

Ablauf des GS1 Sync Qualitätsprozesses für B2C Food – ab 13.05.2016

GS1 Sync ist ein Service für den einfachen und effizienten Austausch von vertrauenswürdigen Artikeldaten zwischen Lieferanten und Handelsunternehmen. Ein zentrales Element bildet dabei die Qualität der Produktdaten. Diese Produktdaten werden zur Erfüllung von rechtlichen Anforderungen benötigt, und müssen daher eine hohe Datenqualität aufweisen.

Um dies sicherzustellen wurde von der ECR Austria Initiative gemeinsam mit der GS1 Austria ein Prozess zur Sicherstellung der Datenqualität erarbeitet. Als Vorgabe wurde eine Datenqualität von 97% festgelegt. Dies wird durch die Ziehung von Stichproben aus der Gesamtheit der eingestellten Produkte pro Lieferant überprüft.

Für Dateneinsteller über das **WebUI (Publishing)** gilt folgender Ablauf:

| Pt. | Qualitätssystem | Produkktivsystem | Ausführung |
|-----|---|------------------|-----------------|
| 1 | Kontaktaufnahme mit GS1 Austria um Umfang und Zeitplan für die Qualitätsüberprüfung festzulegen Hr. Mag. Admir Lani lani@gs1.at +43/1/5058601/73 | | Dateneinsteller |
| 2 | Freigabe und Publikation aller zu überprüfenden und in die WhiteList einzutragenden Produkte an die GS1 Sync QS GLN 9054321000103 | | Dateneinsteller |
| 3 | Ziehung einer Stichprobe (GTINs Endverbrauchereinheiten) anhand der Vorgaben des Qualitätsprozesses (siehe ECR Zwischenbericht zu Extended Packaging) | | GS1 Austria |
| 4 | Übermittlung der GTINs zusammen mit der Checkliste für die Artikelanlieferung an den Lieferanten | | GS1 Austria |
| 5 | Dateneinsteller stellen geeignete Bilder der Produkte (Labels) in elektronischer Form der GS1 Austria zur Verfügung (siehe Anhang 2) das physische Produkt kann nur in Ausnahmefällen herangezogen werden (siehe Anhang 3) Bilder an: Owncloud – Zugang wird per E-Mail versendet gs@gs1.at Produkte (nur in Ausnahmefällen) an: GS1 Austria GmbH Brahmsplatz 3 1040 Wien | | Dateneinsteller |
| 6 | Prüfung der Stichprobe (inkl. Konsistenzprüfung) OK | | |

| Pt. | Qualitätssystem | Produktivsystem | Ausführung |
|-----------|--|--|-------------------------------|
| | Positive Rückmeldung an Dateneinsteller I Eintragung aller Produkte auf die WhiteList (ALLE Produkte – nicht nur die Stichprobe!!) | | GS1 Austria |
| 7 | | Publikation der Produkte an die Datenabholer (Zielmarkt oder GLN) ALLE Produkte – nicht nur die Stichprobe!! | Dateneinsteller |
| 8 | Prüfung der Stichprobe NICHT OK Negative Rückmeldung an Dateneinsteller (inkl. Fehlerreport) | | GS1 Austria |
| 9 | Überarbeitung der Produktdaten ALLER Produkte inkl. etwaiger Konsistenzfehler | | Dateneinsteller |
| 10 | Freigabe und Publikation aller zu überprüfenden und in die WhiteList einzutragenden Produkte an die GS1 Sync QS GLN 9054321000103 | | Dateneinsteller |
| 11 | Weiter bei Punkt 3 und wenn nötig Wiederholung bis Prüfung der Stichprobe OK Eintragung aller Produkte auf die WhiteList (ALLE Produkte – nicht nur die Stichprobe!!) | | Dateneinsteller / GS1 Austria |
| 12 | | Publikation der Produkte an die Datenabholer (Zielmarkt oder GLN) ALLE Produkte – nicht nur die Stichprobe!! | Dateneinsteller |

Für Dateneinsteller über **M2M (XML)** gilt folgender Ablauf:

| Pt. | Qualitätssystem | Produktivsystem | Ausführung |
|-----|--|--|-----------------|
| 1 | Kontaktaufnahme mit GS1 Austria um Umfang und Zeitplan für Qualitätsüberprüfung festzulegen Hr. Mag. Admir Lani lani@gs1.at +43/1/5058601/73 | | Dateneinsteller |
| 2 | Publikation aller zu überprüfenden und in die WhiteList einzutragenden Produkte an die GS1 Sync QS GLN 9054321000103 Mittels CIN(ADD) und CIP (ADD) | | Dateneinsteller |
| 3 | Ziehung einer Stichprobe (GTINs Endverbrauchereinheiten) anhand der Vorgaben des Qualitätsprozesses (siehe ECR Zwischenbericht zu Extended Packaging) | | GS1 Austria |
| 4 | Übermittlung der GTINs zusammen mit der Checkliste Artikelanlieferung an den Lieferanten | | GS1 Austria |
| 5 | Dateneinsteller stellen geeignete Bilder der Produkte (Labels) in elektronischer Form der GS1 Austria zur Verfügung (siehe Anhang 2) das physische Produkt kann nur in Ausnahmefällen herangezogen werden (siehe Anhang 3) Bilder an: Owncloud – Zugang wird per E-Mail versendet gs@gs1.at Produkte (nur in Ausnahmefällen) an: GS1 Austria GmbH Brahmplatz 3 1040 Wien | | Dateneinsteller |
| 6 | Prüfung der Stichprobe (inkl. Konsistenzprüfung) OK Positive Rückmeldung an Dateneinsteller Eintragung aller Produkte auf die WhiteList (ALLE Produkte – nicht nur die Stichprobe!!) | | GS1 Austria |
| 7 | | Publikation der Produkte an die Datenabholer (Zielmarkt oder GLN) ALLE Produkte – nicht nur die Stichprobe!! Mittels CIN (ADD) und CIP (ADD) | Dateneinsteller |
| 8 | Prüfung der Stichprobe NICHT OK | | GS1 Austria |

| Pt. | Qualitätssystem | Produktivsystem | Ausführung |
|------------|---|---|----------------------------------|
| | Negative Rückmeldung an Dateneinsteller per Mail (inkl. Fehlerreport) | | |
| 9 | Überarbeitung der Produktdaten ALLER Produkte inkl. etwaiger Konsistenzfehler | | Dateneinsteller |
| 10 | Publikation aller zu überprüfenden und in die WhiteList einzutragenden Produkte an die GS1 Sync QS GLN 9054321000103 Mittels CIN(ADD) bzw. CIN (CHANGE_BY_REFRESH) CIP wird nicht benötigt | | Dateneinsteller |
| 11 | Weiter bei Punkt 3 und wenn nötig Wiederholung bis Prüfung der Stichprobe OK Eintragung aller Produkte auf die WhiteList (ALLE Produkte – nicht nur die Stichprobe!!) | | Dateneinsteller / GS1 Austria |
| 12 | | Publikation der Produkte an die Datenabholer (Zielmarkt oder GLN) ALLE Produkte – nicht nur die Stichprobe!! Mittels CIN(ADD) und CIP (ADD) | Dateneinsteller |

Umfang des GS1 Sync QualitätsChecks – B2C Food

- B2C Food (inkl. LMIV, GMO und Marketing)
- Konsistenz des Datensatzes auf allen Hierarchieebenen

| # Lfd. | Artikelmerkmale | Erläuterung der Artikelmerkmale | QS B2C (inkl. LMIV, GMO, Marketing) |
|--------|--|---|---|
| 1 | Deklarationspflichtige Zusatzstoffe und Ergänzungen der Bezeichnung | Im Produkt enthaltene deklarationspflichtige Zusatzstoffe und Ergänzungen der Bezeichnung. | QS B2C |
| 2 | Deklarationspflichtige Zusatzstoffe und Ergänzungen der Bezeichnung: Grad des Vorkommens | Code, der den Grad angibt, in dem der Zusatzstoff im Artikel enthalten ist. | QS B2C |
| 3 | Allergen: Code | Code, der die Art des Allergens angibt. | QS B2C |
| 4 | Allergen: Grad des Vorkommens | Code, der den Grad angibt, in dem das Allergen im Artikel enthalten ist. | QS B2C |
| 5 | Allergenhinweise / Sprache | Textbeschreibung, die angibt, ob im Artikel Allergene gemäß den örtlichen Regeln und Bestimmungen vorkommen oder nicht. | QS B2C |
| 6 | Zubereitungsgrad | Code, der den Zubereitungsgrad oder die Zubereitungsart angibt, auf den oder die sich die Nährwertangaben beziehen, z.B. unzubereitet, gekocht, gebraten. | QS B2C |
| 7 | Ernährungshinweise: Ernährungsart | Angabe der Ernährungsweise für die der Artikel passend ist. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 8 | Health claim / Sprache | Freitextangabe von Health Claims gemäß Zielmarkt. | QS B2C |
| 9 | Genusstauglichkeits- / Identitätskennzeichnung | Identifikation der Zulassung oder Lizenz wie von der Kontrollbehörde vergeben. Hier: Genusstauglichkeits- oder Identitätskennzeichnung zu spezifischen Hygienevorschriften für Lebensmittel tierischen Ursprungs. | QS B2C |
| 10 | Zuchtmethode: Code | Angabe der Produktionsmethode, d.h. die Art der Aufzucht, Anpflanzung oder Kultivierung dieser Frischwaren. | QS B2C |
| 11 | Zutatenliste / Sprache | Information über die Zutaten des Produktes; Zeichenkette. | QS B2C |
| 12 | Energie [kcal] | Energiewert in Kilokalorien (kcal) bezogen auf die angegebene Bezugsgröße der Nährwertkennzeichnung. | QS B2C |
| 13 | Energie [kJ] | Energiewert in Kilojoule (kJ) bezogen auf die angegebene Bezugsgröße der Nährwertkennzeichnung. | QS B2C |
| 14 | Energie: Messgenauigkeit | Code der Messgenauigkeit, der anzeigt, ob die Angabe des Energiewertes z.B. exakt oder ungefähr ist. | QS B2C |
| 15 | Energie: % der Referenzmenge | Prozent der empfohlenen Tageszufuhr/-menge (% der Referenzmenge) der im Produkt enthaltenen Energie bezogen auf die angegebene Bezugsgröße der Nährwertkennzeichnung. | QS B2C |
| 16 | Energie: % der Referenzmenge Messgenauigkeit | Code der Messgenauigkeit, der anzeigt, ob die Prozentangabe der empfohlenen Tageszufuhr/-menge (% der Referenzmenge) für die im Produkt enthaltene Energie z.B. exakt, ungefähr oder kleiner als ist. | QS B2C |
| 17 | Nährwertangaben: Bestandteil | Ein Code, der einen im Produkt enthaltenen Nährstoff oder Nährwertbestandteil identifiziert. | QS B2C |

| # Lfd. | Artikelmerkmale | Erläuterung der Artikelmerkmale | QS B2C (inkl. LMIV, GMO, Marketing) |
|-----------|---|--|---|
| 18 | Nährwertangaben: Messgenauigkeit | Ein Code der angibt, ob der spezifizierte Nährstoffgehalt exakt oder ungefähr gemessen ist. | QS B2C |
| 19 | Nährwertangaben: Wert / Maßeinheit | Messwert des Nährstoffes oder Nährwertbestandteils bezogen auf die angegebene Bezugsgröße der Nährwertkennzeichnung. | QS B2C |
| 20 | Nährwertangaben: % der Referenzmenge | Prozentsatz der empfohlenen Tageszufuhr / -menge (Referenzmenge), in dem der Nährstoff oder Nährwertbestandteil in der angegebenen Bezugsgröße der Nährwertkennzeichnung enthalten ist. | QS B2C |
| 21 | Nährwertangaben: % der Referenzmenge Messgenauigkeit | Code der Messgenauigkeit, der anzeigt, ob der angegebene Prozentsatz der empfohlenen Tageszufuhr/-menge (% der Referenzmenge) für den Messwert des Nährstoffes oder Nährwertbestandteils z.B. exakt, ungefähr oder kleiner als ist. | QS B2C |
| 22 | Sonstige Nährwertangaben: Bestandteil | Ein Code, der einen im Produkt enthaltenen (sonstigen) Nährstoff oder Nährwertbestandteil identifiziert. | QS B2C |
| 23 | Sonstige Nährwertangaben: Messgenauigkeit | Ein Code der angibt, ob der spezifizierte (sonstige) Nährstoffgehalt exakt oder ungefähr gemessen ist. | QS B2C |
| 24 | Sonstige Nährwertangaben: Wert / Maßeinheit | Messwert des (sonstigen) Nährstoffes oder Nährwertbestandteils bezogen auf die angegebene Bezugsgröße der Nährwertkennzeichnung. | QS B2C |
| 25 | Sonstige Nährwertangaben: % der Referenzmenge | Prozentsatz der empfohlenen Tageszufuhr / -menge (Referenzmenge), in dem der (sonstige) Nährstoff oder Nährwertbestandteil in der angegebenen Bezugsgröße der Nährwertkennzeichnung enthalten ist. | QS B2C |
| 26 | Sonstige Nährwertangaben: % der Referenzmenge Messgenauigkeit | Code der Messgenauigkeit, der anzeigt, ob der angegebene Prozentsatz der empfohlenen Tageszufuhr/-menge (% der Referenzmenge) für den Messwert des (sonstigen) Nährstoffes oder Nährwertbestandteils z.B. exakt, ungefähr oder kleiner als ist. | QS B2C |
| 27 | Vitamine / Mineralien: Code | Ein Code, der ein im Produkt enthaltenes Vitamin oder Mineral identifiziert. | QS B2C |
| 28 | Vitamine / Mineralien: Wert / Maßeinheit | Messwert des Vitamins oder Minerals bezogen auf die angegebene Bezugsgröße der Nährwertkennzeichnung. | QS B2C |
| 29 | Vitamine / Mineralien: Messgenauigkeit | Code der angibt, ob der spezifizierte Vitamin- / Mineralgehalt exakt oder ungefähr gemessen ist. | QS B2C |
| 30 | Vitamine / Mineralien: % der Nährstoffbezugswerte | Prozentsatz der empfohlenen Tageszufuhr / -menge (Referenzmenge), in dem das Vitamin oder Mineral in der angegebenen Bezugsgröße der Nährwertkennzeichnung enthalten ist. | QS B2C |
| 31 | Vitamine / Mineralien: % der Nährstoffbezugswerte Messgenauigkeit | Code der Messgenauigkeit, der anzeigt, ob der angegebene Prozentsatz der empfohlenen Tageszufuhr/-menge (% der Referenzmenge) für den Messwert des Vitamin- oder Mineralgehalts z.B. exakt, ungefähr oder kleiner als ist. | QS B2C |
| 32 | Nährwertkennzeichnung: Bezugsgröße / Maßeinheit | Angabe der Portionsgröße, auf die sich die Angabe pro Nährstoff bezieht. Beispiel: Pro 100 Gramm. | QS B2C |
| 33 | Tagesdosis Referenzwert / Sprache | Freitextfeld, das den Referenzwert angibt, auf den sich die Angabe der Tagesdosis bezieht. | QS B2C |
| 34 | Portionsgröße: Beschreibung / Sprache | Freitextfeld, das die Portionsgröße definiert, auf die sich die Angabe pro Nährstoff bezieht. Beispiel: Pro 1/3 Tasse (42 g). | QS B2C |
| 35 | Portionsgröße: Wert / Maßeinheit | Angabe der Portionsgröße, auf die sich die Angabe pro Nährstoff bezieht. Beispiel: Pro 250 Gramm. | QS B2C |
| 36 | Anzahl der Portionen pro Packung | Die Gesamtzahl an Portionen, die in der Packung enthalten ist. | QS B2C |
| 37 | Portionen pro Packung: von- bis | Eine textliche Beschreibung der Portionsangabe eines Artikels, wenn ein Bereich (von-bis-Angabe) beschrieben wird. Dieses Attribut sollte nur bei von-bis-Angaben verwendet werden. Kann eine exakte Anzahl von Portionen pro Packung ausgewiesen werden, darf es nicht genutzt werden. | QS B2C |
| 38 | Nährwertanspruch / Sprache | Freitext Attribut für zusätzliche Nährwertansprüche. | QS B2C |

| # Lfd. | Artikelmerkmale | Erläuterung der Artikelmerkmale | QS B2C (inkl. LMIV, GMO, Marketing) |
|-----------|--|--|---|
| 39 | Nährwertanspruch: Nährstoffcode | Die Art des Nährstoffes, Inhaltsstoffes, Vitamins oder Minerals, auf die sich der Nährstoffanspruch bezieht, z.B. Fett, Kupfer, Milch. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 40 | Nährwertanspruch: Code der Art | Ein Code, der den Grad oder die Art des Anspruchs für den angegebenen Nähr- oder Inhaltsstoff angibt, z.B. REDUCED_LESS. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 41 | Zubereitungsanweisungen / Sprache | Beschreibung, wie der Artikel verzehrfertig gemacht wird. | QS B2C |
| 42 | Serviervorschlag / Sprache | Freitextfeld zur Angabe von Serviervorschlägen. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 43 | Zubereitungsart | Code, der die Art angibt, in der der Artikel verzehrfertig gemacht wird. Beispiel: Backen, Kochen. | QS B2C |
| 44 | Verpflichtende Kennzeichnung an der Ware / Sprache | Angabe der verpflichtenden Kennzeichnung an der Ware. In der Regel handelt es sich um gesundheits-bezogene Angaben aus dem Lebensmittelbereich. | QS B2C |
| 45 | Ursprungsland des Artikels: Code | Code des Ursprungslandes, in dem der Artikel produziert oder gefertigt wird. Achtung: Der Begriff "Ursprungsland" ist zollrechtlich geregelt und ist auch so zu verwenden. | QS B2C |
| 46 | Volumenprozent [%] | Alkoholanteil des Produktes (Artikelbasis) in Volumenprozenten. | QS B2C |
| 47 | Güteklasse für Eier | Güteklasse frischer Eier. | QS B2C |
| 48 | Gewichtsklasse für Eier | Gewichtsklasse bei frischen Eiern der Güteklasse A. | QS B2C |
| 49 | Fangzone | FAO Haupt- und Subfangzone(n), d.h. die Haupt- und Subfischereiregionen (Binnengewässer und/oder Meere), in denen die Fische oder Meeresfrüchte gefangen wurden. | QS B2C |
| 50 | Fangmethode | Die Fangmethode für die Fische oder Meeresfrüchte wie von der FAO, Fischerei- und Gewässerbewirtschaftungsdepartement der Lebensmittel und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen definiert. | QS B2C |
| 51 | Produktionsmethode | Die Produktionsmethode für die Fische oder Meeresfrüchte wie von der FAO, Fischerei- und Gewässerbewirtschaftungsdepartement der Lebensmittel und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen definiert. | QS B2C |
| 52 | Artenliste für die Fischereistatistik Code | Der FAO 3 Alpha Code für die Art der Fische und Meeresfrüchte für die Fischereistatistik. | QS B2C |
| 53 | Artenliste für die Fischereistatistik: Name | Der wissenschaftliche Name für die Fische und Meeresfrüchte für die Fischereistatistik. | QS B2C |
| 54 | Herkunftsort / Sprache | Der Ort, aus dem ein Produkt stammt. Hiermit wird speziell die Möglichkeit gegeben, Orte wie Städte, Gebirge, Region etc. anzugeben, die nicht den ISO-Normen entsprechen. | QS B2C |
| 55 | Bio-Kontrollstelle | Codenummer der Kontrollstelle oder Kontrollbehörde, welche gemäß Verordnung (EG) Nr. 834/2007 über den ökologischen Landbau das Unternehmen zertifiziert, welches den Artikel in Verkehr bringt. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 56 | Ökologische Herkunft | Angabe, ob der Artikel aus konventionellem oder ökologischem Anbau stammt, oder ob er sich in Umstellung zwischen diesen befindet. Ein Artikel ökologischer Herkunft kommt aus einem Betrieb, der von einer Bio-Kontrollstelle auf Basis der Verordnung (EG) Nr. 834/2007 über den ökologischen Landbau als ökologischer Betrieb zertifiziert ist. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 57 | Bio-Qualitätskennzeichen | Code des Bio-Qualitätskennzeichens des Artikels. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |

| # Lfd. | Artikelmerkmale | Erläuterung der Artikelmerkmale | QS B2C (inkl. LMIV, GMO, Marketing) |
|--------|--|---|--|
| 58 | Altersempfehlung / Sprache | Gibt die Altersspanne für die Zielgruppe des Artikels an, d.h. auch das Alter von Kindern oder Jugendlichen, ab dem ein Produkt an diese abgegeben bzw. von diesen konsumiert werden darf (= Empfehlung). | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 59 | Geschlecht der Zielgruppe | Gibt das Geschlecht des Endverbrauchers an, für den der Artikel entwickelt wurde. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 60 | Zusätzliche Artikelidentifikation: Art | Art und Format der zusätzlichen Artikelidentifikation. | QS B2C |
| 61 | Zusätzliche Artikelidentifikation: Wert | Wert einer zusätzlichen Artikelidentifikation, die den Artikel neben der GTIN identifiziert. | QS B2C |
| 62 | Funktionsbezeichnung | Funktionsbezeichnung, die den Gebrauch des Produktes oder den Nutzen für den Konsumenten beschreibt. Dient zur Erläuterung der Produktklassifizierung der GTIN. Zum Beispiel "Salatsauce", "Bohrer", "Suppe", "Bier" etc. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 63 | Markenname | Name, mit dem der Markenbesitzer eindeutig Artikel oder Dienstleistungen kennzeichnet. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 64 | Submarke | Zweites Level der Marke. Die Submarke kann ein eingetragenes Warenzeichen sein. Unterscheidender Primärfaktor, den ein Markeninhaber dem Verbraucher oder Käufer mitzuteilen wünscht. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 65 | Marketingbotschaft des Artikels / Sprache | Marketingbotschaft, die sich auf den Artikel bezieht. Die Marketingbotschaft kann bspw. die zentralen Eigenschaften des Produktes aufzählen, die die Qualität als auch seine Exklusivität verdeutlichen. Sie kann auch Informationen zur Nachhaltigkeit des Produktes enthalten und auf die Regionalität des Artikels oder seinen Zutaten hinweisen. Eine kurze Beschreibung des Wertschöpfungsprozesses etwa vom Erzeuger bis zum Kunden ist ebenfalls möglich. Alle Erklärungen sollten kundengerecht, eindeutig und einfach verfasst sein. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 66 | Artikelbeschreibung / Sprache | Ausführliche, eindeutige, nicht abgekürzte, vollständige Artikelbeschreibung des Produktes. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 67 | Rechtlich vorgeschriebene Produktbezeichnung / Sprache | Rechtlich vorgeschriebene Produktbezeichnung, die die Natur des Produktes eindeutig beschreibt. | QS B2C |
| 68 | Variante | Freier Text um die Produktvariante zu spezifizieren. Varianten sind die unterscheidenden Eigenschaften, die Produkte mit der gleichen Marke und Größe unterscheiden, einschließlich bestimmter Aromen, Düfte, Geschmack oder sogar einer spezifische Größenbezeichnung. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 69 | Laufzeit nach Öffnen | Die Verwendungsdauer (englisch: period after opening, PAO) gibt an, wie lange ein Kosmetikprodukt nach dem Öffnen verwendet werden kann, ohne schädlich für den Verbraucher zu sein, z.B. „50 Monate“ oder „4 Jahre“. | QS B2C |
| 70 | Abtropfgewicht / Maßeinheit | Gewicht des Artikels ohne Aufgussflüssigkeit. | QS B2C |
| 71 | Nettofüllmenge / Maßeinheit | Inhalt des Artikels, wie auf der Verpackung anzugeben (gemäß der landesspezifischen Fassung der gesetzlichen Fertigpackungsverordnung), bei Multipacks der Nettoinhalt des gesamten Artikels. Bei Artikeln mit festem Wert ist der auf der Verpackung angegebene Wert zu nehmen, um variable Inhaltsangaben zu vermeiden, wie bei manchen Artikeln, die nach Volumen oder Gewicht verkauft werden, und deren Inhalt je nach Charge leicht variieren kann. Im Falle eines mengenvariablen Artikels ist die Durchschnittsmenge anzugeben. | QS B2C |
| 72 | Nettofüllmenge: Beschreibung / Sprache | Diese Angabe bezieht sich auf die Spezifizierung der Nettofüllmenge auf der Verpackung (z.B. "4 x 100g = 400 g") | QS B2C |

| # Lfd. | Artikelmerkmale | Erläuterung der Artikelmerkmale | QS B2C (inkl. LMIV, GMO, Marketing) |
|-----------|--|--|---|
| 73 | Genussregion Österreich | Zuordnung eines zugelassenen Labels für eine österreichische Genussregion, die auch Umwelt-, Verpackungs- und Qualitätskriterien beinhalten. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 74 | Akkreditierungslabel auf der Verpackung: Code | Codes für Umwelt- und sonstige Verpackungslabel, d.h. der Akkreditierungskennzeichen auf der Verpackung, die anzeigen, dass der Artikel den Anforderungen der zuständigen Organisationen entspricht. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 75 | Zusätzliche Akkreditierungslabel auf der Verpackung: Code | Zusätzliche Codes für Umwelt- und sonstige Verpackungslabel, d.h. der Akkreditierungskennzeichen auf der Verpackung, die anzeigen, dass der Artikel den Anforderungen der zuständigen Organisationen entspricht. | QS B2C |
| 76 | Aufbewahrungshinweise für den Konsumenten / Sprache | Aufbewahrungshinweise für den Endkunden, die in der Regel - jedoch nicht zwingend - auf der Verpackung oder in einem Begleitschreiben stehen. Sie empfehlen z.B. eine Lagerungstemperatur oder nennen andere Lagerungsanforderungen. | QS B2C |
| 77 | Verwendungshinweise für den Konsumenten / Sprache | Verwendungshinweise für den Endkunden, die in der Regel - jedoch nicht zwingend - auf der Verpackung oder in einem Begleitschreiben stehen. Sie geben an, wie das Produkt zu gebrauchen ist, beziehen sich jedoch nicht auf Lagerung, Zubereitung von Lebensmitteln und Dosierung und Gebrauch von Medikamenten. | QS B2C |
| 78 | Allgemeine Haftungsklausel / Sprache | Zusätzliche Produktinformationen, die ausgewiesen werden sollten. Zum Beispiel: Batterien nicht dabei; APS Film - "APS Kamera nötig"; Tacker benötigt bestimmte Hefter. | QS B2C |
| 79 | Kontaktname Inverkehrbringer | Kontaktname des Vertreibers des Artikels gemäß Verpackungstext. Er ist verantwortlich für Lizenzierung und gesetzliche Regulierung innerhalb des Zielmarktes. Es kann sich um den Hersteller, Importeur, einen Handelsvertreter oder Zwischenhändler handeln. | QS B2C |
| 80 | Kontaktadresse Inverkehrbringer | Postanschrift des auf der Verpackung angegebenen Vertreibers. | QS B2C |
| 81 | Markeninhaber: Name | Name der Partei, der die Marke des Artikels gehört. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 82 | Markeninhaber: GLN | GLN des Markeninhabers. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 83 | Kommunikationskanal: Verbindung | Kontaktdaten, z.B. eine Telefonnummer oder eMail-Adresse für die direkte Kontaktaufnahme, um Konsumenteninformationen zum Produkt zu erhalten (z.B. Servicehotline etc.). Die Kontaktinformationen müssen nicht mit dem Lebensmittelunternehmer (Vertreiber/Importeur) in Verbindung stehen. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 84 | Kommunikationskanal: Code | Angabe der Art des Kommunikationskanals für die Kontaktaufnahme hinsichtlich Konsumenteninformationen zum Produkt (z.B. Telefon). | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 85 | Referenzierte Information: URI (Uniform Resource Identifier) | Einfache Zeichenkette, die sich auf eine Internetquelle bezieht: URI (Uniform Resource Identifier). Diese können sich auf Dokumente, Quellen, Menschen usw. beziehen. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |
| 86 | Referenzierte Information: Code des Typs | Codierte Angabe des Typs der Information, z.B. Sicherheitsdatenblatt oder Produktabbildung. | QS B2C Marketing - Kein K.O. Kriterium |

CHECKLISTE FÜR DIE DIGITALE ARTIKELANLIEFERUNG

Anschrift für digitale Artikelbereitstellung:

- Owncloud-Zugang
- gs@gs1.at

Anforderungen an die digitale Abbildung:

- Aktualität:** aktuelle Version wählen, die mit den erfassten Artikeldaten in GS1 Sync übereinstimmt; Achtung: veraltete Versionen oder nicht verwendete Labelentwürfe sind nicht zulässig und führen zu einem unnötigen Verwaltungsaufwand!
- Digitale Abbildung:** Übermittlung des Labels oder Artikelverpackung in digitaler Form als separate Datei im Format .pdf, .jpeg, .jpg oder .png
- Vollständigkeit der digitalen Abbildung:** vollständige Abbildung der Labels oder Artikelverpackungen übermitteln – nur Vorder- oder Rückseite ist zu wenig;
Achtung: Die digitale Abbildung muss eine vollständige Wiedergabe der GESAMTEN Artikelverpackung darstellen.
- Rechtzeitige Bereitstellung der Abbildungen:** Abbildungen müssen innerhalb von 5 Arbeitstagen nach Benachrichtigung bei der GS1 Austria einlangen. (Diese Vorgabe ist notwendig um eine effiziente Ressourcenplanung durchführen zu können.)
- Auflösung der digitalen Abbildung:** bestmögliche Auflösung wählen – abhängig von der Fülle der Informationen auf der Produktverpackung, alle Angaben müssen klar lesbar sein, verpixelte und schlecht aufgelöste Abbildungen sind nutzlos!
- Pro Datei dürfen nur Abbildungen eines Artikels bereitgestellt werden**
- Bezeichnung der digitalen Abbildung:** GLN des Datenverantwortlichen _ GTIN _ TM _
Gültig-ab Datum . Dateiname
- Anzahl der digitalen Abbildungen pro Datei:** Pro Datei darf man nur digitale Abbildungen eines einzigen Artikels bereitstellen.

Anmerkungen: Die Qualitätsüberprüfung wird erst gestartet wenn alle Artikeldaten und alle entsprechenden Abbildungen der Artikelverpackungen **vollständig** vorliegen.

CHECKLISTE FÜR DIE PHYSISCHE ARTIKELANLIEFERUNG

Anschrift für physische Artikelbereitstellung:

- GS1 Austria GmbH, z.Hd. GS1 Sync Qualitätssicherung, Brahmplatz 3, 1040 Wien

Anforderungen an die physische Artikelverpackung:

- Aktualität:** aktuelle Version wählen, die mit den erfassten Artikeldaten in GS1 Sync übereinstimmt; Achtung: veraltete Versionen oder nicht verwendete Verpackungsentwürfe sind nicht zulässig und führen zu einem unnötigen Verwaltungsaufwand!
- Unversehrtheit:** Artikelverpackung darf keinerlei gröbere Beschädigungen aufweisen und alle relevanten Informationen auf der Artikelverpackung müssen gut lesbar sein.
- Rechtzeitige Bereitstellung der Artikelverpackung:** Artikelverpackung müssen innerhalb von 5 Arbeitstagen nach Benachrichtigung bei der GS1 Austria einlangen. (Diese Vorgabe ist notwendig um eine effiziente Ressourcenplanung durchführen zu können.)
- Kostenlose Bereitstellung der Artikelverpackung:** Bereitstellung erfolgt kostenlos durch den Auftraggeber. Sollte eine kostenpflichtige Rücksendung an den Auftraggeber notwendig sein, muss dieser die Kosten übernehmen.

Anmerkungen: Die Qualitätsüberprüfung wird erst gestartet wenn alle Artikeldaten und alle entsprechenden Artikelverpackungen **vollständig** vorliegen.

Stichprobenumfang

| Anzahl Produkte Unternehmen | der je | Notwendiger Stichprobenumfang | Kontrollquote |
|--|-------------------|--|----------------------|
| 10 | 9 | | 92,5 |
| 20 | 17 | | 86,1 |
| 30 | 24 | | 80,5 |
| 40 | 30 | | 75,6 |
| 50 | 36 | | 71,3 |
| 100 | 55 | | 55,4 |
| 150 | 68 | | 45,3 |
| 200 | 77 | | 38,3 |
| 250 | 83 | | 33,2 |
| 300 | 88 | | 29,3 |
