

GS1 Germany – Jahresbericht 2015.



### **GS1 Germany** – Jahresbericht 2015.

# Der Zukunft entgegen: Der Digital Push.



"Der Weltraum: Unendliche Weiten". Mit diesen berühmten Worten aus der Science-Fiction-Serie "Star Trek" eröffnete die NASA ihre Bekanntgabe, dass die Raumsonde Voyager 1 in den interstellaren Raum vorgedrungen ist "in Galaxien, die nie ein Mensch zuvor gesehen hat". Ein unbemannter Flugkörper, dessen Erkundungsmission 1977 begann und bis heute Messdaten zur Erde sendet, die uns Aufschluss über unser Universum geben – mittlerweile aus 20.000.000.000 Kilometer Entfernung. Voyager 1 ist heute das am weitesten von der Erde entfernte von Menschen gebaute Objekt und war zu seinem Start ausgestattet mit dem Modernsten, was die Raumfahrttechnologie zu bieten hatte: Kameras, Antennen, hochkomplexen Messgeräten und einer Speicherkapazität von 40 Kilobyte – das erste iPhone hatte etwa 240.000 Mal so viel. Die technische Ausstattung der Sonde würde heute von jedem elektronischen Gerät in den Schatten gestellt: Unsere Handys arbeiten mit mobilen Daten. Unsere Heizungen haben WiFi. Unseren Supermarkteinkauf erledigen wir auf dem Tablet. Statt mit Bargeld zahlen wir heute durch bloßes Handyauflegen. Die digitale Revolution hat unseren Alltag verändert – nicht zu-1010100 1010100101 letzt mithilfe von gegenwärtig über 1.300 Satelliten im Weltraum. Egal, ob Mobile Commerce oder stationärer Handel – die Welt wird durchdrungen von binären Codes. Von Zahlensystemen, die vor allem eines brauchen: Jemanden, der den Überblick behält und die Marschrichtung vorgibt. GS1 Germany ist Impulsgeber in Sachen Digitalisierung. Wir gehen gemeinsam mit Handel und Industrie voran und setzen neue Standards. Wir gestalten Lösungen und Normen für die Herausforderungen der Zukunft und bringen Produzenten, Händler und Kunden auf einen Nenner. Wir warten nicht auf die Zukunft, wir gestalten sie. Wir sind der Digital Push.

2 Der Zukunft entgegen: Der Digital Push.

## **Inhalt**

- 8 Vorwort des Aufsichtsrats
- Vorwort der Geschäftsführung
- 12 Wir sind die Zukunft.

  Mobile Commerce, Tracking. Forschung.
- Wir pushen Standards.
  Identifikation. Kommunikation. Prozesse.
- Wir pushen Branchen.

  FMCG. Finance. Logistik. Und viel mehr.
- - Wir sind GS1 Germany.

    Beteiligungen. Gesellschafter. Aufsichtsrat.
  - 68 Impressum
  - Das Schönste daran, Impulse zu geben?

    Threm Echo zu folgen.

# Erfolgsfaktor Digitalisierung. **Transform now!**

"Transform Now!" war das Motto des ECR Tags 2015. Die Intention dahinter: Veränderung, Innovationskraft und Zukunftsfähigkeit. Angesichts einer sich massiv verändernden Wertschöpfungskette mit einem mobilen, vernetzten und digitalisierten Kunden an ihrem Ende ergeben sich Veränderungsnotwendigkeiten für Unternehmen nahezu jeder Branche.

Das Informations- und Kaufverhalten der Konsumenten hat sich in den letzten fünf Jahren stark verändert – ebenso auch die Rollen und Strukturen der Akteure innerhalb der Wertschöpfungskette. Den daraus resultierenden Anforderungen kann nur gemeinsam begegnet werden, und zwar auf der Plattform von GS1 Germany. Kooperation ist das Schlüsselwort, und das Ziel ist es, mittels der Lösungen von GS1 die Veränderungen sowohl in den global vernetzten Supply Chains als auch in Richtung des Konsumenten bestmöglich zu managen und eine maximale Transparenz zu erreichen. Dabei erhält die Investition in die gestiegenen Informationsanforderungen des Konsumenten im Hinblick auf mehr Informationsumfang bei gleichzeitig wesentlich erhöhter Qualität volle Priorität.

GS1 Germany hat eine Schlüsselrolle im Zusammenspiel aller Akteure der Wertschöpfungsketten nicht nur in der Konsumgüterindustrie. Angesichts der aktuellen Herausforderungen und Veränderungen einer digitalisierten und globalisierten Welt ist der Beitrag des Unternehmens als Innovationstreiber und Kooperationsplattform auch weit über die Konsumgüterbranche hinaus von großer Bedeutung. Um eine neue Art der Zusammenarbeit zwischen allen Beteiligten der Supply Chain zu erreichen, sind alle gefordert, mehr Transparenz, Klarheit und somit auch Verbindlichkeit zu schaffen!

Stephan Füsti-Molnár

Frank Wiemer

### Stephan Füsti-Molnár Vorsitzender des Aufsichtsrats



Frank Wiemer Stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats



# Herausforderung **Zukunft.** Angenommen.

Das Geschäftsjahr 2015 stand voll und ganz im Zeichen der Digitalisierung. Sie ist mittlerweile Realität in allen Bereichen und durchdringt den gesamten Prozess vom Rohstoff bis zum Verbraucher. So ist heute schon längst nicht mehr nur das stationäre Ladengeschäft der einzige Informations-, Kommunikations- und Beschaffungsort für den Verbraucher. Denn er lebt digital und ist permanent online. Jederzeit und an jedem Ort. Sein Informationsbedürfnis und -verhalten ebenso wie sein Einkaufsverhalten haben sich maßgeblich verändert. Damit verändern sich Geschäftsmodelle, Organisationen wie auch die bekannten Absatzkanalstrukturen. Die Folge ist einerseits eine gestiegene Komplexität innerhalb der Wertschöpfungsketten, andererseits erschließen sich aber sowohl für die Industrie als auch für den Handel völlig neue Potenziale. Für eine absolute Kundenorientierung ist es zukünftig erforderlich, mehrdimensionale Wertschöpfungsnetze und Multi-Channel-Ansätze zu managen und sich von rein linearen Abläufen zu verabschieden.

Dienstleistungen, die diesen Herausforderungen in Form von Standards und Services gerecht werden, bilden seit Jahren den Fokus unserer Geschäftstätigkeit. Der Ausbau unseres Portfolios durch Lösungen, die die Lieferkette in Form von Track-&-Trace-Lösungen transparent machen, die Effizienz in der Supply Chain erhöhen und das Sortimentsmanagement im Omni-Channel analysieren, prägten unsere Aktivitäten auch im vergangenen Geschäftsjahr.

Mit oberster Priorität arbeiteten wir 2015 weiterhin an Lösungen, die die Transparenz und Verlässlichkeit im B2B-, aber auch B2C-Kontext sicherstellen. Hervorzuheben sind hier die zielgerichteten Initiativen unseres Unternehmensverbunds. Mit unseren Tochterunternehmen 1Worldsync und Smart Data One entwickelten wir erste Ansätze für maximale Datenqualität. In Vorbereitung ist ein Pilotprojekt zur Optimierung der Datenqualität im Austausch von Produktinformationen über die verschiedensten Branchen hinweg. Weitere erfolgreiche Beispiele dafür sind die DIY-Stammdateninitiative, die wir gemeinsam mit 1Worldsync ins Leben gerufen haben, und das erste Pilotprojekt im Bereich des Gesundheitswesens. Die Ankündigung über das Ende des Excel-Wahnsinns zu Beginn des Jahres brachte so bereits 2015 erste Erfolge.

Für verbraucherorientierte Produkttransparenz sorgt wiederum unser Rückverfolgbarkeitsservice fTrace. Erfolgreich haben wir diese Lösung in den letzten drei Jahren von einem reinen Verbraucherinformationstool zu einem umfassenden Service entwickelt, der Rückverfolgbarkeit über die gesamte Value Chain "from Farm to Stomach" ermöglicht. Damit haben wir als erste GS1 Organisation nicht nur einen technologischen Standard, sondern vielmehr einen global einsetzbaren, standardkonformen Full Service entwickelt.

Digitalisierung ist eine Chance, die sich auch in der Entwicklung unseres Core Product GS1 Complete niederschlägt. Neue Kommunikationsstandards für den E-Commerce-Bereich wie auch weitere Identifikationsstandards sind erste Ansätze dieser Entwicklung. Des Weiteren ist es uns gelungen, mit unserem Produkt GS1 Complete den Gedanken der Standardisierung von Wertschöpfungsketten in weiteren Branchen wie zum Beispiel der technischen Industrie zu verankern.

Jöra Pretzel

J. Prend

Jörg Pretzel Geschäftsführer von GS1 Germany





Es ist schwer, die Zukunft in Worte zu fassen. Deshalb geben wir ihr ein Gesicht. Mit **Standards** und Solutions, die dem modernen Handel, der Industrie und dem Endverbraucher ungeahnte neue Möglichkeiten bieten. Wir pushen **Interkonnektivität.**Wir treiben den **E-Commerce** voran. Und gestalten dabei das Bild einer modernen Wirtschaft – mit digitalen Lösungen, die schon heute den Weg ins Morgen bahnen.

# **Transform** now!

Die Digitalisierung ist 2015 endgültig im Alltag der Menschen angekommen. Sie verändert das Informations- und Kaufverhalten rasant. Der moderne Konsument lebt digital und ist permanent online. Immer mehr Dinge sind mit dem Internet vernetzt. Dadurch erlebt die Wertschöpfungskette eine Revolution. Unternehmen, die im Wettbewerb mithalten wollen, müssen neue Wege, Strategien und Lösungen finden. Die Botschaft des ECR Tag am 23. und 24. September 2015 war daher eindeutig: Transform now!

### Strategische Säule **E-Commerce.**

E-Commerce dominiert die Strategien in allen Branchen und Geschäftsbereichen. Die Auswirkungen auf Wertschöpfungsketten und Geschäftsprozesse sind enorm und finden Ausdruck in der Ausrichtung von GS1 Germany – nicht nur über eine Verankerung im Branchenmanagement, sondern auch über die Aufstellung im Aufsichtsrat. So trat 2015 Amazon dem Gremium bei.

Weitere Schritte, wie der Eintritt in das Partnernetzwerk United E-Commerce, die offizielle Partnerschaft mit der NEOCOM und die Veröffentlichung einer Vorab-Leseprobe der Anwendungsempfehlung "Auf dem Weg zum Omni-Channel Retailing", bilden eine gute Basis für GS1 Germany zur Entwicklung eines zukunftsfähigen Kompetenzfeldes sowie von Services und Standards im Jahr 2016. Einen bereits wesentlichen Optimierungseffekt für Unternehmen auf dem Weg in die Digitalisierung ihrer Geschäftsmodelle leistet der neue Standard GS1 SmartSearch.

# **Onlinehandel** fordert Artikelnummern.

Um das vielseitige Angebot für die Käufer anwenderfreundlich zu präsentieren, fordern Amazon, eBay, Hitmeister, Hood.de, Rakuten und Google von ihren Händlern eine eindeutige Produktidentifikation der angebotenen Waren. Bei Amazon ist die globale Artikelnummer GTIN bereits seit 2009 Voraussetzung, damit Artikel im Katalog gelistet werden. Den Produkten wird durch Amazon anschließend eine ASIN zugeordnet (Amazon Standard Identification Number). eBay führt ab 2016 schrittweise eine verbindliche Produktkennzeichnung durch die GTIN ein.

# **GS1 SmartSearch** – der neue Standard für das Internet.

Damit User im Internet Artikel finden und miteinander vergleichen können, sollten Suchmaschinen in der Lage sein, die GTIN und Produktattribute zu lesen. Daher hat GS1 im Jahr 2015 zusammen mit Suchmaschinenbetreibern und Internet-Standardisierungsorganisationen eine Semantik definiert, mit der GS1 Idente, wie die GTIN und Angaben zu Produkten, zum Beispiel Allergene, im Quellcode von Webseiten dargestellt werden können: GS1 SmartSearch. Am Erscheinungsbild einer Webseite ändert sich für den Benutzer dadurch nichts.

Mit dem neuen Standard können Daten zu einem Produkt oder Angebot strukturiert auf Webseiten bereitgestellt werden, sodass sie maschinenlesbar sind und damit automatisch auswertbar werden. Dies hilft Suchmaschinen, bestimmte Artikel trotz unterschiedlicher Bezeichnung in verschiedenen Onlineshops als ein und dasselbe Produkt zu identifizieren, und hat auch Auswirkungen auf das Ranking in Trefferlisten. Für 2016 sind mehrere Pilotprojekte in Deutschland geplant. Auf internationaler Ebene befinden sich Pilotprojekte mit Tesco in Großbritannien und Casino in Frankreich in der Umsetzung.

# Stichwort **Trusted Data** – Schlüssel im digitalen Zeitalter.

Sichere Daten und hohe Datenverfügbarkeit sind der Schlüssel der Digitalisierung. Mobile Endgeräte machen Informationen überall schnell und einfach verfügbar. Zudem haben Konsumenten wie auch Gesetzgeber vor dem Hintergrund der Lebensmittelskandale der vergangenen Jahre ihre Anforderungen an Transparenz und Sicherheit deutlich gesteigert. Steigende Nutzerzahlen bei der Rückverfolgbarkeits-App fTrace und Regelungen wie die EU-Lebensmittel-Informationsverordnung sind die Konsequenz. Ziel aller Beteiligten: Klarheit bei Herkunft, Nährwerten, Allergenen und Imitaten. Die komplexen Herausforderungen eines Datenmanagements, das diesen Anforderungen und Ansprüchen gerecht wird, standen daher auch 2015 für GS1 Germany im Fokus.

# FMCG-Branche beschließt GDSN Major Release 3.

Im Rahmen der Aufsichtsratssitzung Anfang Mai 2015 beschloss die Branche, das neue Release des Global Data Synchronization Network (GDSN) nach internationaler Zeitplanung mitzugehen. Das bedeutet, dass Hersteller und Händler erneut an ihren Datenstrukturen für den Stammdatenaustausch arbeiten müssen. Nach dem Kraftakt des letzten Jahres, in dem unter Hochdruck an den Produktinformationen gearbeitet wurde, um sie der Lebensmittel-Informationsverordnung 2011/1169 anzupassen, kam im ersten Quartal 2015 der nächste Schritt in Richtung Zukunftsfähigkeit. Die Umsetzung des Release soll bis Mai 2016 abgeschlossen sein

Das Release ist erstmals seit 2006 nicht rückwärts kompatibel. Daher unterstützt GS1 Germany gemeinsam mit den Töchtern 1Worldsync und Smart Data One Unternehmen dabei, die internen Geschäftsprozesse der mit dem Major Release einhergehenden Datenmodifikationen, wie Angaben zu Nährstoffen, zur Verpackung, zum Trade Item Unit Descriptor oder zur Steuer, anzupassen. Vorteile des Updates liegen zum einen in einer optimierten Abbildung der Attribute im Hinblick auf aktuelle Gesetze (zum Beispiel LMIV) und zum anderen in der Möglichkeit, vorläufige Artikelinformationen zu nicht finalen bzw. noch nicht produzierten Produkten frühzeitig bereitzustellen. Zudem werden Komponenten unterstützt, die über keine eigene GTIN verfügen, zum Beispiel Multipacks mit verschiedenen Geschmacksrichtungen.

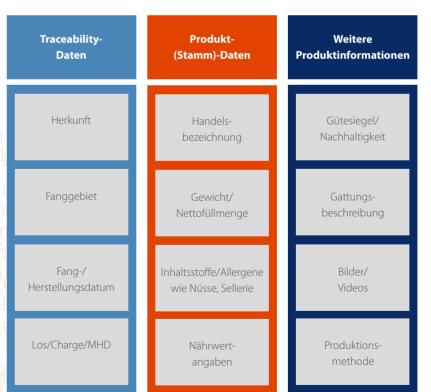
### Initiative für Datenqualität.

Eine optimale Datenqualität ist nur mit moderner Verarbeitungstechnologie zu schaffen. Hier bewährte sich im vergangenen Jahr erneut der Verbund von GS1 Germany, 1Worldsync und Smart Data One mit seinen komplementären Dienstleistungen rund um Datenerfassung, -qualifizierung und -management. Zusätzlich initiierte GS1 Germany mit seinen Tochterunternehmen ein Pilotprojekt zur Optimierung der Datenqualität im Global Data Synchronization Network (GDSN).

Ziel sind 100 Prozent richtige Informationen für die ERP-Systeme des Handels. Über einen Zeitraum von 12 Monaten soll das Projekt insbesondere zeigen, wie die Sicherstellung höchstmöglicher Datenqualität organisiert sein muss. Außerdem wird geprüft, welche Fehlermuster im Datenbestand vorliegen, wie bereits implementierte Validierungsregeln zur automatischen Prüfung mit der manuellen Sichtkontrolle zusammenspielen und welche Kennzahlen für Betrieb und Ausbau eines Data Quality Gate zielführend sind. Es ist geplant, Anfang 2017 grünes Licht für die Integration in die Standardprozesse der Produktdatensynchronisation für Fast Moving Consumer Goods zu geben. Die Datenprüfung und -qualitätssicherung wird dann schrittweise auf weitere Sortimente wie DIY und Non-Food erweitert.







Traceability-Daten sind in der Regel dynamisch, das heißt, sie verändern sich mit jeder Charge.

Produkt-(Stamm)-Daten, etwa Gewicht oder Nettofüllmenge, sind in der Regel statisch.

Weitere Produktinformationen können aus unterschiedlichen Quellen stammen, zum Beispiel Bilder, Videos oder Bewertungen aus Social-Media-Kanälen.

### fTrace.

FRACE WWW.FEFACE CO.

Die Rückverfolgbarkeitslösung fTrace hat 2015 weiter Fahrt aufgenommen. Rund 250 Unternehmen aus mehr als 20 Ländern nutzten zum Ende des Geschäftsjahres das von GS1 Germany betriebene SaaS-System. Weitere Lieferanten befinden sich im "Onboarding". Damit gemeint ist die Anbindung von Neukunden an das System, damit sie kontinuierlich ihre Daten zu Produktchargen hochladen können. Seit 2011 ist die Zahl der Artikel in fTrace von 30 auf rund 30.000 gestiegen.

Globale Warenströme und die Anforderungen des Welthandels führten auch im vergangenen Jahr zu einer weiteren Internationalisierung des deutschen Rückverfolgbarkeitssystems. Mittlerweile ist fTrace über die GS1 Länderorganisationen Irland, Österreich, Schweiz, Tschechien und Spanien bis nach China aktiv. Zudem nutzte GS1 Germany die Messe Anuga 2015 für die weitere Internationalisierung.

Mit seinen Funktionalitäten hat sich fTrace zu einem ganzheitlichen Managementtool für transparente und lückenlose Produktionsketten weiterentwickelt. Bei der Erfüllung gesetzlicher Bestimmungen – auch zukünftiger – verringert fTrace das Risiko von ungewollten Verstößen. Das System basiert auf international gültigen GS1 Standards, die eine eindeutige Identifikation von Produkten überall auf der Welt sicherstellen. Skalierbarkeit ist gegeben. Derzeit wird fTrace für Fleisch, Fisch und Obst/Gemüse intensiv genutzt. Weitere Lösungen für Sortimente wie Feinkost und Textilien befinden sich in der Entwicklung.

Die Datensicherheit von fTrace ist ISO-zertifiziert. Der TÜV Süd hat Anfang 2015 bescheinigt, dass GS1 Germany ein Informationssicherheitsmanagementsystem (ISMS) eingeführt hat und anwendet. Durch ein Audit wurde der Nachweis erbracht, dass die Forderungen der ISO/IEC 27001:2013 erfüllt sind. Das ISMS erstreckt sich auf die für den operativen IT-Betrieb der fTrace Plattform notwendige Organisation, auf die erforderliche Infrastruktur und auf die von den Partnern gelieferten produktspezifischen Daten.

Kern der Rückverfolgbarkeitslösung fTrace ist die "fTrace EPCIS engine", ein hochmodernes Datenbanksystem, mit dem alle Ereignisse entlang der Wertschöpfungskette in Echtzeit ausgetauscht werden können. Als erste Softwarelösung weltweit hat sie erfolgreich alle Testdurchläufe gemäß dem EPCIS-1.1-Standard bestanden. GS1 Germany verfügt damit über eine Lösung, deren 100-prozentige Standardkonformität offiziell durch das GS1 Global Office und EPCglobal bescheinigt wurde und damit gleichberechtigt neben den Systemen namhafter Anbieter wie Microsoft, Samsung, SAP oder T-Systems steht. Die fTrace EPCIS Engine basiert auf modernsten Technologien, unter anderem auf einer No-SQL-Datenbank, und ist für maximale Skalierbarkeit ausgelegt.

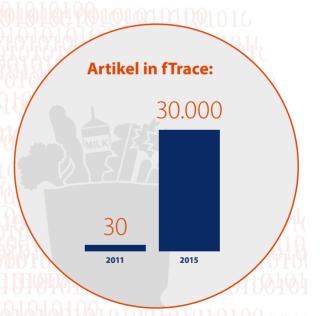
### GS1 Germany ist "Top Supplier Retail 2015".

Das EHI Retail Institute vergab 2015 zum achten Mal die retail technology awards europe für IT-Lösungen im Handel. Erstmals wurden im Rahmen der IT-Fachmesse EuroCIS auch die Dienstleister und Zulieferer mit dem Award "Top Supplier Retail" geehrt. Zu den Preisträgern gehört GS1 Germany. Das Unternehmen hat maßgeblich zu den Siegerprojekten der Metro Group und der Migros Ostschweiz in der Kategorie "Best Enterprise Solution" beigetragen. Metro bietet ihren Kunden mit einer App lückenlose Rückverfolgbarkeit auf Basis von fTrace an – in Echtzeit.



### fTrace im Einsatz.

Eine Vielzahl von
Unternehmen setzt fTrace
bereits erfolgreich
in der Praxis ein:





# TÜV SÜD ISO 27001



# **Mobile Payment:** NFC City Berlin.

Mit einer Pressekonferenz in der Hauptstadt fiel am 15. April 2015 der Startschuss für die größte Mobile-Payment-Initiative Deutschlands "NFC City Berlin" mit dem Slogan "zahl einfach mobil". Unter dem Dach von GS1 Germany wurde diese Initiative von allen deutschen Mobilfunknetzbetreibern – Deutsche Telekom, Telefónica Deutschland (mit den Marken Base und O2) und Vodafone – sowie den acht Handelsmarken Galeria Kaufhof, Kaiser's, Obi, Real (ein Unternehmen der Metro Group), Rewe, Penny, Temma und Oh Angie (Rewe Group) angestoßen. GS1 Germany ist nicht nur Initiator des Projekts, sondern während der gesamten

Laufzeit von 12 Monaten die neutrale Plattform für alle Teilnehmer.

Die Kooperationspartner setzen im Rahmen der Initiative auf die Nahfeldkommunikation (Near Field Communication, NFC). Dies ist ein internationaler Standard für den Datenaustausch per Funk über sehr kurze Strecken (bis 4 Zentimeter). Digitale Produkte und digitale Dienste bereichern und vereinfachen den Alltag der Konsumenten. Diese Botschaft im Land zu verbreiten ist das Ziel von "NFC City Berlin". Zum Ende des Jahres stieß Rossmann als erste Drogeriemarktkette mit gut 130 Hauptstadtfilialen dazu. Insgesamt stehen den Berlinern in über 2.000 Geschäften Terminals für das Bezahlen mit dem Smartphone zur Verfügung. Allein 1.000 Filialen rüsteten reichweitenstarke Partner wie Aldi Nord, Esso, Real und Rewe zusätzlich zu den 500 Startfilialen auf. Hinzu kamen Akzeptanzpartner wie Douglas, das KulturKaufhaus Dussmann oder die digitalaffine Buchhandlung Ocelot.

BASE









KAISER'S 6







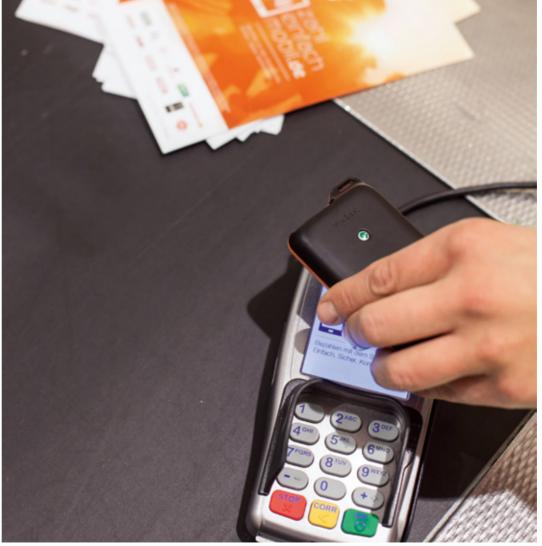












# Studien und Umfragen definieren Mobile Payment als anhaltenden **Trend.**

Die wachsende Bedeutung von Mobile Payment am POS belegten auch Studien von GS1 Germany. Die Untersuchung "Mobile in Retail 2015", durchgeführt vom EHI, bescheinigt, dass Mobile Payment im Handel angekommen ist und die NFC-Technologie dabei ist, sich als Bezahlstandard zu etablieren. Eine Studie der htw Saar zeigte, dass 70 Prozent der Kunden Mobile Payment im stationären Handel nutzen würden. Und gemeinsam mit Barcoo ermittelte GS1 Germany, dass für Erstanwender vor allem Benutzerfreundlichkeit wichtig ist und Mehrwerte, wie etwa Rabatte, Konsumenten überzeugen können, mit dem Smartphone zu zahlen.

GS1 Germany veröffentlichte zwei Praxisleitfäden: "Mobile Couponing – Distribution und Targeting auf Basis mobiler Reichweiten" und "Mobile Couponing – Die Einlöseproblematik am POS". Sie sollen Durchblick im Begriffs- und Anbieterdschungel schaffen, Investitionsentscheidungen erleichtern und dabei unterstützen, Mobile-Couponing-Kampagnen optimal zu planen. Mit dazu gehören eine aktuelle Couponing-Anbieter-Matrix und eine Technologie-Anbieter-Matrix. Entwickelt wurden die Dokumente und Inhalte durch die Arbeitsgruppe Mobile Couponing von GS1 Germany, in der unter anderem Beiersdorf, Coca-Cola, Metro, Intersnack, Krombacher, Procter & Gamble, Rewe und Rossmann mitgewirkt haben.





Quelle: Mobile in Retail 2015, GS1 Germany

## Förder- und Forschungsprojekte.

GS1 Germany hat 2015 sein Engagement in der Forschung intensiviert. Ausdruck dessen ist vor allem die Teilnahme am Konsortium NexTrust für den Aufbau eines Kooperationsnetzwerks mit dem Ziel einer effizienteren und umweltgerechteren Logistik. Das europäische Förderprojekt ist Teil des EU-Forschungsprogramms Horizon 2020.

Die EU-Kommission bringt hier über 30 Unternehmen aus der gesamten Wertschöpfungskette zusammen – vom Rohmaterial bis zur Übergabe des fertigen Produkts an den Konsumenten. Zu den Teilnehmern gehören namhafte Hersteller und Logistikunternehmen, die zusammen ein Frachtvolumen von gut einer Million Lkw-Transporten pro Jahr in Europa bewegen. In das Netzwerk bringt GS1 Germany sein Know-how zu Standards und Lösungen in der Logistik, Nachhaltigkeit und Prozessoptimierung ein. Konkret unterstützt GS1 Germany das Projekt durch den Einsatz der GS1 Standards in den Piloten, in der Koordination und mit der Schaffung eines Beirats, der sämtlichen Kooperationspartnern mit seiner Expertise zur Seite steht.

Innerhalb von 42 Monaten soll in 21 Pilotprojekten die Anzahl der genutzten Lkw um 50 Prozent sowie der Lieferwagen um 15 Prozent und die Menge der Kohlendioxidemissionen um 70 Prozent gesenkt werden. Dies soll durch eine intelligente Kombination der Verkehrswege Luft, Schiene, Straße und Wasser, durch die Bündelung von Frachtvolumina und durch die Nutzung innovativer Technologien erreicht werden. Die gewonnenen Erkenntnisse dienen dem Aufbau einer skalierbaren Matching-Plattform für Logistikdienstleister. Als Partner aus der Wissenschaft validieren Universitäten aus Belgien und den Niederlanden die Ergebnisse. Die ersten Resultate werden für 2016 erwartet. Das Projekt läuft bis Mitte 2018.

Darüber hinaus hat GS1 Germany im vergangenen Jahr mehrere Projekte erfolgreich weitergeführt. Zu nennen sind hier die drei Forschungsvorhaben ToolCloud (gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung), Smart Logistic Grids (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie) und Flspace (EU-Kommission), außerdem die Transferprojekte eStep Mittelstand (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie) und myEcoCost (unter anderem EU-Kommission).







i



In einem großen SB-Warenhaus findet man bis zu
160.000 Artikel. Jeder mit einer eigenen Geschichte.

Jeder mit einem einzigartigen Weg – oft um die
halbe Welt. Als ganzheitlicher **Dienstleister** bietet
GS1 Germany Orientierung für Produzenten, Händler und
Kunden. Mit Produktinformationen, die europäischen
Richtlinien gerecht werden, lange bevor sie überhaupt
in Kraft treten.

Mit **Kommunikations- und Prozessstandards,** die es ermöglichen, Prozesse unternehmensübergreifend und effizient zu steuern. Und mit integrativen Gesamtlösungen, die **Wertschöpfungsketten** an allen Punkten produktiver und transparenter machen.



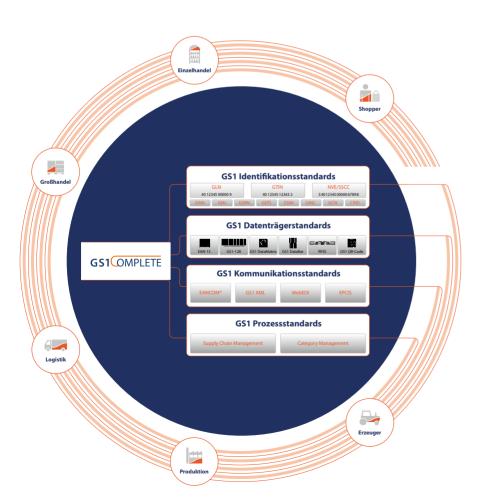
### **GS1 Complete.**

### Der Standard der Wirtschaft.

### Produktentwicklung für die Value Chain 4.0.

Ein Nummernsystem, ein Standard, eine Lösung: Das Komplettpaket von GS1 Germany konnte sich auch 2015 weiter durchsetzen. Über 5.200 Neukunden im Geschäftsjahr 2015 belegen die anhaltend positive Umsetzung und damit Durchdringung von GS1 Complete als Standard der Wirtschaft. Damit setzt sich die Erfolgsgeschichte der GS1 Standards und Prozesse mit einer Steigerung von mehr als 18 Prozent von 2010 bis 2015 fort.

Das Allroundpaket bietet Lösungen für die mehrdimensionalen Wertschöpfungsnetze der digitalisierten und globalisierten Wirtschaft. Damit lag der Fokus in der Produktentwicklung in 2015 vor allem darauf, den Anforderungen der Value Chain 4.0 nachzukommen. So wurden neben dem neuen Standard GS1 SmartSearch weitere Produktelemente in das Lösungspaket integriert. Wie etwa NGPI (New Generation Product Identification) und zahlreiche Anwendungsempfehlungen für Prozessstandards.



### NGPI (New Generation Product Identification).

Die Anforderungen an die Produktidentifikation verändern sich durch den Onlinehandel. Daher haben 2015 neun Händler und zehn Markenhersteller des Lenkungskreises GS1 Technologien zwei Optionen für die Identifikation von geringfügigen Produktvarianten geprüft. Gemäß den gültigen GTIN-Vergaberegeln wird in solchen Fällen die GTIN beibehalten.

Die erste Möglichkeit sah die Vergabe einer neuen GTIN für jede geringfügige Veränderung eines Produkts vor. Bei der zweiten Variante wurde eine bestehende GTIN durch einen Informationsträger ergänzt. Beide Optionen wurden als nicht praktikabel identifiziert; entweder waren sie zu teuer oder die Betriebsabläufe wurden unverhältnismäßig stark gestört.

Jetzt sollen die GTIN-Vergaberegeln im Jahr 2016 vereinfacht werden, sodass die meisten Fälle von geringfügigen Produktvarianten im digitalen Handel abgedeckt werden können. Zudem wird geprüft, wie die Kommunikation über Daten zu Produktvarianten in B2C-Prozessen verbessert werden kann. Diese Aktivitäten werden 2016 unter dem neuen Titel GS1 Unique ID global weitergeführt.

### GPC.

Im Jahr 2015 hat GS1 Germany erneut zwei Versionen der Global Product Classification (GPC) ins Deutsche übersetzt. Dabei wurden die für den deutschen Markt angebotenen Services wie das Mapping-Tool und die Attributempfehlung angepasst. Nun dienen beide Dokumente Unternehmen als Hilfestellung für den reibungslosen Wechsel von der nationalen Standard-Warenklassifikation zur globalen GPC. Hintergrund: Seit Anfang 2015 befinden sich Unternehmen in der Migrationsphase auf die GPC. Ziel ist es, die Standard-Warenklassifikation komplett abzulösen. Die GPC gilt als Pflichtangabe beim Artikelstammdatenaustausch über das GDSN.

### Anwendungsempfehlungen 2015 auf einen Blick.

Branche	Anwendungsempfehlung	Veröffentlichung
Cash Logistics	EDI-Guideline CashCom V2.0	Update
DIY	DIY-Anwendung sempfehlung für GDSN	Mai 2015
Healthcare	EDI-Anwendungsempfehlung für das Gesundheitswesen – erweitert um Konsignationsprozesse	Februar 2015
Fashion/Schuhe/Sport	thion/Schuhe/Sport EPC-based RFID Item Level Tagging – Implementation Guideline for Companies of the Apparel, Fashion and Footwear Sector	
Fleisch	Rückverfolgbarkeit von Fleisch und Geflügel	September 2015
ECR/Supply Chain Management	R/Supply Chain Management Kennzeichnung von Handelseinheiten mit der GTIN und zusätzlichen Produktattributen	
ECR/Supply Chain Management	R/Supply Chain Management Effizienter Wareneingang	
ECR/Category Management	Auf dem Weg zum Omni-Channel Retailing (Vorab-Leseprobe)	September 2015

### EU-Lebensmittel-Informationsverordnung 1169/2011 – Vertikalverordnungen.

Konsumenten und Gesetzgeber stellen hohe Transparenzanforderungen an die Beteiligten in den Wertschöpfungsketten. Ausdruck dieses Verbraucherwillens ist die EU-Lebensmittel-Informationsverordnung 1169/2011 (LMIV), die sukzessiv in Kraft tritt. Seit dem 1. April 2015 sind etwa Herkunftsangaben auf SB-Packungen von frischem, gekühltem und gefrorenem Schweine-, Schaf-, Ziegen- und Geflügelfleisch gegenüber dem Verbraucher oder im Fernabsatz Pflicht. Die Anforderungen sind in der LMIV-Durchführungsverordnung (Nr. 1337/2013) geregelt. GS1 Germany hat 2015 sein Augenmerk auf das Mapping solch vertikaler Verordnungen gesetzt, um die Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft in der Durchführung zu unterstützen. Dafür wurden gemeinsam mit den Akteuren in der Ernährungsbranche drei neue Publikationen rund um Herkunftskennzeichnung und Rückverfolgbarkeit erarbeitet. Sie sollen es Unternehmen der Fleischbranche leichter machen, bereits verfügbare Standards wie die GS1 Barcodes oder EPCIS anzuwenden, um die Anforderungen der LMIV zu erfüllen.

### FMCG-Umsetzungshilfen zur Verordnung LMIV, Meat and Poultry Traceability Guideline.

EU-Lebensmittel-Informationsverordnung 1169/2011 – Lücken in der Umsetzung mit GS1 Standards schließen. Drei Publikationen helfen dabei:

"Rückverfolgbarkeit Fleisch und Geflügel" – diese Anwendungsempfehlung klärt über die Herkunftskennzeichnung entlang der Lieferkette auf. In tabellarischer Form werden den gesetzlichen Anforderungen entsprechende Datenelemente wie Herkunftsland, Datum der Schlachtung usw. zugeordnet. Anschließend werden Möglichkeiten zur Produktidentifikation über die Lieferkette sowie die Weitergabe von Produkt- und Herkunftsinformationen mit GS1 Standards auf den einzelnen Prozessstufen vorgestellt. Welche Lösung zur Anwendung kommt, hängt von der IT-Infrastruktur und von den Daten, die ein Unternehmen bereitstellen muss, sowie von den Kundenanforderungen ab.

### Informationsbroschüre "GS1 DataBar in der Fleischwirtschaft".

Der Barcode stößt in den Prozessketten der Fleischbranche an seine Grenzen. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, immer mehr Produktinformationen bereitstellen und in den Strichcodes verschlüsseln zu müssen. Zudem muss die Ware verfolgbar sein. Eine Lösung: GS1 DataBar Expanded. Die Broschüre gibt einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten dieses Strichcodes und seine Vorteile.

"Schlacht- und Einfrierdatum" – Beides muss laut LMIV lückenlos dokumentiert werden. GS1 Germany hat zwei neue Datenbezeichner entwickelt. Sie ermöglichen es, das Schlachtdatum und das erste Einfrierdatum strichcodebasiert im GS1-128 oder GS1 DataBar auf dem Etikett bis zum Verkauf zu übermitteln. Das ist die Basis für eine fehlerfreie Weitergabe der Informationen.

### **GS1 Standards** –

## Entwicklungen im Jahr 2015.

### **AutoID**

- AutoID Aktualisierung der AutoID-Handbücher durch die Einarbeitung der GenSpecs-Änderungen (GTIN/GLN, GS1-128, GS1 DataBar/GS1 DataMatrix, EPC/RFID)
- **AutoID** Entwicklung und Dokumentation eines Standards zur Identifikation und Kennzeichnung in Bezug auf Direct Part Marking (DPM), Human Readable Interpretation (HRI), Kit Identification, Configurable Item and Software Identification
- GLN international gültige Definitionen aller beteiligten Parteien (Owner, juristische Person) in Bezug auf die GTIN-Vergabe
- NGPI Entwicklung einer internationalen "Next Generation Product Identification" zur Synchronisation physischer und digitaler Produktinformationen im Web oder über Smartphones
- GS1 SmartSearch Entwicklung eines Standards für den Einsatz im Onlinehandel.

### **EPCIS**

- Version 1.1 weltweite Zertifizierung als hundertprozentig standardkonform
- Sensorik Erstellung DIN zur standardisierten Übermittlung von Sensorikdaten (zum Beispiel Temperaturinformationen)
- GTS Erweiterung des Global Traceability Standard um EPCIS für mehr Interoperabilität
- Hands-on Tool Entwicklung eines webbasierten Tools zur Unterstützung bei Implementierung und Start des EPCIS-Standards

### **E-Business**

- WebEDI Erstellung eines Mappings WebEDI/EANCOM® als neuer Anhang der GS1 WebEDI-Empfehlungen
- · EDI
  - Vereinheitlichung der EDI-Nachrichten im Gesundheitswesen auf internationaler Basis inklusive Prozessbeschreibungen und Nachrichtendokumentation (EANCOM®, GS1 XML)
  - Entwicklung einer GS1 Germany Prozessempfehlung inklusive Nachrichtenbeschreibungen auf Basis von GS1 XML 3.x für F-Schlösser
  - Entwicklung weitergehender Logistiknachrichten inklusive Prozessbeschreibungen, unter anderem für elektronische Übergabequittung, Bestandsmeldungen für Geldautomaten

### Stammdaten

- GDSN
  - Abgleich von Anforderungen an bestehende Attribute bezüglich verschiedener Produktkategorien im Kontext der LMIV
- Entwicklung eines Standards zur kontinuierlichen Verbesserung der Datenqualität
- Vorbereitung auf den Major Release 3 im Mai 2016
- DIY Erarbeitung eines Attributesets zum Austausch von B2C-relevanten Daten

### **ECR Prozessstandards**

- · Supply Chain
  - Bereitstellung einer Best-Practice-Empfehlung bezüglich der Wareneingangsabwicklung zwischen Hersteller und Handel
  - Definition einer Cross-Docking-Variante für konsolidierte Sammelbestellungen auf Großhandelsebene mit Filialbezug
- Multi-Channel Anwendungsempfehlung Omni-Channel Retailing

### Weltweit erste Zertifizierung gemäß EPCIS V. 1.1.

Als weltweit erste Softwarelösung hat die "fTrace EPCIS Engine" 2015 eine Zertifizierung gemäß dem EPCIS-1.1-Standard erhalten – ein wichtiger Qualitätsstempel für EPCIS-basierte Systeme. GS1 Germany verfügt damit über eine Lösung, deren 100-prozentige Standardkonformität offiziell seitens des GS1 Global Office bescheinigt wurde und taucht gleichberechtigt neben Systemen namhafter Anbieter wie Microsoft, Samsung, SAP oder T-Systems auf.

#### **EPCIS Hands-On Tool.**

Die Website von GS1 Germany bietet bereits eine Vielzahl webbasierter Services. die Unternehmen und Solution Provider bei der Anwendung der GS1 Standards unterstützen – beispielsweise den Prüfziffernrechner, den EPC-Konverter oder den EDI-Checker. Seit 2015 bietet GS1 Germany ein weiteres, interaktives Werkzeug mit vielen hilfreichen Funktionen an - das EPCIS Hands-On Tool.

Es hilft Unternehmen sowohl in der Startphase entsprechender Projekte als auch im laufenden Betrieb, beispielsweise im Hinblick auf Designentwicklung, Fehlerüberprüfung/-analyse, Sicherstellung der Standardkonformität der Datensätze und Verwaltung von Testdaten.

### **Der Standard EPCIS.**

### GS1 Standards lassen sich in drei technische Layer unterteilen:

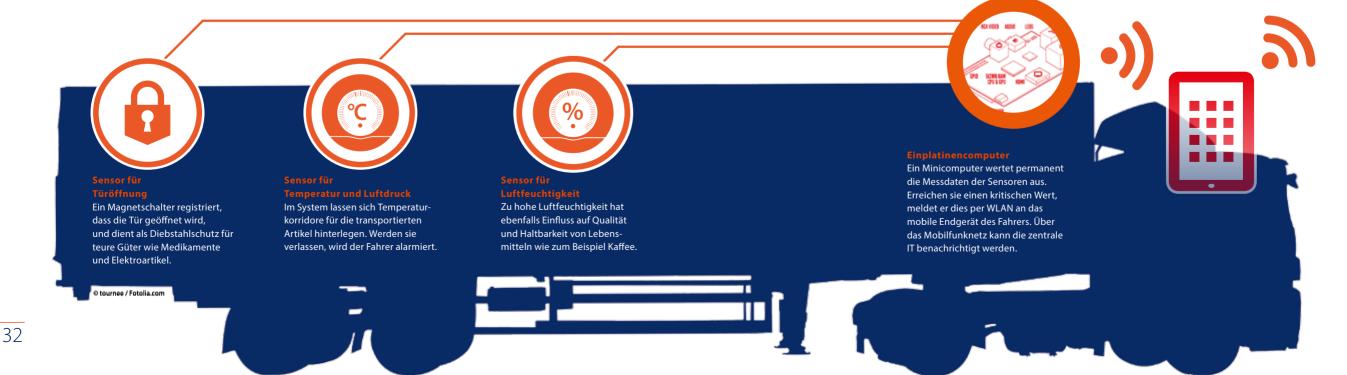
- Identifikation zum Beispiel Global Trade Item Number (GTIN)
- Datenträger zum Beispiel Barcode oder RFID
- Datenaustausch zum Beispiel EANCOM® Nachricht

GDSN (Stammdaten) komplettiert es das EDI-Portfolio.

EPCIS gehört zur Gruppe des Datenaustauschs und definiert eine Schnittstelle für die Erfassung und Verfügbarkeit von Prozessereignisdaten (beispielsweise Herstellung, Kommissionierung, Ein- bzw. Auslagerung, Warenein- bzw. ausgang, Verladung usw.). Unternehmen können mit EPCIS eine zusammenhängende Reihe von Leseereignissen für beliebige Objekte generieren, die effektives Tracking and Tracing möglich machen. Gemeinsam mit EANCOM® (Transaktionsdaten) und

### Zustandsüberwachung in Echtzeit.

Lebensmittel verderben und Medikamente dürfen nicht mehr verkauft werden, weil die Temperatur unterwegs über einen kritischen Wert steigt, wertvolle Elektroartikel verschwinden nachts auf unbeleuchteten Rastplätzen. Die finanziellen Folgen sind in allen Fällen erheblich. Gemeinsam mit Oracle hat GS1 Germany deshalb eine Lösung entwickelt, mit der sich der Zustand der Ware in Echtzeit überwachen lässt, um sofort handeln zu können. Dabei ist für jeden Artikel hinterlegt, welche Parameter (beispielsweise Temperatur und Lichteinfall) überwacht werden sollen und was passiert, sobald die vorgegebenen Werte verfehlt werden. Wird ein kritischer Zustand erreicht, meldet ein Minicomputer dies per WLAN an das Smartphone des Fahrers oder an ein IT-System. Als Übertragungsformat dient hierbei EPCIS. Seit September 2015 testet GS1 Germany die Lösung mit Bosch, Meljo Network Logistics und Oracle im Rahmen eines Pilotprojekts.



# Efficient Consumer Response-Prozesse.

### Endlich Klarheit an der "Schnittstelle Rampe".

Täglich docken in Deutschland tausendfach Lkw zum Be- oder Entladen an einer Rampe an. Das Nadelöhr Rampe sorgt dabei oftmals für Diskussionsstoff zwischen allen Beteiligten. Hier ist folgerichtig nach wie vor Optimierungspotenzial vorhanden. Diesem Bedarf haben GS1 Germany und Experten aus Handel, Industrie und Logistikdienstleistung mit der im Dezember veröffentlichten Handlungsempfehlung "Effiziente Wareneingangsabwicklung im FMCG-Bereich" Rechnung getragen und gemeinsam Lösungen für eine effiziente Wareneingangsabwicklung entwickelt. Sie zeigt praxisnah, wie mit Lieferabweichungen umgegangen oder die Störanfälligkeit entlang der Transportkette reduziert werden kann.

Beispielsweise machen die lückenlose Statusverfolgung von Sendungen auf Basis der Nummer der Versandeinheit (NVE/SSCC) und eine Dokumentation des Warenübergangs an allen Prozessschnittstellen die Transportlogistik effizienter und sicherer. Ein konkretes Fallbeispiel demonstriert den idealen Prozess der durchgehenden Sendungsverfolgung. Es zeigt, wo und wie der Prozess gestört werden könnte, aber auch, welche Voraussetzungen geschaffen werden müssen, um elektronischen Datenaustausch zu ermöglichen.

### Category Management + Shopper Marketing = Omni-Channel.

Im Rahmen des ECR Tag am 23. und 24. September kündigte GS1 Germany eine Anwendungsempfehlung für Omni-Channel Retailing an, die im April 2016 veröffentlicht wird. In der Publikation, die gemeinsam mit GS1 Schweiz sowie Experten aus Handel, Industrie und Dienstleistung, entwickelt wurde, werden die Faktoren für eine erfolgreiche Umsetzung von Omni-Channel Retailing definiert und beschrieben. Ein Glossar schafft Klarheit im Begriffsdschungel.

Die Empfehlung erweitert den Category Management-Ansatz und hilft Händlern und Herstellern auf ihrem Weg in die Omni-Channel-Welt. Hier steht der Shopper, genau wie im bisherigen stationär geprägten Category Management 8-Schritte Prozess, im Mittelpunkt. Entscheidend ist, dass die aus Sicht des Shoppers relevanten Produkte, aber auch Services und Kommunikation, im jeweils für ihn passenden Kanal angeboten werden. Dadurch erfährt auch das Category Management in seiner bisherigen Form eine Weiterentwicklung. Die Sortimente sollten über alle Kanäle aufeinander abgestimmt werden und jederzeit den Bedürfnissen der Käufer entsprechen.

# **Solution Provider:**Synergien durch Partnerschaft.

Die Standards kommen von GS1 Germany – erfahrene Dienstleister unterstützen ihre Etablierung, Verankerung und Verbreitung im Markt. Dies ist der Gedanke des Solution Provider Programms von GS1 Germany. Im Jahr 2015 engagierten sich 168 Partner, womit das Programm erneut durch eine positive Entwicklung seine Bedeutung unterstreichen konnte.



#### Solution Provider - Wachstum

Treiber des signifikanten Wachstums sind vor allem die Branchen Healthcare und Technische Industrien mit ihren gesetzlichen Anforderungen. Solution Provider sind dabei auf die Lösungsfelder Serialisierungs- und Track & Trace-Lösungen sowie Direktmarkierung spezialisiert. Gemeinsame Initiativen waren unter anderem eine Roadshow im Healthcare-Bereich mit dem Thema "Get ready for Anti-Counterfeiting" mit rund 190 Teilnehmern und Pilotprojekte zum Thema EPCIS in Kühllogistik mit Meljo, Oracle und Bosch. Einen maßgeblichen Beitrag leisteten die Partner zudem in der Weiterentwicklung von praxisnahen Use Cases für die Innovationsplattform Knowledge Center, zum Beispiel mit der gekühlten Abholstation "emmasbox" in der Livekomponente des GS1 Germany Knowledge Center "Point of Sale live!", mit dem Verifier zur Verifizierung von direkt markierten Codes in "Healthcare live!" oder einer Lösung zu Schuh-Compliance und RFID based Online Fulfillment in "Fashion live!".

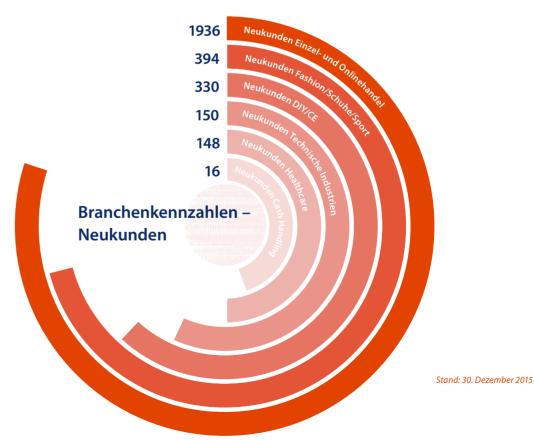
Als traditionelle Plattform für den Erfahrungsaustausch fanden 2015 auch wieder zwei Solution Provider Tage statt. Rund 240 Teilnehmer nutzen die Expertentreffs für Austausch, Networking und neue Kooperationsansätze.



# Geschäftsentwicklung in den **Branchen**.

Auch im Jahr 2015 hat GS1 Germany durch fokussierte Branchenarbeit die GS1 Standards weiter verankern können. So unterstützte GS1 Germany Unternehmen aus verschiedenen Sektoren dabei, auf die Herausforderungen der Digitalisierung zu reagieren, Gesetzeskonformität sicherzustellen und auf gestiegene Sicherheitsansprüche zu reagieren. Es galt, gemeinsame Lösungen zu erarbeiten, die gleichermaßen branchenspezifische Prozesse optimieren und veränderten Verbraucherbedürfnissen gerecht werden.

Der Stoff, aus dem die Zukunft ist, heißt **Daten**. In Zusammenarbeit mit Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen entwickelt GS1 Germany Lösungen, die speziell auf spezifische Notwendigkeiten und **Prozesse** zugeschnitten sind. GS1 Standards unterstützen Modelabels beim Kampf gegen Produktpiraterie, sorgen für optimale Warenverfügbarkeit und Rückverfolgbarkeit von technischen Ersatzteilen bis zum Medizinprodukt im Operationssaal und sind maßgeblicher **Erfolgsgarant** in fast allen Branchen.



### Schlaglichter in den Branchen.

### Konsumgüter

- LMIV Mapping-Tabelle zur Umsetzung der Lebensmittel-Informationsverordnung (LMIV) inklusive Abgleich vertikaler Verordnungen fertiggestellt
- GDSN Maßnahmen zur Optimierung der Stammdatenqualität ergriffen, Data-Quality-Analytik in Zusammenarbeit mit den GS1 Germany Töchtern 1Worldsync und Smart Data One entwickelt
- eStep Mittelstand Self-Assessment Tool zur Feststellung der E-Business-Readyness für die Konsumgüterwirtschaft entwickelt
- Category Mangement durch neue Anwendungsempfehlung den bisherigen Category Management Ansatz in Richtung Omni-Channel erweitert

### Healthcare

- **UDI** Prüfservice für direkt auf Produkte markierte Barcodes eingeführt (Direct Part Marking)
- EU-Richtlinie Arzneimittelfälschung Informations-Roadshow an 4 Standorten durchgeführt
- Rückverfolgbarkeit Kommentierung und Einbringung der GS1 Standards, insbesondere EPCIS, und GS1 Anwendungen in die DIN-Spezifikationen erfolgt
- Kooperation Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) und GS1 Germany mit gemeinsamer Konferenz Healthcare live! gestartet
- Auszeichnung erster Healthcare Award für Kooperation zum Wohle des Patienten verliehen
- EDI Anwendungsempfehlung um "Elektronische Nachrichten und Prozessbeschreibungen für die Konsignationsprozesse" erweitert

### **Technische Industrien**

- Produktpiraterie Livedemonstration verschiedener Merkmale zum Produktschutz auf Hannover Messe präsentiert
- Rückverfolgbarkeit
- Prüfservice für direkt auf Bauteile markierte Barcodes eingeführt (Direct Part Marking)
- zwei Projekte im Schienenverkehr, ein Projekt in der Autozulieferindustrie realisiert
- eStep für den Mittelstand Self-Assessment Tool zur Feststellung der E-Business-Readyness für den Maschinen- und Anlagenbau entwickelt

### Fashion/Schuhe/Sport

- Multi-Channel existierende Empfehlung um neue online- und Multi-Channel-spezifische Geschäftsmodelle inklusive Dokumentation der zugehörigen EANCOM®-Nachrichten erweitert
- RFID Anwendungsempfehlung für international einheitliche RFID-Etikettierung "EPC-based RFID Item Level Tagging" umgesetzt

### Logistik

- Lean and Green Award vier Unternehmen wurden im Rahmen der Initiative zur Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Logistik ausgezeichnet
- Competence Center MTV (Mehrweg-Transport-Verpackungen) Initiative Getränke-Mehrweg gestartet
- NVE Open Postal Alliance (OPAL) hat sich auf den Einsatz des GS1 Standards geeinigt
- Ladungsträgermanagement Weiterbildungsangebot durch Kooperation mit EPAL Academy gebündelt

### Frische

- LMIV
  - EU Meat and Poultry Traceability Guideline zum Einsatz der GS1 Standards entlang der gesamten Meat Value Chain für Rückverfolgbarkeit und Weitergabe von Herkunftsinformationen veröffentlicht
  - Umsetzungshilfen für die Fleischbranche zur Etikettierung des Schlacht- und Einfrierdatums sowie zur Anwendung des GS1 DataBar in der Fleischbranche veröffentlicht
- fTrace internationaler Roll-out in fünf Ländern erfolgt
- · Obst und Gemüse
- Pilotprojekt zur Anwendung von fTrace gestartet
- Anwendungsempfehlungen im Hinblick auf die Basisbausteine GDSN/Stammdaten sowie Barcodes und Labelling entwickelt

### Finance

- NVE Solution Provider hat erste standardkonforme Umsetzung des GS1-128 auf Safebags bewiesen
- **E-Schlösser** Hersteller von elektronischen Schließsystemen und weitere Akteure des Bargeldkreislaufs haben sich auf "Einmal-Code-Verfahren" und elektronische Nachrichten auf Basis der GS1 Standards geeinigt
- EDI-Guideline CashCom Update der englischsprachigen Anwendungsempfehlung zum Einsatz von GS1 Standards in der Bargeldlogistik abgeschlossen

### Do-it-yourself

- Stammdater
  - Branche hat sich auf gemeinsamen GS1 Standard zum Stammdatenaustausch geeinigt
- breit angelegte Produktdaten-Umsetzungsinitiative und Pilotprojekte gestartet
- GDSN Anwendungsempfehlung für GDSN inklusive der Basisattribute für das Listungsgeschäft veröffentlicht
- **Multi-Channel** Projekt zur Standardisierung von B2C-Daten für die Sortimente Tapeten, Gartenbedarf und Elektro umgesetzt

### Fast Moving Consumer Goods.

### Frische - Fleisch und Geflügel:

### Guidelines und Umsetzungshilfen zur Herkunftskennzeichnung.

2015 hat GS1 Germany vier Publikationen veröffentlicht, die Unternehmen aus der Branche bei der Umsetzung der Lebensmittel-Informationsverordnung 1169/2011 (LMIV) und der Durchführungsverordnung 1337/2013 mithilfe von GS1 Standards unterstützen. Die Anwendungsempfehlung "Rückverfolgbarkeit von Fleisch und Geflügel" klärt über die Herkunftskennzeichnung entlang der Lieferkette auf und erläutert Einsatzmöglichkeiten zur Weitergabe von Herkunfts- und Produktinformationen mit GS1 Standards.

Die Broschüre "GS1 DataBar in der Fleischwirtschaft" wiederum beschreibt die Einsatzoptionen des GS1 DataBar Expanded. Der Strichcode kann auf weniger Raum viele Informationen abbilden und ist trotz sehr kleiner Abmessungen einwandfrei lesbar. Die Publikation "Erfolgsfaktor Schlacht- und Einfrierdatum" nennt Anwendungsbeispiele für 2 von GS1 Germany entwickelte Datenbezeichner. Sie ermöglichen den sicheren Transfer der Daten – automatisch auslesbar per Barcode auf dem Etikett.

#### Frische - Obst und Gemüse.

Das Projekt Barcode & Labelling wurde 2015 intensiv weiterverfolgt. Inzwischen sind die Leitfäden zu den Standards GTIN und GLN sowie zur Produktklassifizierung international anerkannt. Nun gehen sie verstärkt in die Anwendung. Kurz vor ihrer Veröffentlichung bzw. Verabschiedung stehen die Anwendungsempfehlung für die Endverbrauchereinheit bzw. die Richtschnur zum Stammdatenaustausch. Damit öffnet sich die Tür für die nächsten Meilensteine, Prozesse und EDI, mit deren branchenspezifischer Spezifikation im Verlauf des Jahres 2016 begonnen wird.



# **Finance** – Bargeldlogistik wird digital.

Die "Cash Community", ein Netzwerk aus Kreditinstituten, Handel und Dienstleistern mit dem Ziel, die Bargeldlogistik in das digitale Zeitalter zu überführen, präsentierte 2015 eine von allen Parteien nutzbare Prozesslandkarte. Sie zeigt, wie durch den Einsatz von GS1 Standards Prozesse über einheitliche Schnittstellen verknüpft werden können. Elektronische Schritte ersetzen manuelle Tätigkeiten. So werden Rechen- und Eingabefehler vermieden. Aufträge lassen sich einfach innerhalb des Netzwerks weiterleiten. Letztlich profitiert jeder Akteur von mehr Effizienz, Transparenz und Sicherheit.

#### Mehr Schutz für Geldautomaten.

Ein Code, der nach einmaligem Gebrauch erlischt und daher zur weiteren Nutzung eines Systems neu generiert werden muss, ist sicherer als ein immer gleicher Code. Der Einmal-Code selbst muss zudem jedes Mal sicher zugestellt werden. Daher haben sich im vergangenen Geschäftsjahr Hersteller von elektronischen Schließsystemen und weitere Akteure im Bargeldkreislauf unter dem Dach von GS1 Germany auf die Übermittlung von Einmal-Codes mittels elektronischer Nachrichten auf Basis der GS1 Standards geeinigt. Seit Jahren sind elektronische Schlösser an Wertschutzschränken im Einsatz. Fast all diese Systeme verwenden statische Code-Kombinationen. Indes gibt es immer wieder Fälle, in denen unbekannte Täter durch Insiderwissen an die statischen Codes gelangen und sie nutzen, um illegal Geldautomaten zu entleeren. Das Einmal-Code-Verfahren bietet hier mehr Sicherheit.

# **DIY** – Ende des Excel-Wahnsinns.

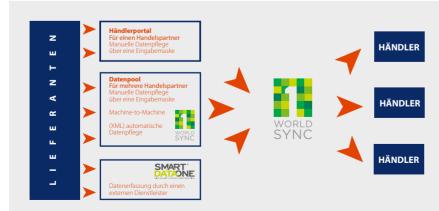
Um die DIY-Branche fit für das Omni-Channel-Zeitalter zu machen, startete im Mai 2015 eine Produktdaten-Umsetzungsinitiative unter dem Dach von GS1 Germany. Möglich wurde der Vorstoß durch einen gemeinsamen B2B-Standard für den elektronischen Austausch von Informationen inklusive Gefahrgut- und Gefahrstoffangaben. Eine Arbeitsgruppe aus DIY-Händlern und Industrieunternehmen einigte sich auf den Austausch der Daten über den Datenpool von 1Worldsync. Die Veröffentlichung der DIY-Anwendungsempfehlung für GDSN inklusive der Basisattribute für das Listungsgeschäft rundete das Jahr für die Branche ab.

### Projektstart für B2C-Daten.

Der Datenpoolverbund GDSN ist in der Lage, Daten in Echtzeit weiterzugeben. Um dieses Potenzial zu nutzen, begann Ende 2015 ein Projekt zur Standardisierung von B2C-Daten. Es geht darum, gegenüber Kunden kommunizierbare Produkteigenschaften zu erfassen und sie in standardisierte Datenblätter zu überführen. In einem ersten Schritt werden die Attribute der Sortimente Tapeten, Gartenbedarf und Elektro zusammengetragen und standardisiert. Am Bereich Tapeten arbeiten die Firmen Gebrüder Schlau, Rasch und Zeus mit; für den Bereich Gartenbedarf die Firmen Obi, Tengelmann und Gardena und für den Bereich Elektro die Firmen Black & Decker, Bosch und Toom.

GS1 Germany rechnet damit, dass rund 2.300 Attribute zusammengetragen werden. Bis Mitte 2016 soll eine Anwendungsempfehlung vorliegen. Die Umsetzung einer Lösung durch 1Worldsync ist für das dritte Quartal 2016 geplant. Zudem soll ein harmonisiertes europäisches DIY-Profil erarbeitet werden. Hierzu hat es auf dem GS1 Europe Forum im November 2015 einen ersten Austausch gegeben. Zuvor fand im September unter der Führung von 1Worldsync auf dem Annual User Congress ein europäischer Workshop von DIY-Händlern und -Lieferanten statt. Dort haben GS1 Germany und GS1 Benelux ihre Stammdateninitiativen vorgestellt; ebenso OBI und Intergamma. Robert Bosch stellte als global agierender Lieferant dar, wie die Produktdaten von Deutschland aus an europäische und amerikanische Händler übermittelt werden.

Daten- und Informationsflüsse beim Stammdatenaustausch über GDSN-Pool.



### Fashion, Schuhe, Sport – Einzelteilkennzeichnung pusht Omni-Channel.

Immer mehr Händler und Hersteller nutzen die Vorteile der elektronischen Einzelteilkennzeichnung. Dabei wird auf dem Etikett eines Kleidungsstücks ein RFID-Chip angebracht, also ein Sender-Empfänger-System. Auf dem Chip ist die GTIN, erweitert um eine Seriennummer, gespeichert. So lässt sich jedes Produkt exakt identifizieren. Auch Regularien lassen sich mit Serialisierung erfüllen.

Zudem ist Serialisierung Voraussetzung für den Omni-Channel-Handel. Um etwa Mehrwertdienste wie Click and Collect, Return in-Store usw. anbieten zu können, muss ein Händler wissen, wo welcher Artikel in welcher Größe verfügbar ist. Konzerne wie C&A, Macy's, Marks & Spencer und Zara, die RFID-Chips einsetzen, berichten über Umsatzzuwächse auf Basis der erhöhten Verfügbarkeit – bei reduziertem Lagerbestand. Händler haben jederzeit Informationen über ihre Bestände – selbst innerhalb einer Filiale. Auch die Handhabung von Retouren wird wesentlich vereinfacht.

RFID ist auch ein essenzieller Ansatz in Sachen Transparenz, Rückverfolgbarkeit, Warenverfügbarkeit und Fälschungssicherheit. Das Problem: Unterschiedliche Implementierungsvarianten und verschiedene Schulungsformate für die jeweiligen Mitarbeiter der Akteure entlang der Wertschöpfungskette führen zu Ineffizienz. GS1 Germany hat daher 2015 zusammen mit Experten aus Industrie und Handel sowie Solution Providern und weiteren GS1 Länderorganisationen eine Anwendungsempfehlung und ein entsprechendes Training entwickelt, deren Format und Inhalt speziell für den internationalen Einsatz konzipiert sind. Guideline und Training werden in einen internationalen GS1 Prozessstandard überführt. Auf dieser Basis werden GS1 Germany und GS1 Hongkong im Jahr 2016 im Rahmen eines Kundenprojekts ein Onboarding für rund 500 Lieferanten weltweit durchführen.

# **Healthcare** – Direktmarkierung von Medizinprodukten.

Als erster Anbieter hat GS1 Germany 2015 einen Prüfservice für Direktmarkierungen entwickelt: den Direct Part Marking-Test. Dabei werden Produktcodes auf Qualität und Konformität mit GS1 Regeln hin kontrolliert. Hersteller stellen sicher, dass die Codes auf den Produkten gut lesbar sind. Der Hintergrund: Die UDI-Richtlinie verlangt, dass etwa Medizinprodukte, die in einen Kreislauf eingebracht werden, markiert werden müssen. Dies kann durch einen Laser auf der Oberfläche geschehen. Die Direktmarkierung kann bei Fehlern nicht erneuert werden. Im Zweifelsfall ist das Produkt nicht verwendbar. Bevor eine Charge vernichtet wird, empfiehlt es sich, die Direktmarkierung an Einzelstücken prüfen zu lassen.

### Roadshow: EU-Richtlinie zur Arzneimittelfälschung.

Die Roadshow "Get ready for Anti-Counterfeiting" stieß das Jahr 2015 über durchweg auf großes Interesse. Die Auftaktveranstaltung fand am 20. Januar bei GS1 Germany statt. Die Reihe vermittelte Unternehmen aus der Gesundheitsbranche praktische Hilfe zur Serialisierung. Schließlich müssen Arzneimittel ab 2019 bestimmte Sicherheitsmerkmale tragen und bei der Abgabe an den Patienten auf Echtheit geprüft werden. Außerhalb Europas gelten noch frühere Fristen.

#### Kooperation mit dem BME.

Im vergangenen Jahr hat GS1 Germany den Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) als strategischen Partner gewonnen. Ziel der Zusammenarbeit ist es, Krankenhäusern und ihren Partnern Wege hin zu mehr Effizienz und damit zu Kostensenkungen im Einkauf aufzuzeigen.

### Healthcare Award 2015 verliehen.

Im Rahmen der Konferenz "Healthcare live!" verlieh GS1 Germany erstmals den Healthcare Award für Managementleistungen. Die Auszeichnung ging an das Universitätsklinikum Carl Gustav Carus Dresden und an Roche Diagnostics für ihre beispielhafte Zusammenarbeit bei Laborprozessen.

"Nach dem Vorbild des ECR Award, der seit Langem als Oscar der Konsumgüterwirtschaft gilt, wollen wir mit dem neuen Wettbewerb gezielt Unternehmen der Gesundheitsbranche motivieren, ihre Geschäftsprozesse durch innovative Technologien und Kooperationsformen zu optimieren", sagt Jörg Pretzel, Geschäftsführer von GS1 Germany.

Der GS1 DataMatrix-Code wehrt Fälscher ab.

trägt eine individuelle Identifikationsnummer,

Er wird auf eine Verpackung gedruckt und

die in einer Datenbank hinterleat ist.

Durch Datenabgleich wird jede Verpackung zum Unikat.

Die Preisträger des GS1 Healthcare Award 2015, v. l. n. r. Jörg Pretzel, Geschäftsführer GS1 Germany, Dr. Ina Trapp, Global UDI Change Control Manager bei Roche Diagnostics, Dr. Thomas Rothe, Projektleiter am Uniklinikum Dresden, Sylvia Reingardt, Branchenmanagerin Healthcare, GS1 Germany.



### Anwendungsempfehlung für Konsignationsprozesse in Krankenhäusern.

Um ihren Aufwand bei Konsignationsware zu senken, haben die Branchenakteure unter dem Dach von GS1 Germany die "Anwendungsempfehlung für Konsignationsprozesse im Gesundheitswesen" entwickelt. Gemeinsam sollen Prozesse effizienter und sicherer gestaltet werden. Der Leitfaden konzentriert sich auf die Modelle Vendor-Managed Inventory und Buyer-Managed Inventory. Beim ersten Modell steuert der Hersteller das Lager, beim zweiten das Krankenhaus.

Im Jahr 2015 trat GS1 Germany dem Aktionsbündnis Patientensicherheit e. V. als ordentliches Mitglied bei.

# **Technische Industrien** – Rückverfolgbarkeit ein großes Thema

2015 hat GS1 Germany die MTU Aero Engines AG als Kunden gewonnen. Auch in den Bereichen Bahn, Maschinen- und Anlagenbau sowie Windindustrie ging es weiter voran – insbesondere bei den Datenträgerprüfungen. Beispiele aus der Praxis für die Anwendung von GS1 Standards:

#### HFG Transport-Technik GmbH

Der Spezialist für die Wartung und Aufbereitung von Wälzlagern für Schienenfahrzeuge setzt fortan auf die serialisierte Global Trade Item Number (GTIN) von GS1 Germany. Der Code wird im laufenden Instandhaltungsprozess auf das Bauteil aufgebracht. So stellt HFG sicher, dass sich die Bauteile im "Rolling Stock" flächendeckend nach- und rückverfolgen lassen.

### ContiTech Luftfedersysteme GmbH

Die Tochtergesellschaft der Continentale AG stellt Produkte für die Bahn- und Fahrzeugbranche her. 2015 startete sie ein Pilotprojekt zur Rückverfolgbarkeit ihrer Erzeugnisse auf Basis der serialisierten GTIN von GS1 Germany. Um die Nummer aufbringen zu können, entwickelte ContiTech eine Art Vignette, die jedes Produkt bereits im Produktionsprozess erhält und die mehrere Jahre am Objekt verbleibt. Die hinterlegten Daten sind von allen Akteuren in der Lieferkette per Scanner abrufbar.

### **BLS AG**

Um sicherheitsrelevante Bauteile von der Herstellung bis zur Verschrottung zurückverfolgen zu können, setzt die Schweizer Privatbahn BLS AG seit 2015 auf RFID und eine Identifizierung mit dem serialisierten Global Individual Asset Identifier (GIAI) von GS1 Germany. Mithilfe eines Handgeräts können die Mitarbeiter am Gleis alle Daten lesen. Erledigte Arbeitsschritte registriert das System automatisch, papierbasierte Zwischenschritte entfallen.

### **Logistik** – GS1 Germany bündelt Logistik-Know-how.

Bereits 2015 hat GS1 Germany begonnen, die Kompetenzen bei den Themen Supply Chain Management und Logistik, Verpackungslogistik und Nachhaltigkeit zu bündeln. Unter dem Dach des neuen Competence Center Supply Chain Management wird ab 2016 nun verstärkt auf die Herausforderungen wie die Gestaltung flexibler Lieferketten bis hin zu Wertschöpfungsnetzwerken über alle Branchen reagiert. Damit verbunden sind auch die Einbindung des bereits seit 2013 bestehenden Competence Center Mehrwegtransportverpackungen und die Eingliederung der Initiative "Lean and Green".

### Workshop zu offenem Branchenstandard im März 2015 bei GS1 Germany.

Der Markt der Kurier-, Express- und Paketdienstleistungen wächst: Über 2,6 Milliarden Sendungen wurden laut einer Studie im Auftrag des Bundesverbands der Kurier-Express-Post-Dienste (BdKEP) allein 2013 in Deutschland transportiert. Der wachsende grenzüberschreitende Handel ist unter anderem der Auslöser dafür. Dieser Treiber hat aber zugleich auch neue Herausforderungen für die KEP-Branche im Gepäck: Zum Beispiel erwarten die Kunden neben neuen Serviceangeboten auch gleichmäßig hohe Zuverlässigkeit, Qualität und Wettbewerb auf dem Postmarkt. In einem Workshop bei GS1 Germany haben die KEP-Anbieter im März 2015 ihre Arbeit aufgenommen und erarbeiten Lösungen, wie sie auf Basis der GS1 Standards ihre Prozesse besser vernetzen und so auf diese Herausforderungen abstimmen können.

In weiteren Workshops haben Unternehmen, unter anderem DHL, DPD, Hermes, Transoflex und TNT, sowie der BdKEP, das Deutsche Institut für Normung (DIN) und die Bundesnetzagentur eine Richtlinie verabschiedet, die Anfang 2016 veröffentlicht wird. Dies ist ein wichtiger Meilenstein für die Interoperabilität von Systemen und Lösungen.

### Initiative Getränke-Mehrweg gestartet.

Gemeinsam mit Brauereien, Brunnen und Unternehmen aus dem LEH startete GS1 Germany 2015 die Initiative Getränke-Mehrweg. Sie will eine Lösung erarbeiten, die die Komplexität in Material- und Informationsflüssen für das Mehrwegsystem bei Bier und alkoholfreien Getränken reduzieren kann. Erklärtes Ziel ist es, das Mehrwegsystem zu stärken und für mehr Effizienz zu sorgen. In einem nächsten Schritt wird der Lebensmitteleinzelhandel die Anforderungen an ein zukünftiges, verbessertes System formulieren. Diese Arbeit findet ebenfalls auf der Plattform von GS1 Germany statt, um Sortier- und Rückfuhrprozesse später in entsprechende Standards zu überführen.

# **Sustainability** – Nachhaltigkeit richtig vermitteln.

Das Jahr 2015 stand ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit. Gemeinsam mit Vertretern aus Wirtschaft und Wissenschaft entwickelten die Experten von GS1 den Ratgeber "Nachhaltigkeit von Produkten richtig bewerben – ein Leitfaden von A bis Z". Unternehmen verwenden gern "grüne" Begriffe zur Beschreibung ihrer Produkte. Doch oft bleibt der zusätzliche Nutzen des Produkts unklar. Was steckt wirklich hinter Slogans wie "ökologisch", "klimaneutral" oder "kompostierbar"? Welche der Begriffe sind für die Kommunikation geeignet?

Hier setzt der Leitfaden an. Er erleichtert die Kundenansprache und die Kommunikation zwischen Geschäftspartnern. Er definiert Begriffe und Aussagen, die zur Beschreibung von Nachhaltigkeit bei Produkten verwendet werden. Er zeigt, wo sie zum Einsatz kommen und was Marketingmanager beachten sollten, damit ihre Botschaften verstanden werden. Neben den Definitionen gibt es jeweils Hinweise auf gängige Zertifikate und auf die rechtliche Grundlage für die Begriffsverwendung. An dem Werk mitgewirkt haben unter anderem dm-drogerie markt, Metro Group, Lorenz Snack-World und das Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) an der Universität Witten/Herdecke.

#### Lean and Green Award – weitere vier Unternehmen ausgezeichnet.

Wer seine Logistik auf Ökoeffizienz trimmt, schont das Klima und senkt seine Kosten. Ansatzpunkte dafür gibt es in jedem Unternehmen. Im vergangenen Jahr haben dies vier weitere Gesellschaften erkannt. In einem Aktionsplan verpflichten sie sich, innerhalb von fünf Jahren jeweils 20 Prozent Kohlendioxid einzusparen. Für ihre Konzepte erhielten sie 2015 den Lean and Green Award. Die Unternehmen sind: BLG Handelslogistik, Eckes Granini Deutschland, Lidl und Wepa.

"Die Gewinner demonstrieren, wie Unternehmen sich auf die Herausforderung Klimaschutz einstellen und ihre Kosteneffizienz verbessern können." Christophe Campe, Vice President Chep Deutschland und Botschafter von Lean and Green in Europa.

#### Beispiel 1:

"Ökologisch". Der Begriff impliziert eine besondere Umweltqualität, sagt aber nichts über Art und Umfang der Umweltentlastung aus. Empfehlung: Angaben auf der Verpackung verdeutlichen, worin die Entlastung besteht. Die Aussage "ökologischer Landbau" wäre durch Hinweise wie "Verzicht auf chemische Pflanzenschutzmittel" zu ergänzen.

#### Beispiel 2:

"Klimaneutral". Jede Ressourcennutzung nimmt Einfluss auf das Klima. Der Begriff greift daher zu kurz. Empfehlung: Stattdessen die Aussage "klimaneutral gestellt" verwenden. Gemeint ist die Kompensation aller Treibhausgasemissionen durch Einsparung, Vermeidung oder Ausgleich nicht vermeidbarer Emissionen derselben Menge.





Wer die Zukunft vorantreiben will, muss im gleichen Atemzug in sie investieren und sein Wissen weitergeben. Mit einem breit gefächerten, themenspezifischen Weiterbildungsangebot, erfahrenen Trainern und hochkarätigen Veranstaltungen mit ausgewiesenen Experten fördert GS1 Germany die Vernetzung von Unternehmen und die Verzahnung ihrer Prozesse durch einen intensiven Wissenstransfer. Im GS1 Germany Knowledge Center und in der GS1 Academy treten wir in direkten Kontakt mit den Anwendern unserer Standards und unterstützen sie dabei, sich umfassend weiterzubilden, neue Kontakte zu knüpfen und zukunftsfähige Ideen umzusetzen.

### Die GS1 Academy.

Die GS1 Academy hat auch 2015 ihr Weiterbildungsangebot ausgebaut. Digitale Angebote, individuelle Inhouse-Konzepte und Zertifikatslehrgänge standen im Fokus der Entwicklung, jedoch auch marktrelevante Themen wie Innovationskraft (Design Thinking) und Patientensicherheit im Healthcare-Bereich. Die Konsequenz: Das Portfolio der 2014 gegründeten Wissensplattform wächst stetig.

### Neues Angebot: Professionelles Palettenmanagement.

Als einen ersten Schritt in Richtung Weiterbildungsangebote rund um das Ladungsträgermanagement hat die GS1 Academy in Zusammenarbeit mit der European Pallet Association (EPAL) eine gemeinsame Schulung auf den Markt gebracht. Im Seminar Professionelles Palettenmanagement können Mitarbeiter im Wareneingang in einer kompakten und praxisnahen Weiterbildung Wissen zum Palettenmanagement erlangen und vertiefen. Damit entwickeln die Mitarbeiter Expertise zur Qualitätssicherung und -prüfung von Paletten sowie zur Standardisierung in der Wertschöpfungskette. Seit Anfang 2015 findet dieses praxisnahe Seminar regelmäßig statt.









Gästeentwicklung Knowledge Center

### Think Tank wächst weiter.

Mit 20.000 Besuchern setzte das Knowledge Center 2015 eine neue Bestmarke. Trainings, Veranstaltungen sowie Produktpräsentationen und Expertentreffen machten den Großteil der Belegung aus. Kern waren die praxisnahen Livekomponenten, deren Ausbau 2015 konsequent vorangetrieben wurde, um den Anspruch einer innovativen Trainings- und Entwicklungsumgebung gerecht zu werden.

2008	2009	2013	2014	2015
4.000	11.000	13.000	15.000	20.000



#### Akademische Partnerschaft.

Im Februar 2015 vergaben GS1 Germany und die EHI-Stiftung zum achten Mal den Wissenschaftspreis zu den Themen Retouren, Kundenorientierung und Kundenbewertung für wissenschaftliche Arbeiten im Handel. Die beste Dissertation schrieb Dr. Björn Asbeck, Universität Bamberg. In der Kategorie Master gewann Marco Schwenke, Ruhr-Universität Bochum, die beste Bachelor-Arbeit kam von Markus Dollmann, Universität Paderborn, und in der Kategorie Kooperationen gewann Wirtschaftsinformatiker Professor Dr. Freimut Bodendorf von der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Das Projekt will den Einkaufsprozess im Laden durch die Verknüpfung der realen Umgebung mit der virtuellen Welt elektronischer Medien zu einem fesselnden Erlebnis werden lassen.



"Umni-, Muiti-, Cross: Alles Channel, oder was?
Wie der Handel sich verändert" – unter diesem Motto
diskutieren die Teilnehmer der Jahrestagung 2015.
Rund 100 Mitglieder der Akademischen Partnerschaft
und Gäste informierten sich über verschiedene
Aspekte des Supply Chain Management: von der
Steuerung von Multi-Channel-Prozessen bis zu
Zukunftsentwicklungen bei mobilen Technologien.

GS1 Germany und das Institut für Handelsforschung der Universität Köln haben 2002 die Akademische Partnerschaft ECR Deutschland ins Leben gerufen. Das Netzwerk verbindet Universitäten und Hochschulen mit Handels-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen. Gemeinsames Ziel ist es, unternehmensübergreifende Strategien und Instrumente rund um ECR (Efficient Consumer Response) stärker in der Wissenschaft zu verankern und neue Erkenntnisse schnell in die Praxis zu überführen.

### GS1 Consulting.

GS1 Standards und Prozesse wertschöpfend zu implementieren stand auch 2015 im Mittelpunkt der Consulting-Angebote von GS1 Germany. Mit flexiblen Leistungsangeboten werden alle Projektstufen von der Evaluierung bis zum Risikomanagement begleitet. Zu Schwerpunkten haben sich die FMCG-/DIY-Branche, die Technischen Industrien sowie Fashion und Healthcare entwickelt. Weniger als 10 Prozent unserer Aufträge kommen nicht aus diesen Branchen. GS1 Consulting begleitete die BLS bei der Einführung dieser neuen Technologie.



### Rückverfolgung – Schweizer Privatbahn setzt auf GS1 Standards.

Die BLS kennzeichnet sicherheitsrelevante Bauteile wie Bremsen mit der serialisierten GIAI (deutsch: Globale Anlagegut-Identnummer). Die Wartung und Instandhaltung von Zügen, Lokomotiven und Waggons ist eine Herausforderung. Die Produktlebenszyklen betragen nicht selten Jahrzehnte. Um einzelne Teile wie Brems- oder Steuerteile jederzeit zurückverfolgen zu können, setzt die größte Schweizer Privatbahn, die BLS AG, seit 2015 auf Radiofrequenztechnologie (RFID) und GS1 Standards. Sicherheitsrelevante Bauteile im Bestand werden bei der Wartung künftig systematisch mit einem RFID-Transponder und einer GIAI versehen. Neue Bauteile kennzeichnet die BLS direkt am Wareneingang.



### Bausteine des Beratungsangebots:

> PROJEKT- UND PROGRAMMLEITUNG <

> KONZEPTERSTELLUNG <

> BUSINESS TRANSFORMATION <

> QUALITÄTS- UND RISIKOMANAGEMENT <

> PROZESSBERATUNG <

# Category Management Beratung und Trainings.

### Trainingsprojekte Category Management.

Der Bereich Category Management Beratung und Training (CMBT) schaut auf sein bisher erfolgreichstes Jahr zurück. 2015 konnten mehr als 100 Neukunden gewonnen werden. Der Lehrgang zum zertifizierten ECR D-A-CH Category Manager fand mit mehr als 40 Teilnehmern zum 50. Mal statt. Seit 2003 hatten rund 1.800 Absolventen das Zertifikat erhalten – jeder vierte Absolvent kommt aus dem Handel. Die Zahl der internationalen Lehrgänge nahm weiter zu, und in den Basistrainings Category Management und Shopper Marketing wurden in diesem Jahr zahlreiche europäische Entscheider geschult. Dies zeigt die zunehmend internationale Ausrichtung des Bereichs. Darüber hinaus werden die bestehenden Trainingsformate weiter ausgebaut und individuell auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten.

### Platzierungsstudie mit Kerry Foods und Bormann & Gordon.

Eine Studie von Kerry Foods in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Bormann & Gordon und GS1 Germany ging 2015 der Frage nach, wo und wie man Käsesnacks am besten in den SB-Regalen der Supermärkte platzieren sollte. Neben Müttern mit Kindern zwischen 7 und 12 Jahren befragten die Marktforscher 170 SB-Käsekäufer direkt am Verkaufsort. Fazit: Die Shopper wünschen sich ein Käseregal, in dem sich alle Snacks in einem Block befinden und nach Marken sortiert sind. Jedes Produkt soll mit mindestens 2 Frontseiten platziert werden, und zwar bei Hart- und Schnittkäse.

### Beratungsprojekt CAP-Märkte.

GS1 Germany leitete im vergangenen Jahr die Umsetzung eines Category Management Projekts bei der Genossenschaft der Werkstätten für behinderte Menschen Süd eG (GDW Süd). Die GDW Süd betreibt als Franchisegeberin mehr als 100 CAP-Märkte mit insgesamt rund 1.400 Mitarbeitern – davon etwa 800 Menschen mit einem Handicap. Zunächst wurden 4 Märkte auf Optimierungspotenziale hin analysiert, die gewonnenen Ergebnisse wurden dann in Maßnahmen umgesetzt. Die Testphase lief von Dezember 2014 bis April 2015. Ein Ergebnis: Mit einer teilweise reduzierten Artikelanzahl konnte der Umsatz deutlich gesteigert werden. Zum Zuwachs beigetragen haben ein optimiertes Sortiment sowie bessere Sichtbarkeit und Struktur im Regal. Zu den Industriepartnern gehörten Intersnack mit salzigen Snacks und CFP Brands mit Zuckerwaren. Im Jahresverlauf folgte ein weiterer Test mit dem Partner Bahlsen für Süßgebäck. Die Entwicklungen sind so positiv, dass seit Ende 2015 die Vorbereitungen für die bundesweite Einführung laufen.



Testzeitraum Dezember 2014 bis April 2015

### Brancheninitiative Tiefkühlabteilung.

Auf Initiative des Deutschen Tiefkühlinstituts (dti) in Zusammenarbeit mit GS1 Germany sowie Mitgliedern aus Industrie und Technik startete 2015 die Initiative "Mehr Attraktivität für die TKK-Abteilung". Ziel ist es, in der kalten Zone eine gefühlt wärmere und angenehmere Atmosphäre zu schaffen. Die Initiative wird von führenden Unternehmen der Branche unterstützt – von A wie Agrarfrost bis W wie Wagner. Das dti bietet jedem Händler Best-Practice-Beispiele und einen TKK-Baukasten mit bedarfsgerechten Bausteinen für den individuellen Erfolg an. Los geht es mit der Basisvariante, in der zum Beispiel die optimale Platzierung des Preisschildes behandelt wird, bis hinauf zum Premiumpaket mit ausgeklügelten Beleuchtungskonzepten. Was zu seinem Laden passt, muss jeder Händler selbst entscheiden. Die Initiative gibt nur Anstöße und Empfehlungen.

Zudem verlieh das dti auf der Ernährungsmesse Anuga im Oktober 2015 zum ersten Mal den "Tiefkühlstar", einen Preis für vorbildliche shopperorientierte Tiefkühlabteilungen. Die Gewinner in den insgesamt vier Kategorien (bis 2.000 qm, bis 4.000 qm, bis 10.000 qm, über 10.000 qm): E-Center Egert in Selb, Edeka Dietrich in Chemnitz, Real in Hannover-Isernhagen und Kaufland Dallgow.

### Veranstaltungen.

### ECR Tag 2015 -

amazon

### "Transform now! Channel Management in der Value Chain 4.0".

An zwei Kongresstagen diskutierten rund 800 Topentscheider, Vordenker, Hersteller, Händler und Dienstleister der Konsumgüterbranche im World Conference Center Bonn über die Herausforderungen der Value Chain 4.0. Unter dem Motto "Transform now! Channel Management in der Value Chain 4.0" widmeten sich Unternehmensgrößen wie dm-Chef Erich Harsch, Rocco Bräuniger von Amazon EU und Franz-Olaf Kallerhoff, Vorsitzender der Geschäftsführung von Procter & Gamble DACH, den Herausforderungen einer total vernetzten Welt, digitalen Zukunftstrends und Strategien für erfolgreiches Channel Management. Über 60 Vorträge, zahlreiche Fachforen und ein Networking-Abend luden zu Diskussion und Austausch ein.



Zum 13. Mal verlieh GS1 Germany am 23. September 2015 den ECR Award an ausgewählte Unternehmen und Persönlichkeiten. Die Gewinner aus Industrie und Handel haben eines gemeinsam: herausragende Konzepte für Efficient Consumer Response (ECR), also für partnerschaftlich optimierte Wertschöpfungsketten im Sinne der Verbraucher. Die Gewinner 2015 sind in der:

### Kategorie Unternehmenskooperation - Supply Side

Netto Marken-Discount und Edeka Nordbayern-Sachsen-Thüringen, die Lieferanten VION, Friki, Euro Fine Fish, ERICH GEIGER Gruppe und Artland Convenience sowie die Speditionen EUROFRESH und G&P haben gemeinsam die Lieferkette für 2 °C-Produkte flächendeckend optimiert.

### Kategorie Unternehmenskooperation - Demand Side

Seit 2008 kooperieren die Rewe Group und Lorenz Snack-World bei salzigen Snacks. Die Partner haben die Warengruppe konsequent an den Bedürfnissen der Shopper ausgerichtet.

### Kategorie Einzelunternehmen

Mars Deutschland zählt zu den Wegbereitern des ECR-Konzepts. Der Hersteller von Lebensmitteln und Tiernahrung setzt auf eine Partnerschaft mit anderen Herstellern und dem Handel.

### Kategorie Unternehmenspersönlichkeit

Mark Rosenkranz, Vorstandssprecher von Edeka Minden-Hannover. Sein ECR-Commitment macht die Einkaufsgenossenschaft zu einem ECR-Vorreiter.

# Konferenzen.

#### Mobile in Retail Conference.

Unter dem Motto "zahl einfach mobil" startete im April 2015 die größte Mobile-Payment-Initiative Deutschlands: NFC City Berlin. Sie wurde von GS1 Germany ins Leben gerufen. Partner sind alle deutschen Mobilfunknetzbetreiber und eine wachsende Zahl von Handelspartnern. Aus dieser Projektkooperation entstand ein begleitender Fachkongress: die Mobile in Retail Conference 2015 am 29. und 30. September 2015 in Berlin. In insgesamt 80 Vorträgen berichteten die Projektpartner und zahlreiche weitere Unternehmen von ihren Erfahrungen, dem spannenden Hauptstadtprojekt und mobilen Strategien in verschiedensten Branchen.

#### Healthcare live!

Fortan arbeiten GS1 Germany und der Bundesverband Materialwirtschaft und Logistik (BME) noch enger zusammen. Der Startschuss für die Kooperation war die gemeinsam durchgeführte Konferenz "Healthcare live!". Sie fand im Oktober 2015 beim Krankenhauskonzern Vivantes in Berlin statt. Nun planen der BME und GS1 Germany weitere gemeinsame Schritte. Zum Beispiel wollen die beiden neuen Partner ihre Zusammenarbeit bei der Fachgruppenarbeit, bei Publikationen, in der Weiterbildung und allgemein in der Logistikbranche ausweiten.







### Eventkalender 2015 - Zahl der Teilnehmer:

800	150	3	30	6	0
ECR Tag	Bargeldlogistik Kongre	•	landelslogistik ongress	Branchentag Wu	
2.	50	70	4	40	60
Mobile in Ret	ail Conference	Sustainability	Traceabil	ity Conference	Praxistag Fälschungssicher- heit und Plagiatschutz
180	110	2	170	16	50
Healthcare live!	Praxistag elektronisch Rechnung		her Obst- und sekongress	ECR	live!



Die Digitalisierung beeinflusst nicht nur die Produkte und die Arbeit von GS1 Germany, sondern hat auch unsere Strukturen nachhaltig geprägt. Neue Kompetenzbereiche brauchen neue Partnerschaften und Persönlichkeiten, die im Spannungsfeld digitaler Herausforderungen neue Impulse geben und den Weg in die Zukunft weisen – in **Tochterunternehmen**, in unseren Gesellschaften und im Aufsichtsrat.









### Neue Spitze im Aufsichtsrat – branchenübergreifendes Gremium.

Im Mai 2015 löste Stephan Füsti-Molnár, Geschäftsführer Henkel Wasch- und Reinigungsmittel, den Vorsitzenden der Geschäftsführung von dm-drogerie markt, Erich Harsch, als Aufsichtsratsvorsitzenden ab. Auf die Position des stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden folgte im September Frank Wiemer, Vorstandsmitglied der Rewe Group. Während des Berichtszeitraums, Stand 31. Dezember 2015, begrüßte der Aufsichtsrat die neuen Mitglieder Christian Bodi, dm-drogerie markt, Rocco Bräuniger, Amazon, Dr. Stefan Müller, expert, und Stefan Schult, Hela Gewürzwerk Hermann Laue. Den Aufsichtsrat verlassen haben Christian Bubenheim, Amazon, und Erich Harsch, dm-drogerie markt. GS1 Germany dankt den ausscheidenden Mitgliedern für ihr großes und nachhaltiges Engagement.

### Strategie Review für Wachstum.

In Strategieklausuren und -Workshops überprüften der Aufsichtsrat und die Geschäftsleitung gemeinsam die strategische Ausrichtung des Unternehmens. Der Ausbau des Portfolios angesichts der wachsenden Globalisierung und Digitalisierung der Wirtschaft ist oberste Priorität. Für eine verstärkte Verzahnung mit Industrie und Handel ist Public Affairs als Funktionseinheit nun etabliert. Entscheidende Impulse für Ergebniseffizienz und Umsetzbarkeit gibt die Einführung eines Projektmanagements bei Entwicklungsvorhaben, das die Einbindung von Anwendern und GS1 Germany Fachexperten vorgibt.

### Handel:

### **FMCG**

**Frank Wiemer** Stelly. Vorsitzender

Rewe Group

**Christian Bodi** dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

Rocco Bräuniger Amazon EU s.a.r.l. Silvester Macho Metro Group **Kay Schiebur** 

Lekkerland AG & Co. KG

**Markus Tkotz** Markant AG **Dr. Michael Wulst** Edeka AG

**Consumer Electronics** 

Dr. Stefan Müller expert AG

#### Healthcare

Wilfried E. B. Winzer Universitätsklinikum Carl Gustav Carus Dresden

### Do-it-yourself

**Jochen Ludwig** Obi Corporate Center GmbH

#### Healthcare

**Dr. Meinrad Lugan** B. Braun Melsungen AG

### **Textil**

Brax Leineweber GmbH & Co. KG

### **Do-it-yourself**

### **Tobias M. Koerner**

Gardena Deutschland GmbH

### Dienstleistung

**Dr. Thomas Ogilvie** 

Stand: 31. Dezember 2015

### Industrie:

### **FMCG**

Stephan Füsti-Molnár,

Vorsitzender Henkel Wasch- und Reinigungsmittel GmbH

**Matthias Fleischer** Nestlé Deutschland AG

**Franz-Olaf Kallerhoff** 

Procter & Gamble Germany GmbH

Kai Könecke

Unilever Deutschland GmbH

**Matthias Kootz** 

Mondelez Deutschland Services GmbH & Co. KG

**Michael Christoph Litzke** 

Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

**Stefan Schult** Hela Gewürzwerk Hermann Laue GmbH

**Consumer Electronics Dr. Stefan Schwinning** 

Miele & Cie. KG

#### Thomas Dalsaß

**Alfred Miller** Dachser GmbH & Co. KG

**DHL Vertriebs GmbH** 

Gründungsvater des EAN-Systems – verstarb am 21. Juni 2015. Als Gründungsvorsitzender des Aufsichtsrats der CCG (Centrale für Coorganisation, wie GS1 Germany bis 2005 hieß) hob Severing unter anderem die Artikelnummerierung, das Barcoding und den elektronischen Datenaustausch mit aus der Taufe. Von 1975 bis 1977 war er Mitglied des internationalen Ad-hoc Council zur Entwicklung des EAN-Systems und gehörte zu den Unterzeichnern des legendären Memorandum of Agreement zur Einführung des EAN-Systems im Jahr 1977. Dr. Karl-Heinz Severing ist damit in die Geschichte der Entstehung der EAN eingegangen.

Dr. Karl-Heinz Severina (\*19. März 1927) –

# **Gut aufgestellt** – Beteiligungen.



Auch 2015 konnte **1Worldsync** seinen Wachstumskurs mit einer Umsatzsteigerung von 15 Prozent und der Ausweitung des Kundenstamms auf nun 17.000 fortsetzen. In 54 Ländern werden damit über 15 Millionen Produktdatensätze in den Datenpools gemanagt, was dem beeindruckenden Anteil von ca. 90 Prozent am GDSN-Datenpool entspricht. Einen wesentlichen Beitrag bilden dabei die Durchdringung der DIY-, Healthcare- und Food-Service-Branchen sowie international agierende Unternehmen wie Amazon, McDonald's, Subway und Philips als Neukunden.

### **Smart Data One.**

Optimale Datenqualität stand 2015 im Fokus aller Geschäftsaktivitäten der 100-prozentigen Tochter. Im Verbund mit GS1 Germany und 1Worldsync konnte die Smart Data One erneut mit ihren komplementären Dienstleistungen Rundum-Datenerfassung, -Qualifizierung und -Management überzeugen. Ebenso wurde der Anfangspunkt für eine Initiative für Datenqualität gesetzt. Ziel: 100 Prozent korrekte Produktinformationen.

Das **EECC** hat im Jahr 2015 den Wandel hin zum führenden EPCIS-Full-Service Anbieter vollzogen und sich mit den drei Säulen "EPC-Daten sammeln", "EPC-Daten verarbeiten" und "EPC-Daten nutzen" klar positioniert. Der Führungsanspruch auf dem EPCIS-Markt wird durch die Neuentwicklung der weltweit ersten zertifizierten EPCIS-1.1-Lösung EPCAT als Cloud-Service unterstrichen. Das EECC erhofft sich, dadurch entscheidende Eintrittsbarrieren für die Nutzung des GS1 Standards abgeräumt zu haben.

Die **ferd m&c** ist ein Beratungs- und Lösungshaus mit Fokus auf Förderung und Einführung elektronischer Rechnungsprozesse in und zwischen Unternehmen, Organisationen und öffentlichen Behörden. Unter dem Begriff "Management" bündelt die ferd m&c alle Leistungen im Umfeld transaktionsbasierter Anwendungen für elektronische Rechnungsprozesse. Der Begriff "Consulting" fasst alle Geschäftsaktivitäten im Bereich "Beratung und Projektmanagement" zusammen.

Die **H.U.T. Hotelreservierungs- und Tagungsmanagement GmbH** schaute auch Ende 2015 auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Der Anbieter für Messeund Eventmanagement baute dabei seine Geschäftsaktivitäten auch zunehmend international aus, wie etwa durch Healthcare-Konferenzen in Dubai und Peking sowie GSMP-Events in New Jersey und Brüssel.

# **Starkes Fundament –**

die Gesellschafter.

Das **EHI Retail Institute** ist das Forschungs-, Beratungs- und Bildungsinstitut für den Handel und seine Partner. Zu den rund 600 Mitgliedern zählen internationale Handelsunternehmen und ihre Branchenverbände, Konsumgüterhersteller und Dienstleister. Wichtige Zukunftsthemen des Einzelhandels – von Zahlungssystemen über Logistik- und Verpackungskonzepte bis hin zu E-Commerce – stehen im Fokus seiner Forschungstätigkeit.



Der deutsche **Markenverband** vertritt die Anliegen der Markenartikelindustrie gegenüber Politik, Marktpartnern und Öffentlichkeit. Seine knapp 400 Mitglieder, die für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Milliarden Euro und im Dienstleistungsbereich von circa 200 Milliarden Euro in Deutschland stehen, sind wesentliche Akteure effizienter Wertschöpfungsketten mit maximaler Kundenausrichtung.



# HUMAN BESCUBEES A WARDS A WA

# Interne **Entwicklungen** im Unternehmen.

### HR Excellence für mehr Kundenorientierung.

Im Rahmen der Wachstumsstrategie schloss GS1 Germany 2015 das Change-Projekt "Fit for Future" ab. Ziel: Einführung von bereichsübergreifenden Prozessen für eine verstärkte Kundenorientierung. Begleitend zur Umsetzung organisatorischer Maßnahmen widmete sich ein Teilprojekt den Verhaltensaspekten als wesentlichem Erfolgsfaktor eines Veränderungsprojekts. Interne und externe Kundenorientierung im Denken und Handeln aller Mitarbeiter zu verankern war die Zielsetzung und der Erfolg des Projekts. Unter der Metapher einer Bergexpedition machten sich alle Mitarbeiter und Führungskräfte von GS1 Germany gemeinsam auf den Weg, um in unterschiedlichen Formaten notwendige Verhaltensänderungen zu definieren, zu konkretisieren und einzuüben und im Tagesgeschäft zu verankern. Konzept und Umsetzung überzeugten die Jury des HR Excellence Award. Sie zeichnete GS1 Germany als Sieger in der Kategorie "KMU Change-Management und Transformation" aus.



\* Inklusive Tochterunternehmen und Beteiligungen.

### Arbeitgeber GS1 Germany.

2015 waren rund 180 Mitarbeiter bei GS1 Germany beschäftigt; im gesamten Unternehmensverbund beträgt die Mitarbeiterzahl rund 400. Dies bedeutet mehr als eine Verdreifachung der Unternehmensgröße seit 2010; ein Wachstum, das konsequente Nachwuchsförderung erfordert. Als IHK-zertifizierter Ausbildungsbetrieb verzeichnet GS1 Germany konstant einen Anteil von 10 Prozent Auszubildenden, Trainees und Praktikanten in seiner Belegschaft.

Neben der hohen Qualität im Recruiting-Prozess waren auch im vergangenen Geschäftsjahr die Mitarbeiterqualifizierung und -bindung sowie der Know-how-Aufbau wesentliche Säulen im HR-Management. Im mehrstufigen Qualifizierungsprogramm sicherten externe und interne Weiterbildungen das hohe Expertenlevel. Allein 2015 standen rund 30 Seminare für die Mitarbeiterqualifizierung zur Auswahl. Das Prinzip "Kollegen trainieren Kollegen" sicherte den durchlässigen und zukunftsgerichteten Wissenstransfer.

### Fort- und Ausbildungsschwerpunkte:

### > SOFT-SKILL- UND METHODEN-TRAININGS <

### Innovationsfähigkeit als Zukunftsbasis.

Als Know-how Company verpflichtet sich GS1 Germany, die treibende Kraft bei der Entwicklung von Technologien für eine effiziente Wertschöpfungskette zu sein. Dem Kernprozess Innovationsmanagement für ein zukunftsfähiges und insbesondere kundenorientiertes Portfolio kommt damit eine bedeutende Funktion zu. GS1 Germany stellt sich damit der Herausforderung, das gesamte Wissenspotenzial der Mitarbeiter zu nutzen, und etabliert daher integrative und interaktive Tools wie eine Wissens- und Ideenplattform. Crowdsourcing für mehr Know-how kombiniert mit systematischen Trendscouting und einer konsequenten prozessualen Verzahnung der relevanten Bereiche sind die Erfolgsfaktoren der Innovationskraft des Unternehmens.

### **GS1 Germany Innovation Hub.**

Als weiteren Baustein des Innovationsmanagements etabliert GS1 Germany ein Angebot für kollaborative Trendforschung. Auf der Plattform "GS1 Germany Innovation Hub" erforschen Unternehmen und akademische Partner Trends und testen Prototypen in kleinen praxisorientierten Inkubatoren. Dabei werden inhaltliche Synergien aus den Arbeitsgruppen- und Gremienstrukturen genutzt und in die Entwicklungsarbeit einbezogen.

### GS1 Germany mit Innovationspreis ausgezeichnet.

Seit Juni 2015 gehört GS1 Germany offiziell zu den innovativsten Unternehmen in Deutschland. Im Rahmen des Deutschen Mittelstands-Summit in Essen gewann GS1 Germany das "Top 100"-Siegel, das Mittelständler für Innovationskraft und -erfolge auszeichnet. Überzeugt hat GS1 Germany mit Neuerungen, die Menschen durch den Alltag begleiten, und seinem "ausgeklügelten Ideenmanagementsystem, das auf dem Ideenreichtum aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beruht", so das Urteil der Jury.

### Erste Innovation als Produkt am Markt: RFID Content Check.

Mit dem "RFID Content Check" ging 2015 nicht nur ein neuer Service an den Markt. Er ist auch das erste Produktangebot, das auf einer Idee aus dem GS1 Germany Wissensmarkt entstanden ist. Weitere Ideen befinden sich in der Umsetzung.



### Herausgeber

GS1 Germany GmbH, Maarweg 133, 50825 Köln

### Geschäftsführung

Jörg Pretzel

### Projektleitung

Kristina Wegner, Gina Di Fonzo

### Konzeption und Gestaltung

GS1 Germany GmbH und Kemper Kommunikation GmbH

### Redaktion

Kristina Wegner, Sandra Wagner, Stefan Terliesner

### Bildnachweis

Bastian Werner, Carolyn Ridsdale, Carsten Oliver "Ollanski" Bieräugel, desres design group, Getty Images, GS1 Germany/GS1 Global, Rüdiger Nehmzow

### **Druck und Verarbeitung**

Druckhaus Becker GmbH



