenmarketing bis zum Verbraucher- und Umweltschutz wirksame Lösungsstrategien umzusetzen.

„2010 hat GERRY WEBER EPC/RFID entlang der gesamten globalen Lieferkette eingeführt, von der Fertigung in Asien bis zu den Handelsfilialen in Deutschland. Mit GS1 Complete haben auch unsere Logistik- und Handelspartner direkt Zugang zur innovativen Auto-ID-Technologie und können von den damit verbundenen Rationalisierungspotenzialen profitieren. Gerade im hart umkämpften Textilsektor kann das neue GS1-Leistungspaket wichtige Impulse für die Nutzung der zukunftsträchtigen EPC/RFID-Technologie als Branchenstandard geben.“

Dr. David Frink, Vorstand der GERRY WEBER International AG

„Mit der Fokussierung von Industrie und Handel auf ihre Kernkompetenzen ergeben sich für Logistikdienstleister erweiterte Aufgaben bei der Steuerung der Waren- und Datenströme. Ob strichcodiertes Transportetikett oder Elektronischer Product-Code – nur mithilfe der global gültigen GS1-Identifikations- und -Kommunikationsstandards sind die geforderte Liefergenauigkeit und Serviceorientierung zu erreichen. Mit GS1 Complete stehen aber nicht nur die Standards, sondern auch maßgebliche prozessbezogene Empfehlungen zur Verfügung – der Schlüssel zu sicheren Tracking & Tracing-Systemen und hundertprozentiger Transparenz in den internationalen Logistikketten.“

Dr. Keith Ulrich, Head of Research & Innovation Management, Deutsche Post DHL



MOBILE COMMERCE

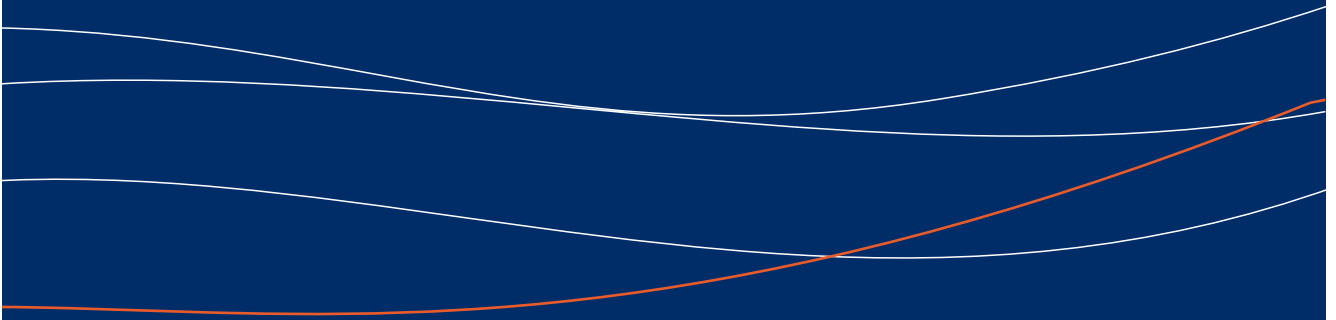
DIALOG MIT EINER NEUEN GENERATION VON SMART SHOPPERN

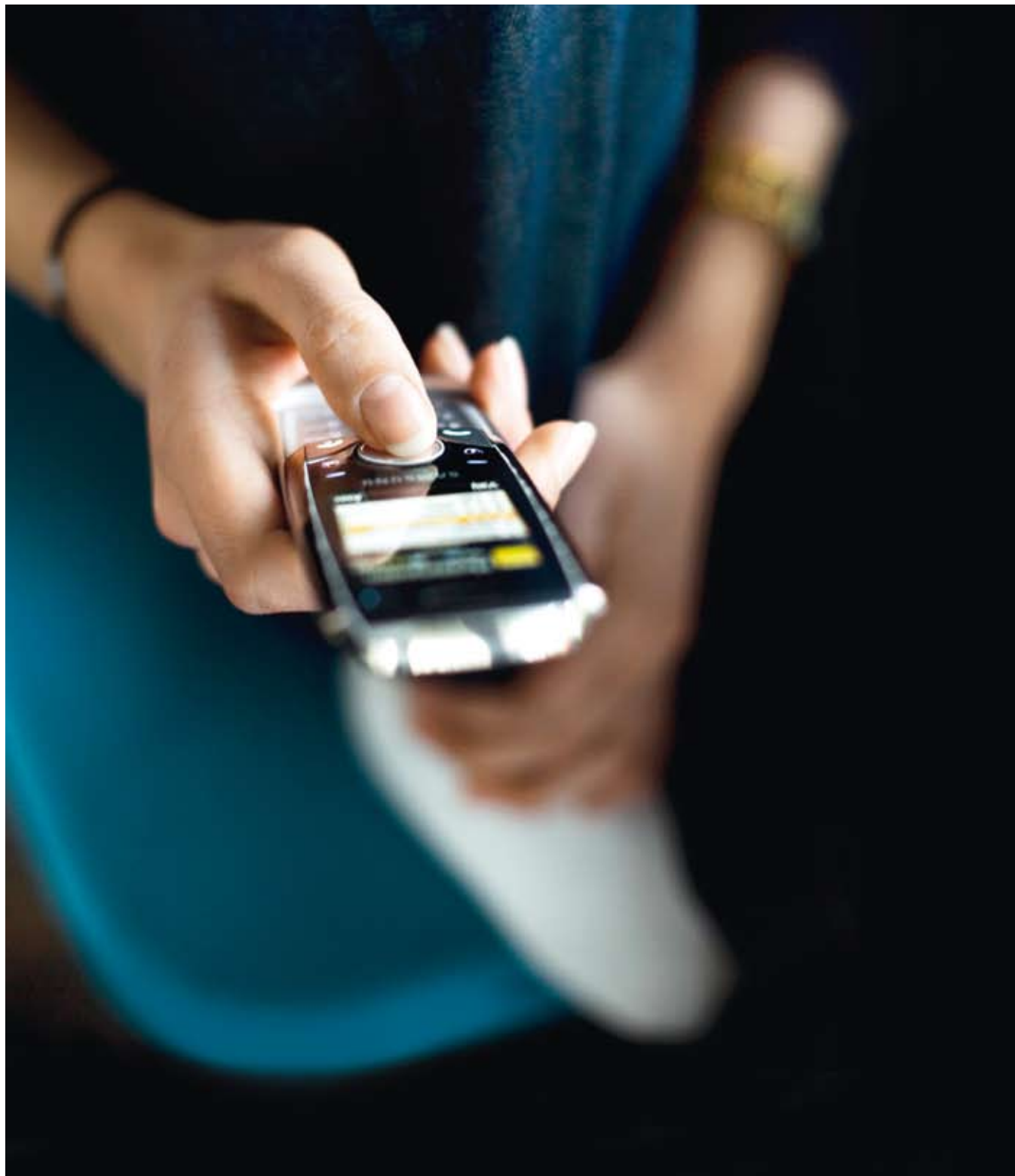
Das mobile Internet ist auf dem Vormarsch. Mobile Commerce, insbesondere das Barcode-Scanning, gewinnt als neue Form der Kundenansprache und -bindung zunehmend an Relevanz. Auf der Basis moderner Barcodetechnologien treibt GS1 Germany den Aufbau sicherer Infrastrukturen voran und kommt damit dem Bedarf nach zuverlässigen mobilen Dienstleistungen in Handel und Industrie entgegen.

Für immer mehr Verbraucher gehört das Shoppen mit dem Smartphone schon heute zum Alltag. Von den neun Millionen Deutschen, die ein internetfähiges Mobiltelefon besitzen, surfen rund zwei Millionen bereits täglich mobil im Internet – Tendenz steigend. Mit der fortschreitenden Technologisierung wird sich die Zahl der Smartphone-Besitzer innerhalb der nächsten zwei Jahre mindestens verdoppeln.² Im gleichen Maße nehmen auch die zur Verfügung stehenden Applikationen zu. Studien gehen von einer jährlichen Wachstumsrate von 84 Prozent und einem Umsatzanstieg bis 2013 auf rund 700 Millionen Euro auf dem deutschen mobilen Applikationsmarkt aus. Mithilfe der Apps lassen sich Einkaufslisten erstellen, Strichcodes einscannen und Produkteigenschaften miteinander vergleichen. Und das ist erst der Anfang. Der mobile Zugriff auf Online-Informationen macht das Smartphone zu einem einflussreichen Instrument für Kaufentscheidungen und zu einem zentralen Kundenkontaktpunkt im stationären Handel. Mobile Dienste, die in den Kaufprozess integriert sind, wie das Self-Scanning und mobile Zahlungsverfahren, unterstützen den Konsumenten dabei, schneller das Gewünschte zu erhalten. Das Extended Packaging erlaubt es, über eine entsprechende Anwendung auf Informationen zurückzugreifen, die auf der Verpackung keinen Platz mehr haben, beispielsweise wie gesundheitsverträglich oder umweltschonend ein Produkt hergestellt wurde.

Eine aktuelle Studie von GS1 Germany geht den Wünschen und dem Informationsverhalten der Verbraucher auf den Grund. Danach informieren sich die Befragten sowohl im Internet als auch via Smartphone in erster Linie über Preise, Rabatte und Sonderaktionen. Für knapp drei Viertel der Befragten ist es dabei äußerst wichtig, dass die Informationen aus einer vertrauenswürdigen Quelle stammen. Künftig werden verstärkt auch Angaben zu Gesundheitsverträglichkeit, Nährwerten oder Herkunft gewünscht. Für nahezu die Hälfte der Befragten stellt das Scannen mit dem Mobiltelefon eine attraktive Option dar, um an diese Informationen zu gelangen. Zugleich können sie sich vorstellen, mit dem Mobiltelefon auch Coupons und Rabattangebote einzulösen oder Self-Checkout zu nutzen.

MOBILE COMMERCE





9.000.000

Bundesbürger besitzen ein internetfähiges Handy, in zwei Jahren wird jeder Vierte in Deutschland ein Smartphone nutzen.*

80 %

der Internetnutzer stellen vor dem Kauf von Gebrauchsgütern Preisvergleiche an.**

75 %

aller Deutschen erwarten, dass Informationen, die als Grundlage für eine Kaufentscheidung dienen, aus vertrauenswürdigen Quellen stammen.**



Um die Konsumentenerwartungen nach transparenten und verlässlichen Informationen zu erfüllen, sind übergreifende Konzepte zur Integration der mobilen Technologien notwendig. Derzeit überlassen noch zu viele Unternehmen das Feld anderen, nicht immer zuverlässigen Anbietern und laufen damit Gefahr, das Verbrauchervertrauen aufs Spiel zu setzen. Als Kompetenzzentrum für valide Artikelinformationen und vernetzte Kommunikationsprozesse engagiert sich GS1 Germany dafür, dass Hersteller und Handel den Konsumenten ihre Produktdaten standardisiert und über vertrauenswürdige Kanäle zur Verfügung stellen können. Gemeinsam mit dem MobileCom Advisory Board als kompetent und ganzheitlich ausgerichtetes Gremium werden marktfähige Services entwickelt. Die Schwerpunkte liegen auf den Bereichen Extended Packaging, Mobile Couponing und Mobile Payment. Synergieeffekte und Investitionssicherheit gewährleistet dabei die Nutzung des globalen GS1-Stammdatenpools SA2 Worldsync, über den schon heute der sichere B2B-Dialog abgewickelt wird. Die bestehende Infrastruktur kann auch für den zuverlässigen Konsumentendialog genutzt werden. Mit dem Aufbau einer Kommunikationsplattform, auf der die zukunftsweisenden Geschäftsprozesse für alle Marktteilnehmer nachvollziehbar dargestellt sind, ebnet GS1 Germany den Weg in die mobile Konsumwelt.

Anwendungsfelder von Mobile Commerce im Handel

Coupons | Mobile E-Commerce | Shopping Lists
Payment | Store Location | In-Store Navigation
Self-Scanning & Self-Controlling | Advertising
& Promotions | Loyalty | Extended Packaging

45 % der Bundesbürger wünschen sich Zusatzinformationen auf Produkten, die sie per Barcode abrufen können.**

30 % der Befragten vertrauen den Internetseiten von Händlern und Herstellern, das größte Vertrauen genießen Informationen der Verbraucherschutzverbände.**

**Quelle: GS1 Germany-Studie zum Informationsverhalten im Internet in Bezug auf Gebrauchsgüter, Körperpflegeprodukte/Reinigungsmittel sowie Lebensmittel. Die Ergebnisse der Studie stehen unter www.gs1-germany.de zum Download bereit.

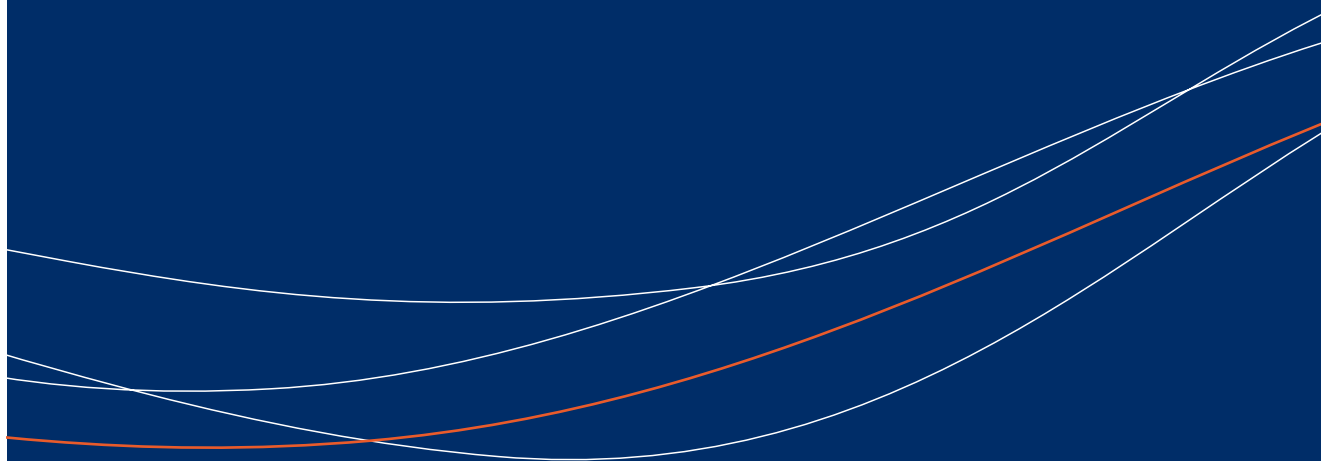
NACHHALTIGKEIT

ERFOLGSFORMEL FÜR DIE ZUKUNFT

Profitabel wirtschaften, ohne dabei Raubbau an den natürlichen Ressourcen zu treiben oder auf Kosten künftiger Generationen zu leben – das Leitbild der Nachhaltigkeit entwickelt sich zur Maxime einer modernen Ökonomie. Die komplexen Herausforderungen durch Klimawandel, eine zunehmende staatliche Regulierung und ein verändertes Konsumentenverhalten erfordern neue kooperative Geschäftsmodelle und ökoeffiziente Wertschöpfungsnetze.

Der Einstieg in eine nachhaltige Lebensweise ist die globale Aufgabe des 21. Jahrhunderts. Eine Aufgabe, die sowohl auf internationaler wie nationaler Ebene erfolgreich bewältigt werden muss. GS1 Germany hat die Bestimmungsgrößen der ökonomischen Entwicklung mit Blick auf seine Kunden in Industrie und Handel analysiert. So ist davon auszugehen, dass in absehbarer Zukunft jedes Unternehmen seinen ökologischen Fußabdruck dokumentieren und eine Ökobilanz vorlegen muss, die besonders die klimarelevanten Daten berücksichtigt. Gleichzeitig ist mit einer weiteren Verknappung fossiler Rohstoffe und einem Anstieg der Logistikkosten zu rechnen. Daraus ergibt sich der Zwang zu einer effizienteren Nutzung der Energieträger und einer Verbesserung der Beschaffungs- und Distributionswege. Absehbar ist zudem eine deutliche Verschärfung der Umweltgesetzgebung – speziell was die Vermeidung von Abfällen und klimaschädlichen Emissionen angeht. Ein zusätzlicher Treiber für die nachhaltige Entwicklung ist das veränderte Verbraucherverhalten. Konsumenten erwarten heute umfassende Informationen über Produkte und Erzeuger, über Produktionsverfahren, Arbeitsbedingungen und Umweltauswirkungen. Dabei erfolgt die Meinungsbildung nicht mehr nur durch die klassischen Kommunikationskanäle; anhand von sozialen Netzwerken informieren sich die Konsumenten viel schneller und legen ihre Haltung deutlich früher fest.

NACHHALTIGKEIT



„Nachhaltigkeit muss Teil der Unternehmensstrategie werden – zur verantwortungsvollen Art der Gewinnerzielung gibt es keine Alternative.“

Gerhard Berssenbrügge, Vorsitzender des Vorstands, Nestlé Deutschland AG

„Langfristig kann Nachhaltigkeit nur funktionieren, wenn Industrie und Handel an einem Strang ziehen und unternehmensübergreifende Lösungsansätze entwickeln. Es geht darum, den Produktlebenszyklus über die gesamte Wertschöpfungskette zu betrachten und ökoeffizient auszurichten.“

Michael J. Kolodziej, Mitglied des Aufsichtsrats, dm drogerie markt GmbH + Co. KG



Der Paradigmenwechsel von einer vorrangig wachstumsorientierten Wirtschaftsweise zu einer ressourcenbewussten Gestaltung von Produktions-, Logistik- und Konsumprozessen verlangt neue Managementansätze, die die gesamte Wertschöpfungskette und nicht nur Teilsysteme in den Blick nehmen. Als Bindeglied zwischen Herstellern, Händlern und Dienstleistern arbeitet GS1 Germany daran, eine Integrationsplattform für unternehmensübergreifende Nachhaltigkeitsstrategien zu etablieren. Ziel ist es, das Bewusstsein für die Bedeutung des Themas zu schärfen und eine nationale Community mit Vertretern aus Wirtschaft, Wissenschaft und NGOs aufzubauen. Im engen Schulterschluss mit dem Advisory Board Sustainability wird das Unternehmen darüber hinaus Standards zur Unterstützung eines nachhaltigen, kooperativen Prozessmanagements entwickeln und ein themenspezifisches Trainings- und Workshopangebot aufsetzen.

Zentrales Handlungsfeld ist die Logistik – gerade im Hinblick auf den Energieverbrauch und den Emissionsausstoß. Ein Lösungsansatz besteht in der Bündelung von Transporten und im Aufbau kooperativer Lagerkonzepte, mit denen sich nicht nur CO₂-Emissionen vermindern, sondern auch Transportwege und Lieferzeiten optimieren lassen. Handlungsbedarf besteht auch im Bereich des nachhaltigen Konsums, da ein Großteil der klimaschädlichen Emissionen auf das Konto des privaten Verbrauchs geht. Um den Verbraucher aufzuklären und nachhaltigkeitsrelevante Informationen in Form von Ökobilanzen oder CO₂-Kennzeichen zur Verfügung zu stellen, bedarf es standardisierter Messmethoden und einheitlicher Benchmarks. Als Kompetenzzentrum für Standards kann GS1 Germany hier wichtige Impulse geben und durch die Vernetzung aller Akteure in der Supply Chain die Dynamik nachhaltiger Prozesse erhöhen.

Eine nachhaltige Wirtschaftsweise verlangt Managementansätze, die die gesamte Wertschöpfungskette in den Blick nehmen.



GS1-TECHNOLOGIEN



ENTWICKLUNGSLABOR FÜR INNOVATIONEN

- GPC löst nationale Standard-Warenklassifikation ab
- GS1 DataMatrix setzt sich in der Healthcare-Branche durch
- GS1 DataBar als neuer Standard am Point of Sale etabliert
- Elektronische Rechnung mit erhöhter Rechtssicherheit
- Innovative MobileCom-Anwendungen in der Pipeline



PRODUKTENTWICKLUNG FÜR DIE GLOBALEN MÄRKTE

Die Projektmanager des Geschäftsbereichs GS1-Technologien stehen mit ihrem Spezial-Know-how für investitionssichere und businessgetriebene Produktlösungen. Parallel zu den sich wandelnden Märkten werden neue Standards und Updates entwickelt, die systemkompatibel sind und auf bereits bestehende Anwendungen aufsetzen, sie ergänzen und optimieren.

GS1-Barcodes und EPC/RFID-Tags zählen heute zu den weltweit am meisten genutzten Identifikationssystemen. Auch 2010 war der Geschäftsbereich GS1-Technologien stark in die internationalen Entwicklungsarbeiten eingebunden und in allen entscheidenden Leitungsgremien auf globaler und europäischer Ebene vertreten. Dabei garantiert der auf Transparenz und intensive Mitwirkung der User ausgerichtete Abstimmungsprozess einen globalen Anwendungsschutz und eine hohe Investitionssicherheit der GS1-Standards. Als Schnittstelle zum Global Standards Management Process (GSMP), der wichtigsten Plattform zur Erarbeitung von Standards, hat der Geschäftsbereich wichtige Anstöße für die dynamische Weiterentwicklung gegeben und die Interessen der deutschen Wirtschaftskreise engagiert eingebracht.

GPC löst bisherige Standard-Warenklassifikation ab

Auf Hochtouren liefen im vergangenen Jahr die Vorbereitungen für die Einführung der

Global Product Classification (GPC). Anfang 2012 löst das weltweit einheitliche System auch in Deutschland die seit 1978 gültige Standard-Warenklassifikation ab. Die bislang existierenden länderspezifischen Systeme waren vielfach nicht kompatibel und erschwerten den grenzüberschreitenden Güterverkehr. Die Warenklassifikation legt fest, in welche Waren- oder Artikelgruppe ein Produkt fällt. Als zentrales Element des Stammdatenmanagements dient sie der Optimierung internationaler Einkaufs- und Beschaffungsprozesse. Seit Oktober 2010 ist die deutsche Übersetzung des GPC-Standards über das GS1 Complete-Portal abrufbar. Hier können auch einzelne Segmente oder das Gesamtschema der GPC heruntergeladen und Recherchen in verschiedenen Sprachen angestellt werden. Gängige Stammdatenpools wie SA2 Worldsync haben bereits entsprechende Felder für die GPC reserviert. Davon profitieren insbesondere international agierende Unternehmen, die bislang mehrere Klassifikationen einsetzen mussten. Einmal in

die Produktstammdaten integriert, kann das neue System weltweit genutzt werden. Der Geschäftsbereich GS1-Technologien unterstützt die Anwender bei der Umstellung auf die GPC.

GS1 DataMatrix auf dem Vormarsch

Für den GS1 DataMatrix ging es 2010 weiter bergauf. Von Pharmaproduzenten über Hersteller von medizinischen Geräten bis zu Krankenhäusern setzen immer mehr Unternehmen der Healthcare-Branche auf den hoch verdichtenden, zweidimensionalen Code. International wird der GS1 DataMatrix zunehmend zum Pflicht-Standard auf Arzneimittelverpackungen – etwa in der Türkei oder in Frankreich. Der Europäische Verband der Pharmazeutischen Industrie EFPIA spricht sich für die EU-weite Einführung zur einheitlichen Kennzeichnung von Pharmazeutika zum Zweck der Produktidentifikation aus. In einem vom EFPIA initiierten Pilotversuch wurde im vergangenen Jahr die Leistungsfähigkeit des GS1 DataMatrix in Sachen Fälschungssicherheit belegt. An dem Praxistest in der schwedischen Hauptstadt Stockholm beteiligten sich 25 Apotheken. Im Moment der Übergabe an den Kunden scannen die Apotheker den GS1 DataMatrix auf den Medikamentenpackungen. Insgesamt durchliefen knapp 100.000 Artikel unterschiedlicher Hersteller die Echtheitsprüfung. Dabei konnten rund 94 Prozent der teilnehmenden Apotheker die Lösung problemlos anwenden; 99,7 Prozent der Scanvorgänge dauerten weniger als eine Sekunde.

Nicht nur in der Supply Chain, auch im Business-to-Consumer-Bereich entwickelt sich der GS1 DataMatrix zu einem Treiber von technologischen Innovationen und Kundenservices. Insbesondere auf dem Markt für mobile Applikationen wurden 2010 vielversprechende Entwicklungen auf den Weg gebracht. So kann beispielsweise ein Händler von Autoersatzteilen



GS1 DATABAR – FÜR HOHE ANSPRÜCHE AM POINT OF SALE

- Der GS1 DataBar ergänzt die bisherige Barcode-Familie überall dort, wo wenig Platz, aber viel Informationsgehalt gefragt ist. Großes Potenzial bietet der kleine Code insbesondere für die lückenlose Rückverfolgbarkeit von Frischeprodukten: So kann er Datumsinformationen, Chargen- oder Seriennummern, Preis- oder Gewichtsinformationen sowie Herkunfts- oder Qualitätsangaben verschlüsseln.

mit einem internetfähigen Smartphone den 2D-Code auf einer Packung einlesen und mittels serialisierter GTIN die Echtheit des Produkts unmittelbar überprüfen.

GS1 DataBar schließt Codierungslücken

Seit Anfang 2010 kommt am Point of Sale neben dem klassischen Barcode auch der GS1 DataBar auf Basis bilateraler Absprachen zum Einsatz. Damit werden bislang bestehende Codierungslücken insbesondere bei der Kennzeichnung mengenvariabler Frischeprodukte geschlossen. In der Konsumgüterwirtschaft ist die Umrüstung in vollem Gange. Spätestens 2014 soll der neue Standard auch im offenen

MARKTDURCHDRINGUNG DER GLOBALEN LOKATIONSNUMMER (GLN)

Die Globale Lokationsnummer bildet die Basis des GS1-Nummernsystems. Auch abseits der Konsumgüterwirtschaft setzen immer mehr Unternehmen aus unterschiedlichen Wirtschaftszweigen auf die GLN.

Hersteller/Dienstleister nach Branchen	2005	2010
Nahrungs- und Genussmittel	7.784	9.890
Schreibwaren, Bürobedarf, Print- und AV-Medien	4.462	5.357
Textilindustrie, Leder- und Schuhwaren	2.377	3.113
Chemische Industrie, Farben, Lacke	985	1.360
Lager- und Transportdienstleistungen	1.501	2.016
Elektrotechnik	1.344	2.000
Medizin, Gesundheitswesen, Pharmazeutika	743	1.365
Eisen, Blech, Metallwaren	1.325	2.388
Rohstoffe, Ausrüstungs- und Investitionsgüter	1.477	2.355
Wasch-, Reinigungs- und Körperpflegemittel	942	1.151
Papier, Druck, technische Papiere und Verpackungsmittel	848	965
Holzverarbeitung, Möbel und Bauelemente	891	970
Musikinstrumente, Spielwaren, Sportgeräte	714	769
Kunststoff- und Gummiverarbeitung	731	694
Feinkeramik, Glas, Feinmechanik, Optik, Uhren, Schmuck	650	690
Unternehmensberatung/Software	234	363
Handel		
Einzelhandel/Großvertriebsformen		90.161
Großhandel/Handelsvertreter/Importeure		7.583
Gesamt		133.190
davon Hersteller/Dienstleister		35.446
davon Handel		97.744

System funktionieren. Mit speziellen Anwendungsempfehlungen unterstützt die Abteilung GS1-Technologien die Unternehmen bei der Einführung. Auf große Resonanz stieß 2010 ein Seminar zum Thema Mobile Couponing, das die Potenziale des GS1 DataBar im Zusammenhang mit Rabattaktionen aufzeigte. In mehreren Pilotversuchen testeten zudem Handelsunternehmen und Konsumgüterhersteller die Praxistauglichkeit des innovativen Codes. Inwieweit sich durch den GS1 DataBar Fortschritte bei der Rückverfolgbarkeit von Frischeprodukten erzielen lassen, stand in einem Projekt von Metro Cash & Carry im Blickpunkt. Dabei wurden Tomaten mit dem DataBar ausgezeichnet und so neben der Artikelidentnummer wichtige Traceability-Informationen wie Mindesthaltbarkeitsdatum sowie Chargen- oder Seriennummer verschlüsselt. Nach ersten positiven Ergebnissen soll der Pilotversuch auf weitere Lebensmittel wie Fleisch und Fisch ausgeweitet werden.

New GSMP bündelt Entwicklungsarbeiten von GS1 und EPCglobal

Aufgabe der GS1-Entwicklungsplattform GSMP ist es, die Effizienz und Sicherheit der Supply Chain mithilfe globaler Standards zu verbessern. Über viele Jahre wurden die Entwicklungsarbeiten für die EPC/RFID-Standards außerhalb des GSMP innerhalb des EPC Standards Development Process verwaltet. Seit Anfang 2010 steht Anwendern mit dem „New GSMP“ nun eine gemeinsame Plattform für die Entwicklung von EPC- und GS1-Standards zur Verfügung. Die vormals getrennten Managementprozesse werden gebündelt und sukzessive zusammengeführt. Künftig können die Unternehmen von den Best Practices beider Organisationen profitieren. Eine aktuelle Umfrage unter den Akteuren der internationalen Business-Community stellt dem Netzwerk gute Noten aus: 95 Prozent der Befragten halten den Service des GSMP für gut

bis sehr gut; 78 Prozent bewerten die Effizienz der Arbeit als gut oder sehr gut.

Mehr Rechtssicherheit bei der elektronischen Rechnung

Aus dem Wegfall der Sammelabrechnung für EDI im Jahr 2009 resultierten neue Anforderungen, was die Echtheit der Daten und die Sicherheit des Datentransfers angeht. Mit der Mustervereinbarung für EANCOM®-Rechnungen hat GS1 Germany eine zweckmäßige und marktorientierte Lösung zur rechtssicheren Abwicklung des digitalen Rechnungverkehrs geschaffen. Mittlerweile haben sich alle großen Handelsunternehmen auf den Einsatz der Mustervereinbarung als verbindlichen Rahmen verständigt. Auch WebEDI-Rechnungen können einer Empfehlung zufolge nach dem abgestimmten Verfahren durchgeführt werden. 2010 hat der Geschäftsbereich zwei weitere Mustervereinbarungen für Spezialfälle auf den Weg gebracht. So lassen sich jetzt auch Reklamationen und Gutschriftverfahren sicher ausführen. Wie bereits im Vorjahr stieß der Praxistag „Elektronische Rechnung“ auch 2010 auf große Resonanz; das Besucherspektrum reichte von Konsumgüterherstellern über die Luft hansa bis zum TÜV.

Bis zum Jahr 2020 soll nach den Vorstellungen der Europäischen Kommission die elektronische Rechnung überall in Europa die manuelle Rechnungslegung ablösen. Um einen europaweit akzeptierten rechtlichen Rahmen für ein einheitliches Datenformat zu schaffen, hat die Kommission die EU-Mitgliedsstaaten aufgerufen, nationale Stakeholder-Foren zu etablieren. Im März 2010 wurde in Deutschland das Forum elektronische Rechnung Deutschland (FeRD) vom BMWi ins Leben gerufen. Als Repräsentant und Sprecher der Anwender aus Handel und Industrie ist GS1 Germany in dem Gremium vertreten.



GS1 IN DER NORMUNG: WEITERE SYNERGIE-POTENZIALE ERSCHLOSSEN

► Als Trägerin des Normenausschusses Daten- und Warenverkehr in der Konsumgüterwirtschaft, kurz NDWK, hat GS1 Germany auch im vergangenen Jahr die Normungsarbeit auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene vorangebracht. Mit dem 2010 erlangten, weltweit anerkannten ARO-Status (Approved Referencing Specification Originator) gewinnen GS1-Spezifikationen in internationalen ISO/IEC-Normen die gleiche Bedeutung und normative Kraft wie andere ISO-Normen. Insgesamt hat GS1 Germany bislang mehr als 30 der von Handel und Industrie generierten GS1-Spezifikationen in Normenwerke überführt. Der Schwerpunkt lag 2010 auf der Erarbeitung einer DIN-Norm zur EDI-Mustervereinbarung.

Neue EDI-Services zeigen Nutzenpotenziale auf

Der Elektronische Datenaustausch im einheitlichen EANCOM®-Format konnte sich 2010 in weiteren Branchen und Wirtschaftsbereichen als E-Business-Standard durchsetzen. Mit anwenderorientierten Dienstleistungen hat der Geschäftsbereich die Forderungen nach einem transparenten Nachweis der EDI-Nutzenpotenziale erfüllt und damit die Marktakzeptanz weiter gesteigert. Der neu entwickelte ROI-Kalkulator etwa zeigt an, ab wann sich Investitionen

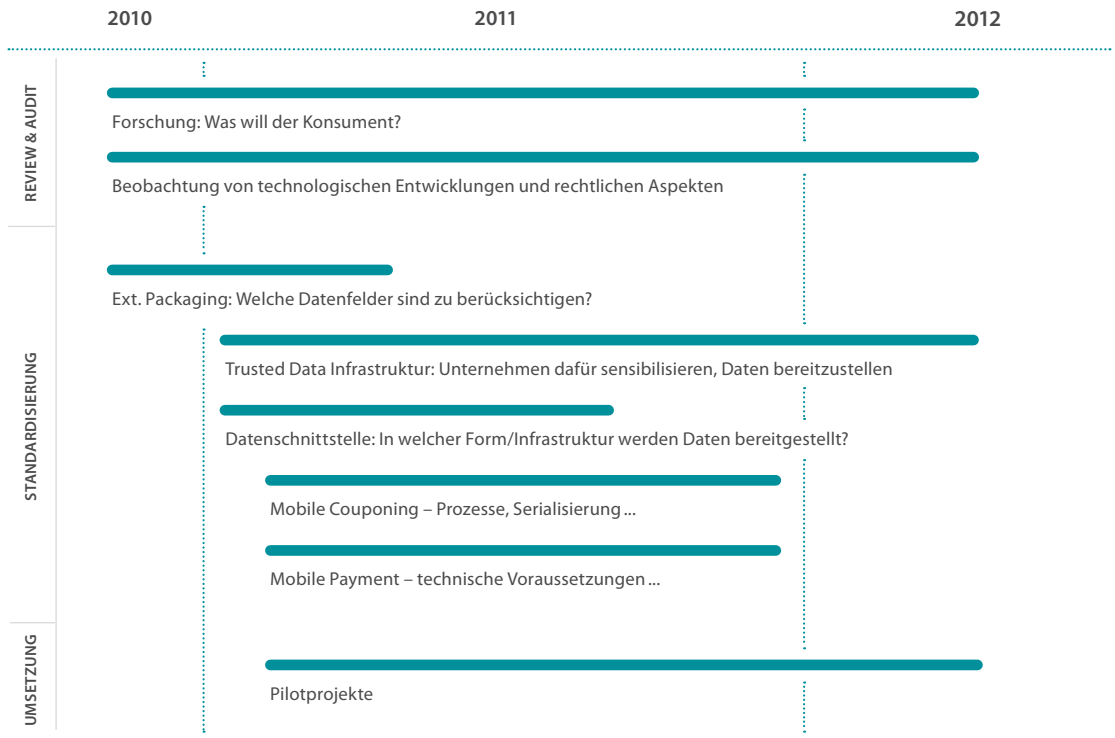
in den Elektronischen Datenaustausch sowie die damit verbundene Umstellung der Prozesse und der IT-Infrastruktur rentieren. Auf Basis nachvollziehbarer Praxisprojekte wurden differenzierte Kalkulationsgrundlagen für Handels- und Industrieunternehmen entwickelt. Sie berücksichtigen die unterschiedlichen prozessbedingten Kosteneinsparungen auf Hersteller- und Händlerseite und ermitteln den unternehmensindividuellen Return on Invest. Ein weiterer innovativer Service ist der EDI-Checker, der EANCOM®-Nachrichten inhaltlich und strukturell auf ihre Richtigkeit untersucht. Deutliche Zeit- und Kostenersparnisse ergeben sich für Unternehmen, die den EDI-Checker zur Überprüfung von Testnachrichten einsetzen und auf diese Weise aufwendige Probeläufe im Echtbetrieb überflüssig machen. Mit dem EDI-Viewer steht den Unternehmen überdies ein standardisiertes und hochsicheres Onlinetool zur Verfügung, das EDI revisionssicher auf dem Bildschirm sichtbar machen kann.

GS1-Spezialisten schaffen fachliche Grundlage für das neue Leistungsangebot

Im Zentrum der Entwicklungsarbeit stand 2010 das neue Leistungspaket GS1 Complete. So war der Geschäftsbereich intensiv am Aufbau der Online-Bibliothek beteiligt, die für alle Kunden relevante Fachpublikationen, Leitfäden und Anwendungsempfehlungen bereitstellt. Darüber hinaus ist die Fachabteilung für die anspruchsvollen Strichcodeprüfungen und EPC-Services zuständig. Der EPC-Konverter 2.0 beispielsweise ermöglicht es Unternehmen, den Elektronischen Product-Code in verschiedene Ausgabeformate umzurechnen. Mithilfe des EPC-Showcases lässt sich nachvollziehen, an welchen Schnittstellen entlang der Wertschöpfungskette relevante Informationen mittels EPC/RFID verschlüsselt und abgerufen werden können.

GS1 MOBILECOM ROADMAP FÜR DEUTSCHLAND

Schwerpunkte für 2011: Trusted Data Infrastruktur für Produktinformationen/Standards für Extended Packaging, mobiles Couponing und Payment



Entwicklungslabor für Mobile Commerce-Anwendungen

2011 liegt ein Schwerpunkt der Entwicklungsarbeit auf der Ausgestaltung der zentralen MobileCom-Anwendungsfelder von Extended Packaging über Mobile Couponing bis zu Mobile Payment. Bei den GS1-Experten laufen die Fäden der unterschiedlichen Forschungs- und Implementierungsinitiativen zusammen. Im Vordergrund steht die Definition der notwendigen Kommunikations- und Schnittstellenstandards sowie der technischen und organisatorischen Infrastrukturen und Prozesse im Bereich der mobilen Konsumentenkommunikation. Mit dem MobileCom Advisory Board bündelt die Fachabteilung die Expertise der unterschiedlichen Marktteilnehmer sowie Forschungseinrichtungen, koordiniert den Ressourceneinsatz

und die Zusammenarbeit mit den internationalen Gremien und legt so das Fundament für die zügige Umsetzung der mobilen Services in den kommenden Jahren. Dem Konsumenten stehen bislang beim Barcode-Scanning vielfach unvollständige, teilweise auch falsche Produktinformationen zur Verfügung. Mithilfe standardisierter Schnittstellen, Datenprofile sowie Contentformate sollen Konsumenten über ihre mobilen Endgeräte Zugriff auf verlässliche Produktinformationen erhalten und Hersteller zugleich die Datenhoheit zurückgewinnen. In einem wissenschaftlichen Projekt an der Technischen Universität München sollen Möglichkeiten personalisierter Applikationen für Smartphones erforscht werden, die Verbrauchern individuell zugeschnittene Informationen aus weltweit verteilten, validen Datenquellen bereitstellen.

SALES + IMPLEMENTATION



NEUE BRANCHEN IM FOKUS

- Neukundenpotenziale in Zukunftsbranchen erschlossen
- Wehrtechnische Industrie optimiert Prozesskette auf Basis der GS1-Standards
- Category Management in der PBS-Branche verankert
- RFID in der Textilbranche im Aufwind
- Healthcare-Branche setzt verstärkt auf E-Business
- Automotive auf dem Weg zum Branchen-Standard



INTEGRIERTE STRATEGIEN FÜR MEHR PROZESSEFFIZIENZ

Mit prozessorientierten Beratungsleistungen und passgenauen Branchenlösungen treibt der Geschäftsbereich Sales + Implementation die Umsetzung der GS1-Standards voran und erschließt gezielt Marktpotenziale in neuen Wirtschaftsbereichen – auch über die Konsumgüterwirtschaft hinaus.

Der Geschäftsbereich Sales + Implementation hat im Berichtsjahr seine Leistungsfähigkeit auf Anhieb unter Beweis gestellt. So konnte das innovative Komplettpaket GS1 Complete gerade in solchen Branchen erfolgreich vermarktet werden, deren Geschäftsabläufe bislang wenig bis gar nicht automatisiert abliefen. Die Unternehmen unabhängig von ihrem Kenntnisstand und ihrer Erfahrung schrittweise an die GS1-Standards heranzuführen und die Implementierung zuverlässig in der Praxis zu begleiten – das ist der Arbeitsschwerpunkt des Geschäftsbereichs Sales + Implementation. Während das Sales-Team den Vertrieb von GS1 Complete steuert, konzentriert sich das Branchenmanagement auf die Implementierung des GS1-Systems in den unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen. Das Consult-Team schließlich richtet den Fokus auf die systematische Erschließung neuer Branchen und entwickelt im engen Austausch mit den Unternehmensvertretern branchenspezifische und marktgerechte Anwendungsempfehlungen.

Dabei kommt den GS1-Experten die eigene Branchenerfahrung und Marktkenntnis zugute. Auch 2010 wurde der Pool der GS1 Solution Provider weiter ausgebaut und umfasst heute 73 IT-Dienstleister, die neben prozesstechnischem Know-how über Spezialwissen zu den GS1-Standards verfügen und eng mit den GS1-Arbeitskreisen vernetzt sind.

Mit GS1 Complete auf aktuelle Marktanforderungen reagieren

Den verstärkten Kunden- und Branchenfokus spiegelt auch das Leistungsangebot GS1 Complete wider. Künftig können Unternehmen das gesamte GS1-Portfolio zur Optimierung der Wertschöpfungskette nutzen. Dazu zählen sämtliche GS1-Standards zur Identifikation, Kommunikation und Prozessgestaltung. So sind die Unternehmen in der Lage, flexibel auf Branchenentwicklungen zu reagieren und sich rasch auf veränderte Prozessabläufe einzustellen. Die Einführung von GS1 Complete wurde von einer intensiven Kommunikationskampagne

begleitet. Im Juni 2010 berichtete GS1 Germany sowohl im Bundesanzeiger als auch im Kundenmagazin STANDARDS ausführlich über die Umstellung. Nutzenvorteile und Vertragsbedingungen von GS1 Complete standen zudem im Mittelpunkt der Messepräsentation auf dem 11. ECR-Tag in Hamburg. Darüber hinaus wurden alle Bestandskunden mit einem persönlichen Mailing angesprochen. Bei Rückfragen konnten sie sich an eine eigens eingerichtete Hotline wenden.

Attraktive Neukundenpotenziale in Zukunftsbranchen erschlossen

Mit seinem innovativen Leistungspaket und der stringenten Ausrichtung auf die Kunden- und Branchenanforderungen hat GS1 Germany im Berichtsjahr deutlich an Kontur gewonnen und in weiteren Wirtschaftsbereichen jenseits der Konsumgüterindustrie Fuß gefasst. Dazu zählen unter anderem der Onlinehandel, Banken, Energieversorger sowie Unternehmen aus dem Gesundheitswesen und der technischen Industrie. Als strategisch wichtigen Neukunden konnte GS1 Germany 2010 die Bundeswehr gewinnen, die künftig das GS1-System im Zuge ihrer Modernisierungsstrategie zur standardisierten Kennzeichnung und Identifikation von Versorgungsgütern und Waffensystemen einsetzen wird. Ziel sind ein durchgängiges Tracking & Tracing-System und eine effektive Materialverfolgung – von der Herstellung über den Versand und die Lagerung bis zum Einsatzort auch länderübergreifend im Rahmen der NATO. So wurde in den Technischen Lieferbedingungen des Bundesamts für Wehrtechnik und Beschaffung festgeschrieben, dass Lieferanten sämtliche Bauteilgruppen mit der Globalen Artikelidentnummer GTIN und gegebenenfalls auch mit Chargen- und Seriennummer kennzeichnen müssen. Beim neuen Kettenfahrzeug Puma sind davon mehr als 8.000 Bauteile betroffen, die künftig mit einem

GS1 DataMatrix ausgestattet werden. Von dem Einstieg in das GS1-System profitieren auch die Lieferanten der wehrtechnischen Industrie. Die bayerische LFK-Lenkflugkörpersysteme GmbH beispielsweise, die ihre Lenkflugkörper bereits mit dem GS1 DataMatrix kennzeichnet, hat jetzt auch Wareneingangsprüfung, Produktion, Lager, Kommissionierung und Versand auf E-Business umgestellt und dadurch erhebliche Effizienzgewinne erzielt.

GS1-System als Umsatztreiber in der PBS-Branche

2010 konnte der Geschäftsbereich Sales + Implementation die GS1-Prozesse im Fachhandel für Papier-, Büro- und Schreibwaren (PBS) verankern und damit Maßstäbe für die gesamte Branche setzen. Im Rahmen eines einjährigen



DIE BUNDESWEHR SETZT AUF GS1-STANDARDS

- Von Versorgungsgütern bis zu Waffensystemen – zur eindeutigen Kennzeichnung und Identifikation von Objekten führt die Bundeswehr sukzessive das GS1-System ein. Ziel sind ein lückenloses Tracking & Tracing sowie eine effiziente Materialverfolgung.

SCHLAGLICHTER DES BRANCHENMANAGEMENTS

Die Branchenexperten von GS1 Germany haben 2010 die Umsetzung der GS1-Standards in den unterschiedlichen Wirtschaftsbereichen forciert und gemeinsam mit Branchenvertretern zahlreiche Projekte auf den Weg gebracht.

FLEISCH

GS1-Studie zur Wirtschaftlichkeit von Transportbehältern:
Hauptkostentreiber sind Handling- und Transportkosten
Berechnungstool ermittelt Wirtschaftlichkeit verschiedener Transportvarianten
2011 geplant: Branchenempfehlung zur effizienten logistischen Abwicklung von Frischfleisch inkl. EANCOM®-Nachrichten

OBST UND GEMÜSE

Internationale Anerkennung für die vom Branchengremium Obst und Gemüse entwickelte Global Product Classification GPC
Hohe Kundenresonanz auf dem Obst- und Gemüsekongress 2010
Erfolgreiches Projekt zur Rückverfolgbarkeit mit Biohersteller gestartet
Verleihung des Deutschen Fruchtpreises in Kooperation mit der Rundschau für den Lebensmittelhandel

MOLKEREIPRODUKTE

Branchengremium Molkereiprodukte und Lenkungskreis Supply Chain stärker vernetzt
Einigung mit SPAR Österreich bei der Kennzeichnung von Verkaufseinheiten
Projekt „Effiziente Warenübernahme“ gestartet
Erfolgreiche Umsetzungsinitiative mit Milchindustrie-Unternehmen

BARGELDLOGISTIK

Die Deutsche Bundesbank baut CashEDI auf Basis von GS1 XML und EANCOM® zu einer zentralen Plattform für die Bargeldlogistik aus
2013 müssen laut Anforderung der Bundesbank alle professionellen Bargeldakteure CashEDI umgesetzt haben
Immer mehr europäische Notenbanken setzen auf CashEDI
Nach Spanien und Frankreich führt die Banca d'Italia 2011 die GS1-Standards ein

TECHNISCHE INDUSTRIE/ AUTOMOBIL

Kooperationsprojekt RAN – RFID-based Automotive Network:
GS1 Germany entwickelt gemeinsam mit hochkarätig besetztem Konsortium aus Wirtschaft und Wissenschaft innovative Ansätze zur effizienten, unternehmensübergreifenden Prozesssteuerung in der Auftragsabwicklung
Ziel ist ein einheitlicher, offener Branchenstandard

HEALTHCARE

Kliniken und Einkaufsgenossenschaften setzen auf den Einsatz der GS1-Standards
Roadshow „GS1-Standards on tour“ mit positivem Echo
Case Study: B. Braun-Sparte Aesculap kennzeichnet Produkte direkt mit GS1 DataMatrix
Erfolgreiche Healthcare-Konferenz in Dresden mit 250 Teilnehmern

TEXTIL

Anwendungsempfehlung für vertikale Kooperationen schafft einheitliche Arbeitsgrundlage für Flächenpartnerschaften
GERRY WEBER führt EPC/RFID-Technologie flächendeckend auf Artekebene ein – vollautomatische Warenidentifikation und erstmals auch Artikelsicherung

DIY – DO IT YOURSELF

Konzeptionelle Begleitung der Branchenverbände BHB/IVG/Haus & Garten bei deren Strategie-Projekt „Stammdaten“
Grundlagenentwicklung zum Thema „Retourenmanagement“ als zentrales Entwicklungsthema im BHB/GS1-Arbeitskreis EDI und Prozessoptimierung





SECHS PROZENT MEHR UMSATZ IN DER PBS-BRANCHE

• In einem bislang einmaligen Kooperationsprojekt hat der Fachhandel für Papier-, Büro- und Schreibwaren (PBS) die Sortimentsgestaltung und Warenpräsentation in relevanten Kategorien auf den Prüfstand gestellt und kundengerecht umgestaltet. Durch die systematische Einführung von Category Management-Systemen in sieben Pilotmärkten wurden stabile Umsatzzuwächse von mehr als sechs Prozent erzielt.

Projekts wurde ein branchenspezifisches Category Management-Konzept bei den beteiligten Fachhändlern etabliert. Auf diese Weise konnte der Handel eine deutliche Optimierung der Sortimentsstruktur und eine Erhöhung der Kundenzufriedenheit verbuchen. Die Herausforderung für die GS1-Berater bestand darin, marktbasiertere Empfehlungen für eine moderne Sortimentsgestaltung in einer Branche zu entwickeln, die von einer heterogenen Struktur und großen Artikelvielfalt geprägt ist. Gemeinsam mit Markenherstellern und Fachhändlern wurden die wichtigsten Warengruppen aus Konsumentensicht systematisiert, auf Basis des Acht-Schritte-CM-Prozesses grundlegend optimiert und für unterschiedliche Geschäftsgrößen adaptiert. Als Beispiel für eine vorbildliche unternehmensübergreifende Kooperation

wurde das PBS-Projekt 2010 mit dem ECR Award ausgezeichnet.

RFID in der Textilbranche weiter im Aufwind

In der Textilbranche konnte der Geschäftsbereich 2010 an die Erfolge der vergangenen Jahre anknüpfen und einen Zuwachs von 300 Neukunden verbuchen. Wichtige Impulse gingen von einem Innovationsprojekt des Modeunternehmens GERRY WEBER aus. 2010 startete der BekleidungsHersteller mit dem unternehmensweiten RFID-Rollout. Mithilfe der EPC/RFID-Technologie auf Artelebene konnten sämtliche Prozesse entlang der Supply Chain vereinfacht und beschleunigt werden. Eine Innovation stellte auch die Verknüpfung der Warenidentifikation mit einer Warensicherungsfunktion dar. Im Ergebnis verzeichnet GERRY WEBER einen deutlichen Rückgang bei Fehllieferungen und Fehlbeständen, verbunden mit einer erheblichen Optimierung der bestandsführenden Prozesse, einer sicheren Warenkontrolle und geringeren Inventurdifferenzen. Allein im Never-Out-of-Stock-Sortiment (NOS) rechnet das Unternehmen im laufenden Jahr mit einem Umsatzplus von 7,5 Prozent. Auch die Handelspartner profitieren von der neuen Technologie. Bestandslücken werden durch die exakte Bestandskontrolle vermieden, die erhöhte Warenverfügbarkeit trägt zu mehr Kundenzufriedenheit bei. Der Aufwand im Wareneingang und in der internen Logistik verringert sich um bis zu 75 Prozent. Aufgrund der ausgeprägten Partnerorientierung und der Roll-out-Fähigkeit wurde auch dieses Projekt mit dem ECR Award 2010 ausgezeichnet.

Neben der Radiofrequenz-Technologie war die vertikale Kooperation weiterhin das bestimmende Thema in der Textilbranche. Immer mehr Händler und BekleidungsHersteller bewirtschaften Verkaufsflächen gemeinschaftlich mit dem

Ziel, die Flächenproduktivität zu steigern und damit die Wettbewerbsfähigkeit beider Partner zu verbessern. Von Shop-in-Shop-Konzepten über Concessions bis zu Depots – es existieren zahlreiche Varianten vertikaler Kooperationen und die unterschiedlichsten Begriffsdefinitionen. Unter der Federführung von GS1 Germany hat die Initiative Connecting Fashion Business im vergangenen Jahr erstmals eine Anwendungsempfehlung für Flächenpartnerschaften vorgelegt. Darin werden die einzelnen Geschäftsmodelle und die dazugehörigen Prozesse definiert und detailliert beschrieben. Der praxisorientierte Handlungsleitfaden deckt alle Bereiche vertikaler Partnerschaft ab – von der Vereinbarung der Kooperation bis zur Abwicklung am Point of Sale. Zudem sind für jeden Geschäftsprozess die entsprechenden EANCOM®-Nachrichtenformate dargestellt, die einen effizienten elektronischen Datenaustausch ohne Medienbrüche ermöglichen.

Durchbruch in der Healthcare-Branche

Von der eindeutigen Kennzeichnung und Rückverfolgbarkeit medizinischer Produkte bis zur Prozessoptimierung im Klinikbereich: Auch im Gesundheitswesen sind die GS1-Standards zunehmend gefragt. Heute nutzen bereits mehr als 1.600 Unternehmen der Healthcare-Branche die weltweit gültigen Identifikationssysteme und den elektronischen Datenaustausch. Um die effektive Nutzung globaler Standards im deutschen Gesundheitswesen weiter zu forcieren, hat GS1 Germany 2010 eine Informationskampagne gestartet. Auf große Resonanz stieß die GS1-Roadshow, die gemeinsam mit den führenden Krankenhaus-Einkaufsgemeinschaften durchgeführt wurde. In München, Dresden, Köln und Hamburg informierten sich Branchenvertreter über die Vorteile globaler Standards im Klinikalltag. Die Herausforderungen des Healthcare-Sektors standen auch im Mittelpunkt der Branchentreffs

„Healthcare live! – Visionen und Best Practices“ im Oktober 2010. Gastgeber war das Universitätsklinikum Dresden, das den mehr als 250 Teilnehmern den Nutzen von E-Business-Standards in der täglichen Arbeit demonstrierte – ob in der Klinikapotheke oder in der Materialwirtschaft. Die Branche hat die Notwendigkeit struktureller Veränderungen erkannt. Mit der Umstellung manueller Abläufe in der Warenwirtschaft, Behandlungsdokumentation und Kostenrechnung auf EDI sind enorme Zeit- und Kosteneinsparungen verbunden. Eine im Oktober 2010 veröffentlichte Studie der Ruhr-Universität Bochum im Auftrag von GS1 Germany ergab, dass Kliniken mit einem umfassenden E-Procurement bis zu 75 Prozent der Prozesskosten entlang ihrer Beschaffungskette einsparen können. Neben der Prozesseffizienz in der medizinischen Versorgung gewinnen auch Plagiatschutz und Patientensicherheit immer mehr an Bedeutung.



MEHR KOSTENEFFIZIENZ IM GESUNDHEITSWESEN

● Elektronische Prozesse auf Basis der GS1-Standards führen auch im Gesundheitswesen zu mehr Prozess- und Kosteneffizienz. Dies unterstreicht eine Studie der Ruhr-Universität Bochum. Die Wissenschaftler kamen zu dem Ergebnis, dass das Einsparpotenzial in deutschen Krankenhäusern allein im Bereich der Beschaffung bei bis zu 75 Prozent liegt.

Vor allem der GS1 DataMatrix trägt zur sicheren Authentifizierung von Produkten bei. Der 2D-Datenträger bietet die Möglichkeit, über die Artikelidentnummer hinaus dynamische Produktinformationen wie die Chargennummer und

1.600 UNTERNEHMEN

• In der deutschen Healthcare-Branche nutzen heute bereits 1.600 Unternehmen die weltweit gültigen GS1-Standards und den elektronischen Datenaustausch – Tendenz steigend.

das Verfallsdatum auf kleinstem Raum abzubilden und zum Beispiel chirurgische Instrumente direkt zu kennzeichnen. 2010 gaben verschiedene Unternehmen der Medizintechnik den Startschuss für die Einführung des GS1-Systems. So wollen Johnson & Johnson Medical und die Aesculap AG, eine Sparte der B. Braun Melsungen AG, künftig ihr gesamtes Produktsortiment mit dem GS1 Data Matrix kennzeichnen. Auch der Bundesverband der Beschaffungsinstitutionen in der Gesundheitswirtschaft Deutschland (BVBG) hat sich im Berichtsjahr für den Einsatz von GS1-Standards ausgesprochen.

Automotive: Einigung über gemeinsame Standards in Sicht

In der Automobilbranche hat GS1 Germany sein Ziel, einen internationalen und branchenübergreifenden Standard zu entwickeln, auch 2010 konsequent weiterverfolgt. Gerade mit Blick auf die immer komplexeren Produktions- und Lieferantennetzwerke stoßen die bislang verbreiteten geschlossenen Standards an ihre Grenzen; einheitliche Kennzeichnungssysteme und Datenaustauschformate gewinnen an Bedeutung. Treibende Kraft dieser Entwicklung

ist unter anderem die Daimler AG, die auch der 2009 von GS1 Germany gegründeten EPCglobal Automotive Discussion Group angehört. Im Berichtsjahr hat der Autohersteller gemeinsam mit BMW, Lieferanten, IT- und Logistikdienstleistern sowie wissenschaftlichen Einrichtungen das RFID-based Automotive Network, kurz RAN, ins Leben gerufen. In dem vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten Projekt wird eine übergreifende Datensystematik auf Basis der EPC-Nummernstruktur von GS1 getestet. Mit einer durchgängigen Transponder- und Erfassungstechnik sowie der eindeutigen Kennzeichnung der Teile und Ladungsträger sollen die Effizienz im globalen Produktionsnetzwerk und die Transparenz sämtlicher Prozesse verbessert werden. Zugleich sollen Wirtschaftlichkeit und Ressourceneffizienz deutlich gesteigert werden – ein wichtiger Faktor für die branchenweite Akzeptanz und Umsetzung des standardisierten Datenaustauschs.

Umsetzungsgrad in 2011 weiter steigern

Für das laufende Jahr peilt der Geschäftsbereich erneut deutliche Fortschritte im Vertrieb und bei der Implementierung der Prozesslösungen an. Insbesondere in der technischen Industrie wie dem Maschinen- und Anlagenbau sowie der Stahlbranche sollen die Nutzenvorteile des GS1-Systems deutlich herausgestellt und so die Kundenakquise intensiviert werden. Nach wie vor hohe Priorität haben die Aktivitäten im Healthcare-Sektor. Mit zunehmender Umsetzung der GS1-Standards rückt hier eine Branchenlösung in greifbare Nähe. Ambitioniert ist auch die Agenda im Bereich CashEDI. Ab 2013 müssen alle professionellen Bargeldakteure grundsätzlich am elektronischen Datenaustausch über das GS1 XML-System teilnehmen. GS1 Germany unterstützt die Unternehmen dabei, die entsprechenden Voraussetzungen zu schaffen und insbesondere das Cash-Handling im Handel und im Automatengeschäft nachhaltig zu optimieren.

ECR, EVENT + TRAINING



NETWORKING AUF HOHEM NIVEAU

- Projekt „Palettenbewirtschaftung in Deutschland“ bringt mehr Transparenz in die Logistikkette
- Grundlagenforschung beim Shopper Research liefert praxisnahe Ergebnisse
- Hochwertiges Trainingsangebot sorgt für praxisnahe Umsetzung der ECR-Idee
- GS1 Germany Knowledge Center verbucht anhaltend hohe Besucherresonanz
- 11. ECR-Tag in Hamburg zeichnet vorbildliche Kooperationen aus
- Best-Practice-Konferenzen geben Einblick in innovative ECR-Konzepte



TRAININGS AM PULS DER ZEIT

Mit ihrem Gespür für Markttrends haben die ECR-Experten 2010 wichtige neue Themenfelder besetzt und daraus in Abstimmung mit den Anwendern in Handel und Industrie relevante Handlungsempfehlungen abgeleitet. Ein bedarfsgerechtes Veranstaltungs- und Trainingsprogramm sorgt für den Wissenstransfer und die breite Verankerung des ECR-Konzepts, einer strikt auf die Konsumentenbedürfnisse ausgerichteten Wertschöpfungskette.

Efficient Consumer Response ist ein dynamisches Konzept – entwickelt für die moderne Alltagsrealität von Unternehmen. Der Geschäftsbereich bündelt die ECR-Aktivitäten und das Trainings- sowie Veranstaltungsangebot und hat 2010 weitere Projekte zur kundenorientierten Zusammenarbeit sowohl auf der Supply Side als auch auf der Demand Side auf den Weg gebracht. Dadurch konnten Ineffizienzen in der Prozesskette aufgedeckt und zusätzliche Einspar- und Umsatzpotenziale realisiert werden. Gleichzeitig hat der Geschäftsbereich sein Schulungs- und Veranstaltungsprogramm weiter ausgebaut und zählt heute zu den führenden Seminaranbietern im Bereich E-Business und Prozesseffizienz.

Mehr Transparenz und Fairness beim Palettentausch

Auf der Supply Side galt das besondere Augenmerk im vergangenen Jahr der Palettenbewirtschaftung. Mit dem Projekt „Palettenbe-

wirtschaftung in Deutschland“ will GS1 Germany zu mehr Transparenz, Qualität und Fairness im Palettentausch beitragen. 300 bis 350 Millionen Europaletten bilden die Basis des größten Palettentauschsystems in Europa. Bislang lag die Verantwortung für die Beschaffung, Administration und den Unterhalt der genormten Holzpaletten nahezu ausschließlich bei den Logistikdienstleistern – infolge sinkender Palettenqualitäten und steigender Holzpreise ein nicht unerheblicher Kostenblock. Eine von GS1 Germany initiierte Erhebung ergab insbesondere bei der Einstufung der Palettenqualitäten große Diskrepanzen. Auf der Basis der Studienergebnisse haben die Vertreter aus Handel, Industrie sowie der Logistikbranche neue erweiterte Qualitätskriterien definiert. Im laufenden Jahr wird das Gremium eine branchenübergreifende Anwendungsempfehlung vorlegen, die ein ebenso kosteneffizientes wie verursachergerechtes Palettenhandling ermöglicht.

Bessere Kundenorientierung durch Shopper Research

Auf der Demand Side standen die Themen Shopper Research sowie kartellrechtliche Fragen beim Category Management im Vordergrund. Wie verhält sich der Shopper am Point of Sale und welche Faktoren beeinflussen seine Kaufentscheidung? Shopper Research – die Erforschung des Einkaufsverhaltens – hat 2010 einen deutlichen Auftrieb erfahren. Einer aktuellen GS1-Studie zufolge führen 46 Prozent der befragten Unternehmen in der Konsumgüterwirtschaft bereits eigene Shopper-Research-Projekte durch, schon heute stützen sich 38 Prozent der Befragten beim Category Management (CM) auf Shopper Insights. Bislang fehlten jedoch ein Überblick über die Instrumente sowie ein einheitliches Verständnis der Begrifflichkeiten. Um Handel und Industrie eine Orientierungshilfe zu bieten, haben die ECR-Spezialisten von GS1 Germany eine Extranet-Plattform mit konkreten Anwendungshilfen aufgebaut.

Weiter vorangetrieben wurde auch die Grundlagenforschung auf diesem Innovationsfeld. 2010 ging an der Universität zu Köln ein wissenschaftliches Forschungsprojekt an den Start, an dem neben GS1 Germany auch die GfK sowie sechs Konsumgüterhersteller beteiligt waren. Erstmals wurden wissenschaftlich fundierte Erkenntnisse über das impulsgetriebene Einkaufsverhalten in ausgewählten Produktkategorien gewonnen. In der empirischen Untersuchung kristallisierten sich unterschiedliche Shoppertypen heraus, die sich in Bezug auf Einkaufsstättenwahl, Orientierung und Kaufentscheidung am POS deutlich voneinander abgrenzen. Die Studienergebnisse fließen in die CM-Prozesse der beteiligten Unternehmen ein und verbessern die Kundenorientierung am Point of Sale.



WISSEN, WAS DER KUNDE WILL

Das Konsumverhalten am Point of Sale zu erforschen, ist das Ziel der noch jungen Forschungsdisziplin Shopper Research. In einem Forschungsvorhaben an der Universität zu Köln wurde 2010 das impulsgetriebene Einkaufsverhalten unter die Lupe genommen – die Ergebnisse bilden die Basis für konkrete Branchenempfehlungen und eine bessere Kundenorientierung.

Trainingsangebot von Praktikern für Praktiker

Mit der Komplexität der unternehmensübergreifenden Geschäftsabläufe wächst der Bedarf an Weiterbildungsmaßnahmen, die speziell auf die Qualifizierung des operativen Managements ausgerichtet sind. 2010 hat der Geschäftsbereich sein Schulungsangebot weiter ausgebaut und um maßgeschneiderte Seminare zu aktuellen, marktrelevanten Fragestellungen ergänzt. Insgesamt nahmen 740 Teilnehmer aus 290 Unternehmen an den Seminaren teil. Parallel zur verstärkten Gremienarbeit im Bereich Shopper Research wurde ein entsprechendes Trainingsformat aufgelegt, das die Grundlagen



KOOPERATION MIT KLAREN SPIELREGELN

► Kartellrechtliche Bedenken ernst nehmen und gleichzeitig Kooperationen ausbauen: GS1 Germany hat Handlungsempfehlungen für rechtskonforme Category Management-Prozesse erarbeitet. In einem speziellen Seminar zum Thema Kartellrecht und Kooperation werden die Grundregeln erläutert und konkrete Hilfestellungen gegeben.

der neuen, vielversprechenden Marketingmethode vermittelt. Im Zuge der Diskussion über die kartellrechtlichen Grenzen des Informationsaustauschs zwischen Unternehmen erarbeitete GS1 Germany einen Workshop zum Thema Kartellrecht und Kooperation. Auf dem eintägigen Seminar werden die Grundregeln rechtswirksamer Category Management-Prozesse erläutert und konkrete Hilfestellungen für ein kartellrechtlich einwandfreies Verhalten gegeben. Wegen ihres ausgesprochenen Praxisbezugs verzeichneten auch die spezifischen Seminare für die Fleisch-, Obst- und Gemüse- sowie die Non-Food-Branche zunehmende Akzeptanz. Verstärkt auf die Anforderungen der Industrie

zugeschnitten wurden im Berichtsjahr die Logistikseminare, die sich mit effizienten Kooperationsmöglichkeiten entlang der Supply Chain beschäftigen.

Category Management – Kompetenz mit neuen Impulsen

Im Berichtsjahr konnte GS1 Germany zugleich seine führende Position im Bereich Category Management weiter festigen. Die CM-Trainings stießen auf anhaltend hohe Nachfrage – angefangen von Basisschulungen für national und international agierende Unternehmen bis zu Lehrgängen zum Zertifizierten CM-Manager. Als Forum für den Erfahrungs- und Meinungsaustausch hält GS1 Germany den Kontakt zu den mittlerweile rund 550 Absolventen, hat eine eigene CM-Diskussionsplattform im Businessportal XING etabliert und im vergangenen Jahr ein viel beachtetes Alumni-Treffen organisiert. Mit dem neu aufgestellten Geschäftsbereich „Category Management Beratung + Training“ schafft GS1 Germany 2011 ein Kompetenzzentrum, in dem das vorhandene Know-how und die entsprechenden Leistungsangebote gebündelt werden.

GS1 Germany Knowledge Center verbindet Theorie und Praxis

Maßgeblich für den Erfolg des GS1-Angebots ist die spezielle Arbeitsumgebung, in der die Schulungen stattfinden. Mit dem 2009 eröffneten Knowledge Center hat GS1 Germany am Kölner Standort ein modernes Trainingszentrum und eine branchenübergreifende Kommunikationsplattform geschaffen, die 2010 eine weiter zunehmende Besucherresonanz verbuchen konnte. Die Seminarteilnehmer profitieren insbesondere von der multimedial gestalteten Live-Simulation der Lieferkette, die eine enge Vernetzung von Theoriewissen und praktischer Anwendung ermöglicht – ein wichtiger Faktor für das Verständnis der komplexen

DAS GS1 GERMANY KNOWLEDGE CENTER IN ZAHLEN

9.400 Besucher konnte das GS1 Germany Knowledge Center allein im vergangenen Jahr begrüßen. Ob Branchenkonferenz, Kompaktseminar, mehrtägiger Lehrgang oder Unternehmensmeeting – die kreative Atmosphäre und das moderne Equipment ermöglichen ein effektives und praxisorientiertes Lernen.

80 % **Raumauslastung** sind der messbare Beleg für die steigende Akzeptanz des Trainings- und Schulungszentrums in der Rheinmetropole.

350 **Führungen** durch die multimedial inszenierte Value Chain *live!* machen die Prozesse in der Supply Chain und am Point of Sale begreifbar. Am Beispiel eines Getränkekastens mit Mineralwasser können die Besucher genau verfolgen, welche Stationen die Ware durchläuft und wie die Prozesse mithilfe der GS1-Standards ineinandergreifen.

700 **Veranstaltungen** fanden 2010 im Knowledge Center statt. Auf zwei Etagen bieten die modern ausgestatteten und flexibel veränderbaren Räume den passenden Rahmen für ganz unterschiedliche Veranstaltungsformate – vom Vier-Augen-Gespräch bis zum großen Kongress.



Materie. An nahezu 100 Trainingstagen kamen die interaktiven Lernmodule der Value Chain *live!* zum Einsatz. Zugleich hat sich das Knowledge Center im vergangenen Jahr auch über die Grenzen Deutschlands hinaus als Networking-Forum für die GS1-Community etabliert. Für zahlreiche internationale Tagungen, Meetings und Best Practice-Konferenzen bot der Kölner Veranstaltungsort einen innovativen und attraktiven Rahmen. Dazu zählten unter anderem das GS1 Joint Management Board Meeting mit mehr als 40 Topmanagern aus aller Welt sowie eine Trainingsreihe des GS1 Global Office.

Vorbildliche Kooperationen auf dem 11. ECR-Tag in Hamburg

Einen Höhepunkt im GS1 Germany-Veranstaltungsjahr 2010 markierte der ECR-Tag, der im elften Jahr seines Bestehens erneut in Hamburg stattfand. Mehr als 1.000 Unternehmensvertreter aus Handel und Industrie nutzten den wichtigsten Treffpunkt der deutschsprachigen Konsumgüterwirtschaft, um über die Herausforderungen der Zukunft zu diskutieren und sich im Plenum und den zehn Fachforen über wegweisende Formen der unternehmensübergreifenden Zusammenarbeit auszutauschen. Im Fokus des Kongresses standen vor allem die Themen Nachhaltigkeit, Social Media und Mobile Commerce. Bereits Tradition auf dem ECR-Tag hat die CEO-Runde mit hochkarätiger Besetzung, die sich im vergangenen Jahr mit dem Kongress-Motto



ECR AWARD: UNTERNEHMENS-PERSÖNLICHKEIT 2010

• Visionär und Netzwerker: Alain Caparros (Mitte), Vorstandsvorsitzender der REWE Group, macht sich seit vielen Jahren für die Umsetzung von modernen Standards und ECR-Strategien stark. Für sein Engagement wurde er von der Jury des ECR Awards zur Unternehmenspersönlichkeit 2010 gewählt.

„Trendwende: Konflikt oder Kooperation“ auseinandersetzte und ein klares Votum für effektive Wertschöpfungspartnerschaften abgab. Mit dem österreichischen Dirigenten Christian Gansch, dem Soziologen Professor Utho Creusen und dem Politiker Gregor Gysi wagte der 11. ECR-Tag den Blick über den Tellerrand und vermittelte neue Einsichten zu den Themen Unternehmensführung, Kooperation sowie politische Interessenvertretung. Ein Novum stellte die Möglichkeit dar, per SMS direkt aus dem Plenum Fragen an die Referenten auf dem Podium zu stellen und so die Interaktivität und den Meinungsaustausch zu stärken.

1.000 TEILNEHMER

• Mehr als 1.000 Entscheider aus Industrie und Handel diskutierten über zukunftsweisende, kollaborative Managementkonzepte und Lösungsstrategien auf dem 11. ECR-Tag in Hamburg.

Im Rahmen des 11. ECR-Tags fand erneut die feierliche Verleihung des ECR Awards statt. Die Preisträger 2010 kamen erstmals nicht aus den angestammten Branchen und zeichneten sich zugleich durch eine außergewöhnlich hohe Anzahl an Partnerunternehmen aus. Als herausragende Unternehmenskooperation im Bereich Demand Side wurde ein Projekt von insgesamt neun Handels- und Industrieunternehmen der Papier-, Büro- und Schreibwaren-Branche (PBS) prämiert. Beteiligt an der ersten Category Management-Kooperation in der PBS-Branche waren die Handelsverbundgruppen Soennecken eG und PRISMA Fachhandels AG, sieben Fachhandelsunternehmen sowie die Hersteller Alfred Sternjakob, Baier & Schneider, edding, Esselte-Leitz, Faber-Castell, Pelikan und UHU. Für ihre beispielhafte Unternehmenskooperation im Bereich Supply Side wurden der Bekleidungshersteller GERRY WEBER und das mittelständische Modehaus Jost gemeinsam mit fünf Partnerunternehmen ausgezeichnet. Dazu zählten Avery Dennison Central Europe, DHL Solutions & Innovations, die Fiege Stiftung, die Hellmann Worldwide Logistics und Meyer & Meyer Warehousing Services. Den ECR Award 2010 in der Kategorie Einzelunternehmen erhielt die Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG. Als ECR-Unternehmenspersönlichkeit des Jahres 2010 wurde der Vorstandsvorsitzende der REWE Group Alain Caparros gewürdigt.

Best Practice-Konferenzen zeigen erfolgreiche ECR-Umsetzung

Mit mehr als 1.500 Teilnehmern verzeichneten die Best Practice-Konferenzen im vergangenen Jahr eine durchweg positive Besucherresonanz. Praxisnähe und Networking auf hohem Niveau sind das Markenzeichen der branchenspezifischen „live“-Konferenzen. Im vergangenen Jahr lag der Schwerpunkt auf Shopper Marketing sowie auf der Healthcare-, Getränke-, Mode- und Kosmetikbranche. Die Live-Konferenzen fanden

abermals vor Ort bei einem Unternehmen der Branche statt und gaben Einblicke in innovative Managementkonzepte.

Im neu etablierten Veranstaltungsformat Consumer 2.0 gelang es, weitere Zielgruppen aus dem Marketing und Key Account Management anzusprechen. Auf dem Programm standen die Auswirkungen von Social Media, Web 2.0 und Smartphones auf das Kaufverhalten.



ZU GAST BEI NESTLÉ

• Fast 200 Teilnehmer tauschten sich bei der Veranstaltung „ECR live! Shopper Marketing – Strategien für den POS“ auf Einladung von GS1 Germany und Nestlé zu den aktuellen Themen Shopper Research und Shopper Marketing aus. Im Fokus standen Methoden von Shopper Insights und die Umsetzung in Maßnahmen am POS.

Eine unverändert hohe Nachfrage konnte auch 2010 der Praxistag „Elektronische Rechnung“ verbuchen. Den wachsenden Stellenwert der Handelslogistik unterstrich der mit 220 Teilnehmern gut besuchte Kongress „Log 2010“, der gemeinsam von GS1 Germany und dem EHI Retail Institute ausgerichtet wird.

IMPRESSUM

Herausgeber:

GS1 Germany GmbH
Maarweg 133, 50825 Köln

Geschäftsführung:

Jörg Pretzel

Projektleitung:

Kristina Wegner

Redaktion:

blue satellite, Düsseldorf

Gestaltung:

bubedamekönig designbüro, Köln

Bildnachweis:

dpa Picture-Alliance, F1online,
Fotolia, Getty Images, GS1 Germany,
iStockphoto, REWE Markt GmbH,
plainpicture

Produktion und Druck:

Theissen Medien Gruppe GmbH & Co. KG,
Monheim am Rhein

GS1 GERMANY GMBH

Maarweg 133

50825 Köln

T +49 (0)221 947 14-0

F +49 (0)221 947 14-990

info@gs1-germany.de