



Jahresbericht 2005





Jahresbericht 2005

Herausgeber: GS1 Germany GmbH, Maarweg 133, 50825 Köln

Geschäftsführung: Jörg Pretzel

Redaktion/Technische Assistenz: Tomas Hauke, Astrid Goldberg

Konzeption, Realisation und Druck: Publicis KommunikationsAgentur GmbH

Bildnachweise: Getty Seite 66/67, 82/83, METRO Seite 10/11, 32, 50, 51, UPM Rafsec Seite 52

	7	Vorwort des Aufsichtsrates		
	8	Vorwort des Geschäftsführers		
GS1 Germany	12	RFID – kleiner Chip mit großer Zukunft		
	16	GS1 Germany gibt sich eine zukunftsweisende Organisationsstruktur		
	20	Gesellschafter von GS1 Germany		
	21	Aufsichtsrat und Geschäftsführung		
	22	Die Entwicklung von GS1 Germany aus Sicht der Gesellschafter		
	24	Die Entwicklung von GS1 Germany aus Sicht der Anwender		
	26	Gremien und Fachgruppen		
	29	Kooperation mit dem DIN		
	31	GS1 Germany ist im internationalen Umfeld gut aufgestellt		
	34	Highlights 2005		
EAN	40	GS1-Standards aktualisiert		
	41	Siegeszug der Nummern		
	44	Neues aus der AutoID-Welt: Zweidimensionale Strichcode-Symbologien		
	45	EANCOM® 2002 in der Umsetzung		
	46	Die Einführung von XML in Deutschland		
	46	Europäische Harmonisierung des EAN 128-Transportetiketts erfolgreich abgeschlossen		
	47	eInvoice – Harmonisierte EANCOM® INVOIC-Empfehlung für Europa		
RFID/EPC	50	Generationswechsel 2005: Das Jahr von RFID/EPC		
	60	Optimal Shelf Availability – Die Präsenz im Regal	ECR	
	61	Category Management auf dem Vormarsch		
	62	Continuous Replenishment Program – Effizientes Bestellmanagement		
	63	Shelf Ready Packaging – So gleich wie möglich, so unterschiedlich wie nötig: Auf die Verpackung kommt es an		
	64	Routing Informationen – Integration logistischer Steuerungsinformationen in die Empfehlungen von GS1 Germany		
	68	Business Solutions & Consult	CONSULT	
	70	GS1 Germany Umsetzungsstudie		
	71	ECR-Trendstudie		
	72	PROZEUS – Prozesse und Standards – gefördert vom BMWi		
	74	Umsetzungsinitiative 2005		
	76	Das Branchenmanagement stellt sich vor		
	80	Pfandpflicht für Getränke-Einwegverpackungen: Deutsche Pfandgesellschaft (DPG) setzt auf GS1 Germany		
	84	Aus der Praxis für die Praxis!	EVENT	
	87	Gesunde Standards		
	89	Die Öffentlichkeitsarbeit von GS1 Germany		
	92	Akademische Partnerschaft		
	94	SINFOS GmbH mit neuer Gesellschafterstruktur – Weichen neu gestellt	SINFOS	
	96	SINFOS 2005: Wachstum und technologische Erneuerung		
	102	Abkürzungsverzeichnis	Glossar	

Prof. Dr.
Helmut Merkel
Aufsichtsratsvorsitzender



Reinhold Mesch
*Stellvertretender
Aufsichtsratsvorsitzender*

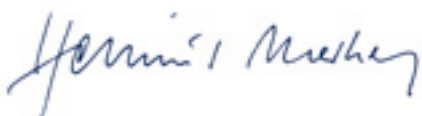
Vorwort des Aufsichtsrates

GS1 Germany hat im Jahr 2005 wichtige Fortschritte erzielt und sich als international agierender, kundenorientierter Dienstleister profiliert. Nach erfolgreich abgeschlossenem Relaunch der Organisationsstrukturen konzentriert sich das Unternehmen verstärkt darauf, weitere Potenziale in vorhandenen und neuen Branchen zu erschließen. Diese zukunftsorientierte Wachstumsstrategie spiegelt sich in der geplanten Erweiterung des Aufsichtsrates wider, die in den kommenden zwei bis drei Jahren realisiert wird.

Die Leistungen von GS1 Germany gewinnen vor dem Hintergrund einer anhaltend schwierigen Marktsituation in Handel und Konsumgüterindustrie zunehmend an Bedeutung. Unternehmen müssen ihre Effizienz auf der Supply- und Demand Side konsequent verbessern, um sich im Wettbewerb erfolgreich zu behaupten. GS1 Germany hat ein umfassendes branchenübergreifendes Instrumentarium entwickelt, mit dem sich Geschäftsprozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette optimieren lassen. Das Unternehmen verbindet ganzheitliche Beratungskompetenz mit individuellen, branchenspezifischen Lösungen und begleitet seine Kunden bei der Implementierung der relevanten Standards.

Ein Schwerpunkt der Geschäftsaktivitäten lag im Jahr 2005 auf der Weiterentwicklung des Bereichs RFID/EPC. Konsequenter und erfolgreich hat GS1 Germany die technologische Innovation durch RFID unterstützt und weiter vorangetrieben. Darüber hinaus fördert GS1 Germany als Gründungsmitglied des Informationsforums RFID e.V., das im August in Berlin seine Arbeit aufgenommen hat, den Dialog über die Technologie und damit ihre Akzeptanz in Politik und Gesellschaft. Einen neuen Service für RFID-Anwender bietet das Unternehmen mit dem ersten EPCglobal-akkreditierten Test Lab Europas in Neuss, dem EECC (European EPC Competence Center). Unternehmen haben hier unter anderem die Möglichkeit, die Leistungsfähigkeit der EPC Generation 2-Technologien zu testen.

Mit dem bedarfsorientierten Ausbau des Angebotsspektrums wird sich GS1 Germany künftig noch stärker als führendes Kompetenzzentrum für Standardisierungsfragen und anerkannter Umsetzer der Wirtschaft etablieren. Der Aufsichtsrat unterstützt und forciert die Entwicklung des Unternehmens und versteht sich als aktiver Multiplikator seines wegweisenden Engagements.



Prof. Dr. Helmut Merkel
Vorsitzender



Reinhold Mesch
Stellvertretender Vorsitzender



Vorwort des Geschäftsführers

Seit der Runderneuerung unseres Auftritts hat sich eine rasante Energiewelle auf dem Weg zu höherer Effizienz in Gang gesetzt. Sie sorgte bereits in 2005 dafür, dass die Wirkung unserer Aktivitäten, Dienstleistungen und Produkte kontinuierlich weite Kreise zog und entlang der Wertschöpfungskette bis ins Tagesgeschäft hinein zukunftsweisende Impulse setzte.

Besonderes Augenmerk galt in diesem Jahr der gezielten Verbesserung unserer Dienstleistungen und Produkte. GS1 Germany hat dabei seine Organisationsstruktur auf den Prüfstand gestellt und noch zielgerichteter auf die Bedürfnisse der Kunden in den unterschiedlichen Branchen zugeschnitten. Mit der Abteilung Business Solutions & Consult verfügen wir zukünftig über ein schlagkräftiges Team, das insbesondere auch kleinere und mittlere Unternehmen bei der Einführung von Kommunikations- und Prozessstandards unterstützt und für maßgeschneiderte Lösungen im Rahmen eines reibungslosen Waren- und Datenverkehrs sorgen wird.

Immer mehr Unternehmen profitieren ganz aktuell von den Effizienz- und Wettbewerbsvorteilen, die sich aus der Nutzung der Internationalen Lokationsnummer – ILN – ergeben. Die offenen Nummernsysteme ermöglichen eine weltweit eindeutige Identifikation von Unternehmenseinheiten, Produkten, Packstücken etc. Ob bei der Rücknahme bepfandeter Einwegverpackungen oder der Erfüllung strenger Kennzeichnungspflichten – ILN-Lizenznehmer haben den Schlüssel für eine transparente und lückenlos dokumentierbare Versorgungskette. Mit Blick auf das vorhandene Marktpotenzial hat der weitere Ausbau unseres ILN-Kerngeschäfts auch künftig hohe Priorität.

Eine neue Dimension innerhalb eines global vernetzten Informationstransfers eröffnet die Radiofrequenz-Identifikation. Von der Handelslogistik bis zum Flugzeugbau – Unternehmen aus den verschiedensten Bereichen und Wirtschaftszweigen nutzen bereits heute die Möglichkeiten von RFID. Mit einem eigenen RFID/EPC Solutions Team stärkt GS1 Germany sein Profil als Schrittmacher für die Entwicklung einheitlicher RFID-Standards und trägt der wachsenden Nachfrage nach einem branchenübergreifenden Einsatz der Technologie Rechnung. Dabei macht sich einmal mehr die konsequente internationale Ausrichtung bezahlt, die auch im abgelaufenen Jahr weiter vorangetrieben wurde. Nach den USA hat sich GS1 Germany als bedeutendstes Mitglied innerhalb des weltweiten Standardisierungsnetzwerks etabliert. Das Unternehmen ist mittlerweile in allen relevanten Gremien mit Sitz und Stimme vertreten und stellt damit eindrucksvoll seinen wachsenden Stellenwert auf dem internationalen Parkett unter Beweis.

Wir haben 2005 die Weichen für eine noch stärkere Kundenorientierung gestellt. Im Zuge der strategischen Weiterentwicklung liegt der Fokus künftig verstärkt auf der Erschließung weiterer Branchen wie Pharma und Textil bis hin zu Automobil. Wir wollen erreichen, dass der Funke überspringt und immer mehr Unternehmen das enorme Effizienzpotenzial nutzen, das in ihren Geschäftsprozessen schlummert.

Einen umfassenden Eindruck von der Vielfalt unserer Aktivitäten und der Bandbreite unserer Angebote vermittelt der vorliegende Jahresbericht.



Jörg Pretzel
Geschäftsführer



Möglichkeiten entdecken,
Chancen nutzen





RFID im Fokus



RFID – kleiner Chip mit großer Zukunft

2006, das Jahr der Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland: Rund drei Millionen Zuschauer erleben das sportliche Großereignis live in den Stadien mit. Als Besitzer der begehrten Tickets werden sie gleichzeitig Zeugen einer technologischen Revolution, die weit über den Fußballrasen hinausweist. Der Clou steckt im Detail: Jede Eintrittskarte ist mit einem RFID-Chip ausgestattet, der am Eingangstor automatisch per Funk überprüft wird. Für Fans und Veranstalter erhöht dies die Sicherheit, da die einprogrammierte Nummer bei Verlust oder Diebstahl einfach gesperrt werden kann. Für die Wirtschaft ist der WM-Einsatz der Funkchips ein deutliches Signal: RFID erobert den Markt – die Zukunft der Radiofrequenz-Identifikation hat begonnen.

Generationswechsel: Vom Strichcode zum Transponder

Rund 30 Jahre nach Beginn der Strichcode-Ära tritt ein neuer Standard an, wirtschaftliche Prozesse branchenübergreifend zu optimieren. Der Schlüssel zu mehr Effizienz: Ein kleiner Transponder, bestehend aus einer Antenne und einem Microchip, der alle relevanten Daten speichert. Im Unterschied zum Barcode kann der Funkchip ohne Sichtkontakt selbst aus mehreren Metern Entfernung automatisch erfasst werden. Produkte und Objekte lassen sich eindeutig kennzeichnen und somit jederzeit identifizieren, steuern und zurückverfolgen – egal, ob es sich dabei um Veranstaltungskarten, Tiefkühlkost oder verloren gegangene Haustiere handelt. RFID eröffnet Potenziale, mit denen sich immer mehr Unternehmen auseinandersetzen. Die Zahl der Anwendungen steigt, was die Kosten für die Chipproduktion senkt und so den Einsatz in weiteren Bereichen ermöglicht. Experten sind sich einig: Der weltweite Siegeszug der RFID-Technologie ist nicht aufzuhalten.

Die Wirtschaft denkt um

Im Handel und Konsumgüterindustrie ist der Umbruch bereits deutlich zu spüren. Die Branche sucht in wirtschaftlich schwierigen Zeiten nach Auswegen. Die entscheidende Frage lautet: Wie lässt sich trotz anhaltender Konsumzurückhaltung und aggressiver Preiskämpfe die Wettbewerbsfähigkeit verbessern? RFID weist den Weg. Die Technologie bietet Unternehmen die Chance, effizienter zu arbeiten, Kosten zu senken und gleichzeitig die Qualität und den Kundenservice zu optimieren. Hat sie sich einmal am Markt durchgesetzt, profitieren davon alle beteiligten Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette. GS1 Germany unterstützt diese Entwicklung. Das Unternehmen schafft die Rahmenbedingungen für eine zügige und sichere Einführung der Technologie, indem es die Entwicklung von RFID-Standards vorantreibt und seinen Kunden individuelle Lösungen für einen reibungslosen Waren- und Datenfluss bietet.

Die Logistik macht's vor

Beispiele für die erfolgreiche Anwendung der RFID-Technologie finden sich vor allem in der Logistik und im Lagermanagement. Logistische Dienstleistungen beinhalten längst mehr als den Warentransport von einem Ort zum anderen. Zwischen Produktionsstätte und Verkaufsregal greifen heute komplexe Prozesse ineinander, die hoch entwickelte Technologien und einen permanenten Datenaustausch erfordern. Mit Hilfe von RFID-Transpondern und den entsprechenden Lesegeräten lässt sich die Fülle von Daten- und Warenströmen effizient und sicher steuern. Die wesentlichen Informationen sind in Form des Elektronischen Produktcodes – kurz EPC – auf dem RFID-Chip gespeichert. Die weltweit überschneidungsfreie Ziffernfolge des EPC setzt sich aus einer internationalen Identnummer (EAN, NVE oder ILN) sowie zusätzlichen Informationen, beispielsweise der Seriennummer eines Produkts, zusammen. So lassen sich Warenlieferungen jederzeit eindeutig identifizieren. Vollautomatisch werden Paletten oder Pakete innerhalb von Sekunden erfasst, geprüft und dokumentiert. Führende internationale Handelsunternehmen nutzen bereits die Vorteile der innovativen Technologie, die auch für Konsumenten künftig spürbare Verbesserungen bringen wird – beispielsweise aufgrund der verbesserten Rückverfolgbarkeit der Waren. So werden spezielle Infoterminals im Handel darüber Auskunft geben, woher etwa ein Fleischprodukt stammt und unter welchen Bedingungen das Tier aufgezogen wurde.





RFID erschließt neue Service-Dimensionen

Im Handel sind zahlreiche weitere RFID-Anwendungen zur Verbesserung der Warenverfügbarkeit und des Kundenservice denkbar. Von der intelligenten Umkleidekabine mit integrierter virtueller Beratung bis hin zu automatischen Kassensystemen befindet sich vieles bereits in der Entwicklung und praktischen Erprobung. Die Bedeutung der RFID-Technologie reicht jedoch weit über die Grenzen einzelner Branchen hinaus. In der globalen Vernetzung von Informationen und Gegenständen – dem kommenden „Internet der Dinge“ – spielt RFID eine tragende Rolle. Als wahres IT-Multitalent ist der Funkchip in den unterschiedlichsten Wirtschaftsbereichen gefragt und überrascht mit immer neuen Facetten seiner Leistungsfähigkeit.

Intelligente Technik hilft im Haushalt

Auch Hersteller von Haushaltsgeräten haben das Potenzial der Funktechnologie erkannt und entwickeln intelligente Prototypen. Beispielsweise könnten künftig RFID-Lesegeräte in die Regalböden von Kühlschränken eingebaut werden. Anhand von RFID-Chips auf Produkten ließe sich feststellen, wann das Mindesthaltbarkeitsdatum abläuft und wann Milch oder Käse nachbestellt werden müssen. Produzenten von Bodenbelägen denken darüber nach, wie sie ihren Kunden die Pflege erleichtern können. Ein Ansatz ist der funkende Teppichboden: An der Unterseite befestigte RFID-Transponder ermöglichen es Staubsaug-Robotern, automatisch durch die Wohnung zu navigieren.

Käse sendet Funksignale

Eine neuartige Methode, Parmesankäse vor Fälschungen aus Osteuropa zu schützen, haben norditalienische Milchbauern entwickelt. In die Kruste der echten, bis zu 300 Euro teuren Käselaike werden RFID-Chips implantiert. Sie geben unbestechlich präzise Auskunft über Herkunft, Qualität und Preis – Billigimitate fliegen auf. In der Vergangenheit brannten die Hersteller eine Seriennummer in die Käserinde, die nach der sechs bis 36 Monate dauernden Reifezeit jedoch häufig kaum noch zu lesen war.

Personalausweis für peruanische Alpakas

Der größeren Sicherheit dient auch die Kennzeichnung von Haus- und Nutztieren mit RFID-Transpondern. So tragen beispielsweise Alpakas im südamerikanischen Peru einen Chip hinter dem Ohr. Die Lama-Art liefert eine besonders wertvolle Wolle – regelmäßig werden Tiere von der Weide gestohlen. Seitdem die Farmer ihre Alpakas mit Hightech ausrüsten, sind diese eindeutig zu erkennen. Dieben und Schmugglern wird das Handwerk erschwert. In Kanada ist der funkende Ohranhänger sogar Pflicht: Rinder, die ihre Ursprungsherde verlassen, müssen mit einem RFID-Transponder gekennzeichnet sein. Über eine Datenbank lässt sich die gespeicherte Nummer dem Erzeugerbetrieb zuordnen und die Transparenz entlang der Lieferkette bleibt jederzeit gewährleistet.

Immer häufiger tragen auch die besten Freunde des Menschen einen RFID-Chip im Fell. Unter anderem in den USA lassen Halter ihren Hunden und Katzen Chips implantieren, auf denen die Daten des Tieres gespeichert sind. Ein Veterinär kann diese bei medizinischen Behandlungen mit einem Lesegerät abrufen. Ein weiterer Vorteil: Die Besitzer verlorengegangener oder ausgesetzter Tiere lassen sich leichter ermitteln.

Hightech in der Baumrinde

In der Forstwirtschaft dient RFID unter anderem der nachhaltigen Bestandsicherung. Spezielle RFID-Chips in Form von Nägeln werden in die Baumrinde geschlagen und erleichtern die Datenerfassung sowie die Verwaltung der Waldbestände. Auch in der Holzwirtschaftslogistik kommt die Technologie zum Einsatz. Die Kennzeichnung der einzelnen Stämme mit RFID-Transpondern sorgt für mehr Tempo, Effizienz und Sicherheit bei der Erfassung und beim Transport des Holzes.

Verwechslung ausgeschlossen

Nicht zuletzt in der Luftfahrt haben die Funkchips ihre Praxistauglichkeit bewiesen: Fehlgeleitete Gepäckstücke sind ein Ärgernis für Reisende – und kosten die Fluggesellschaften jedes Jahr rund eine Milliarde US-Dollar. Im Rahmen von Pilotprojekten haben einige Airlines Koffer und Reisetaschen mit RFID-Etiketten versehen. Mit Hilfe von Lesegeräten wird ihr Transport vom Check-in über Förderbänder und Gepäckwagen bis ins Flugzeug kontrolliert. Die Ergebnisse überzeugen: Das Gepäckhandling wird schneller, einfacher und sicherer – eine weitere Etappe auf dem Höhenflug der RFID-Technologie.





GS1 Germany gibt sich eine zukunftsweisende Organisationsstruktur

Zur Umsetzung der eingeleiteten neuen strategischen Ausrichtung bedarf es auch organisatorischer Veränderungen bei GS1 Germany. 2005 wurde eine neue Organisationsstruktur erarbeitet – mit dem Ziel, die Standards auch über die Konsumgüterindustrie hinaus weiter zu verbreiten.

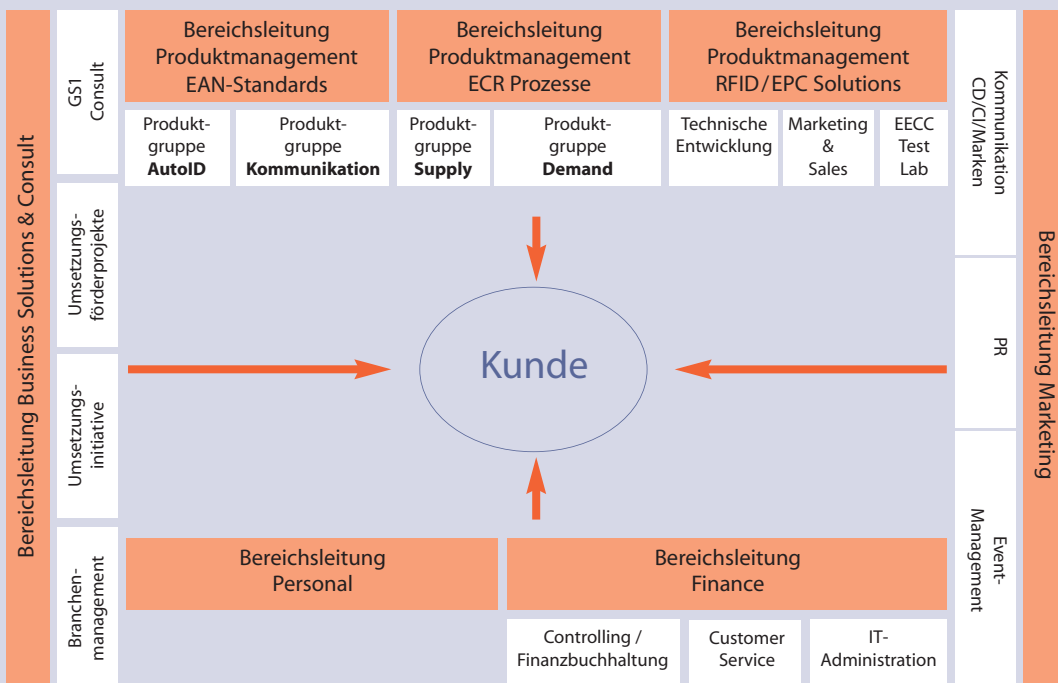
Das Jahr 2005 stand bei GS1 Germany ganz im Zeichen des Namenswechsels. Die CCG (Centrale für Coorganisation) wurde zur GS1 Germany und ging damit den ersten Schritt auf dem Weg zum Netzwerkpartner der internationalen GS1-Organisationen. GS1 Germany sieht sich als Schrittmacher der Standardisierung von Geschäftsprozessen sowie des Daten- und Warenaustauschs und will standardisierte Lösungen gemeinsam mit Kunden in die Praxis umsetzen. Darüber hinaus versteht sich GS1 Germany als Impuls- und Ideengeber für Unternehmen jeder Größenordnung: Vom national agierenden kleinen oder mittelständischen Betrieb bis hin zum multinationalen Konzern.

Es geht darum, branchenspezifisch und am Kunden orientiert, ganzheitliche Leistungspakete zu erarbeiten und individuelle Lösungen anzubieten. Dadurch sollen auch neue Branchen erschlossen werden, um dem Anspruch zu genügen, Standardisierungs- und Prozessorganisation für eine Vielzahl von Wirtschaftsbereichen, auch außerhalb der Fast Moving Consumer Goods, zu sein.

Neue Organisationsstruktur mit COMO

Zur Umsetzung der Unternehmensstrategie wurde Anfang des letzten Jahres das Projekt COMO (Customer Oriented Matrix Organisation) initiiert. Gefordert war eine deutlich stärkere Markt-orientierung und eine klare Fokussierung auf die Durchsetzung der Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards bei Handel, Industrie, Logistik und IT-Dienstleistern.

GS1 Germany Organisationsstruktur





Management-Team von GS1 Germany: v. l. Ulrich Poreschack, Thomas Fuchs, Jürgen Schade, Susanne Strömer, Jörg Pretzel, Heiner von Brachel und Tomas Hauke

Dadurch soll das Ziel erreicht werden, Schrittmacher für die Entwicklung der Standards und deren Durchsetzung am Markt zu sein und auch auf internationaler Ebene den Einfluss der deutschen Interessen zu garantieren. Nur so werden alle Beteiligten der Wertschöpfungskette noch mehr unterstützt.

Zukünftig besteht die Organisationsstruktur aus den fünf Bereichen Business Solutions & Consult, Produktmanagement, Marketing, Personal sowie Finanzen, IT und Administration. Damit sind die Voraussetzungen für eine konsequente nationale und internationale Bearbeitung der Märkte geschaffen.

Branchenmanagement etabliert

Als einen Schritt in diese Richtung hat GS1 Germany ein Branchenmanagement unter der Leitung von Thomas Fuchs etabliert. Seit dem 1. Oktober 2005 verantwortet Fuchs als Bereichsleiter Business Solutions & Consult die Umsetzungsförderprojekte sowie die Etablierung des Consultbereiches. Der Consultbereich unterstützt seine Kunden mit einem umfassenden Beratungsangebot, das die Erfahrung aus der Zusammenarbeit mit weltweit mehr als einer Million Mitgliedsunternehmen unterschiedlicher Branchen nutzt. Zunächst stehen hierbei die Branchen Getränke, Grünes Sortiment, Gesundheit, Logistik, Do it yourself und Textil/Bekleidung im Fokus, bevor mittelfristig weitere Branchen wie z. B. Fleisch oder Automotive folgen.

Der Kunde steht im Mittelpunkt all unserer Bemühungen

Geschäftsführer Jörg Pretzel zur neuen Organisationsstruktur:

Unsere neue Organisationsstruktur ist für mich die Fortsetzung des von GS1 Germany eingeschlagenen Weges, Schrittmacher für die Entwicklung der Standards und deren Durchsetzung am Markt zu sein. Damit werden wir unsere Ziele schneller und zielsicherer erreichen können. Die neue Struktur ist eine logische Fortsetzung der bereits eingeleiteten Prozessveränderungen bei GS1 Germany.

Und Prozessveränderungen ziehen bekannterweise auch immer organisatorische Veränderungen nach sich. Exemplarisch zeigen sich diese neuen Strukturen am GS1 Germany RFID-Team. Experten aus den verschiedenen Disziplinen bieten hier den Mitgliedern des RFID-Netzwerks ein individuelles Beratungsangebot auf nationaler Ebene und bilden gleichzeitig das Bindeglied zum internationalen Netzwerk von EPCglobal.

Solche multifunktionalen Business-Teams kommen in der Arbeit von GS1 Germany verstärkt zum Tragen. Es geht darum, branchenspezifisch und am Kunden orientiert, ganzheitliche Leistungspakete zu erarbeiten und individuelle Lösungen anzubieten. Dadurch sollen auch neue Branchen erschlossen werden, um dem Anspruch zu genügen, Standardisierungs- und Prozessorganisation für eine Vielzahl von Wirtschaftsbereichen, auch außerhalb der Fast Moving Consumer Goods, zu sein.

Der Kunde steht also immer im Fokus unserer Arbeit. Wir bieten allen Beteiligten der Wertschöpfungskette zukünftig noch mehr Unterstützung – bis hin zum Verbraucher.

Die neue Struktur ermöglicht uns darüber hinaus, auf internationaler Ebene den Einfluss der deutschen Interessen zu garantieren. Denn vor allem dort sind einheitliche Standards von großer Bedeutung für den reibungslosen internationalen Warenfluss. Ziel ist es, die Anforderungen des deutschen und europäischen Marktes verstärkt in die Diskussion einzubringen und eine harmonisierte Umsetzung zu ermöglichen.

Gesellschafter von GS1 Germany

Die Organe von GS1 Germany setzen sich aus den Gesellschaftern, dem Aufsichtsrat sowie der Geschäftsführung zusammen.

Gesellschafter. Im Jahre 1974 gründeten der Markenverband e.V. in Wiesbaden und die damalige Rationalisierungsgesellschaft des Handels mbH, das heutige EuroHandelsinstitut e.V., Köln, die CCG, den Vorläufer von GS1 Germany zur Entwicklung partnerschaftlicher Lösungen für informationstechnische und logistische Prozesse zwischen den Unternehmen. Während der Markenverband die Anliegen der Markenartikelindustrie gegenüber der Politik, den Marktpartnern und der Öffentlichkeit vertritt, ist das EHI – EuroHandelsinstitut e.V. – ein Forschungs-, Beratungs- und Bildungsinstitut für den Handel und seine Partner.



Aufsichtsrat und Geschäftsführung. „Die Gesellschaft hat einen Aufsichtsrat, dem die Festlegung der Grundsätze für die Arbeit der Gesellschaft unter Beachtung der Richtlinien für eine ordnungsgemäße Beteiligung der betroffenen Wirtschaftskreise bei Vorhaben, welche eine einheitliche Anwendung von Normen und Typen zum Gegenstand haben, obliegt.“ Der Aufsichtsrat ist in diesen Fragen oberstes Entscheidungsorgan der Gesellschaft. Er kontrolliert ferner die Tätigkeit der Geschäftsführung (Gesellschaftsvertrag vom 16. 6. 98). Der Aufsichtsrat wird durch den Mitte 2002 berufenen Aufsichtsrat-Ausschuss unterstützt; er analysiert, prüft und kontrolliert die finanziellen und fachlichen Aktivitäten der Gesellschaft und bereitet Beschlussvorlagen für den Aufsichtsrat vor. Die Geschäftsführung hat die Ergebnisverantwortung für die Gesellschaft und arbeitet in enger Kooperation mit Aufsichtsrat und Aufsichtsrat-Ausschuss an der Einhaltung der gesetzten Ziele.

Mitglieder aus den Gremien beantworten auf den kommenden Seiten die Frage, warum sie sich bei GS1 Germany engagieren.

Aufsichtsrat und Geschäftsführung

Jörg Pretzel

Geschäftsführer
GS1 Germany GmbH

Professor Dr. Helmut Merkel

Aufsichtsratsvorsitzender
KarstadtQuelle AG

Reinhold Mesch

Stellv. Aufsichtsratsvorsitzender
GlaxoSmithKline Consumer
Healthcare GmbH & Co. KG

Dr. Peter E. Bauer

BSH Bosch und Siemens
Hausgeräte GmbH

Klaus-Peter Brickwedde

Nestlé Deutschland AG

Hartmut Fröhlich

INTERSPORT Deutschland eG

Heinz-Peter Funke

Dr. August Oetker
Nahrungsmittel KG

Claus Garbisch

Deutsche Post

Horst Gründel

Triumph International AG

Erich Harsch

dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

Helmut Hörzt

EDEKA AG & Co. KG

Dr. Ulf Kalmbach

REWE Informationssysteme GmbH

Günter Lerch

Kaufring AG

Zygmunt Mierdorf

METRO AG

Dr. Heinz Müller

Henkel Wasch- und
Reinigungsmittel GmbH

Jochen Rackebrandt

Kraft International

Heinz Schmidt

Douglas Holding AG

Dr. Reinhard Schütte

Dohle Handelsgruppe Service
GmbH & Co. KG

Ernst Schulte

Unilever Bestfoods Deutschland
GmbH

Dr. Klaus Schumann

Procter & Gamble GmbH

Henry Taubald

Markant Handels- und Service
GmbH

Dr. Hans-Henry Wendt

Beiersdorf AG



Die Entwicklung von GS1 Germany aus Sicht der Gesellschafter

Michael Gerling

Geschäftsführer
des EHI



40 Jahre im Dienste der Wirtschaft

Unter dem Dach der Rationalisierungsgemeinschaft des Handels (RGH), dem heutigen EHI, wurde Mitte der 60er Jahre ein Projekt zur einheitlichen Sortimentsklassifizierung im Handel durchgeführt. Dies führte 1967 zur Idee einer bundeseinheitlichen Artikelnummerierung für den gesamten Lebensmittelhandel. Innerhalb kürzester Zeit fand dieses erste einheitliche Nummernsystem in der Konsumgüterwirtschaft große Beachtung, da durch die Vereinheitlichung von Nummerierungssystemen enorme Rationalisierungspotenziale zu erschließen waren. In anderen Ländern gab es ähnliche Initiativen und in einem internationalen Gremium der CIES unter dem Vorsitz von Dr. Albert Heijn wurde 1974 der Grundstein zu einer europäischen Artikelnummerierung (EAN) gelegt. Mit der Gründung der Zentrale für Coorganisation GmbH (CCG) im Jahre 1974 wurden alle bisherigen Forschungs- und Koordinierungsaufgaben an eine rechtlich eigenständige Gesellschaft übertragen. Gründungsgesellschafter waren die RGH in Vertretung der Handelsbranche und der Markenverband.

Erster großer Meilenstein für die Gesellschaft war die flächendeckende Einführung von Barcode und Scannersystemen, die eine wesentliche Rationalisierungswelle in der gesamten Branche ermöglichten. Es folgten wichtige Standardisierungsaufgaben als Grundlage für den elektronischen Datenaustausch und Entwicklungsprojekte zur Implementierung eines einheitlichen Pools für Artikelstammdaten. In den 90er Jahren rückte die Standardisierung von Prozessen und Verfahren stärker in den Mittelpunkt der Arbeiten, und die CCG wurde zum Zentrum der ECR-Initiative in Deutschland. Die zunehmende Internationalisierung der Konsumgüterbranche führte zwangsläufig zu einer immer engeren Verzahnung der Aktivitäten der EAN-Organisationen in den verschiedenen Ländern. Der Zusammenschluss aller Gesellschaften unter dem gemeinsamen Namen GS1 war sicher einer der wichtigsten Meilensteine in der Geschichte der weltweiten Standardisierungsarbeit in der Konsumgüterbranche. Mehr als 100 Ländergesellschaften tragen heute nicht nur den gleichen Namen, sondern sie arbeiten gemeinsam an der Entwicklung wichtiger Branchenstandards. GS1 Germany vertritt in diesem Netzwerk die deutschen Interessen und sorgt gleichzeitig für die richtige Umsetzung der internationalen Regeln im hiesigen Markt.

Mit der Radiofrequenz-Informationstechnik (RFID) steht nun eine neue Herausforderung an, die bei erfolgreicher Umsetzung alle bisherigen Leistungen in den Schatten stellen kann. GS1 Germany treibt diese Entwicklung voran und ist zu einem Schrittmacher dieser Entwicklung geworden, im Interesse des Handels und der gesamten Branche.

Timothy Glaz

Geschäftsführer des
Markenverbandes



Eine gemeinsame Sprache

Die Gründung der CCG (Centrale für Coorganisation) – der heutigen GS1 Germany – war aus Sicht des Markenverbandes ein Glücksfall. Schließlich konnte 1974 kaum jemand vorhersehen, dass GS1 Germany eine der weltweit größten und erfolgreichsten Rationalisierungsorganisationen der Konsumgüterwirtschaft werden würde.

Als die „Urväter“ der Artikelnummerierung sich bereits 1968 zu dem ban-L-Zentrum zusammenfanden, waren auf Seiten der Markenartikelindustrie die Firmen Henkel, Maizena/Bestfoods, Nestlé, Unilever sowie Dr. Oetker die Vorreiter. Der Beirat des ban-L-Zentrums war von Handel und Industrie paritätisch besetzt, was ja bis heute in den Aufsichtsgremien der GS1 Germany fortgeführt wird und sich als überaus erfolgreiches Konzept etabliert hat.

Die Erkenntnis des Handels und seiner Lieferanten, bei der Optimierung der Warenwirtschaft nur über gemeinsame Empfehlungen/Standards effiziente Lösungen zu finden, bedeutet aus Sicht des Markenverbandes eine besondere Stärke dieser Art der Organisation. Die globalen Märkte und Beschaffungswege benötigen heute mehr denn je eine gemeinsame „Sprache“. Auch bei kleineren und mittleren Unternehmen wächst das Bewusstsein, sich der zunehmenden Automation zu öffnen, um in dem intensiven Wettbewerbsumfeld zu bestehen. Die flächendeckende und zuverlässige Verfügbarkeit des Markenprodukts ist eine permanente Herausforderung, da dies letztlich auch Teil des Markenversprechens ist. Dabei müssen ständig bestehende Lösungen hinterfragt und neue Technologien auf ihre Tauglichkeit hin untersucht werden.

Dass GS1 Germany dies äußerst professionell gewährleistet, verdient anerkennenden Respekt. Die hohe Qualität der Arbeitsergebnisse des Jahres 2005 ist aber auch den vielen Unternehmensvertretern (u. a. der Markenartikelindustrie) geschuldet, die die Praxistauglichkeit der erarbeiteten Empfehlungen gewährleisten. Der Markenverband wünscht seiner gar nicht mehr so kleinen „Tochter“ und allen Arbeitsgremien ein ebenso erfolgreiches Jahr 2006.



Die Entwicklung von GS1 Germany aus Sicht der Anwender

Zygmunt Mierdorf

Mitglied des Vorstandes
der METRO Group



Standards eröffnen Chancen

Die METRO Group unterstützt die Arbeit von GS1 Germany seit Anbeginn und das hat gute Gründe. Als weltweit operierendes Handelsunternehmen arbeiten wir mit vielen verschiedenen Partnern aus zahlreichen Ländern intensiv zusammen. Für diese internationalen Handelsbeziehungen benötigen wir Standards. Waren- und Datenverkehr funktionieren nur, wenn sich die beteiligten Unternehmen auf gemeinsame Rahmenbedingungen und Systemvoraussetzungen verständigen.

An dieser Stelle sorgt GS1 Germany mit seinen in drei Jahrzehnten erarbeiteten Kompetenzen und Dienstleistungen für den Interessenausgleich zwischen den Marktteilnehmern. Einfach gesagt: GS1 macht es möglich, dass „Große“ und „Kleine“ ein Team bilden können, um im internationalen Handel erfolgreich zu sein. Standards sind somit weit mehr als eine lästige Pflichtübung. Sie helfen dabei, die Effizienz und Transparenz des Warenflusses entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu erhöhen – davon profitieren nicht nur die Industrie und der Handel, sondern auch die Kunden.

Handelsbeziehungen erfolgreich zu gestalten, gelingt immer dann gut, wenn beide Partner auf einer Wellenlänge funken. Dies gilt seit letztem Jahr nicht nur im übertragenen Sinn. EPCglobal, die Tochter von GS1, verabschiedete Ende 2005 Standards für RFID-Chips der so genannten Generation 2. Unter anderem wurde ein verbindlicher Frequenzbereich für die Funkchips festgelegt, die den Elektronischen Produktcode tragen. Damit konnte eine wichtige Voraussetzung dafür geschaffen werden, dass sich die RFID-Technologie mit ihrem großen Optimierungspotenzial am Markt etablieren kann.

Dr. Heinz Müller

Geschäftsführer Vertrieb
Sales Director der
Henkel Wasch- und
Reinigungsmittel GmbH



You'll never walk alone

„You'll never walk alone!“ Diese oft in den Fußballstadien zur Unterstützung einer Mannschaft angestimmte Hymne beschreibt im übertragenen Sinne auch unser Engagement bei GS1! Wo verschiedene Player aus Industrie und Handel zusammentreffen, bedarf es klarer Regeln, die allen bekannt sind, von allen akzeptiert werden und letztlich ein erfolgreiches Zusammenspiel – wie bei einem Fußballspiel – erst ermöglichen. Da die Player auf dem Spielfeld – oder in unserem Fall auf dem Markt – aber nicht immer einer Meinung sein können, ist es gut, einen Schiedsrichter zu haben, der dafür sorgt, dass Regeln mit den Marktteilnehmern definiert, eingehalten und weiterentwickelt werden.

Ohne die Initiative von GS1 wäre unsere Marktbearbeitung schwieriger. Deshalb ist die Zeit, die wir bei Henkel für die Arbeit im Aufsichtsrat, in den Lenkungskreisen und in den Fachgruppen aufwenden, gut investierte Zeit. Die Entwicklung neuer Technologien ist rasant und als FMCG-Hersteller müssen wir uns darauf einstellen. Bei der Entwicklung von Best Practice Lösungen suchen wir den Kontakt zu anderen Industrieunternehmen, die vor den gleichen Herausforderungen stehen. Gemeinsam müssen wir zu Ergebnissen kommen, die von unseren Handelspartnern akzeptiert und umgesetzt werden können.

Eine „kritische Masse“ und damit eine Effizienzverbesserung im Geschäftsprozess für neue Technologien und Standards kann nur dann erreicht werden, wenn alle Beteiligten frühzeitig an einem Tisch sitzen und Entwicklungen gemeinsam gestalten. Hierzu bietet GS1 eine Plattform, zu der u.a. eine standardisierte Vorgehensweise und der Datenaustausch in Fragen des Category Managements ebenso gehören wie die Weiterentwicklung von Verpackungsstandards, die Optimierung von Logistikprozessen sowie die standardisierte Produktklassifizierung.

Und ähnlich wie man heute „You'll never walk alone“ nicht mehr nur in den englischen sondern in allen europäischen Stadien hört, spielt GS1 mittlerweile eine wichtige Rolle als Vertreter unserer Interessen in den internationalen Gremien.





Gremien und Fachgruppen

Den Mitgliedsunternehmen von GS1 Germany bietet das Engagement in den Gremien und Fachgruppen einzigartige Möglichkeiten. So können aktuelle Grundsatzthemen entlang der gesamten Wertschöpfungskette zwischen Vertretern aus Handel, Industrie und Dienstleistungsunternehmen intensiv behandelt werden. Gremienmitglieder profitieren nicht nur vom gegenseitigen Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmensvertretern. Sie haben auch die Chance, Entwicklungen in der gesamten Wertschöpfungskette mit zu beeinflussen und daran frühzeitig die Investitionen in ihren Unternehmen auszurichten.

Die Vielzahl und Komplexität der zukünftigen Herausforderungen verlangt effiziente Organisationsstrukturen und fachkompetent besetzte Gremien. Die Neuorganisation von GS1 Germany ermöglicht es, Gremien und Fachgruppen noch zielgerichteter einzubinden.

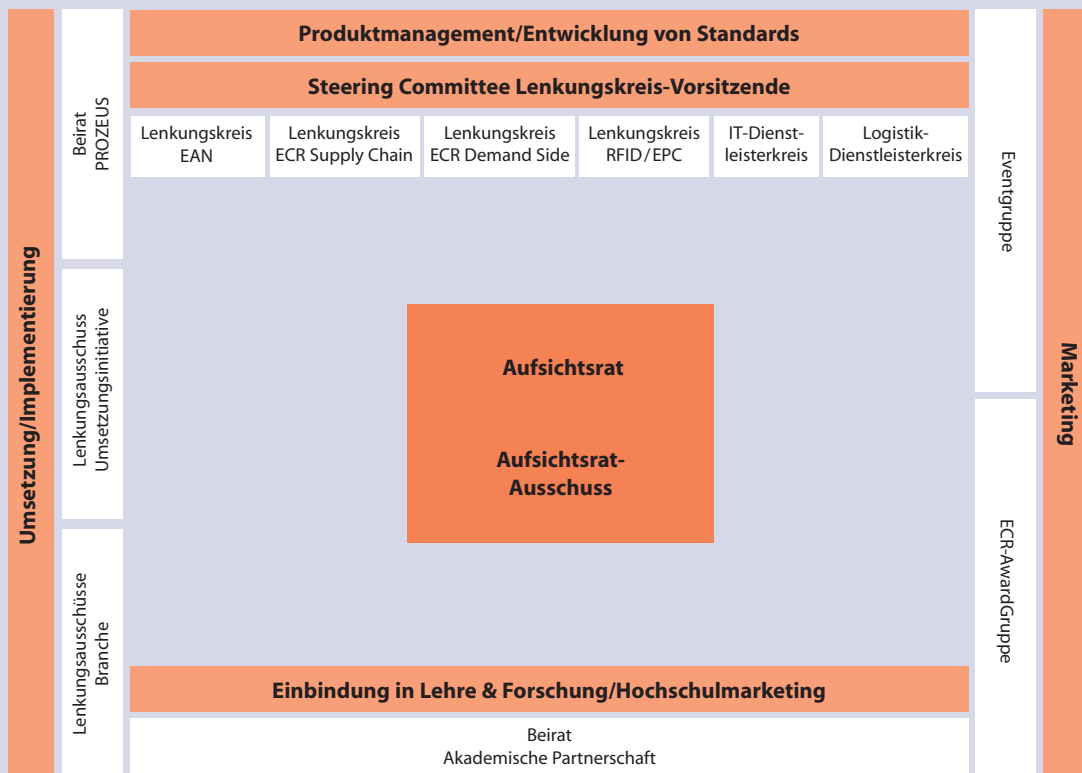
So ist für die strategische Ausrichtung von GS1 Germany der Aufsichtsrat in Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung verantwortlich. Zudem übernimmt der Aufsichtsrat die Aufgabe, die entwickelten Standards und Prozessempfehlungen in seiner jeweiligen Branche zu promoten. Er verfolgt so konsequent das Ziel, den Kreis der Anwender weiter auszubauen und die Investitionssicherheit in die Standards zu erhöhen.

Die Lenkungsorgane übernehmen ihrerseits die fachliche Betreuung der Entwicklung der Standards. Sie arbeiten hierbei unmittelbar mit den Unternehmensbereichen des Produktmanagements von GS1 Germany zusammen und üben somit direkten Einfluss auf die Entwicklung aus.



Neben den bereits etablierten Lenkungsreisen EAN-Standards, ECR Supply Chain und ECR Demand Side wird aufgrund der großen Bedeutung zusätzlich der Lenkungsreis RFID/EPC geschaffen. Durch die Art ihrer Zusammensetzung berücksichtigen die Lenkungsreise die Zielsetzungen von Hersteller und Handel gleichermaßen. Neben der Entwicklung der Standards und Prozessempfehlungen geben die Lenkungsreise Impulse für neue Themenfelder und setzen sich darüber hinaus für die Verbreitung der erarbeiteten Ergebnisse ein. Ziel der Beratungen ist die gemeinsame Meinungsbildung und Konsensfindung in allen fachlichen Fragen sowie die Umsetzung in der Praxis.

Übersicht über Gremien und Fachgruppen von GS1 Germany





Damit die von den Ergebnissen betroffenen Dienstleistungsunternehmen frühzeitig eingebunden werden, hat GS1 Germany neben den Lenkungskreisen die Dienstleisterkreise IT und Logistik neu platziert, wird diese zukünftig weiter ausbauen und als integrativen Bestandteil verstärkt in die Entwicklungen mit einbeziehen.

Zur stärkeren Verzahnung der einzelnen Themenfelder EAN, ECR und RFID/EPC untereinander sowie mit den betreffenden Dienstleistungsunternehmen im Bereich IT und Logistik dient das Steering Committee als übergreifendes Gremium. Es setzt sich aus den Vorsitzenden der jeweiligen Lenkungs- und Dienstleisterkreise zusammen und sichert den Informationstransfer sowie die strategische Abstimmung zwischen den einzelnen Gremien.

Um die Belange von Branchen fokussiert zu berücksichtigen und die Umsetzung und Implementierung der bereits entwickelten Standards und Prozessempfehlungen in diese weiter voranzutreiben, dienen branchenspezifische Gremien. Sie sind dem Unternehmensbereich Business Solution & Consult zugeordnet, der die branchenspezifischen Anforderungen in enger Zusammenarbeit mit dem Unternehmensbereich Produktmanagement bearbeitet.

Für die Konzeption und Organisation des ECR-Tages und ECR Awards, die beide jedes Jahr als zentrale Plattform sowohl für die breite Anwenderschaft als auch für die Top-Entscheider in den Unternehmen dienen, steht dem Bereich Marketing die Eventgruppe sowie die Arbeitsgruppe ECR Award zur Seite.

Der Beirat der Akademischen Partnerschaft unterstützt schließlich die Einbindung der GS1-Standards in Lehre und Forschung bei Universitäten und fördert ihren Austausch mit den Unternehmen, mit der Zielsetzung, die Führungskräfte von morgen mit den relevanten Themen schon frühzeitig vertraut zu machen.

Kooperation mit dem DIN

Der NDWK (Normenausschuss Daten- und Warenverkehr in der Konsumgüterwirtschaft) vertritt die Interessen der Konsumgüterwirtschaft in der Normung. Er wurde 1989 im DIN (Deutsches Institut für Normung e.V.) gegründet. Träger ist GS1 Germany.

Aufgaben des NDWK

Im Bereich Datenverkehr ist der NDWK zuständig für alle Normungsvorhaben, die einen reibungslosen Informationsaustausch sowohl in der administrativen als auch in der logistischen Kette ermöglichen. Dazu gehören vor allem Verfahren zur Identifizierung von Lokationen, Waren und Dienstleistungen sowie zur Datenkommunikation.

Im Bereich Warenverkehr ist der NDWK zuständig für alle Normungsvorhaben, die für den reibungslosen Ablauf des Warenflusses innerhalb der logistischen Kette erforderlich sind, insbesondere an deren Schnittstellen.

RFID/EPC im Fokus

Besondere Bedeutung haben die laufenden Arbeiten zum Thema Radiofrequenztechnik, die der NDWK konsumgüterorientiert begleitet. Teil dieses Auftrags ist es, EPCglobal darin zu unterstützen, erarbeitete technische Spezifikationen zugleich auf ISO-Ebene in Normen zu verankern. Derzeit durchläuft z. B. die EPC Gen-2 Luftschnittstelle den ISO-Normungsprozess und wird voraussichtlich im Laufe des Jahres 2006 in ISO 18000-6 integriert.

Normenarbeit bei EDI und in der Strichcodierung

Die Mitarbeit im Präsidialausschuss FOCUS-ICT soll vor allem die Umsetzung der Normenstrategie in den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnik (ICT) unterstützen. Er hat gremienübergreifenden Charakter.

Das Thema RFID ist für 2006 auf die Agenda gesetzt worden. Es wird durch GS1 Germany entsprechend begleitet.

Der Schwerpunkt der Aktivitäten in den Arbeitskreisen des Normenausschusses Bürowesen (NBü, AK3) lag in diesem Jahr bei den sicherheitsrelevanten Aspekten des elektronischen Geschäftswesens wie Authentizität, Integrität, Unbestreitbarkeit des Ursprungs sowie Vertraulichkeit (z. B. für EANCOM®, WebEDI). Veränderte rechtliche Bestimmungen bei der Rechnungsstellung und deren Auswirkungen auf den elektronischen Datenaustausch wurden berücksichtigt.

Der NDWK beteiligt sich an der Konzeption neuer und der Weiterentwicklung vorhandener Normen aus dem Bereich der Strichcodierung.



Internationale Ausrichtung

Die GS1 Community wächst zusammen und formiert sich mit dem Ziel, weltweit gültige einheitliche Standards zu entwickeln und durchzusetzen. Auf internationaler Ebene ist die Neupositionierung der Gesellschaften in vollem Gange. Aus EAN International und dem Uniform Code Council (USA) entstand GS1. Im Dezember 2005 wurde auf europäischer Ebene GS1 Europe etabliert.

GS1 Germany ist im internationalen Umfeld gut aufgestellt

GS1 International

Im Rahmen der Fusion der Organisation EAN International mit dem Uniform Code Council (Nordamerika) wurde 2004 die Entscheidung getroffen, das Standardisierungsnetzwerk von mehr als 100 Mitgliedsorganisationen unter einem Dach zusammenzufassen. Der neue gemeinsame Name „GS1“ – Global Standards One – wurde zum 1. Januar 2005 eingeführt. Er soll nicht nur den globalen Gedanken des Netzwerks widerspiegeln und eine weltweite Corporate Identity schaffen, sondern auch die Bedeutung nationaler Kompetenzen und Eigenheiten unterstreichen. Im Fokus der globalen GS1-Organisation steht die Entwicklung und Fertigstellung der Standards. Die einzelnen Mitgliedsorganisationen tragen die Verantwortung für die Implementierung.

GS1 Europe

GS1 Europe wurde im Dezember 2004 von den EAN-Organisationen aus 25 EU-Ländern und der Schweiz gegründet. Ziel ist es, die auf internationaler Ebene entwickelten einheitlichen und weltweit gültigen Standards in Zusammenarbeit mit den Landes-Organisationen bei den Mitgliedern einzuführen. Harmonisierung ist das Stichwort. Die Standards müssen über die Grenzen hinweg für alle einsetzbar sein. GS1 Europe hat sich thematische Schwerpunkte gesetzt und will die Anforderungen der 26 Länderorganisationen an IT-Standards bündeln. Ziel ist es die europäischen Nutzer zu unterstützen, um Warenwirtschaftsketten zu optimieren. Nach nun 12 Monaten erfolgreicher Arbeit mit dem Ziel „ein Europa“ im Rahmen der GS1-Organisationen zu bilden werden im Jahr 2006 weitere 16 osteuropäische Länder GS1 Europe beitreten.

ECR Europe

ECR Europe ist die europäische Initiative der Konsumgüterwirtschaft zur unternehmensübergreifenden Prozessoptimierung. Sie arbeitet eng mit den nationalen ECR-Initiativen zusammen. 2005 hat ECR Europe ein neues Führungsmodell entwickelt im Hinblick auf eine Fokussierung der Möglichkeiten und stärkere Unterstützung des Top-Managements. Dadurch sollen Doppelarbeiten und damit die Verschwendung von Ressourcen vermieden und die gemeinsamen Ziele mit noch mehr Nachdruck verfolgt werden. Der Fokus liegt dabei auf dem ganzheitlichen Ansatz und der Verbindung von Prozessen und Enabling Technologies sowie auf den Umsetzungsthemen im Bereich ECR (Efficient Consumer Response).



Global Commerce Initiative – Die globale Perspektive

Die zunehmende Globalisierung des Handels und die Notwendigkeit, die Kunden besser, schneller und zu den niedrigsten Kosten mit den richtigen Produkten zu versorgen, hat führende Unternehmen der Konsumgüterbranche (50 weltweit tätige Handels- und Industrieunternehmen) 1999 zu der Gründung der GCI (Global Commerce Initiative) bewogen. Was als kurzfristige Arbeitsgruppe geplant war, hat sich mittlerweile als die globale Plattform für die Konsumgüterbranche etabliert, in der die Zusammenarbeit von Handel und Industrie auf globalem Level entworfen und umgesetzt wird.

Stabübergabe

2006 werden Lee Scott, President und Chief Executive Officer von Wal-Mart Stores, und Antony Burgmans, Chairman von Unilever, nach zweijähriger Amtszeit, die Führung der GCI an José-Luis Duran, Chief Executive Officer von Carrefour und Roger Deromedi, Chief Executive Officer von Kraft Foods, abgeben.

Duran und Deromedi werden neue Akzente setzen: GCI wird die Rolle eines globalen „Think-tanks“ für die Branche übernehmen. Eine Analyse der Kerntrends bis 2015 in Bezug auf Information, Logistik und Konsumentenverhalten ist für Sommer 2006 geplant. Strategien, wie diese Visionen in die Praxis umgesetzt werden können, werden im nächsten Schritt folgen.

Gemeinsame Aufgaben und Ziele

Die Unternehmen der GCI werden sich stärker als bisher der Umsetzung der grundlegenden Bausteine der Zusammenarbeit, der Umsetzung der GS1-Standards für die Identifikation (insbesondere GTIN und GLN) und Kommunikation, der Durchsetzung des Globalen Stammdatenaustausches (inklusive der Globalen Produktklassifikation) und der breiten Unterstützung des EPC Networks mittels gemeinsamer, freiwilliger Umsetzungsziele verpflichten.

Um diese Umsetzung aktiv zu unterstützen, bietet die GCI den Unternehmen Foren für den Austausch bzw. gemeinsame Mittel zur deren Unterstützung (Business Cases, Videos, Empfehlungen zur unternehmensinternen Umsetzung und Piloterfahrungen). So hat GCI 2005 eine Vielzahl an Informationen veröffentlicht wie – darunter folgende Studien:

- GDS at Work in the Real World (gemeinsam mit Capgemini)
- EPC: A Shared Vision for Transforming Industry Processes (gemeinsam mit IBM)
- oder Videos zu GDS und dem Thema Datengenauigkeit sowie

eine Prozessempfehlung zur Integration der Prozesse von Vorlieferanten von Verpackungen, Chemikalien und Rohstoffen u.v.m.

Global Scorecard

Um den Fortschritt in der Umsetzung auch messen und dann global vergleichen zu können, wurden die Funktionalitäten der Global Scorecard weiter verbessert. Mit der Scorecard bietet sich Unternehmen die Möglichkeit eines globalen Benchmarks und eines Steuerungstools für die unternehmensinterne Umsetzung.

Ergebnis und Ausblick

Mit seinen Mitgliedern und weltweiten Partnern hat es GCI geschafft, Standards und ECR auf die Agenda der CEO's zu setzen und damit auf höchster strategischer Ebene anzusiedeln. Dies war notwendig, um in den Unternehmen die richtigen Prioritäten und auch die erforderlichen Ressourcen zu erhalten. Jetzt in der Umsetzungsphase die kritische Masse zu erreichen, ist Ziel aller Beteiligten.



Highlights 2005

Das Jahr 2005 für GS1 Germany: Ein Jahr voller Highlights – einige ausgewählte Beispiele unserer Arbeit

Name Change

Im Februar 2005 änderte die CCG (Centrale für Coorganisation) nach 31 Jahren offiziell ihren Namen in GS1 Germany. GS1 steht für Global Standards One. Grund für den neuen Namen war die Fusion der europäischen Organisation EAN International mit dem Uniform Code Council (Nordamerika). 2004 wurde die Entscheidung getroffen, das Standardisierungsnetzwerk von mehr als 100 Mitgliedsorganisationen unter einem gemeinsamen Namen zusammenzufassen. 2005 vollzogen die meisten Organisationen auf Länderebene den Namenswechsel. GS1 Germany hat als eine der ersten Organisationen den neuen Namen eingeführt. Um noch stärker als bisher ein kompetenter und leistungsfähiger Partner von Industrie und Handel zu sein, hat GS1 Germany seine internen Strukturen optimiert und bietet nun verstärkt Beratungsleistungen zur Implementierung von Standards an.

Entwicklung RFID/EPC

RFID/EPC ist 2005 durchgestartet. Betrachtet man die Mitgliederzahlen, steht Deutschland nach den USA an zweiter Stelle. Im April 2005 fand die erste Mitgliedertagung des deutschen RFID/EPC-Netzwerkes im Fraunhofer Institut für Materialfluss und Logistik in Dortmund statt. Das Beispiel des Metro RFID-Roll-outs war Aufhänger der Fallstudie, für die GS1 Germany im Rahmen des internationalen Treffens aller GS1-Organisationen in Kapstadt im Mai ausgezeichnet wurde. GS1 Germany gründete eine eigene Business Unit RFID/EPC Solutions. Im September 2005 hat die REWE im Rahmen einer „RFID-Entwicklungspartnerschaft“ begonnen, die Supply Chain zwischen dem Handelsunternehmen und seinen Lieferanten auf Basis des EPC Generation 2 zum beiderseitigen Nutzen zu optimieren. GS1 Germany wird hierbei als einer der wichtigsten Partner ihre Expertise zur Verfügung stellen.



Engagement RFID Infoforum

Seit Ende August hat das Thema RFID auch eine Stimme in Berlin: Das Informationsforum RFID e.V. hat seine Arbeit aufgenommen. GS1 Germany und weitere namhafte Unternehmen verschiedener Branchen wollen mit dem Informationsforum den offenen Dialog über RFID fördern, über die Potenziale der neuen Technologie informieren und die technologische Innovation durch RFID am Hightech-Standort Deutschland vorantreiben. Gegründet wurde das Forum von dreizehn Unternehmen aus den Bereichen Handel, Konsumgüterindustrie, IT und Dienstleistung. Zu den Mitgliedern der ersten Stunde gehören neben GS1 Germany auch DHL Express, Gillette, Henkel, Hewlett-Packard, IBM, METRO Group, Philips, Procter & Gamble, SAP, Siemens, T-Systems und Volkswagen.



Das European EPC Competence Center (EECC)

Die METRO Group und GS1 Germany haben gemeinsam den Zuschlag erhalten, ein EPCglobal-akkreditiertes Test Lab für die Weiterentwicklung der RFID-Technologie zu betreiben. Das EECC wird den Anwendern die Möglichkeit bieten, ihre mit RFID-Tags ausgezeichnete Ware zu prüfen und die Leistungsfähigkeit der EPC Generation 2-Technologien testen zu lassen. Die Tests laufen grundsätzlich nach standardisierten, von EPCglobal vorgegebenen Mustern ab. Das Test Lab wird als einzige derartige Institution in Europa in den Räumlichkeiten des METRO Group RFID Innovation Centers in Neuss eingerichtet. Es steht dauerhaft allen Branchen/Industrien zur Verfügung. Dies gilt für Anwender, RFID-Anbieter und -Dienstleister. Entsprechend des bisherigen Selbstverständnisses werden auf der Plattform von GS1 Germany die Erkenntnisse der gemeinsamen Arbeit zusammengetragen, diskutiert und als Input für die Standardisierung und weitere Implementierung auf internationaler Ebene weitergegeben.



Die Durchsetzung der Standards im Pfandsystem

Durch die Einführung eines einheitlichen Pfandsystems zum 1.5.2006 ergaben sich 2005 neue Möglichkeiten für GS1 Germany. Der EAN-13-Barcode ist als primäres Abgrenzungskriterium für den Clearingprozess von allen Handelshäusern und Industrieunternehmen anerkannt. Darüber hinaus sind die Nachrichtenstandards EANCOM® und XML für die Informationsaustauschprozesse durch GS1 dokumentiert worden. Der Stammdatenpool der Deutschen Pfandgesellschaft (DPG) wird durch SINFOS, an der GS1 Germany als Gesellschafter beteiligt ist, aufgebaut und betrieben. Die Pfand Einführung hat auch dazu geführt, dass Aldi Nord und Süd Teilnehmer bei GS1 Germany geworden sind.

6. ECR-Tag und ECR Award

Am 8. und 9. September fand in Düsseldorf der 6. ECR-Tag statt. Der ECR-Tag gehört mit dem Deutschen Logistikkongress und dem Handelskongress zu den TOP 3-Veranstaltungen der Konsumgüterindustrie in Deutschland. Mit mehr als 1.200 Teilnehmern gab es einen neuen Teilnehmerrekord. Am Vorabend des ECR-Tags wurde in Düsseldorf der ECR Award 2005 im Rahmen einer feierlichen Gala verliehen. Diese Auszeichnung der besten Managementleistung für den Verbraucher ging an insgesamt fünf Preisträger.



Verlängerung des Förderprojektes PROZEUS – die Durchsetzung von eBusiness Standards

PROZEUS steht für die Förderung der eBusiness-Kompetenz von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zur Teilnahme an globalen Beschaffungs- und Absatzmärkten durch integrierte Prozesse und Standards. Das Projekt wird von der Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH in Zusammenarbeit mit GS1 Germany und vom BMWi (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie) gefördert.



Nachdem in den vergangenen drei Jahren an zahlreichen Pilotprojekten demonstriert wurde, dass auch KMU komplexe und integrierte Geschäftsprozesse erfolgreich einführen können, setzt das BMWi die Förderung des PROZEUS Projektes bis 2008 fort.

Wal-Mart unterschreibt Selbstverpflichtung

Auch Wal-Mart hat sich 2005 dazu entschlossen, die Selbstverpflichtung zur Nutzung der Standards und der RFID/EPC-Technologie in Deutschland zu unterschreiben. Kern dieser Erklärung sind die Standardtechnologien, die in Deutschland von GS1 Germany angeboten werden. Sie dient der Erarbeitung und Einhaltung der gemeinsamen Standards und Anwendungsempfehlungen zur Absicherung der dafür notwendigen Investitionen sowie der Schaffung einer organisatorisch-technischen Perspektive. Der Beitritt von Wal-Mart ist wichtig, weil dadurch das Thema auch auf internationaler Ebene an Bedeutung gewinnt.

Die Entwicklung der Internationalen Lokationsnummer (ILN)

Trotz der über 30-jährigen Geschichte des ILN-Nummernsystems ist deren Marktpotenzial bei weitem noch nicht ausgeschöpft. 2005 wurden wieder 4.000 neue ILN-Teilnehmer gewonnen. Dass die ILN dabei viele Branchen abdeckt, beweist ein Blick auf die Kundenstruktur. Mit einem Anteil von 25 Prozent stammt genau ein Viertel der Kunden aus dem Bereich der Nahrungs- und Genussmittelhersteller. 22 Prozent kommen aus dem Groß- und Einzelhandel, 12,5 Prozent aus Verlagen und Medien. Der Rest verteilt sich auf unterschiedliche Branchen wie Elektrotechnik, Textilien, Chemische Industrie sowie Banken und Unternehmensberatungen, Transport und Logistik. Hier wird deutlich, wie sehr sich die ILN über die reine Fast Moving Consumer Goods-Branche hinaus verbreitet hat. Ein Ende dieser Entwicklung ist nicht in Sicht. Das Interesse neuer Branchen bietet weiteres Potenzial.



EAN Internationale Artikel-Nummer

International abgestimmt, einheitlich und weltweit überschneidungsfrei bezeichnet sie Produkte und Dienstleistungen. EAN (weltweit: GTIN) ist Grundlage für den Einsatz von Scannertechnologie.



simplify

Komplexes vereinfachen.
Eine Sprache sprechen





GS1-Standards aktualisiert

Pünktlich zum Jahresanfang 2006 fand wieder die jährliche Aktualisierung der deutschen GS1-Spezifikationen statt. Hierbei fließen zum einen Änderungen und Ergänzungen, die auf globaler Ebene innerhalb des GS1-Standardisierungsprozesses verabschiedet wurden und zum anderen neue Regelungen aus den nationalen Expertenkreisen ein. Die diesjährige Aktualisierung beinhaltet:

1. Neue EAN-Vergaberegeln für vordefinierte Sortimente.
2. Neue EAN-Vergaberegeln für Bekleidung.
3. Anpassung der Definition des Markengebers für den Upstream-Bereich in Bezug auf die EAN-Vergaberegeln.
4. Weitere Strichcode-Platzierungsbeispiele für Sportartikel.
5. Überarbeitung und Ergänzung der Kapitel zu Strichcodedruckqualität durch die deutsche GS1-Fachgruppe „AutoID“.
6. Klärung der Verwendung der ersten Stelle der 14-stelligen EAN für Handelseinheiten (Indikatorstelle).
7. Einführung eines EPC-Logos auf dem EAN 128-Transportetikett für die Verwendung eines zusätzlichen RFID/EPC-Transponders zur Identifikation der Versandeinheit.
8. Erweiterung der ILN um eine serielle Nummer für die interne Kennzeichnung von physischen Lokationen.
9. Globale Namensumstellung der EAN.UCC-Organisation auf GS1 durch Anpassung aller betroffenen „EAN.UCC“-Begriffe.

Um stets auf dem aktuellen Stand der Entwicklung zu sein, empfiehlt GS1 Germany Unternehmen, den Änderungsdienst der Spezifikationen (EAN/ILN-Handbuch, EAN 128-Handbuch, AutoID-Kompendium) zu abonnieren.

Siegeszug der Nummern

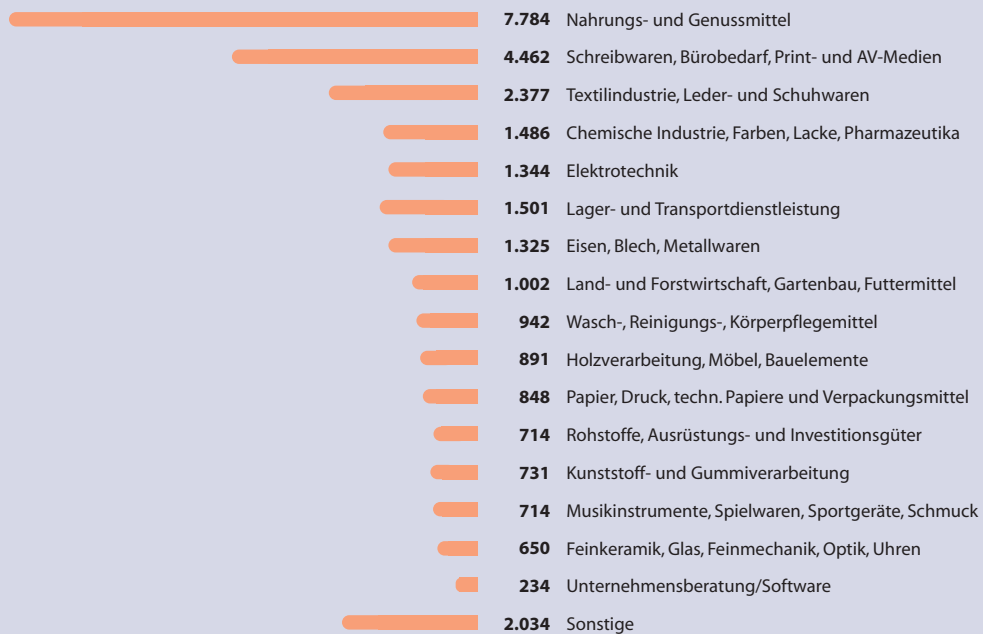
Immer mehr Branchen beteiligen sich am weltweit überschneidungsfreien Nummernsystem

Offene Nummernsysteme zur Kennzeichnung von Artikeln rühmen sich mit einem hehren Ziel: Effizienz und Freiheit in der Wahl der Geschäftspartnerschaften durch eine eindeutige, weltweit überschneidungsfreie Kennzeichnung. Den Schlüssel zu diesen Nummernsystemen bietet die ILN (Internationale Lokationsnummer). Die ILN ermöglicht die eindeutige Identifizierung von Unternehmen oder Filialen.

Die Idee einer einheitlichen Artikelnummerierung entstand in Deutschland im Jahr 1965. 1969 führte der Handel das System ein und 1977 folgte die internationale Einigung auf ein europaweit überschneidungsfreies Nummernsystem. Jedem Land wurden dabei Nummern zugewiesen, die zentral verwaltet werden. In Deutschland ist GS1 Germany die autorisierte Stelle für die Nummernvergabe. Weltweit gibt es bis heute über 100 nationale GS1-Organisationen.

Hersteller/Dienstleister nach Branchen

29.039



Handel

97.748

91.808 Einzelhandel/Großvertriebsformen

5.940 Großhandel/Handelsvertreter/Importeure

126.787 gesamt

Marktpotenzial noch nicht ausgeschöpft

Trotz der langen Geschichte des ILN-Nummernsystems ist dessen Marktpotenzial bei weitem noch nicht ausgeschöpft. In den vergangenen zehn Jahren konnte GS1 Germany den Umsatz im Bereich ILN um 136 Prozent steigern, was einem jährlichen Zuwachs von 13–14 Prozent entspricht. Im Jahr 2005 kamen 4.000 Neuzugänge hinzu.

Dass die ILN dabei viele Branchen abdeckt, beweist ein Blick auf die Kundenstruktur. Mit einem Anteil von 25 Prozent stammt genau ein Viertel der GS1-Kunden aus dem Bereich der Nahrungs- und Genussmittelhersteller. 22 Prozent kommen aus dem Groß- und Einzelhandel, mit 12,5 Prozent ein weiteres Achtel aus Verlagen und Medien. Der Rest verteilt sich auf unterschiedliche Branchen wie Elektrotechnik, Textilien, Chemische Industrie sowie Banken und Unternehmensberatungen, Transport und Logistik. Hier wird deutlich, wie sehr sich die ILN über die reine Branche der Fast Moving Consumer Goods (FMCG) hinaus verbreitet hat. Ein Ende dieser Entwicklung ist nicht in Sicht, denn das Interesse neuer Branchen steigt ständig.

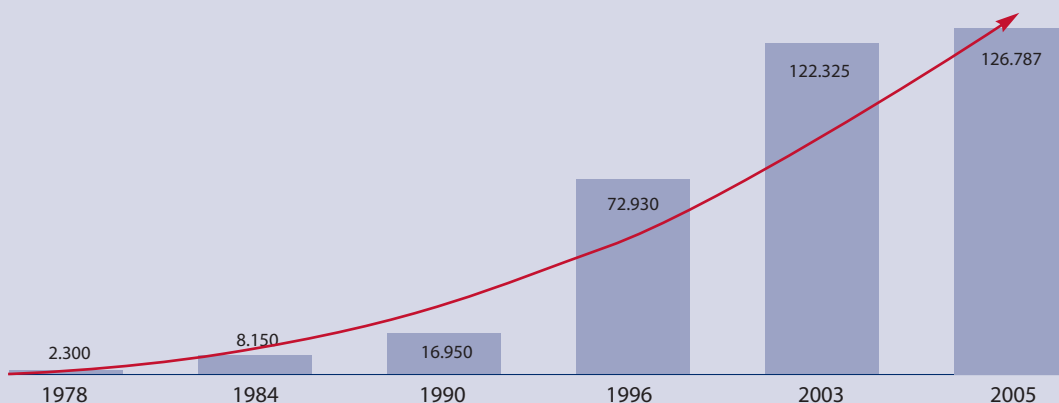
60 Prozent aller Kunden gehören zu den Herstellern, 40 Prozent verteilen sich auf Handel und Dienstleister. Insgesamt entscheiden sich 90 Prozent aller Kunden für die ILN-Nummer des Typs 2, die die Grundlage für weitere Nummernsysteme wie EAN (Internationale Artikelnummer) und NVE (Nummer der Versandeinheit) bildet.

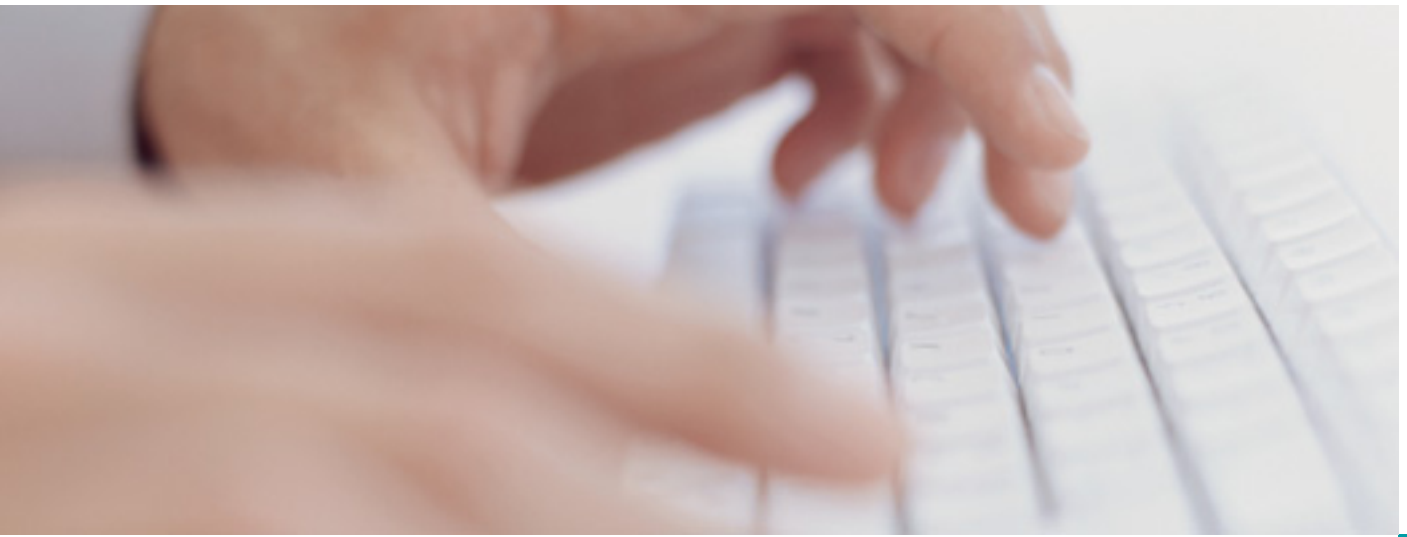
Erfolgsgeschichte Aldi

Ein ganz besonderer Erfolg ist GS1 Germany 2005 mit der Gewinnung der Neukunden Aldi Nord und Aldi Süd gelungen. Während Deutschlands größter Discounter in den vergangenen Jahren mit einem eigenen geschlossenen Nummernsystem gearbeitet hat, kam 2005 die Wende. Aldi hat sich für die ILN

ILN-Teilnehmer-Entwicklung im Aufwind

Entwicklung der Zahl der ILN-Teilnehmer in Deutschland





entschieden und erhält damit die Möglichkeit, mit allen weiteren Händlern und Herstellern im Geschäftsprozess problemlos zu kommunizieren. Durch die Einführung der allgemeinen Pfandrücknahmepflicht, deren Clearing durch das ILN-Nummernsystem gewährleistet wird, kann sich so auch Aldi zukünftig an den Prozessen beteiligen.

Aldi ist jedoch nur ein Beispiel von vielen. Weitere renommierte Unternehmen aus ganz unterschiedlichen Branchen und Bereichen haben sich 2005 der ILN-Initiative angeschlossen. Die Gründe dafür lagen nicht zuletzt in der rasanten Entwicklung der RFID-Technologie nicht nur in Deutschland. Die Unternehmen stellen sich dieser neuen Technologie und bereiten sich auf deren Einsatz vor. Dafür ist die Implementierung der Standards notwendig und die Teilnahme am ILN-System eine Voraussetzung. Zu den weiteren Neuteilnehmern zählen zum Beispiel die Textiliten Strauss Innovation, Wehmeyer und Marco Polo sowie als Vertreter neuer Branchen der Autovermieter Sixt und das Pharmaunternehmen Lanxess.

Blick in die Zukunft

Und so soll es weitergehen. Für die kommenden Jahre ist weiteres Wachstum geplant. Erste Gespräche mit der Automobilindustrie zeigen das große Interesse und den Bedarf, der im Hinblick auf Standardisierung und damit Wettbewerbsfähigkeit mit den Produkten rund um die Artikelnummerierung verbunden ist. Auch für die Logistikbranche ist die Grundlage eines gemeinsamen und weltweit überschneidungsfreien Nummernsystems schon von Bedeutung. Wie im Textilbereich wächst auch hier die Orientierung hin zu RFID, für dessen Einführung die Standards rund um die ILN die notwendige Voraussetzung liefern.

Einst für die Lebensmittelindustrie ins Leben gerufen, hat sich das ILN-Nummernsystem immer wieder bewährt. Unabhängig von Branche und Thema bietet es eine Kommunikationsplattform, die allen Beteiligten das Leben erleichtert.





Neues aus der AutoID-Welt: Zweidimensionale Strichcode-Symbologien

GS1 Germany hat in 2005 einen weiteren Schritt in Richtung universelle Einsetzbarkeit seiner Standards getan. Zwei hochverdichtende Strichcode-Symbologien, die das Portfolio der AutoID-Standardlösungen erweitern, wurden für den breiten Rollout freigegeben:

1. Die RSS (Reduced Space Symbology®) und der RSS Composite für POS-nahe Anwendungen, die auf lineare Strichcodetechnologie setzen.
2. Der EAN Data Matrix-Code, der für die Direktmarkierung von Teilen mittels Nadelprägung, Laserbeschriftung oder chemischer Ätzverfahren einsetzbar ist. Darüber hinaus bietet sich der EAN Data Matrix immer dann an, wenn beim Bedrucken von Teilen und Komponenten mittels Hochgeschwindigkeit die markierenden Punkte keine lesbaren linearen Symbole formen können. Schließlich ist der EAN Data Matrix für sehr kleine Einheiten gedacht, die eine Symbologie mit quadratischem Seitenverhältnis benötigen und/oder die nicht genügend Platz auf der Verpackung zur Kennzeichnung mit herkömmlichen GS1-Strichcodesymbolen, wie Reduced Space Symbology® und EAN Composite-Symbolen, aufweisen.

Beide 2D-Technologien decken das Bedürfnis nach Abbildung serialisierter Nummernstrukturen sowie zusätzlicher variabler Informationen im industriellen Bereich respektive dem Vorstufensektor, z. B. für Zwecke des Tracking & Tracing, ab.



EANCOM® 2002 in der Umsetzung

Im vergangenen Jahr gelang GS1 Germany ein erfolgreiches Rollout von EANCOM® 2002. Das in 2004 veröffentlichte vierte EANCOM®-Release verbindet sowohl sämtliche neue Praxisanforderungen verschiedenster Branchen als auch gesetzliche und nationale Besonderheiten miteinander. Der EANCOM®-Standard umfasst derzeit 46 Nachrichtentypen, die weltweit in mehr als 70.000 Unternehmen unterschiedlichster Wirtschaftsbereiche im Einsatz sind.

In 2005 wurden in einer zweiten Version der für den nationalen Markt erstellten zweisprachigen EANCOM® 2002-Dokumentation wesentliche Anwendungshilfen integriert. Ein Beispiel dafür ist die neue Profiltechnik, die die enthaltenen Branchenempfehlungen zusätzlich separat dokumentiert. So wurden für die Wirtschaftsbereiche Food/NonFood und Getränke die wichtigsten Nachrichtentypen wie Bestellung, Lieferavis, Liefernachweis und Rechnung branchenbezogen dargestellt.

Das rege Interesse an EANCOM® spiegelte sich auch in der Nachfrage nach einer Beschreibung für die Kostenrechnung wider. Die hierfür neu entwickelte Rechnung für den Eigenbedarf enthält Informationen, die in der üblichen Warenrechnung nicht enthalten sind, z. B. Zählerstände verbrauchsabhängiger Güter wie Gas, Wasser, Strom und dazugehörige Kostenstellen.

Im Fokus für das neue Jahr steht die Erweiterung der Profile für die Presseabwicklung, Gutschrifts-/Belastungsanzeigen und Retouren (von Leergut).



Die Einführung von XML in Deutschland

Mit Veröffentlichung der neuen Dokumentation von GS1 Germany zur Anwendung der GS1 XML-Standards Version 2.0 hat GS1 Germany im November 2005 sein Angebot an elektronischen Anwendungsbeschreibungen abgerundet. Die Dokumentation bietet durch eine übersichtliche Darstellung wesentlicher Nachrichtentypen einen einfachen Umgang mit den GS1 XML-Standards Version 2.0. Anhand einer HTML-basierten Benutzeroberfläche werden die Nachrichtentypen (z. B. Produktstammdaten, Bestellung, Lieferavis und Rechnung) inhaltlich erklärt und strukturiert dargestellt. Ein technischer und organisatorischer Leitfaden für die Implementierung in der Praxis komplettiert die Anwendungsbeschreibung.

Im Verbund mit den mehr als 100 Schwesterorganisationen bietet GS1 Germany für die unterschiedlichen Formen der elektronischen Kommunikation ein integriertes Lösungspaket an, das aus den Produkten EANCOM®, GS1 XML und GS1 Germany WebEDI besteht.

Das neue Angebot von GS1 Germany stieß auch international auf starkes Interesse. Gemeinsam mit GS1 Global Office wurde 2005 ein Konzept für global gültige Beschreibungen der GS1 XML-Standards entwickelt, bei dem die deutsche XML-Dokumentation als Basis dient.

GS1 Germany wird auch bei der zukünftigen Entwicklungsarbeit besonderen Wert darauf legen, die Vorteile der XML-Technik für die Anwender in Deutschland zu erschließen. Eines der grundlegenden Ziele ist dabei ein umfassender Know-how-Transfer des im EANCOM®-Nachrichtenset enthaltenen Prozesswissens.

Europäische Harmonisierung des EAN 128-Transportetiketts erfolgreich abgeschlossen

Ein wesentliches Hindernis für die flächendeckende Implementierung des EAN 128-Transportetiketts in Europa ist – nach Aussagen von europäischen Anwendern des GS1-Systems – die fehlende Harmonisierung bei der Umsetzung der GS1-Standards. Das heißt, dass die Anforderungen europäischer Händler an das Transportetikett unterschiedlich sind, es aber auch verschiedene Empfehlungen seitens der GS1-Mitgliedsorganisationen gibt. Ein Beispiel ist die deutsche ECR-Empfehlung zur Verwendung des Datenbezeichners 90 für die Konsumenteneinheit, die in anderen europäischen Ländern nicht unterstützt wird.

Während des letzten Jahres konnte in einem Projekt von GS1 Europe Konsens bezüglich der Implementierungsempfehlungen für das EAN 128-Transportetikett erzielt werden. Die europäische Empfehlung beinhaltet, dass nur einige wenige relevante Datenbezeichner für den Sektor Fast Moving Consumer Goods (FMCG) verwendet werden sollen. Diese sind im Wesentlichen die NVE als Muss-Angabe und die EAN der Handelseinheit bzw. die EAN der enthaltenen Einheiten, das Mindesthaltbarkeitsdatum und die Chargennummer als Kann-Angabe. Interne Daten, wie Datenbezeichner „90“, werden nicht unterstützt, denn alle weiteren Informationen sollen über den elektronischen Datenaustausch kommuniziert werden. Die bisherigen Anwendungsempfehlungen von GS1 Germany decken sich – abgesehen von Datenbezeichner 90 – mit diesem Ergebnis, so dass sich für Unternehmen, die sich an die GS1 Germany-Spezifikationen halten, keine oder nur wenige Änderungen ergeben.

eInvoice – Harmonisierte EANCOM®- INVOIC-Empfehlung für Europa

Mit der Veröffentlichung der europäischen Empfehlung zur EANCOM®-Rechnung hat GS1 Germany gemeinsam mit sieben weiteren europäischen Ländern einen wichtigen Schritt getan, um die bisherigen inkompatiblen nationalen Empfehlungen mit einem gemeinsamen Verständnis bezüglich der Nutzeranforderungen und Mappings auf eine einheitliche Basis zu stellen. So können nun grenzüberschreitende EDI-Prozesse effizient abgewickelt werden. Damit wird der Tatsache Rechnung getragen, dass in Europa Geschäfte längst nicht mehr nur auf nationaler Ebene getätigt werden.

Durch Anwendung dieser Empfehlung kann ein Lieferant Rechnungen auf Basis seines nationalen Profils erstellen und der Handel solche Rechnungen aus allen beteiligten Ländern empfangen, sofern er das europäische Gesamtprofil umgesetzt hat. Darüber hinaus ist die europäische Empfehlung eine wichtige Informationsquelle, wie der EANCOM®-Nachrichtentyp INVOIC in den verschiedenen europäischen Ländern umgesetzt wird.

Da für die Rechnungsstellung weiterhin nationale gesetzliche Regelungen existieren, wurde für jedes beteiligte Land ein eigenes Profil mit den relevanten Anforderungen erzeugt. Alle Länderprofile sind „reine“ Subsets der europäischen Empfehlung, die sowohl alle gesetzlichen Anforderungen als auch alle Prozessanforderungen enthält, die in den beteiligten Ländern genutzt werden.

Ziel ist es in 2006, weitere Länder zu integrieren und Änderungen auf Grund von Anforderungen der Anwender oder des Gesetzgebers einzupflegen. Darüber hinaus wird von GS1 Europe auch an weiteren Projekten zur europäischen Harmonisierung für Nachrichtentypen wie ORDERS und DESADV gearbeitet.



RFID

Radiofrequenztechnik für Identifikationszwecke

Nutzung eines Transponders zur Datenspeicherung. Dies gestattet die berührungslose Identifikation, Steuerung und Verfolgung von Waren und Objekten über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg.

EPC

Elektronischer Product Code

Nummer zur eindeutigen Kennzeichnung und Identifikation von Waren und Objekten. Diese wird auf einem am Objekt angebrachten Transponder gespeichert. Entsprechende Verknüpfungen im EPC-Netzwerk ermöglichen den Bezug weiterer zugehöriger Daten via Internet.





f o r w a r d

Chancen erkennen.
Gestalten, was morgen ist





Generationswechsel 2005: Das Jahr von RFID/EPC

Die RFID-Technologie kommt mit großen Schritten: Ein Ausblick

Vieles sprach bereits zu Beginn des vergangenen Jahres dafür, dass der Durchbruch der RFID-Technologie zum Greifen nah ist. So waren die eingeleiteten Entwicklungen und Fortschritte in 2005 nur für überzeugte Zweifler eine echte Überraschung. Der Satz: „RFID wird kommen, die Frage ist nicht ob, sondern nur wann.“ wurde vielfach zitiert und hat im Laufe des vergangenen Jahres nichts von seiner Überzeugungskraft eingebüßt. Die folgenden Seiten stellen die wichtigsten Themen und Entwicklungen aus 2005 dar und gewähren Ausblicke darauf, was in 2006 kommen wird.

GS1 Germany ist für RFID/EPC gut gerüstet

Auch GS1 Germany, Repräsentanz von EPCglobal in Deutschland, hat entsprechend reagiert und mit Gründung des Bereichs RFID/EPC Solutions im November 2005 die Entwicklung und Umsetzung von RFID/EPC aus dem Projektstatus in eine eigene organisatorische Einheit überführt. Somit ist sichergestellt, dass es an Kreativität und Schlagkräftigkeit rund um die Vielzahl von Herausforderungen, die der Themenkomplex RFID/EPC bietet, nicht fehlt. Dafür stehen die 10 Mitarbeiter des Bereichs ein.

Weitere namenhafte Partner etablieren RFID zunehmend in der Praxis

Auch ein Blick auf die Entwicklung der Mitgliedschaften im Jahre 2005 des erst in 2004 gegründeten RFID/EPC-Umsetzungsnetzwerks überzeugt (siehe Abbildung). Highlights gibt es in allen Branchen zu verzeichnen: Technologiseitig sind unter anderem PIRONET NDH, SAP, T-Systems und eine große Zahl weiterer wichtiger Partner hinzugestoßen, um sich aktiv in den Prozess der Standardisierung einzuschalten. Die jetzt verfügbaren Lösungen überzeugten viele namhafte Hersteller der Konsumgüterindustrie wie Copenrath & Wiese, SCA Hygiene und Schwartauer, die als innovationsbereite Partner



des Handels RFID in der Praxis nach vorne treiben. Der Handel selbst, als Motor der Innovation, hat mit dem Beitritt von REWE und Karstadt zu EPCglobal zwei weitere wichtige Akteure neben Metro ins Feld gerückt und somit weitere Argumente für die Umsetzung geliefert. Es herrscht die nachhaltige Überzeugung, dass RFID die Handelslandschaft revolutionieren wird – Generationswechsel!

Aber auch ein Blick auf die Entwicklungen in weiteren wichtigen Branchen lohnt:

Das EPCglobal Portfolio erweitert sich

RFID/EPC und die daraus resultierenden Potenziale für die Optimierung der Geschäftsprozesse ist ein branchenübergreifendes Thema. Das EPCglobal-Umsetzungsnetzwerk trägt durch die Gründung globaler, branchenspezifischer Business Action Groups (BAG) der zunehmenden Globalisierung der Unternehmen und den branchenspezifischen Prozessabläufen mit den entsprechenden Anwendungsempfehlungen hinsichtlich RFID Rechnung.

Expertengremium für Transportdienstleister

Neben der bereits etablierten Business Action Group für die Konsumgüterbranche (BAG FMCG) wurde Ende 2005 die neue BAG Transport & Logistics Service Provider (BAG TLS) gegründet. In der neuen Business Action Group erarbeiten und bündeln die Transportdienstleister die Anforderungen entsprechend der globalen Supply Chain. In Zusammenarbeit mit den Hardware und Software Action Groups werden Spezifikationen entwickelt, die RFID-basierte Prozesse darstellen und den Informationsfluss zwischen den Partnern in der globalen logistischen Kette gewährleisten. Themenschwerpunkte wie Transport, Import/Export und Prozessabläufe an den Knotenpunkten der logistischen Kette werden in diesem Expertengremium diskutiert und entsprechende Lösungen erarbeitet.

Spezialistenplattform für Gesundheitswesen und Pharma

Unternehmen aus dem Gesundheitswesen und der Pharmabranche formulieren ihre spezifischen Anforderungen in der Business Action Group Healthcare and life science (BAG HLS). Unternehmen wie Bayer, Boehringer Ingelheim, GlaxoSmithKline, Johnson&Johnson Consumer Health, Pfizer, Cardinal und Purdue diskutieren Anforderungen und Standards zu Themen wie zum EPCglobal-Kommunikationsnetzwerk, zu Diebstahlsicherung/Plagiatschutz und zu weltweit einheitlichen Identifikationssystemen.



Know-how-Basis für Textil- und Bekleidungswirtschaft

Ebenfalls im Jahr 2005 sind in der Textil- und Bekleidungswirtschaft die Grundsteine für die Gründung einer eigenen Business Action Group Apparel, Fashion & Foodware (BAG AFF) gelegt worden. In dieser BAG werden sowohl die Textilhändler Kaufhof, Tesco und Carrefour als auch Unternehmen der Bekleidungsindustrie wie Windsor, Gerry Weber, gardeur und Levis Strauss die Anforderungen hinsichtlich RFID/EPC in der globalen textilen Supply Chain diskutieren. Weiteres wichtiges Thema werden die textilspezifischen Anforderungen hinsichtlich RFID-basierten Prozessen in der Filiale sein.

Im Fokus von EPCglobal stehen ebenfalls die neuen Zielbranchen Automotive und Aerospace. Die Bildung einer Business Action Group im Jahr 2006 wird gemeinsam mit Anwenderunternehmen der Branche auf den Weg gebracht.

Breites Leistungs- und Serviceangebot für Mitglieder

Eine Beteiligung deutscher Unternehmen an den oben beschriebenen Entwicklungen wird durch das RFID/EPC-Umsetzungsnetzwerk sichergestellt. Dieses bietet ein breites Leistungs- und Serviceangebot für seine Mitglieder:

- Die Vollmitgliedschaft als End User ermöglicht die Nutzung von EPC-Nummernstrukturen und gleichzeitig die Mitarbeit in nationalen und internationalen Standardisierungsgremien.
- Vollmitglieder Solution Provider nehmen Einfluss auf die technologische Entwicklung – national und international – und dokumentieren ihre Kompetenz in Standardisierung und Technik.
- Für Unternehmen, die bestens informiert die Entwicklungen beobachten möchten, bietet die informatorische Mitgliedschaft das passende Angebot.
- Verbänden und anderen vergleichbaren Instituten wird im Rahmen der Know-how-Transferinitiative eine Plattform geboten, die den interessierten Mitgliedern den Zugang zu aktuellen Informationen ermöglichen.

Ein besonders wichtiger und diskussionswürdiger Aspekt von RFID, ist der Daten- und Verbraucherschutz; denn ohne die Akzeptanz des Verbrauchers ist eine flächendeckende Umsetzung von RFID nicht möglich.

Klares Bekenntnis zu EPC Gen 2

Als EPCglobal vor zwei Jahren mit der Perspektive eines 5-Cent-Tags startete, lag der Preis noch um eine Zehnerpotenz höher. Vor einem Jahr veröffentlichte EPCglobal den Generation 2-Standard (EPCglobal Class 1, Version 2; ISO 18000-6c) und seitdem purzeln die Preise: 14,9 US-Cents, so das Angebot von RSI ID Technologies pro EPC Gen 2 Smart Label vor zwei Monaten. 7,9 US-Cents verkündete Avery Dennison tagsdrauf für ein EPC Gen 2-Inlay. Weitere Anbieter werden nachziehen und die gesetzten Marken voraussichtlich noch unterbieten. Wie werden diese Preise möglich? Es spielen mehrere Faktoren zusammen:

Weltweit besteht breite Verständigung auf den EPC-Standard. Übereinstimmend haben sich die vier großen europäischen Einzelhändler Ahold, Carrefour, METRO Group und Tesco im Juni 2015 für die 100-prozentige Umsetzung des EPC Gen 2-Standards ausgesprochen.

Eine derartige Nachfragestimulanz lässt hohe Produktionsstückzahlen möglich werden, da eine verlässliche Perspektive für die Transponderhersteller aufgezeigt wird. Zuvor bestimmte das „Henne/Ei-Dilemma“ den Markt: Ohne ausgiebiges Angebot keine nachhaltige Nachfrage – ohne Sicht auf Nachfrage kein ausreichendes Angebot. Der EPC-Standard hat diese Stagnation aufgelöst. Bereits 2005 ist die Marktgröße für RFID auf zwei Milliarden US-Dollar angestiegen. In zehn Jahren prognostizieren Marktforscher 27 Mrd. Dollar.

Da alle EPCglobal-konformen Gen 2 Transponder im sehr hohen Frequenzbereich zwischen 865 und 915 MHz arbeiten und die technologischen Anforderungen an die Antennen eher gering sind, ergibt sich eine weitere Möglichkeit: Antennen für Gen 2 Transponder können kostengünstig in einem Druckverfahren hergestellt werden. Mit dieser Technologie – Siliziumchips mit gedruckter Antenne – halten Experten Transponderinlaypreise von 2,5 Cent für denkbar. Für noch geringere Stückpreise müsste ein Technologiesprung stattfinden, wie ihn die Polymerelektronik vollziehen kann.

Um einen möglichst breiten Nutzen aus den bereits existierenden Erfahrungen ziehen zu können und gewonnenes Know-how weiterzugeben, betreibt GS1 Germany gemeinsam mit der METRO Group ein Testlabor, welches die Möglichkeit schafft, RFID-Hardware auf höchstem Niveau bewerten zu können.



Das EPCglobal-Netzwerk gewinnt an Fahrt

Die Erfassung von EPC-Daten stellt nur den ersten Schritt auf der Datenautobahn des EPCglobal-Netzwerkes dar. Die gelesenen Rohdaten müssen gefiltert, akkumuliert und anschließend gespeichert werden. Anschließend können diese Informationen für autorisierte Geschäftspartner über das Internet zur Verfügung gestellt werden. Um den reibungslosen Datenaustausch zwischen den beteiligten Hard- und Softwarekomponenten sowohl unternehmensintern als auch unternehmensübergreifend sicherzustellen, ist die Bereitstellung standardisierter Schnittstellen eine Grundvoraussetzung. Die entsprechenden Arbeitsgremien bei EPCglobal arbeiten dazu auf Hochtouren. Nach der Fertigstellung der Spezifikation für den Objektnamenservice (ONS), liegen auch die EPCglobal-Standards zur Tag-Datenübersetzung und den Ereignissen auf Anwendungsebene (ALE) vor.

Zusätzlich hat die GS1 Germany in Zusammenarbeit mit den Anwendern eine zeitlich befristete Interimslösung auf Basis von EANCOM[®] entwickelt, die bis zur Fertigstellung der zugehörigen Schnittstellen eine einheitliche Nachrichtenimplementierung sicherstellt. Die Lösung für den elektronischen Austausch beschreibt die Weitergabe der EPC-Identifizierung SGTIN (serialisierte EAN) und SSCC (NVE) für ausgewählte Anwendungsfälle.

Die folgenden zwei Anwendungsfälle sind dokumentiert:

1. Warenvereinnahmung: In diesem Fall werden die EPC-Identifizierung vor der tatsächlichen Lieferung der Ware mittels Liefermeldung angekündigt, so dass bei Erhalt der Ware ein direkter Abgleich zwischen der angekündigten und tatsächlich gelieferten Ware durchgeführt werden kann. In der Interimslösung ist zu diesem Zweck der Nachrichtentyp Liefermeldung (DESADV) beschrieben worden.
2. Übermittlung von Lagerbestandsdaten: Die Übermittlung von Lagerbestandsdaten auf Basis der SGTIN z. B. an den Hersteller ermöglicht diesem, Rückschlüsse auf weitere Daten, wie das Mindesthaltbarkeitsdatum des Produktes, zu ziehen. Auf dieser Basis hat der Hersteller die Möglichkeit, weitere Aktivitäten einzuleiten. Die zugehörige Nachricht ist der Lagerbestandsbericht (INVRPT).



Zurückblickend auf ein ereignisreiches Jahr lässt sich resümieren, dass in 2005 eine Erfolgsgeschichte in Sachen RFID/EPC geschrieben werden konnte. Und dies ist in erster Linie der Verdienst der Unternehmen, die sich im Rahmen von EPCglobal, im RFID/EPC-Umsetzungsnetzwerk bei GS1 Germany und in den GS1 Germany Gremien engagieren und denen GS1 Germany an dieser Stelle herzlichen Dank aussprechen möchte.

Das European EPC Competence Center (EECC)

wurde im Herbst 2005 als EPCglobal Performance Test Center akkreditiert. Somit wurde das EECC, das in den Räumlichkeiten des METRO Group RFID Innovation Centers in Neuss eingerichtet wurde, das erste durch EPCglobal akkreditierte Testlabor in Europa, und eines von insgesamt vier weltweit. Das EECC bietet Anwendern, RFID-Anbietern und -Dienstleistern aus allen Branchen/Industrien die Möglichkeit, ihre mit RFID-Tags ausgezeichnete Ware zu prüfen und die Leistungsfähigkeit der EPC Generation 2-Technologien testen zu lassen. Insbesondere wird der Einsatz von RFID auf der Umverpackungs- und Artekelebene, sowie in dem komplexen Umfeld verschiedener Materialien wie z. B. Metall oder Flüssigkeiten geprüft und an den entsprechenden technischen Lösungen und Verbesserungen gearbeitet. Darüber hinaus bietet das EECC drei verschiedene Schulungsmodulare (für Einsteiger, Fortgeschrittene und Experten) rund um die Themen RFID und EPC an.

Über die Komponenten Tag/Reader hinaus, umfasst das Gesamtkonzept von EPCglobal ein Kommunikationsnetzwerk, welches internetbasiert den Güterstrom mit dem Datenstrom verbindet.

Verbraucherschutz – Transparenz organisieren

Datensicherheit und Selbstbestimmungsrecht der Verbraucher werden im Zusammenhang mit dem Einsatz der RFID-Technologie zurecht heftig diskutiert. Thema ist das theoretische Potenzial der RFID-Anwendung – wie auch das anderer weit verbreiteter Technologien, die bereits eingesetzt werden – in Kombination mit der Verknüpfung von Unternehmens-Datenbanken, Erkenntnisse über personenbezogenes Einkaufsverhalten zu gewinnen. Gleichwohl findet eine Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit dem RFID-gestützten EPC nicht statt. GS1 Germany nimmt diese Diskussionen äußerst ernst und bindet sie in die aktuelle Verbraucherschutzdebatte ein.





Vor dem Hintergrund der Diskussion ist zu berücksichtigen, dass das Speichern und Verwenden personenbezogener Daten der nationalen und internationalen Gesetzgebung zum Daten- und Verbraucherschutz unterliegt. Dies gilt unabhängig von der verwendeten Datenträgertechnologie (wie zum Beispiel Barcode oder RFID-Transponder). Dementsprechend hat auch EPCglobal Richtlinien für den Einsatz von RFID/EPC verabschiedet. Diese ergänzen die umfassenden Gesetze und basieren auf der Selbstverpflichtung der Unternehmen, den Verbraucher umfassend zu informieren und erforderliche Einwilligungen einzuholen.

Um die umfassende Information des Verbrauchers sicher zu stellen, wurde in 2005 das Informationsforum RFID in Berlin gegründet. Eine Reihe von bedeutenden Unternehmen wie beispielsweise Henkel, IBM, Metro und Siemens engagieren sich, um die Diskussionen rund um RFID aufzugreifen und soweit möglich, Konsens herzustellen. Fördermitglieder des Informationsforums sind Bitkom e. V. und GS1 Germany.

Neben den bereits genannten Aspekten muss die technologische Entwicklung und die Standardisierung mit den Anforderungen der Wirtschaft Schritt halten. Ebenso bedeutend sind die wirtschaftlichen Aussichten. Hier stehen alle Zeichen auf Los. Für jedes Unternehmen ist es gerade jetzt besonders wichtig, sein eigenes Profil in Sachen RFID zu schärfen. Dabei hilft die RFID-Scorecard, die GS1 Germany mit Kurt Salomon Associates als Partner entwickelt hat. Detaillierte Wirtschaftlichkeitsrechnungen können mit dem IBM/GS1 Germany RFID-Kalkulator durchgeführt werden.

Mitglieder im EPCglobal-Umsetzungsnetzwerk

Vollmitgliedschaft

- Bayer HealthCare AG
- Blum Systeme GmbH
- Boehringer Ingelheim GmbH Marketing & Sales CHC
- BRITA GmbH
- certus GmbH
- Conditorei Coppenrath & Wiese GmbH & Co. KG
- DHL
- Dresden Informatik GmbH
- ESPRIT Europe Services GmbH
- Feig Electronic GmbH
- EKUPAC Kuhn & Partner
- Fraunhofer IML
- Fujitsu Siemens Computers GmbH
- gedas AG
- Heldele Elektro GmbH
- Henkel KG aA
- Huesch & Breidenbach
- Karstadt Warenhaus AG
- Klumpp Informatik GmbH
- Lehrstuhl für BWL& Wirtschaftsinformatik; Universität Würzburg
- Melitta Kaffee GmbH
- METRO AG
- Miebach Logistik Holding GmbH
- OSRAM GmbH
- PAPSTAR Vertriebsges. mbH
- PIRONET NDH AG
- PolyC GmbH & Co. KG
- REWE Zentral AG
- SAP AG
- SATO Deutschland GmbH
- SCA Hygiene Products AG
- Schenker AG
- Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA
- Seeburger AG
- Siemens AG
- Triumph International AG
- T-Systems International GmbH
- Universität Bayreuth
- Waldemar Winckel GmbH & Co. KG
- W. Pelz GmbH & Co. KG
- Wincor Nixdorf International GmbH
- WINDSOR Damen- und Herrenbekleidung GmbH
- x-ident technology GmbH

Informatorisches Mitglied

- ADT Sensormatic GmbH
- Alfred Ritter GmbH & Co. KG
- Bacardi GmbH
- Bahlsen GmbH & Co. KG
- BearingPoint GmbH
- Beiersdorf AG
- Birkel Teigwaren GmbH
- Bizerba GmbH & Co. KG
- BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH
- Cisco Systems GmbH
- COSYS Ident GmbH
- E. Breuninger GmbH & Co.
- eCom Logistik GmbH & Co. KG
- EDEKA AG
- Fiege Deutschland GmbH & Co. KG
- Franz Zentis GmbH & Co.
- gardeur ag
- GfK Marketing Services GmbH & Co. KG
- Gillette Gruppe Deutschland GmbH
- GlaxoSmithKline GmbH & Co. KG
- Harry-Brot GmbH
- Hennes & Mauritz GmbH
- InterCookies GmbH
- Kaiser's Tengelmann AG
- Kappa Baden Packaging GmbH
- Kurt Salmon Associates GmbH
- Landgard Blumen & Pflanzen GmbH
- Maersk Logistics Deutschland GmbH
- Markant
- Maxxium Deutschland GmbH
- Meica GmbH & Co.
- Mearsk Tissue GmbH
- Milupa GmbH
- Oracle Deutschland GmbH
- OTTO GmbH & Co. KG
- Pleon Kohtes Klewes GmbH
- ProLogis GmbH
- s.Oliver GmbH & Co. KG
- SARA LEE Household and Body Care GmbH
- Sun Microsystems GmbH
- Tchibo GmbH
- Thimm Consulting GmbH + Co. KG
- Umlauf & Klein GmbH & Co.
- Universität Dortmund, Fachgebiet Logistik
- Vitakraft-Werke
- Warner Home Video

Mitglied der Know-how-Transferinitiative

- BME – Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels e.V.
- HDE – Hauptverband des Deutschen Einzelhandels e.V.
- Herstellervereinigung Bau + DIY e.V.
- BvDP – Bundesverband Deutscher Postdienstleister e.V.
- DSLV – Deutscher Speditions- und Logistikverband e.V.
- Deutsches Tiefkühlinstitut e.V.
- EHI – EuroHandelsinstitut GmbH
- Markenverband e.V.
- Presse-Grosso Bundesverband Dt.
- Sweets Global Network e.V.
- ZGV Zentralverband Gewerblicher Verbundgruppen e.V.

ECR Efficient Consumer Response

Eine einzigartige Initiative von Herstellern, Distributoren, Logistik-Dienstleistern und Händlern, um dem Konsumenten bestmögliche Preis/Leistung, Service und Angebotsvielfalt durch kooperative Zusammenarbeit zu bieten.



perform



Verbindungen entdecken.
Potenziale erschließen





Optimal Shelf Availability – Die Präsenz im Regal

Diese Situation hat jeder Verbraucher schon erlebt: Er kommt in ein Geschäft, geht zum Regal mit dem Produkt seiner Wahl und stellt fest, es ist nicht da. Die Produktverfügbarkeit ist dann gewährleistet, wenn dem Konsumenten das verkaufsfähige Produkt zum richtigen Zeitpunkt in der erwarteten Form und Menge bereitgestellt wird.

Dass das nicht rechtzeitig geschieht, kann verschiedene Gründe haben. In mehr als 80 Prozent der Fälle wird eine Verzögerung durch die Filiale selbst verursacht: Bestellungen werden in zu geringen Mengen, zu spät oder gar nicht ausgelöst. Häufig wird bereits gelieferte Ware nicht schnell genug im Regal wieder aufgefüllt. In einigen Fällen steht die Ware zwar zum Verkauf bereit, jedoch ist sie aus Kundensicht nicht mehr kaufwürdig, bedingt zum Beispiel durch ein überschrittenes Mindesthaltbarkeitsdatum.

Welche Auswirkungen Fehlbestände auf das Kaufverhalten haben und wie die Schuld wahrnehmung durch den Konsumenten ist, sind nur einige Fragen, denen die GS1-Fachgruppe OSA (Optimal Shelf Availability) mit Hilfe einer Kaufverhaltensstudie auf den Grund geht.

Zur Verbesserung der Produktverfügbarkeit richtet sich die Aufmerksamkeit der Unternehmen zunächst gemäß der 80/20-Regel auf die Prozesse innerhalb der Filiale. Hierbei wird zuallererst die Messung in den Vordergrund gestellt. Die physische „Sichtung und Bewertung“ von Bestandslücken bietet sich an, wird sich jedoch als sehr aufwendig erweisen. So liegt es nahe, diese Aufgabe einem System zu überlassen.

Die grundsätzliche Messmethodik automatisierter Lösungen beschreibt ein White Paper, das von GS1 Germany gemeinsam mit der Unternehmensberatung Roland Berger Strategy Consultants entwickelt wurde und die auf ECR Europe-Ebene gesammelten Erfahrungen nutzt. Mit Hilfe von bilateralen Pilotprojekten werden die beschriebenen Ansätze zur Messung der Regalverfügbarkeit am Point of Sale derzeit in die Praxis umgesetzt.

Die Ergebnisse der Fachgruppenarbeit sowie die Erkenntnisse aus den Pilotprojekten liegen voraussichtlich Mitte 2006 vor und werden bei einer ECR live! OSA Veranstaltung im November vorgestellt.

Category Management auf dem Vormarsch

Die Umsetzung von Category Management (CM) in Deutschland zu fördern, war einer der Arbeitsschwerpunkte in 2005. Neben dem bereits etablierten Lehrgang zum „Zertifizierten ECR D-A-CH Category Manager“ wurde verstärkt auf die Veranstaltungsreihe „ECR live!“ gesetzt. Mit einer Kombination aus CM Theorie und CM Praxisberichten von Unternehmensvertretern aus Handel und Industrie wurden unterschiedliche Fragestellungen diskutiert. Dabei hat sich gezeigt, dass bei rechtlichen Aspekten im Zusammenhang mit CM häufig Unsicherheit besteht.

Um wettbewerbsrechtliche Probleme in der täglichen Arbeit zu vermeiden, wurden von Unternehmensvertretern bei GS1 Germany 10 rechtliche Empfehlungen erarbeitet, die bei Category Management Projekten befolgt werden sollten.

Auch 2006 steht Category Management im Fokus der Arbeit bei GS1 Germany. Folgende Schwerpunkte werden dabei unter anderem gesetzt:

Nutzenaspekte von Category Management – Für das eigene Unternehmen sowie für die gesamte Wertschöpfungskette

Vor dem Hintergrund des intensiven Wettbewerbs prüfen Unternehmen derzeit verstärkt die Frage, wie der Beitrag von Category Management am Geschäftserfolg gemessen werden kann. Zielsetzung der neu zu gründenden Fachgruppe wird es demnach sein, qualitative und quantitative Aussagen zu dieser Fragestellung zu treffen.

Category Management leicht gemacht – Die Category Management-Toolbox

Insbesondere Unternehmen, die ins Category Management einsteigen wollen, stehen vor der Frage, womit sie am besten anfangen und wie sie die ersten Schritte gehen. Als Anhaltspunkt dient ihnen hierfür bereits der bestehende Day-to-Day Category Management-Ansatz, der mit vorgefertigten Templates (Analyse-Tabellen) aufwartet. Für eine Category Management-Toolbox sind jedoch konkrete Arbeitsabläufe zu entwickeln, die im Rahmen der ebenfalls neu zu etablierenden Fachgruppe erarbeitet werden.





Continuous Replenishment Program – Effizientes Bestellmanagement

Als die erste ECR-Anwendungsempfehlung „Continuous Replenishment Program“ (CRP) 1998 in Deutschland fertiggestellt wurde, steckte diese Methode in der praktischen Umsetzung noch in den Kinderschuhen. Daher basierte die Empfehlung sehr stark auf theoretischen Annahmen.

Was aber ist eigentlich CRP? CRP ist eine Methode zur Generierung und Bearbeitung von Bestellungen, wie zum Beispiel das herstellergesteuerte Bestandsmanagement oder aus dem Englischen als „Vendor Managed Inventory“ (VMI) bekannt. Bei VMI generiert der Hersteller die Bestellungen für den Handel auf Basis eines Bestandsberichtes, welcher regelmäßig vom Handel an den Hersteller übermittelt wird. Die in Deutschland am meisten verbreitete Methode ist allerdings das „Co-Managed Inventory“, bei dem der Hersteller das Bestellwesen der Normalware übernimmt, Bestellungen von Aktionsware jedoch weiterhin durch den Handel erfolgen. Um diesen Prozess sauber im elektronischen Datenaustausch abzuwickeln ist z. B. eine klare Trennung der Bestände im Bestandsbericht erforderlich.

Dies war ein wesentlicher Punkt, welcher eine Überarbeitung der Empfehlung im Jahre 2005 erforderlich machte. Die im Februar über den Lenkungskreis ECR Supply Chain einberufene Projektgruppe mit zahlreichen Vertretern aus Industrie und Handel überarbeitete die Empfehlung und passte diesen den praktischen Gegebenheiten an. Neben den Prozessbeschreibungen wurden auch die Informationsprofile, welche die Basis für die elektronischen Nachrichten wie ORDERS (Bestellung), INVRPT (Bestandsdatenbericht), SLSRPT (Verkaufsdatenbericht) bilden, geprüft. Außerdem wurden die Prozesse für die Streckenbelieferung und für Sonderfälle bei gewissen Produkten, wie z. B. frische Ware berücksichtigt.

Die aktualisierte Empfehlung wird im Release Management des Supply Chain Management Handbuchs berücksichtigt und ist natürlich als Download im Online Portal von GS1 Germany erhältlich.

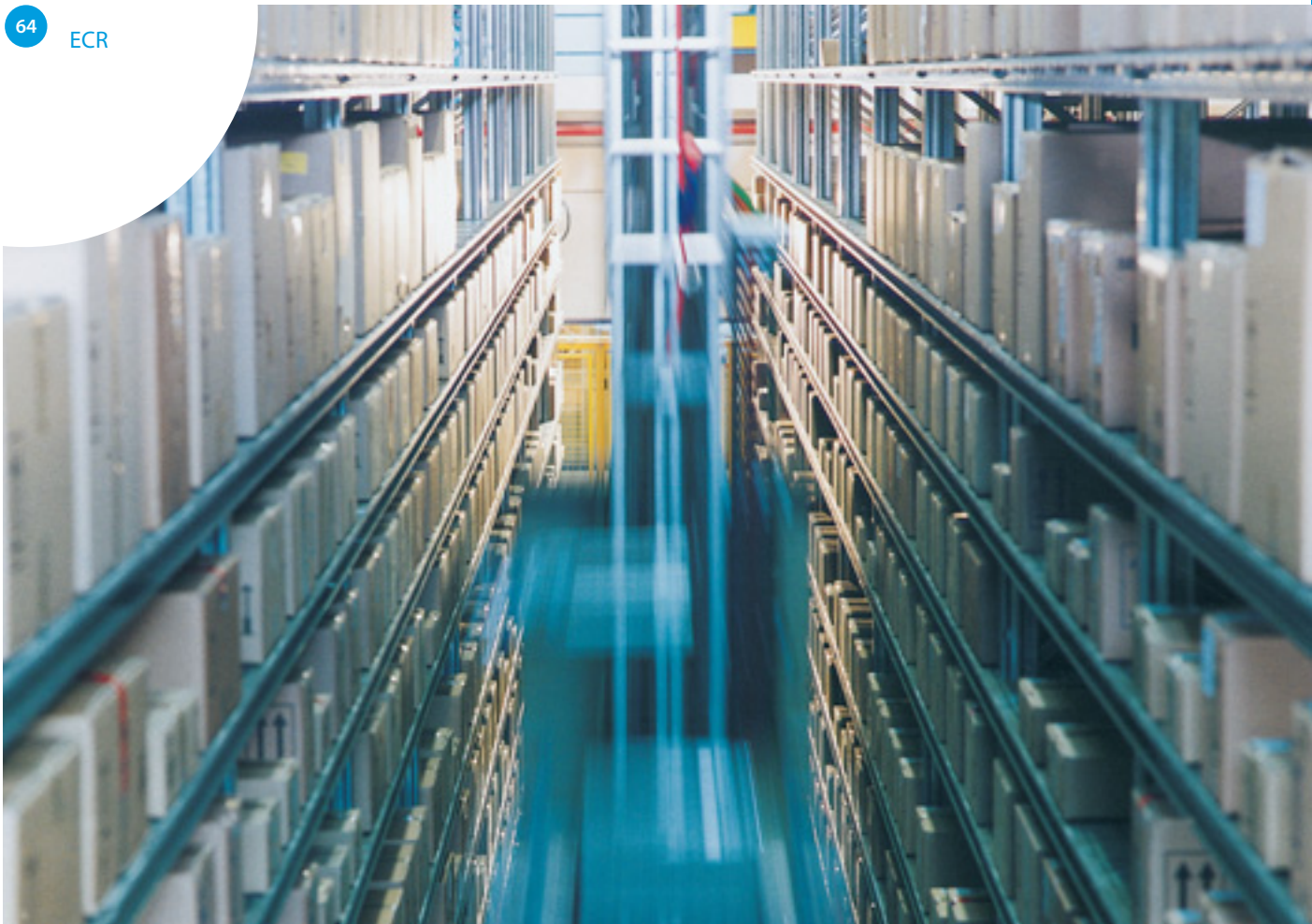
Shelf Ready Packaging – So gleich wie möglich, so unterschiedlich wie nötig: Auf die Verpackung kommt es an

Ein verkaufsfertig verpacktes Produkt durchläuft auf dem Weg zum Point of Sale zahlreiche Stufen auf der logistischen Kette. Neben allgemeinen Anforderungen wie dem Schutz des Produktes vor äußeren Einflüssen stellt jede Stufe besondere Herausforderungen an Einwegtransportverpackungen (ETV), die aus unterschiedlichen Bedürfnissen auf der logistischen Kette resultieren. Während für den Handel insbesondere die Anforderungen an ein effizientes Handling der ETV während der Prozesse im Zentrallager und der Filiale sowie des Transportes im Mittelpunkt stehen und in den Filialen des Handels die Minimierung des Handlingaufwandes bei der Regalbestückung Priorität hat, stellt die Industrie andere Anforderungen. Herstellerseitig wird angestrebt, für einzelne Produkte für die zu beliefernden Märkte die gleiche ETV bezüglich Verpackungstyp und Kartoninhalt einsetzen zu können. Dadurch sinkt der Aufwand in den Produktionsstätten, es wird eine bessere Kapazitätsauslastung der Abpackmaschinen erreicht und eine höhere Flexibilität in Bezug auf die Belieferung der Märkte erzielt. Dies ermöglicht eine Standardisierung der Verpackungstechnologie und den günstigeren Einkauf von Verpackungsmaterial in größeren Mengen. Viele ETV erfüllen heute nicht durchgängig die an sie gestellten Anforderungen bezüglich Handling, Marketing und Entsorgung der Verpackungen. Inkompatibilitäten und Ineffizienzen sind die Folge. Shelf Ready Packaging (SRP) bezieht sich auf ein Produkt, welches in einer vermarktungsgerechten Verpackungseinheit angeliefert, leicht in ein Regal geräumt werden kann. Dazu gehören auch die eindeutige Identifizierbarkeit des Produkts sowie das einfache Handling der Umverpackung.

Hierfür existieren auf europäischer Ebene unterschiedliche Anforderungskataloge. Die Erfüllung sämtlicher Anforderungen kann zu Ineffizienzen in der Lieferkette führen. Gerade international agierende FMCG (Fast Moving Consumer Goods)-Hersteller sehen sich hier mit Problemen angesichts der mitunter stark variierenden Anforderungen konfrontiert. Für die gesamte logistische Kette erwachsen neue Herausforderungen aus neuen Rahmenbedingungen, die durch technische Weiterentwicklungen im Bereich Verpackung und neue Anforderungen bei logistischen Prozessen entstanden sind.

Eine europäisch besetzte Arbeitsgruppe unter Leitung von ECR Europe hat sich zum Ziel gesetzt, die bestehenden Anforderungen zu harmonisieren. Es gilt, ein Gleichgewicht zu finden, das zwar die Individualität des Produktes unter Marketing-Gesichtspunkten berücksichtigt, gleichwohl aber ein maximal vertretbares Höchstmaß an Standardisierung bietet. GS1 Germany hat zur Wahrnehmung der nationalen Interessen einen Vertreter in die europäische Arbeitsgruppe entsandt.





Routing Informationen – Integration logistischer Steuerungsinformationen in die Empfehlungen von GS1 Germany

Logistik-Dienstleister spielen bei der Lagerung, der Kommissionierung und beim physischen Transport der Ware zwischen den Beteiligten in der Wertschöpfungskette eine zentrale Rolle. Gerade im Zusammenhang mit dem physischen Transport der Ware können visuelle Versand- sowie Routing-/ Steuerungsinformationen für Logistik-Dienstleister eine wichtige Rolle spielen. Bisher ist die Anbringung dieser Informationen in den ECR-Empfehlungen zur Etikettierung von Versandeinheiten unter Anwendung des EAN 128-Transportetiketts („Efficient Unit Loads“ (EUL)) nicht geregelt. Hintergrund ist die Tatsache, dass die EUL-Empfehlung stark auf die Abstimmung des Bestell- und Bestandswesens zwischen Handel und Industrie fokussiert. Die Ergänzung der Empfehlung um (optionale) Versandinformationen erhöht aus Sicht der Logistik-Dienstleister die Umsetzbarkeit der Empfehlung.

Um die bestehende Empfehlung um diese Informationen zu ergänzen, wurde Anfang 2005 eine von Handel, Industrie und Logistik-Dienstleistern besetzte Arbeitsgruppe gebildet. Im Ergebnis empfiehlt die Arbeitsgruppe:

- Darstellung einer Option zur Integration von logistischen Steuerungsinformationen bei der Etikettierung von Versandeinheiten mit dem EAN 128-Transportetikett (entweder im bestehenden oder in einem zusätzlichen Etikett). Dies sind u. a.: Information des Logistik-Dienstleisters (Leitinformation), Anzahl Packstücke, Referenznummer.
- Berücksichtigung der Begriffe Warenidentifikationsetikett und Versandetikett bei der Etikettierung von Versandeinheiten

Die Empfehlungen der Arbeitsgruppe wurden im Frühjahr 2006 verabschiedet und werden in die EUL-Empfehlungen eingearbeitet.

Weiteres Ziel der Arbeitsgruppe war die Förderung des Dialogs mit Paket-/KEP-Dienstleistern, um auch hier die Anwendung der GS1-Standards in den Prozessen zu gewährleisten. Im Rahmen des Projektes wurden erste Diskussionen mit unterschiedlichen Dienstleistern geführt. Langfristig werden die Paket-/KEP-Dienstleister mit in den Logistik-Dienstleisterkreis eingebunden.



Business Solutions & Consult

Wissen vermitteln. Möglichkeiten aufzeigen. Lösungen umsetzen. Leistung von A bis Z: GS1 Germany entwickelt für ihre Kunden Lösungen entlang der Wertschöpfungskette. Das Ergebnis ist ein Leistungsportfolio, das wesentliche Fragen im Rahmen von Implementierungen abdeckt.





enable

Eingetretene Pfade verlassen.
Gemeinsam neue Wege entdecken





Business Solutions & Consult

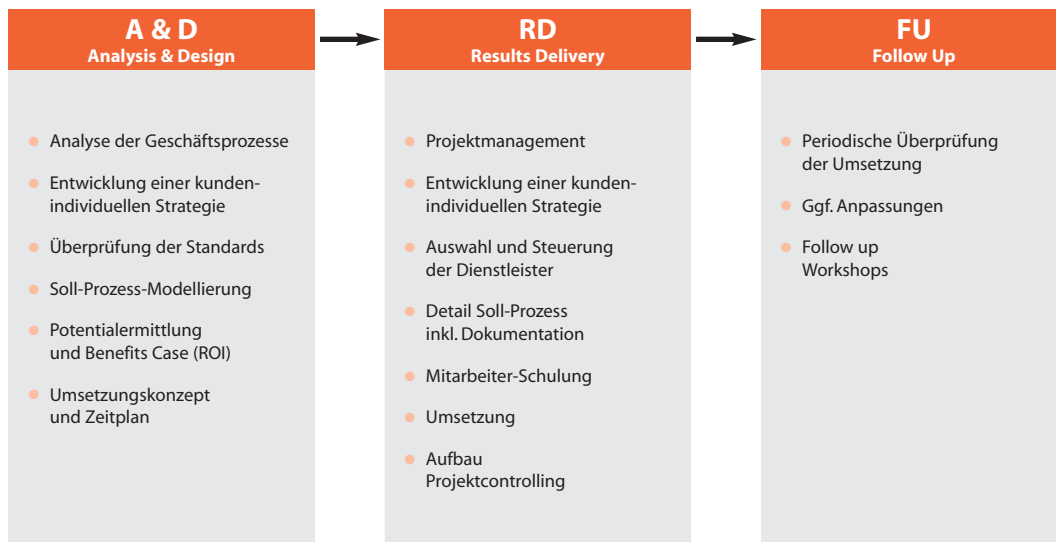
In den letzten drei Jahrzehnten hat die GS1 Germany auf Basis international abgestimmter Standards die Optimierung von Geschäftsprozessen entscheidend mit gestaltet. Das dabei gesammelte Erfahrungspotenzial bildet die Expertise des Bereiches CONSULT.

Die Inspiration von CONSULT ist es, die gesamte Wertschöpfungskette des Kunden zu analysieren und mit Hilfe der GS1-Standards konsequent zu optimieren.

Als neutrale Organisation arbeitet GS1 objektiv und unabhängig. Dadurch sind die Mitarbeiter von CONSULT in der Lage, die beste Lösung am Markt für den Kunden auszuwählen und zu implementieren.

Der Fokus liegt bei der Umsetzung der GS1-Standards bzw. der Optimierung von Prozessen. Dadurch soll die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen, insbesondere des Mittelstandes, nachhaltig gestärkt werden.

Hieraus resultiert das Leistungsportfolio, dass von dem Beraterteam der CONSULT gemeinsam mit dem Kunden abgestimmt wird. Dieses gliedert sich in folgende drei Phasen:



Das CONSULT-Leistungsangebot im Überblick:

CONSULT berät bei der Optimierung interner und unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse unter Berücksichtigung globaler Standards und neuester Technologien. Ziel ist auch hier, kosteneffiziente Prozesse zu implementieren, um damit die Konkurrenzfähigkeit des beratenen Unternehmens zu steigern.

Die Einführung und Weiterentwicklung von integrierten eBusiness-Lösungen stellt für viele Unternehmen noch eine Herausforderung dar. Bei der Umsetzung solcher Lösungen sind heute weniger die technischen Anforderungen ein Problem als die notwendigen organisatorischen und prozessorientierten Veränderungen im Unternehmen. Hierfür haben die Berater von GS1 erprobte Umsetzungsbausteine entwickelt, die kundenspezifisch eingesetzt werden. Dies gewährleistet eine schnelle Realisierung zu einem überzeugenden Kosten-Nutzen-Verhältnis.

In den heutigen komplexen und verkehrsträgerübergreifenden Logistikketten sind globale Standards eine unverzichtbare Voraussetzung. Ihre durchgängige Nutzung bietet ein hohes Potenzial zur Effizienzsteigerung für alle Beteiligten in der Supply Chain. Für das Ausschöpfen dieser Möglichkeiten bieten sich die von der GS1 erarbeiteten logistischen Konzepte wie z. B. Cross Docking an. Die Berater der GS1 sind erfahrene Ansprechpartner für die Synchronisation dieser Prozesse und die Auswahl benötigter Technologien.

Es existieren ebenso praxiserprobte Instrumentarien für die Demand Side. Die Strategie, die den Kundennutzen in den Mittelpunkt stellt und eine enge Kooperation zwischen Händler und Hersteller voraussetzt, ist das Category Management. Dieser Lösungsansatz und seine Umsetzung wird durch CONSULT unterstützt.

Unabhängig welches Modul aus dem Angebot angenommen wird, CONSULT begleitet über den gesamten Prozess, von der Analyse über die Umsetzung bis hin zum Training und der Weiterbildung.



GS1 Germany-Umsetzungsstudie

Aktuelle Studien von GS1 Germany haben gezeigt, dass es noch große Effizienzpotenziale in der Durchsetzung von Standards im Prozessmanagement gibt.

Die vom Euro Handelsinstitut im Auftrag von GS1 Germany durchgeführte Studie befasste sich mit der Umsetzung von Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards sowie erstmals mit Enabling Technologies sowie ausgewählten Aspekten zu Supply Chain, Category Management und RFID.

Zwar nutzen bereits über 95 Prozent der befragten Unternehmen EANCOM®-Nachrichten, aber meistens nur wenige Arten, vor allem Invoice und Orders, mit jeweils gut 20 Prozent ihrer Lieferanten, was einem Umsatzanteil von jeweils über 40 Prozent entspricht. Die führenden Hersteller decken mit der Hälfte ihrer Handelspartner sogar 60 bzw. 75 Prozent ihres Umsatzes mit diesen Nachrichtenarten ab. Alle übrigen Arten kommen im Schnitt bei weniger als 7 Prozent der Befragten zum Einsatz.

Obwohl 43 Prozent aller Anlieferungen ein EAN 128-Etikett mit NVE aufweisen, werden nur 8 Prozent der Lieferungen mit DESADV begleitet. Hier zeichnet sich jedoch eine Steigerung ab, da die befragten Unternehmen die Umsetzung von DESADV forcieren. Insgesamt steht die EANCOM®-Umsetzung mit fast 30 Prozent aller Nennungen eindeutig an der Spitze aktueller ECR-Projekte bei Industrie und Handel.

Die mit 40 Prozent größten Hürden bei der Nutzung von EDI-Standards stellen nach Aussage der Unternehmen Probleme mit der Datenübertragung, Datenverarbeitung und oftmals unklare Datenstandards – meistens durch firmenspezifische Auslegungen oder Abweichungen vom Standard – dar. Erst an zweiter Stelle folgen Kosten und Aufwand. Auch mangelnde Fähigkeiten und fehlende Bereitschaft der Geschäftspartner behindern nach wie vor den durchgängigen elektronischen Datenaustausch. Der Wille zur Zusammenarbeit ist jedoch häufig vorhanden.

Category Management und Optimal Shelf Availability

Rund 35 Prozent der Handelsunternehmen führen regelmäßig Category Management (CM) durch. Auch wenn die großen Filialisten im Schnitt 30 Kooperationspartner haben, heißt das, gemessen an der Gesamtzahl der Lieferanten, Kooperationen mit unter 2 Prozent der Geschäftspartner. Hersteller arbeiten im Schnitt immerhin mit knapp 10 Prozent der Abnehmer zusammen. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Sortimentsoptimierung. Bei der Vermeidung von Out-of-Stocks gestaltet sich die Verteilung gleichmäßiger: Etwa 20 Prozent der Händler und Hersteller kooperieren miteinander, um die Regalverfügbarkeit von Artikeln zu verbessern. Letztere aber durchschnittlich nur mit 2,5 Partnern.



ECR-Trendstudie

Die ECR-Trendstudie 2005, eine gemeinsame Studie der GS1 Germany, Accenture und der Lebensmittel-Zeitung, wurde im September 2005 fertiggestellt. Zehn Jahre nach der Gründung der europäischen ECR-Initiative zieht sie eine Zwischenbilanz: Welche Erfolge wurden erreicht, was waren die Hindernisse und welche Erwartungen werden in den nächsten Jahren mit ECR verbunden?

Mehr als 300 ECR-Experten aus Industrie und Handel sind im Rahmen von persönlichen Interviews und Online-Umfragen um ihre Einschätzung gebeten worden. In den insgesamt sehr offenen Gesprächen wurde deutlich, dass trotz der schwierigen Gesamtsituation in Deutschland – oder gerade deswegen – ECR als Kooperationskonzept zwischen Industrie und Handel immer mehr an Bedeutung gewinnt. Darüber hinaus bescheinigen die Experten den ECR-Methoden und -Techniken deutliche Kostensenkungs- und Umsatzsteigerungspotenziale.

Die Studie hat aber auch gezeigt, dass der aktuelle Umsetzungsgrad sowie die Implementierungsabsichten der Unternehmen diese hohe Relevanz von ECR nicht in dem Maße widerspiegeln. Eine nähere Untersuchung der Hemmnisse hat gezeigt, dass die Probleme sowohl in den eigenen Unternehmen liegen, als auch in einer nicht immer partnerschaftlichen Zusammenarbeit begründet sind. Und genau hier liegen die Herausforderungen, die es auf dem Wege einer breiten ECR-Umsetzung zu lösen gilt.



PROZEUS – Prozesse und Standards – gefördert vom BMWi

Praxisorientierte Umsetzungshilfe für den Mittelstand bis 2008 zu Standards im eBusiness

Auf Grundlage der mehr als dreißigjährigen Erfahrung von GS1 Germany bei Prozessen und Standards in der Konsumgüterwirtschaft beantworten Experten im Projekt PROZEUS seit über drei Jahren kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) Antworten auf Fragen wie:

- Unternehmensprozesse optimieren – aber wo?
- eBusiness einführen – aber wie? und
- eBusiness-Standards einsetzen – aber welche?

Zahlreiche durchgeführte Projekte belegen heute den praxisorientierten Einsatz der Standards; alle Unternehmen haben ihre Prozesse – zum Teil erheblich – verbessert und dadurch ihre Wettbewerbsposition am Markt gestärkt.

Weiterhin Handlungsbedarf

In einer ersten PROZEUS-Phase konnten KMU durch Veröffentlichungen und Informationen Nutzen und wirtschaftliche Vorteile von eBusiness-Standards näher gebracht werden. Erfahrungen und Ergebnisse aus Projekten zur beispielhaften Einführung von eBusiness in ausgewählten kleinen und mittleren Unternehmen wurden im Detail veröffentlicht. Auf diese Weise ist ein umfassender Katalog von Erkenntnissen aus KMU zu den Basisstandards von GS1 Germany entstanden, wie Artikelstammdaten und die elektronische Kommunikation mittels EANCOM®-Nachrichten, aber auch zu den aufbauenden ECR-Prozessempfehlungen zu Logistik- und Marketingzwecken, wie dem EAN 128 Transportetikett, VMI und Category Management.

Das BMWi setzt die Förderung des Projekts bis 2008 wegen einer starken Resonanz in der mittelständischen Wirtschaft und des ungebrochenen Bedarfs an Information und Hilfestellung fort. In den nächsten drei Jahren bietet PROZEUS weiterhin praxisingerechten Beistand sowie neue Pilotprojekte zum anwendungsorientierten Einsatz von eBusiness-Standards in KMU. Hierzu wird GS1 Germany wieder neue Projekte zur Umsetzung in KMU, gefördert vom BMWi, durch eigene Experten begleiten. Im Transfer der Erkenntnisse soll zugunsten der mittelständischen Entscheider ab 2006 der Fokus noch stärker auf KMU-nahe Multiplikatoren aus Verbänden bzw. Interessenvertretern gelegt und entsprechende Dienstleister aus dem Mittelstand noch mehr eingebunden werden. GS1 Germany wird im Rahmen von PROZEUS zukünftig ebenfalls wieder kleine und größere Informationsveranstaltungen durchführen – in Form von Workshops mit Kooperationspartnern mit lokalem Bezug oder mit überregionaler Bedeutung.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie befähigt mit der Initiative „PROZEUS – Prozesse und Standards“ kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in Deutschland, Geschäftsprozesse elektronisch abzuwickeln und gibt hierzu entsprechende Hilfestellung.

PROZEUS ist ein Verbundprojekt von GS1 Germany und der Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH. Die gemeinsame Transferplattform www.prozeus.de stellt kostenfrei praxisingerechte Informationen und Anwendungsbeispiele sowie Broschüren und Merkblätter zur Recherche und zum Download bereit.





Umsetzungsinitiative 2005

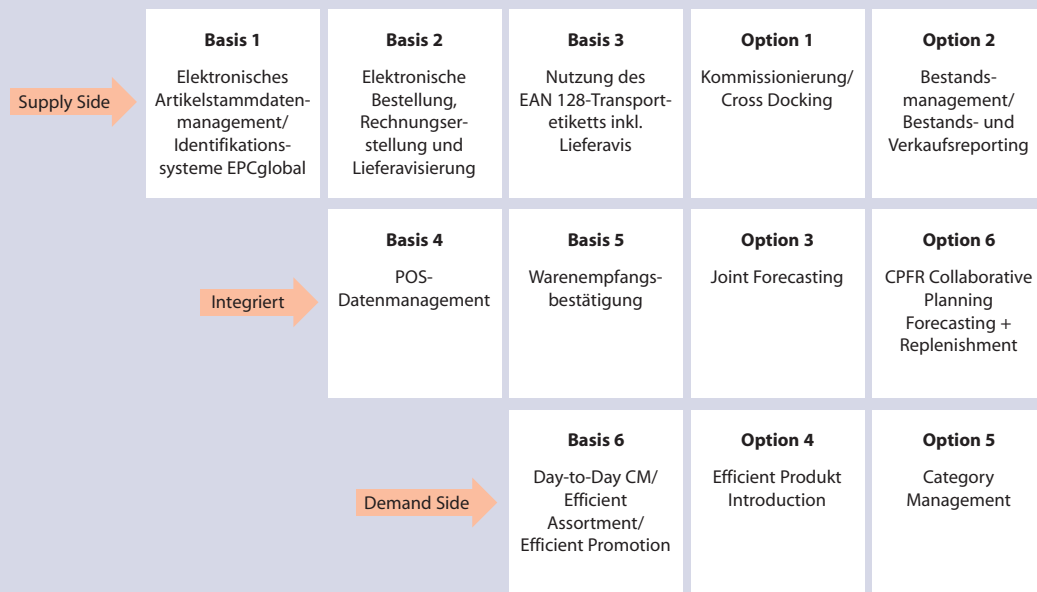
Die ECR Umsetzung bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) ist ein Schwerpunkt der Arbeit der GS1 Germany. Seit 2003 führt GS1 Germany als Moderator und Know-how-Träger gemeinsam mit führenden deutschen Handelsunternehmen die Umsetzungsinitiative durch. Ziel der Umsetzungsinitiative ist es, durch praxisnahe Workshops KMU den Nutzen von ECR aufzuzeigen und den Einstieg in die Umsetzung zu erleichtern.

Die Workshops setzen neben der Vermittlung von Grundwissen zur Umsetzung von ECR sehr stark auf den Dialog zwischen den großen Handelsunternehmen mit den KMU-Vertretern. Hierbei wird deutlich, warum die Kunden für die Abwicklung ihrer Prozesse auf die ECR-Basistechnologien zurückgreifen und welche Vorteile durch den Einsatz dieser Technologien beim Lieferanten entstehen. Der Dialog mit den Vertretern der anwesenden Handelsunternehmen ermöglicht es hierbei, konkrete Schritte für die Umsetzung zu vereinbaren. Nicht zuletzt stehen während der Veranstaltung unterschiedliche Dienstleister als Ansprechpartner zur Verfügung.

Zur einfacheren Vermittlung der ECR-Umsetzung wurde ein modulares Umsetzungsszenario für Handel und Lieferanten entwickelt (s. Grafik). Das Szenario macht den abstrakten Begriff ECR greifbarer und zeigt Einzeletappen auf, mit denen die Umsetzung von ECR transparent und planbar wird. Im Zentrum steht hierbei die Optimierung der logistischen Abläufe basierend auf den Werkzeugen für die Identifikation von Waren, Partnern, Standorten und logistischen Einheiten (EAN, ILN, NVE) und zum elektronischen Austausch von Stamm- und Bewegungsdaten (SINFOS, EANCOM®).

Auch zu dem Schwerpunktthema „Rückverfolgbarkeit und Warenrückruf“ wurden KMU-Workshops durchgeführt.

Wie in den vergangenen Jahren nutzten mehreren hundert KMU-Vertreter auch in 2005 die Gelegenheit, sich in den Workshops über den Nutzen von ECR zu informieren und erste Schritte zur Umsetzung zu planen.





Das Branchenmanagement stellt sich vor

Gezielt und individuell betreut durch GS1 Germany

Dass Kleiderbügellogistik für Obst- und Gemüselieferanten uninteressant ist und Baumarktbetreiber sich kaum mit dem Thema Einwegpfand auseinandersetzen werden, ist nur natürlich. Um so wichtiger ist es, jeder Branche Informationen und Beratung individuell anzubieten.

Kennen Sie schon alle Standards, die für Sie relevant sind? Kennen Sie die spezifischen Herausforderungen, denen sich Ihre Branche in naher Zukunft stellen wird? Wissen Sie, wie Sie gesetzlichen Auflagen in Qualitätsmanagement, Verpackung, Identifikation und Rückverfolgung gerecht werden können?

Branchenorientiertes Spezialwissen

Hier unterstützen und beraten erfahrene Branchenmanager von GS1 Germany. Ihr Ziel ist es, jeder Branche gezielt bei der Umsetzung von Standards und bei der Lösung neuer Anforderungen zur Seite zu stehen.

Das Grüne Sortiment stellt sich auf EAN-Standards ein.

Basis für das Branchenmanagement ist die GS1-Projektgruppe „ECR-O+G, Blumen und Pflanzen“. Es sind über 30 Unternehmen aus Handel und Industrie in der Projektgruppe vertreten: Angestrebt werden einheitliche Anforderungsprofile hinsichtlich einer eindeutigen Artikel- und Versandkennzeichnung.

Die gesetzliche Forderung nach einer Rückverfolgbarkeit ist auch bei Obst und Gemüse nicht ohne Folgen geblieben. Aber auch der gestiegene Qualitätsanspruch und der Aufbau entsprechender Qualitätssicherungssysteme erfordert eine eindeutige Kennzeichnung der Produkte mit einer Artikelnummer, einer Losnummer und optional der Quellenreferenz. Um die derzeitige Situation in Zahlen zu fassen, wurde im August 2005 eine Erhebung in acht deutschen Lägern der beteiligten Handelsunternehmen durchgeführt. Es wurde untersucht, ob und welche Artikelkennzeichnung bei dem jeweiligen Artikel vorzufinden war und welche Qualität die vorhandenen Strichcodes hatten. Bei der Untersuchung konnte ein bereits hoher Anteil an gekennzeichneten Produkten festgestellt werden. Die Qualität der Strichcodes entsprach aber nicht den Erwartungen.

Eine weitere Herausforderung bietet das anvisierte Ziel eines einheitlichen Systems zur Rückverfolgbarkeit der eingesetzten Verpackungen.

Die Gesundheitsbranche

Der Kostendruck im Gesundheitswesen steigt seit Jahren unaufhörlich. Doch bei all den steigenden Anforderungen darf das wichtigste Ziel nicht in den Hintergrund rücken: die Patientensicherheit. Um diese auch zukünftig zu gewährleisten, suchen sowohl Unternehmen als auch Krankenhäuser verstärkt nach Möglichkeiten, ihre Prozesse zu optimieren und dem Kostendruck entgegenzuwirken. Dementsprechend wurde auch seitens GS1 Germany dem Gesundheitswesen ein besonderer Stellenwert eingeräumt. Ziel ist, die GS1-Standards noch stärker in den Unternehmen und Krankenhäusern zu etablieren. Dazu tragen Pilotprojekte zum Thema Barcoding wie bspw. im St.-Marien-Hospital Bonn bei, aber auch Gespräche mit den führenden Industrieverbänden der Branche sowie Veranstaltungen, die sich sowohl mit den altbewährten GS1-Standards als auch mit den Potenzialen von RFID auseinandersetzen. International formiert sich die Branche unter aktiver Beteiligung von GS1 Germany auf globaler Ebene, um den Einsatz der GS1-Standards weltweit voranzutreiben.

Branche: Logistik & Transport

Um die Schnittstelle zwischen Industrie und Handel zu schließen, wurde 1998 bei GS1 Germany der Logistik-Dienstleisterkreis eingerichtet. So sind heute bereits ca. 1.400 Logistik-Dienstleister Teilnehmer am ILN-Nummernsystem. Außerdem existieren zahlreiche praxisorientierte Lösungen für diese Branche, wie z. B. die Anwendungsempfehlung „Informationsfluss Logistik“, in der die allgemeinen Informationsanforderungen für die Transport- und Umschlagsprozesse und die für diese Prozesse erforderlichen Nachrichten spezifiziert werden. Ziel des Branchenmanagements Logistik & Transport ist die stärkere Verbreitung und Nutzung dieser Lösungen und der GS1-Standards durch Logistik-Dienstleister und Transportunternehmen. Deshalb wird angestrebt, Vertreter im Markt direkt anzusprechen und diese vom Nutzen der GS1-Standards zu überzeugen. Des Weiteren sollen die Anforderungen auf alle Verkehrsträger ausgedehnt werden. Daher wird u. a. der Logistik-Dienstleisterkreis kontinuierlich durch Vertreter aus Luftfahrt, Bahn, Reedereien und KEP-Dienstleistern erweitert.



Branche: Textil/Bekleidung Marktstruktur

Die Textil- und Bekleidungsbranche ist weltweit die zweitgrößte Branche der Konsumgüterwirtschaft nach Lebensmittel (FMCG). Die klassische Sichtweise – hier die Industrie und da der Handel – greift mit Zunahme der sog. Vertikalisierung (z. B. Esprit, Gerry Weber etc.) nicht mehr. Hinzu kommt, dass in den letzten Jahren die Produktion fast vollständig ins Ausland verlagert wurde. So gibt es aktuell alleine in China mehr als 25.000 Produktionsunternehmen.

Die Zahl der Produktionsunternehmen am Standort Deutschland verringerte sich seit 1970 von > 5.000 auf ca. 1.300. Auf der Vertriebsseite überwiegen kleine und mittelständische Handelsunternehmen. Alleine ca. 11.000 sind in Verbundgruppen wie (KATAG, INTERSPORT, usw.) organisiert. Eine Vielzahl von weiteren Vertriebswegen (Discounter, Versandhandel, FMCG, Baumärkte, Möbelhäuser, Parfümerien) neben dem Fachhandel bestätigen die Komplexität dieser Branche. Dazu kommt die Herausforderung, modische Trends frühzeitig zu erkennen und die Bewirtschaftung hochmodischer Ware in globalen Logistikketten mit mehr als 12 Saisonverläufen pro anno zu beherrschen.

Aktuelle Aktivitäten

Aktuell betreibt GS1 Germany die Koordinierungsstelle für den Warenträger der Branche, das Standard-Kleiderbügel-Rückführ-System (SKRS) mit über 70 Mio. Bügeln im Wettbewerb.

Daneben treibt ein Lenkungsausschuss die Einführung der Radiofrequenztechnik RFID/EPC mit Start 2006 sowie die Entwicklung einer Kombi-Diebstahlsicherung voran. Um insbesondere KMU auf den Einsatz von RFID/EPC und zeitgemäße Prozesse vorzubereiten, wird die Umsetzung der etablierten Standards durch Business Solutions & Consult im Markt forciert.

Die Zusammenarbeit mit der Wissenschaft runden die Aktivitäten speziell für die Branche Textil/Bekleidung ab.

DIY + Garten – neuer Schwerpunkt von GS1 Germany

Mit dem Branchenmanagement „DIY + Garten“ setzt GS1 Germany einen weiteren Schwerpunkt und steht der Branche als Plattform für die gemeinsame Gestaltung von Standards- und Prozesslösungen sowie Umsetzungsaktivitäten zur Verfügung. Der Aufbau eines entsprechenden Branchengremiums „DIY + Garten“, in dem sich die führenden Handels- und Industrieunternehmen engagieren, erfolgte im Jahr 2005. Hierzu wurden mit führenden Unternehmen auf Industrie- und Handelsseite zur Festlegung der jeweiligen Prioritäten Workshops durchgeführt. Die Aktivitäten wurden von den Verbänden Bundesverband Deutscher Heimwerker-Bau- u. Gartenfachmärkte, Herstellervereinigung Bau + DIY, sowie Industrieverband Garten unterstützt und begleitet.

Als gemeinsame Priorität von Handel und Industrie in der Branche steht eine einheitliche Lösung im Bereich des Stammdatenmanagements an oberster Stelle. SINFOS stellt hierbei die priorisierte Lösung dar. Weitere Themen werden die Vertiefung der Umsetzung von EDI und mittelfristig der Einsatz des EAN 128-Transportetiketts im Rahmen gemeinsam definierter Prozessabwicklungen sein.

Zentrale Schnittstelle für die Definition der Themen, die Entwicklung von Prozesslösungen und die Begleitung der Umsetzung in der Branche ist das Branchengremium. In dem Gremium sind neben den genannten Verbänden bedeutende Handelsunternehmen der Branche und wichtige Lieferanten aus einem breiten Spektrum an Warengruppen vertreten.

Branche: Getränke

Der ECR-Getränkereis engagiert sich schon seit Jahren für eine zügige Umsetzung der GS1-Standards in der Branche. Ergebnis dieser Arbeit ist eine detaillierte ECR-Empfehlung. Diese basiert auf den Identifikationsstandards ILN und EAN, enthält Informationsprofile für den elektronischen Nachrichtenaustausch EANCOM® und beschreibt die getränkenspezifische Empfehlung zum EAN 128-Transportetikett.

Im Mehrwegbereich überarbeitet die Arbeitsgruppe „Pfand“ derzeit die GS1-Empfehlungen. Jahrelange Erfahrungen aus der Praxis fließen in die Ergebnisse dieser Arbeitsgruppe mit ein und gewährleisten so die Aktualität der Empfehlung.

Herausforderung Pfand

Pfand ist unabhängig von den zu Grunde liegenden Logistikstrukturen (Einweg, Zweiweg oder Mehrweg) derzeit die größte Herausforderung der Getränkeindustrie. Auf etablierte Prozesse kann der neue Markt „Einweggetränke“ dabei noch nicht zurückgreifen, da die Strukturen erst durch die Deutsche Pfandgesellschaft (DPG) geschaffen werden. Das DPG-System basiert jedoch in weiten Teilen auf den Standards der GS1-Gemeinschaft. EAN und ILN, der EAN-13-Strichcode und der Nachrichtenstandard EANCOM® sind auch hier maßgebliche Bausteine für die Steuerung des Clearingprozesses.

Informationsveranstaltung Einwegpfand

Auch im Bereich Öffentlichkeitsarbeit unterstützt GS1 Germany die Deutsche Pfandgesellschaft. In einer gemeinsamen Veranstaltung informierten GS1 Germany, DPG und SINFOS Anfang März erfolgreich über 50 Unternehmen der Getränkebranche über den aktuellen Entwicklungsstand des DPG-Systems.

Wein im Fokus

Neben diesen themenspezifischen Aufgabenstellungen forciert GS1 Germany die Verbreitung der GS1-Standards und die Umsetzung von ECR-Prozessen. So rücken Teilmärkte wie die Weinbranche verstärkt in den Mittelpunkt des Interesses. Insbesondere die traditionellen Mittelstandsstrukturen und die individuellen Vertriebsformen der Weinbranche sollen zukünftig gezielter durch den elektronischen Geschäftsverkehr unterstützt werden. Denn nur so kann sich die Weinbranche im zunehmenden Wettbewerb optimal positionieren und an den Rationalisierungspotenzialen der Standards partizipieren.





Pfandpflicht für Getränke-Einwegverpackungen: Deutsche Pfandgesellschaft (DPG) setzt auf GS1 Germany

Die Standards der GS1 Germany bilden bei der Einführung des bundeseinheitlichen Einweg-Rücknahmesystem das Fundament, um die zahlreichen mit der Rückkehr der Einwegverpackungen im Getränkesortiment verbundenen Herausforderungen zu lösen. Die unter dem Dach der DPG engagierten Handels- und Industrieunternehmen arbeiten mit Hochdruck an der Gestaltung des Regelwerkes für den termingetreuen Start des bundeseinheitlichen Rücknahmesystems (DPG-System) ab Mai 2006. Die Nutzung der GS1-Standards ermöglicht die Realisierung von Kostenvorteilen und eine bewusst einfache Gestaltung des DPG-Systems, was den beteiligten Unternehmen einen höchstmöglichen Nutzen bietet.

EAN: Das Kernelement der Pfandabrechnung

Mit der Mitgliedschaft an der GS1-Gemeinschaft stellt die DPG ihren Teilnehmern eine EAN-Artikelnnummer zur Verfügung. Unter dieser EAN kann die pfandpflichtige Verpackung in einer Lieferavisierung oder in der Rechnung problemlos als eine weitere Position angegeben werden. Die für die Erstellung einer Pfandrechnung notwendige Abgrenzung der Inverkehrbringer erfolgt ebenso über die EAN-Nummer. Damit haben die Arbeitsgruppen der DPG die generellen Rahmenbedingungen für die Abwicklung der Pfandabrechnung zwischen den verschiedenen Systembetreibern geschaffen.

ILN und EAN: Basis für die Rücknahme

Das DPG-System basiert in weiten Teilen auf bereits in der Branche eingeführten Standards, zum Beispiel EAN und SINFOS. Jeder Systemteilnehmer verfügt darüber hinaus zur eindeutigen Identifikation über eine eigene ILN – entsprechend der weltweit gültigen GS1-Standards. Diese weltweite Überschneidungsfreiheit des Strichcodes bildet eine der Voraussetzungen des DPG-Systems, was Discounter vor ein Problem stellt. Zwar scannen Aldi, Lidl und Co. heute auch EAN-Barcodes an ihren Kassen, jedoch handelt es sich dabei in vielen Fällen um die Verschlüsselung unternehmensindividueller Artikelnummern, die nicht die notwendige Überschneidungsfreiheit garantieren. Die Discounter haben sich deshalb entschlossen, die Auszeichnung ihrer für die Rücknahmeautomaten vorgesehenen Gebinde nach den Spezifikationen von GS1 vorzunehmen. Gleiches gilt für die Rücknahme-Automaten, die 8- und 13-stellige EAN-Formate verarbeiten können.

Qualitätsstandard: EAN-13-Strichcode

Die Verarbeitung des EAN-Strichcodes in den Rücknahmeautomaten stellt hohe Ansprüche an die Lesbarkeit des Barcodes. Auch hier verweisen die Arbeitsgruppen der DPG auf die technischen Standards und Empfehlungen zum EAN-13-Barcode und pochen eindringlich auf die Einhaltung derselben.

SINFOS schafft Transparenz

Die Rücknahme selbst erfordert eine hohe Transparenz des Marktes, um die gesetzliche Anforderung zu erfüllen. Denn nicht nur das eigene Sortiment, sondern alle im Markt befindlichen Verpackungen muss ein Händler ab Mai 2006 zurücknehmen. Hierfür schafft der zentrale DPG-Stammdatenpool für Getränke-Einwegverpackungen die notwendigen Voraussetzungen. Grundlage hierfür ist das Know-how von SINFOS, einem Joint Venture von PIRONET NDH und GS1 Germany, die die DPG-Datenbank entwickeln und betreiben wird.

EANCOM® und XML: Standards für die IT-Schnittstellen

Hersteller können die für die Einwegpfandabwicklung notwendigen Daten über separate Schnittstellen der DPG-Stammdatenbank zur Verfügung stellen. Auch bei diesen Schnittstellen hat GS1 Germany die DPG bei der Festlegung der notwendigen Informationsprofile sowie der Erstellung der Dokumentation in den definierten Übertragungsformaten (Flatfile, EANCOM®, XML) unterstützt. So kann eine rasche Implementierung der notwendigen EDI-Prozesse auf Seiten der Systemteilnehmer problemlos erfolgen.

Damit sind die Voraussetzungen für eine effiziente Einführung des DPG-Systems ab Mai 2006 auf Basis der GS1-Standards gegeben.



EVENT

Veranstaltungen machen Themen erlebbar. Erklärungsbedürftige Lösungen und Dienstleistungen werden verständlich. Und sie bieten noch viel mehr ...





create

Beziehungen knüpfen.
Erfahrungen weitergeben





Aus der Praxis für die Praxis!

Unter diesem Fokus hat GS1 Germany auch im Jahre 2005 eine Vielzahl von attraktiven und zielgruppengerechten Veranstaltungsformaten aufgelegt und organisiert. Von Konferenzen über Tagungen bis hin zu Seminaren und Workshops erstreckte sich das umfangreiche Angebot, in dem renommierte Fach-Experten aus Industrie, Handel, Dienstleistung und Wissenschaft ihre praxisorientierte Kompetenz unter Beweis stellten. Vermittelt wurden innovative und zukunftsweisende Strategien, Technologien sowie Organisations- und Arbeitsabläufe zur Optimierung von Geschäftsprozessen.

Zu den Highlights 2005 zählten:

- 6. ECR-Tag – Näher am Kunden, erfolgreicher am Markt
- ECR Award 2005
- EAN-Gesundheitskongress
- ECR live! Tagung

6. ECR-Tag – Näher am Kunden, erfolgreicher im Markt

Der ECR-Tag widmete sich dem Spannungsfeld zwischen Discontnern und Volls Sortimentern

Wer hat das erfolgreichste Vertriebs- und Marketingkonzept? Was will der Verbraucher wirklich? Was bietet ECR in diesem Zusammenhang? Diese und viele weitere Fragen beantwortete der 6. ECR-Tag, zu dem rund 1.300 Handels- und Industrievertreter nach Düsseldorf kamen. Unter dem Motto „Näher am Kunden, erfolgreicher im Markt – ECR im Spannungsfeld von Discontnern und Volls Sortimentern“ richtete sich der Branchentreff der deutschen, österreichischen und schweizerischen Konsumgüterwirtschaft mit seinen Workshops und Vorträgen auch an die Logistikdienstleister, die Textilwirtschaft und die Do-it-yourself-Branche.



Discounter so beliebt wie noch nie

Auf Grund des Wachstums von Discountern hat sich in den vergangenen Jahren der Konsumgütermarkt radikal verändert. Ziel des ECR-Tages war es deshalb, das Nebeneinander und mögliche Miteinander der Discounter und Vollsortimenter zu beleuchten.

„In Deutschland ist der Spartrieb stärker ausgeprägt als der Sexualtrieb“, begründete der Schweizer Handelsexperte David Bosshart den Vormarsch der Discounter, deren Marktanteil von 32,1 Prozent im Jahr 2000 auf derzeit 40,5 Prozent hochschnellte. Den Marktauftritt der Discounter verglich der Geschäftsführer des Gottlieb-Duttweiler-Instituts in Zürich mit dem eines Machos, der sich rücksichtslos die Rosinen herauspicks. Die Supermärkte entsprächen dagegen eher den Frauentypen, die sich anpassen und langfristig gesehen gewinnen. Trotz unterschiedlicher Ansätze und Herangehensweisen demonstrierten fast alle Referenten bei einem Punkt Einigkeit: Mit Hilfe der ECR-Methoden lassen sich auch in den nächsten Jahren noch erhebliche Umsatz- und Einsparpotenziale mobilisieren. So waren sich in einer Podiumsdiskussion über die Perspektiven von ECR in den kommenden zehn Jahren auch Dieter Licht, ECR-Direktor der Metro, Heinz-Peter Funke, Hauptabteilungsleiter Logistik Dr. Oetker Nahrungsmittel KG und Jörg Pretzel, Geschäftsführer GS1 Germany, einig: ECR geht weiter. Licht sagte dem Methodenbündel für die nächsten Jahre einen „Quantensprung“ voraus, während Funke vor allem neue Vertriebskanäle erwartet, die es in das ECR-Thema zu integrieren gilt. Auch bei der vorteilhaften Bewertung der Zukunft von RFID herrschte Einigkeit. Dahingegen kritisch bewertete die Experten-Runde jedoch das Tempo der Umsetzung der ECR-Instrumente vor allem durch mittelständische Unternehmen.

Handelskonzerne setzen auf EPC

Bisher haben sich die Handelskonzerne Rewe und Tengelmann ebenso wie die Metro auf den Einsatz von RFID und die Nutzung der Standards von EPCglobal festgelegt. Wie Jörg Sandlöhken, RFID-Projekt-leiter bei Rewe, berichtete, plant Rewe RFID dort einzuführen, wo es für die Prozesse sinnvoll ist. Auch die Kaiser's Tengelmann AG steht laut Logistikleiter Ulf Thomas Kunz vor einem großen EPC-Pilotprojekt. „RFID wird kommen – Sie sollten rechtzeitig dabei sein“, warb Dr. Gerd Wolfram, Geschäftsführer der MGI METRO Group Information Technology, im Plenum.



ECR Award 2005: Beste Managementleistungen für den Verbraucher

Mit dem ECR Award werden alljährlich die besten Management-Leistungen, die Handel und Konsumgüterindustrie für den Verbraucher erbracht haben, ausgezeichnet. Im Fokus stehen dabei Projekte, die die Kundenorientierung im eigenen Unternehmen verbessern und dabei beispielhaft für andere Unternehmen sind. Der ECR Award ist der einzige Preis, der Beispiele unternehmensübergreifender Zusammenarbeit in der Konsumgüterwirtschaft auszeichnet.

Der von GS1 Germany verliehene Preis wurde in drei Kategorien an folgende Gewinner vergeben:

Unternehmenskooperation

Aeroxon Control GmbH/EDEKA Minden-Hannover IT-/logistic service GmbH

ADEG Österreich Handelsaktiengesellschaft/UNILEVER Austria GmbH Ice Cream & Frozen Food

Einzelunternehmen

Henkel KGaA

SPAR Österreichische Warenhandels AG

Ehrenpreis

Heinz-Peter Funke, Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG

Die 17-köpfige Jury des ECR Awards aus Führungspersönlichkeiten des Handels und der Konsumgüterindustrie aus Deutschland, Österreich und der Schweiz hob mit dem Preis das große Engagement von Herrn Heinz-Peter Funke für ECR hervor. Seine Verbundenheit zu ECR begann mit den ersten Schritten von ECR Mitte der 90er Jahre. In seiner Tätigkeit als Logistikchef der Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG war er einer der Vorreiter bei der Einführung und Verankerung von ECR im eigenen Unternehmen.

Am 27. September 2006 wird der ECR Award zum vierten Mal in der Residenz in München verliehen.



Gesunde Standards

Der erste von GS1 Germany veranstaltete „EAN-Gesundheitskongress“ brachte die Standards EAN und RFID im Gesundheitssektor in Schwung

Praxisbeispiele und Zukunftsmusik bot der erste EAN-Gesundheitskongress am 31.5. – 1.6.2005 bei GlaxoSmithKline in München. So standen am ersten Veranstaltungstag neben den etablierten EAN-Identifikations- und Kommunikationsstandards auch die jüngeren Strichcodestandards RSS und EAN Data Matrix zur Kennzeichnung von Abgabeeinheiten im Vordergrund.

In Ergänzung stand am zweiten Tag das Thema RFID auf der Tagesordnung. Dazu stellte GS1 Germany Grundlagen zu RFID/EPC sowie die Empfehlungen der amerikanischen Food and Drug Administration (FDA) in Bezug auf RFID im Gesundheitswesen vor.

An beiden Tagen stand die Praxis im Mittelpunkt: So zeigten die Universitätsklinik Münster sowie die Paul Hartmann AG am ersten Tag Umsetzungen zu den Themen Barcoding sowie EANCOM® – Datenaustausch. Am zweiten Tag berichteten Merck sowie J&J über Erfahrungen und Anforderungen an den RFID-Einsatz in der Distributionslogistik sowie im Bereich Tracking auf logistischen Einheiten. Einen Einblick in den RFID-Einsatz im Krankenhausalltag gaben das Kreiskrankenhaus Gummersbach sowie das Evangelische Krankenhaus Castrop-Rauxel, die die neue Technologie zum Patiententracking bzw. zur Bettenidentifikation einsetzen.

All diese Praxisberichte ergeben zusammen das Fazit des ersten EAN-Gesundheitskongresses: EAN-Identifikations- und Kommunikationsstandards bilden inzwischen einen festen Bestandteil der Geschäftsprozesse im Gesundheitswesen. Auch RFID ist im Gesundheitswesen auf dem Vormarsch, jedoch gilt es, noch einige technische Hürden zu überwinden.

In offenen Umgebungen steht in Anlehnung an die FDA-Empfehlung zunächst der RFID/EPC-Einsatz auf logistischen Einheiten im Fokus. In geschlossenen Umgebungen wie einem Krankenhaus zählt der RFID-Einsatz hingegen bereits zum gelebten Alltag.

ECR live! – Tagungskonzept etabliert

Nach dem erfolgreichen Start der Veranstaltungsreihe „ECR live!“ im Jahr 2004 trafen sich am 02. und 03. November 2005 bereits zum dritten Mal Fachleute aus Industrie, Handel und Dienstleistungsunternehmen, um sich zum Thema Category Management auszutauschen.

Von Experten lernen

Als Auftakt der Veranstaltung, die diesmal unter dem Motto „ECR live! – Category Management – Von Experten lernen“ stand, hatten die Teilnehmer die Möglichkeit eigene Erfahrungen anhand von praktischen Fallbeispielen zu ausgewählten Schritten des Category Management-Prozesses zu sammeln. Geleitet wurden die Workshops von Martin Eckardt, Kraft Foods Deutschland GmbH, und Petra Engels, Trainerin des Lehrgangs zum Zertifizierten ECR D-A-CH Category Manager.

Am 2. Tag gaben Vorträge von Category Management-Experten aus Industrie und Handel von Bahlsen, Danone, dm-drogerie markt, Edeka, Gerolsteiner, Intersnack, und der Metro Group den Teilnehmern die Gelegenheit, an den in Category Management-Projekten gesammelten Erfahrungen teilzuhaben.

Promotions und Sortimente richtig gestalten

Diskutiert wurden unter anderem die Fragen „Wie werden Promotions richtig gestaltet?“ oder „Welche Herausforderungen und Chancen bieten regionale Sortimente?“.

ECR live! Community

Besondere Bedeutung bei ECR live! hat aber auch der Kontakt der Teilnehmer untereinander. Am Abend des ersten Veranstaltungstages wurde in einem Get-Together die Gelegenheit genutzt sich über eigene Praxiserfahrungen auszutauschen. Bis in den späten Abend machten die Teilnehmer davon regen Gebrauch, was zeigt, dass dem Netzwerkgedanken im Category Management zunehmende Bedeutung zukommt.

Fortsetzung und Ausweitung auf Supply Chain Management

Aufgrund der sehr positiven Resonanz der Teilnehmer finden in 2006 zwei weitere ECR live! Veranstaltungen zum Thema Category Management und CRM statt.

Zudem haben wir dieses sehr erfolgreiche Konzept, der Verbindung von praktischer Anwendung und theoretischem Gerüst, um das Thema Supply Chain Management ausgeweitet.

Wie in den Jahren zuvor war GS1 Germany auch in diesem Jahr auf rund 40 Messen und Ausstellungen mit unterschiedlichsten Themen vertreten. Dazu zählten alle relevanten Leitmessen der Branchen sowie diverse regionale und branchenspezifische Messen.





Die Öffentlichkeitsarbeit von GS1 Germany

Mitreden – mitgestalten: Das Bild von GS1 Germany wird natürlich auch durch die Medien geprägt. Mit gezielter Ansprache von Medienvertretern und eigenem Themensetting ist es GS1 Germany gelungen, mehr von sich reden zu machen. Die Medienresonanz war 2005 insgesamt deutlich höher als im Vorjahr. Das größte Presseecho erzielten der ECR-Tag und der ECR Award. Aber auch die alltägliche Basisarbeit mit der Fachpresse zu unseren zahlreichen Themen kam nicht zu kurz und wurde weiter ausgebaut.

Mehr als 60 Beiträge zum ECR-Tag und ECR Award

Mit einem Pressegespräch zum ECR Award und zahlreichen Journalisten nicht nur von der Fachpresse beim ECR-Tag konnte 2005 eine hohe Medienresonanz erreicht werden. So berichteten Handelsblatt, Absatzwirtschaft und die Financial Times Deutschland ebenso wie dpa, die Lebensmittel Zeitung und die Rheinische Post. Und auch die regionalen Zeitungen und Hörfunksender an den Gewinnerstandorten haben den ECR Award aufgegriffen. Dadurch konnte der Bekanntheitsgrad beider Veranstaltungen deutlich gesteigert werden.

Die Basisarbeit als Grundlage

Mit 67 Pressemitteilungen und zahlreichen Hintergrund- und Autorenartikeln hat GS1 Germany die Zusammenarbeit vor allem mit den Fachmedien im vergangenen Jahr weiter ausgebaut. Unsere Botschaften wurden so direkt in die einzelnen Branchen hineingetragen und entsprechend aufgegriffen.

Medienkooperationen

Vor allem die Medienkooperationen mit der Financial Times Deutschland, der Lebensmittel Zeitung, der Logistik inside und der Textilwirtschaft haben dazu beigetragen, die Namensänderung von CCG zu GS1 Germany und damit den neuen Namen zu manifestieren. So ist es gelungen, nicht nur in der Fachwelt, sondern auch darüber hinaus GS1 Germany als Institution mit all ihren Services und Dienstleistungen in die Breite zu tragen.

RFID steht im Fokus

Das größte Interesse der Medien war 2005 eindeutig im Zusammenhang mit dem Thema RFID zu beobachten. Alle überregionalen Tages- und Wochenzeitungen haben die neue Technologie für eine Berichterstattung aufgenommen und häufig einen Zusammenhang zu GS1 Germany oder EPCglobal hergestellt. Besonders groß war das Medienecho auf die Gründung des European EPC Competence Center (EECC) und das neue RFID-Infozentrum in Berlin.

Kundenbroschüre im neuen Outfit

Bewährt und für gut befunden – das ist die Beurteilung der zahlreichen Leser nach einem Jahr GS1 magazin-Lektüre.

Einhergehend mit dem Name Change des Unternehmens hatte auch die ehemalige CCG-Kundenbroschüre „Coorganisation“ in 2005 einen neuen Namen und ein neues Erscheinungsbild bekommen. Mit seinem orangefarbenem Kopf und dem GS1-Logo im weißen Kreis spiegelt das Magazin auf den ersten Blick die neuen Corporate Identity wider.

Eine vereinfachte Rubrizierung der Artikel erleichtert jetzt die Leserführung und ermöglicht dem interessierten Leser gleichzeitig einen schnelleren Zugriff auf bestimmte Themen. So findet er z. B. den Themenschwerpunkt der jeweiligen Ausgabe unter der Rubrik „Titelthema“. Unter „Infos“ und „Aktuelles“ wird kurz & knapp aus der Welt der Standards berichtet. Trendthemen findet man z. B. unter „Impuls“, praktische Anwendungsbeispiele der GS1-Standards unter „Praxis“. Großer Wert wird auch auf die Ankündigung und die Nachberichterstattung der GS1-Veranstaltungen gelegt.

Das GS1 magazin erscheint nach wie vor vier Mal im Jahr und geht an rund 35.000 Leser aus den unterschiedlichsten Branchen, wie z. B. FMCG, Automotive, Textil, Chemie, Logistik u.v.m. Von daher haben viele Anzeigenkunden das Magazin erneut genutzt, um in ihrer Zielgruppe für sich und ihre Produkte und Dienstleistungen zu werben.

GS1 Germany im World Wide Web

Ca. 94.000 Treffer – das ist das Suchmaschinenergebnis für GS1 Germany.

GS1 Germany ist im World Wide Web präsent wie nie zuvor. Wesentliche Plattform für die Kommunikation im Web ist die neugestaltete Homepage von GS1 Germany. Nicht nur das Magazin erhielt einen frischen Anstrich, auch der Internetauftritt wurde überarbeitet. Neben einem neuen Layout wurde auch die Navigationsstruktur vereinfacht.

Unter dem gleichnamigen Menüpunkt sind nun die „Produkte & Dienstleistungen“ von GS1 Germany zu finden. Beispiele aus ausgewählten Projekten stellen den branchenunabhängigen Nutzen der EAN-Standards unter dem Menüpunkt „Projekte“ vor. Journalisten wiederum finden viele Informationen direkt im speziellen Pressebereich des Internetauftritts, während das umfangreiche Print-Angebot im Online-Shop erworben werden kann.

Ca. 2.964.172 Page Impressions und ca. 494.000 Visits zeigen nach einem Jahr, dass das neue Layout sowie die umfangreichen Informationen aus der Welt der GS1-Standards bei den interessierten Internet-Nutzern gut angekommen sind.





Akademische Partnerschaft

Wissenschaft und Praxis gemeinsam für ECR!

Ziel der Akademischen Partnerschaft ist es den Know-how-Transfer zwischen Handels-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen einerseits und der Wissenschaft andererseits voranzutreiben. Dieser Austausch zwischen Akademikern und Praktikern wird insbesondere durch das Mitglieder-Netzwerk der Akademischen Partnerschaft gefördert.

Die Tätigkeitsschwerpunkte in 2005

In 2005 konnten wieder zahlreiche neue Mitglieder gewonnen werden, unter anderem Bitburger Brauerei Th. Simon GmbH, GfK Panel Service Deutschland GmbH, Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA, Wincor Nixdorf Retail Consulting GmbH. Mittlerweile zählen 34 Unternehmen sowie 16 Hochschulen dazu.

Des Weiteren wurden in 2005 weitere vier Fallstudien veröffentlicht:

- „Regionale Differenzen in der Sortiments- und Bedürfnisstruktur bei der Implementierung von Category Management“ behandelt die Fallstudie von Prof. Dr. Lothar Müller-Hagedorn von der Universität zu Köln am Beispiel der Barilla Wasa Deutschland GmbH.
- Die „ECR-Implementierung bei der Manor AG“ stellt die Fallstudie von Prof. Dr. Wolfgang Stölzle von der Universität St. Gallen dar.
- „Die konsequente Verankerung der EAN- und ECR-Prozess-Standards in der mittelständischen-Getränkewirtschaft“ wird in der Fallstudie von Dr. Markus Mau von der Universität Gießen und Andreas Bayha dargestellt.
- Mit dem Thema „ECR/EDI – Strategische Allianzen mit den Handelspartnern“ beschäftigt sich die Fallstudie von Prof. Dr. Herbert Kotzab von der Copenhagen Business School und der Triumph International AG.

Diese Fallstudien werden vor allem in unternehmerischen Weiterbildungsmaßnahmen sowie in der Hochschullehre eingesetzt.

Zur Erhöhung der Bekanntheit von ECR im Allgemeinen und der Akademischen Partnerschaft im Besonderen werden diese Fallstudien in einem Buch in 2006 herausgegeben.

Erstmals auf dem Campus

Am 18. November 2005 lud Prof. Dr. Lothar Müller-Hagedorn an die Universität zu Köln zur vierten Jahrestagung der Akademischen Partnerschaft ein. Der Einladung folgten 80 Teilnehmer aus Industrie, Handel, Dienstleistung und Wissenschaft und informierten sich umfassend über Erkenntnisse und Anwendungsbeispiele im Umfeld von Efficient Consumer Response. Den Kern der Veranstaltung bildeten fünf Vorträge:

- Prof. Dr. Karen Gedenk (Universität zu Köln) stellte ausgewählte Erkenntnisse zum Thema „Efficient Promotion“ dar.
- Prof. Dr. Ulrich W. Thonemann (Universität zu Köln) erläuterte Ergebnisse eines Forschungsprojekts zum Thema „Supply Chain Excellence im Handel“.
- Thomas Obersojer (Technische Universität München) berichtete über Studienergebnisse zum Thema „ECR in der Molkereiwirtschaft“.
- Helmut Artner (Adeg Österreich) stellte im Rahmen seines Vortrags „Intensive Kooperation zur Verbesserung der Warenverfügbarkeit“ dar, wie sein Unternehmen gemeinsam mit Unilever Austria ECR-Ansätze umgesetzt hat.
- Jörg Seehaus (EDEKA Minden-Hannover Holding) erläuterte, welche Erfahrungen sein Unternehmen gemeinsam mit Aeroxon Insect Control bei der Umsetzung von ECR gemacht hat.

Im Anschluss an diese Vorträge wurde im Rahmen einer Gesprächsrunde intensiv über die Verknüpfung von Wissenschaft und Praxis im Umfeld von ECR diskutiert. Prof. Dr. Hendrik Schröder (Universität Duisburg-Essen) und Prof. Dr. Arnd Huchzermeier (WHU Otto-Beisheim-Hochschule) vertraten dabei die Wissenschaft, die Seite der Praxis wurde von Fanny Milstrey (Bahlsen) und Norbert Schillo (Globus) vertreten. Unter der Moderation von Jörg Pretzel (GS1 Germany) diskutierten die Teilnehmer intensiv über das Thema „Ausbildungsprogramme im ECR-Umfeld“. Die Diskussion zeigte, dass Wissenschaft und Praxis bereits in vielen Bereichen zusammenarbeiten und dass beide Seiten gemeinsame Ziele verfolgen. Die Diskussion zeigte jedoch auch, dass die Kooperation in einigen Bereichen noch optimiert werden kann und dass nach wie vor Nachholbedarf besteht.

Die Akademische Partnerschaft wird in diesem Sinne in den kommenden Jahren weiterhin dazu beitragen, dass sich Wissenschaft und Praxis in Bezug auf das Thema ECR austauschen und koordinieren.



SINFOS

SINFOS GmbH mit neuer Gesellschafterstruktur – Weichen neu gestellt

Die PIRONET NDH AG ist seit Ende 2004 neben GS1 Germany neuer SINFOS-Gesellschafter: Damit hat PIRONET NDH 75 Prozent der SINFOS-Anteile übernommen, während GS1 Germany 25 Prozent behalten hat.

PIRONET NDH gehört zu den innovativsten Software- und IT-Lösungsanbietern in den Bereichen Content-Erstellung, Synchronisierung und Verteilung von digitalen Inhalten jeglicher Art. Das Unternehmen bietet ein breites Leistungsspektrum, das alle Teilprozesse der Wertschöpfungskette sowohl unternehmensintern als auch übergreifend mit Lieferanten und Kunden abdeckt. Gemeinsam liefern PIRONET NDH und SINFOS integrierte Gesamtlösungen für Handel und Hersteller.





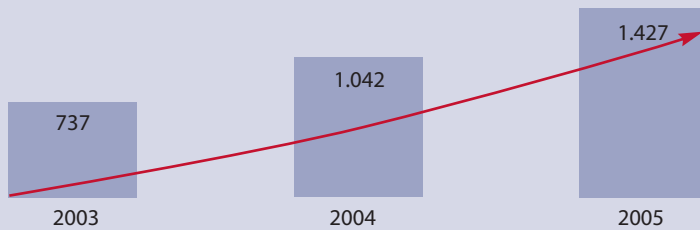


SINFOS 2005: Wachstum und technologische Erneuerung

Nach dem ersten Jahr der intensiven Zusammenarbeit mit der PIRONET NDH AG, seit Ende 2004 neben GS1 Germany neuer Mehrheitsgesellschafter, blickt SINFOS auf ein erfolgreiches Jahr 2005 zurück. Ein Jahr der Expansion, aber auch der Veränderung und Erneuerung. So erfolgte zu Beginn des Jahres der Umzug in die Geschäftsräume der PIRONET NDH, nur wenige hundert Meter vom Gebäude von GS1 Germany entfernt. Vom neuen Standort aus und im Rahmen eines intensiven Technologie- und Know-how-Austauschs mit den KollegInnen der PIRONET NDH konnten neue Projekte erfolgreich umgesetzt und der Kundenstamm deutlich ausgebaut werden. Die Zusammenarbeit führte dazu, dass sich SINFOS als europäischer Marktführer im Bereich Stammdatenaustausch etablieren konnte.

Weiterhin vertritt SINFOS im Auftrag von GS1 Germany die deutschen und europäischen Interessen in den Arbeitsgruppen von GS1, ECR sowie GCI und unterstützt maßgeblich die internationalen Aktivitäten zum Ziel der globalen Standardisierung des Stammdatenmanagements. Dazu zählen neben international gültigen und standardisierten Inhalten, Regeln und Funktionalitäten auch die weitere Etablierung des Global Data Synchronisation Network (GDSN), für das SINFOS in 2005 erfolgreich rezertifiziert wurde.

Steigende SINFOS-Kundenzahlen



Entwicklung der Kundenzahlen in Deutschland

SINFOS in Europa: Mehr als 2000 Kunden, über 1 Million Artikel

Im Laufe des Jahres 2005 zählte SINFOS über 400 neue Kunden aus allen Branchen. Somit nutzen mittlerweile weit mehr als 2000 Unternehmen unterschiedlichster Größe den SINFOS Pool für die Abwicklung ihres Stammdatenaustauschs. Dazu zählt seit Mitte 2005 auch die ahlers Group, mit Marken wie Otto Kern, Gin Tonic, Pioneer und Pierre Cardin einer der führenden deutschen BekleidungsHersteller. Die umfangreichen Sortimente der einzelnen Labels führten mit einer Vielzahl unterschiedlicher Artikel dazu, dass die Zahl der in SINFOS vorgehaltenen Basisartikel zur Jahresmitte erstmals die Millionengrenze überstieg.

Ebenfalls in 2005 wurde die Zusammenarbeit mit der SPAR Handels-Aktiengesellschaft stark ausgebaut. SPAR nutzt den Datenpool nun zu 100 Prozent und übernimmt über eine vollautomatische Schnittstelle sämtliche Artikelstammdaten aus dem SINFOS Pool. Die Daten von rund 100 Lieferanten werden über den Pool in die internen Systeme übertragen. Damit ist SPAR in der Lage, die Synergieeffekte der Stammdatenübermittlung in standardisierter Form zusammen mit den Lieferanten voll auszuschöpfen.

Auch im Bereich Spielwaren entschieden sich im vergangenen Jahr eine ganze Reihe von Unternehmen für die Nutzung von SINFOS. Hersteller wie LEGO, Ravensburger und Schmidt Spiele nutzen den Pool schon seit längerem zum Austausch ihrer Artikelstammdaten. Die Ankündigung der VEDES-Unternehmensgruppe, Europas stärkster Fachhandelsorganisation für Spiel und Freizeit, ab sofort alle Artikelstammdaten aus dem SINFOS-Pool zu beziehen, bedeutete eine Initialzündung für die gesamte Branche. Damit bildet SINFOS nun auch in diesem Segment den Standard für das Management von Stammdaten. Daneben führte auch die enge Partnerschaft zwischen SINFOS und BRANDORA, dem Internetportal für die Spielwarenbranche dazu, dass zahlreiche Lieferanten wie PLAYMOBIL, die SIMBA-Dickie-Group oder ATARI ihre Daten dem Handel via SINFOS zur Verfügung stellen.

Stammdatenbank für das Einwegpfandsystem in Deutschland

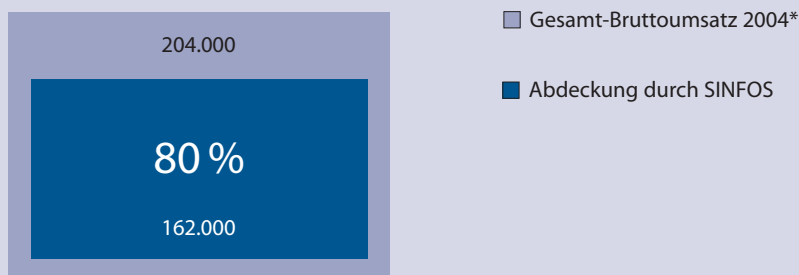
Zu den Highlights des vergangenen Jahres zählte sicherlich der Auftrag zum Aufbau und Betrieb der Stammdatenbank für das zukünftige Einwegpfandsystem in Deutschland. Die Deutsche Pfandsystem GmbH (DPG) beauftragte SINFOS mit der Umsetzung dieses anspruchsvollen Projektes, das im Mai 2006 an den Start gehen wird. In gemeinsamen Workshops zwischen SINFOS und DPG wurden die genauen fachlichen und technischen Spezifikationen des Systems definiert und festgelegt sowie zusätzlich mit der DPG ein Errichtungs- und Betreibervertrag für die Stammdatenbank abgeschlossen. Bei der Projektorganisation arbeiten Vertreter aus Handel und Industrie paritätisch zusammen, um die

Anforderungen der Verpackungsverordnung umzusetzen und dabei die Interessen aller Beteiligten zu berücksichtigen.

Wachstum in vielen Bereichen: SINFOS, SINFOS B.I.P., SINFOS Service

Seit April 2005 bietet die SINFOS B.I.P. GmbH mit der Business Integration Platform (BIP) eine zentrale Betriebsplattform für den universellen Datenaustausch. Die Lösung ersetzt implementierungsintensive Integrationslösungen und versetzt Unternehmen aus Handel und Industrie in die Lage, ihre Daten über Electronic Data Interchange (EDI) und unternehmensübergreifende B2B-Integration schnell, automatisiert und kostengünstig auszutauschen. Mit einem breiten und zukunfts-offenen Spektrum an Integrationsarten für universellen elektronischen Datenaustausch kann die Plattform übersetzen, akzeptiert jeden Kommunikationsweg und übergibt Daten an Geschäftspartner bzw. deren Backend-Systeme. Im Rahmen der Verbindung von SINFOS-Stammdaten und SINFOS B.I.P.-Transaktionsdaten gewinnt der Datenaustausch via EDI auch für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) an Attraktivität. SINFOS B.I.P ist ein Joint Venture der Gesellschafter PIRONET NDH und indatex.

Die Top-Player im deutschen Markt bauen auf SINFOS

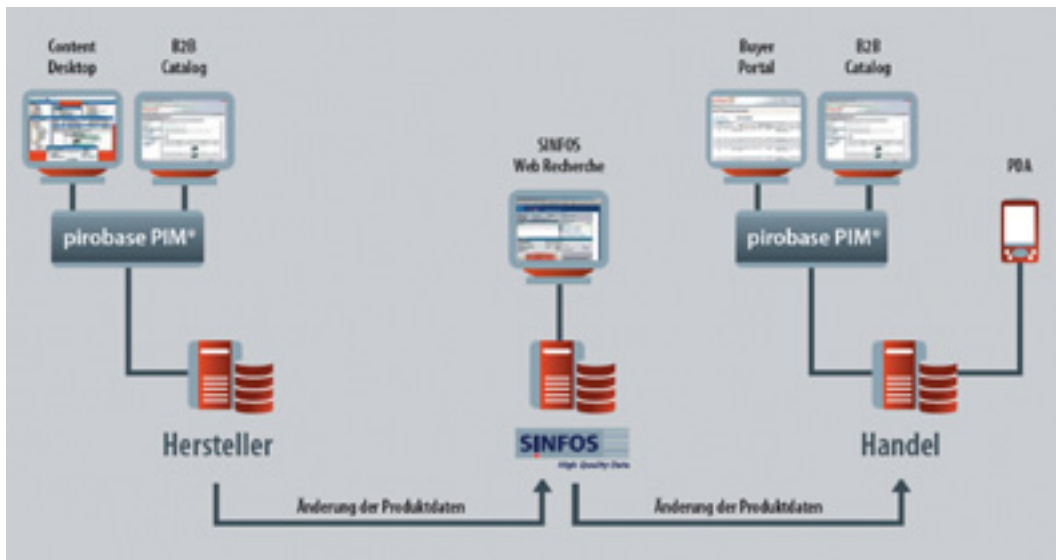


80 % der TOP-30 LEH-Unternehmen nutzen SINFOS

Mit dem Ziel, auch KMU zu überschaubaren und attraktiven Konditionen alle Vorteile des elektronischen Stammdatenaustauschs zu bieten, wurde Ende des Jahres die SINFOS Service GmbH gegründet. Die hundertprozentige SINFOS-Tochter ging aus dem langjährigen Partner IT-Consulting Rautenkranz e.K. hervor und übernimmt die Beratung und den Vertrieb des SINFOS-Lösungsportfolios für kleine und mittelständische Unternehmen. Die Kunden profitieren von individueller Betreuung sowie der professionellen Abwicklung des gesamten Austauschs und können sich somit auf ihr Kerngeschäft konzentrieren, ohne eigene Ressourcen für das Thema Stammdaten vorhalten zu müssen. Ein weiterer Vorteil: die vom Handel geforderte Qualität der Artikeldaten wird sichergestellt.

Technologischer Meilenstein: Umstellung auf Java

Zu den wichtigsten SINFOS-Aktivitäten im Jahr 2005 zählte die grundlegende Überarbeitung der technologischen Infrastruktur des Datenpools. Um die strategischen Ziele zum Ausbau des Portfolios und



Austausch von Stammdaten und Produktinformationen

zur Internationalisierung besser, schneller und mit weniger Aufwand zu erreichen, wurde das Pool-system schrittweise auf die java-basierte Technologieplattform pirobase PIM® umgestellt. pirobase PIM® von PIRONET NDH bietet als leistungsstarke Software für Product Information Management (PIM) die Basis für die effektive Verwaltung und Steuerung umfangreicher Mengen von Produktdaten.

SINFOS bietet gemeinsam mit PIRONET NDH einen Lösungsansatz zur Abbildung der gesamten Content-Wertschöpfungskette. In der Praxis heißt dies, dass sämtliche Daten, Dokumente und Informationen zu einem Produkt parallel zur Lieferkette mitgeführt werden können. Diese Wertschöpfungskette beginnt mit der Produktion beim Hersteller und endet beim Verkauf im Handel. Durch die Nutzung der PIM-Technologie und den Datenaustausch via SINFOS sind Daten aller Art stets aktuell und qualitätsgesichert verfügbar, was für Unternehmen aus Handel und Industrie zahlreiche Vorteile bedeutet. Dies gilt auch für den internationalen Datenaustausch: Die zur Entwicklung von pirobase PIM® eingesetzte Technologie ist mit dem Standard des Global Data Synchronisation Network (GDSN) kompatibel. Somit können Daten bei Bedarf problemlos weltweit synchronisiert, aktualisiert oder abgerufen werden.

Auch im Bereich der Anwendersoftware stellte SINFOS im Jahr 2005 die Weichen neu: Mit SINFOS^{plus} Webforms steht nun eine web-basierte Software zur Verfügung, für deren Nutzung lediglich ein üblicher Internetbrowser erforderlich ist. Das System wird von SINFOS gehostet und bereitgestellt. Es dient zur Erfassung und Pflege von Artikelstammdaten für alle Sektoren und Länder des SINFOS-Datenpools (einschließlich GDSN) sowie des SINFOS-Mediapools.

Neue Heimat für den Datenpool

Die physikalische Heimat des SINFOS-Datenpools befindet sich seit September 2005 im PIRONET NDH-Datacenter in Hamburg. Das Rechenzentrum gehört mit seiner Sicherheitstechnik und umfassenden Objekt- und Datenschutzmaßnahmen zu den modernsten Hochleistungseinrichtungen in Deutschland. Neben der Zertifizierung für den Betrieb geschäftskritischer Anwendungen wie SAP oder Navision verfügt das Rechenzentrum auch über aktuelle Qualitätsauszeichnungen. Dazu zählt bspw. die Erreichung der höchsten Punktekategorie im Rahmen des eco Datacenter Star Audit 2005. Für SINFOS bedeutet der Umzug in das Datacenter einen Quantensprung hinsichtlich Skalierbarkeit, Geschwindigkeit und Sicherheit.

Expansion in Europa

SINFOS gelang es in 2005, die Rolle als führender europäischer Datenpool weiter auszubauen. Dänemark und Italien entschieden sich für SINFOS als Home Data Pool und bieten damit ihren nationalen Hersteller- und Handelsunternehmen eine Plattform zum globalen Datenaustausch. Auch mit den Verantwortlichen einer ganzen Reihe weiterer Länder finden intensive Gespräche über eine zukünftige Zusammenarbeit statt.

Auf der ECR Europe Conference, die im Mai 2005 in Paris stattfand, erfolgte die Bekanntgabe der Kooperation zwischen SINFOS und DADAS A/S, Kopenhagen, was den Startschuss für den Betrieb in Dänemark bedeutete. DADAS (Danish Data Alignment System), 100-prozentige Tochter von GS1 Danmark, bietet als Franchise-Partner Unternehmen in Dänemark über den nationalen Pool hinaus auch den Zugang zum globalen Stammdatennetz. Schon der Beginn der Zusammenarbeit startete verheißungsvoll: Mehr als 150 dänische Unternehmen aus Handel und Industrie hatten im Vorfeld ihre Unterstützung zugesagt.

In Italien übernahm die Epipoli SpA aus Mailand mit Unterstützung von GS1 Italy die Rolle des Franchise-Partners. Das Unternehmen ist Italiens führender Anbieter von innovativen Marketing- und Technologielösungen und hilft Retailern und Herstellern dabei, die Beziehungen zu ihren Kunden zu optimieren. Für SINFOS übernimmt Epipoli die Vertriebsaktivitäten, den Kundensupport und das Marketing in Italien. Fokussierte Zielgruppen sind zum einen Global Player und zum anderen Unternehmen, die bereits SINFOS in anderen Ländern nutzen wie Barilla oder Lavazza. Als wichtiger Dienstleister im Marktsegment Kundenkarten verfügt Epipoli darüber hinaus über zahlreiche Kontakte zur italienischen Handelslandschaft und bringt somit beste Voraussetzungen für die schnelle Etablierung von SINFOS in Italien mit.



GDSN: SINFOS erneut zertifiziert

Auch in 2005 erhielt der SINFOS-Artikelstammdatenspool das Zertifikat für die Teilnahme am Global Data Synchronization Network (GDSN). Das internationale Netzwerk bildet die Basis für den weltweiten Austausch von qualitätsgesicherten Stammdaten. Die im Rahmen der Rezertifizierung erforderlichen Funktionalitäten wurden auf Basis von PIRONET NDH-Technologien umgesetzt. Bereits im Vorjahr hatte SINFOS als erster europäischer Datenpool die GDSN-Zertifizierung erhalten. Voraussetzung für die erneuerte Zertifizierung war die Demonstration der vollständigen Interoperabilität mit allen anderen teilnehmenden Datenpools und der GS1 Global Registry V 2.0. Die Tests der unterschiedlichen Pool-systeme erfolgten dabei anhand von Entwicklungsstandards, die durch das GDSN festgelegt wurden.



Weltweiter Datenaustausch via GDSN

Im Rahmen eines internationalen GDSN-Symposiums, das im November 2005 in Hamburg stattfand, konnten sich die Vertreter zahlreicher europäischer GS1-Organisationen von der Leistungsfähigkeit des Pools sowie der begleitenden Services überzeugen. Neben einer detaillierten Führung durch das PIRONET NDH-Rechenzentrum standen Praxisberichte wie z. B. die Umsetzung des finnischen Datenpools auf der Agenda. Als Gastgeber freuten sich SINFOS und GS1 Germany über die äußerst positive Resonanz der Veranstaltung.

Ausblick

Auch in Zukunft spielt der Aspekt der Datenqualität bei SINFOS eine wichtige Rolle. Gezielte Qualitätssicherungsmaßnahmen im Rahmen eines zweistufigen Sicherungssystems tragen dazu bei, den äußerst hohen Standard der SINFOS-Daten zu sichern und für die Zukunft zu gewährleisten. In enger Absprache mit Partnern und Kunden wird SINFOS weiterhin diesem Ziel verpflichtet sein. Eines der zentralen Themen für 2006 ist die weitere Internationalisierung. Diese wird in enger Zusammenarbeit mit den internationalen Key Accounts wie z. B. der METRO Group vorangetrieben. Auch die Nutzung von GDSN über den SINFOS-Datenpool steht im Fokus der Expansionsaktivitäten und wird für weiteres Wachstum in Deutschland wie in ganz Europa sorgen. Durch die Gründung der SINFOS Service GmbH ist das Unternehmen darüber hinaus in der Lage, die Bestandskunden sowie alle zukünftigen Kunden optimal zu betreuen. Gleichzeitig ist SINFOS bestens aufgestellt, um alle Herausforderungen der Internationalisierung zu meistern. Fest verankert in einem Netzwerk leistungsstarker Partner blicken Management und Mitarbeiter der SINFOS GmbH optimistisch in die Zukunft.



Abkürzungsverzeichnis

ALE	– Ereignisse auf Anwendungsebene
BAG	– Business Action Groups
BMWi	– Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
CIES	– International Committee of Food Retail Chains
CM	– Category Management
CMI	– Co-Managed Inventory
CRM	– Customer Relationship Management
CRP	– Continuous Replenishment Program
COMO	– Customer Oriented Matrix Organisation
DIN	– Deutsches Institut für Normung e.V.
DPG	– Deutsche Pfandgesellschaft
EAN	– Internationale Artikelnummer (weltweit GTIN)
EANCOM®	– Kunstwort aus EAN und COMMunication; Standard für den elektronischen Datenaustausch
ECR	– Efficient Consumer Response
EDI	– Electronic Data Interchange
EECC	– European EPC Competence Center
EPC	– Elektronischer Produkt-Code
EHI	– EuroHandelsinstitut e.V.
ETV	– Einwegtransportverpackungen
FDA	– Food and Drug Administration
FMCG	– Fast Moving Consumer Goods
GCI	– Global Commerce Initiative
GDSN	– Global Data Synchronisation Network
GLN	– Global Location Number
GTIN	– Global Trade Item Number
GS1	– Global Standards One
ILN	– Internationale Lokationsnummer (GLN – weltweit)
INVRPT	– Bestandsdatenbericht
ISO	– International Organization for Standardization
KMU	– Kleine und mittlere Unternehmen
NDWK	– Normenausschuss Daten- und Warenverkehr in der Konsumgüterwirtschaft
NVE	– Nummer der Versandeinheit (weltweit SSCC)
ORDERS	– Bestellung
ONS	– Objektnamenservice
OSA	– Optimal Shelf Availability
RGH	– Rationalisierungsgemeinschaft des Handels
RFID	– Radiofrequenztechnik für Identifikationszwecke
RSS	– Reduced Space Symbology
SLSRPT	– Verkaufsdatenbericht
SRP	– Shelf Ready Packaging
SSCC	– Serial Shipping Container Code
SGTIN	– Serialisierte GTIN/serialisierte EAN
VMI	– Vendor Managed Inventory
WebEDI	– Elektronischer Datenaustausch zwischen Geschäftspartnern über das World Wide Web
XML	– Extensible Markup Language





Global Standards – Connecting Business

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133
50825 Köln
T +49 (0) 221 9 47 14-0
F +49 (0) 221 9 47 14-990
info@gs1-germany.de
www.gs1-germany.de

SINFOS GmbH

Maarweg 149-161
50825 Köln
T +49 (0) 221 7 70-23 00
F +49 (0) 221 7 70-10 05
info@sinfos.de
www.sinfos.com