

Kombinieren und profitieren

Warum Handel und Industrie sich besser digital austauschen sollten und wie wir näher an unsere Kunden kommen. s08





07



18



26



17

Aktuell

- 04 News**
WordRap, News, Veranstaltungen
Hätten Sie's gewusst?
- 06 Barcode im Alltag**
Strichcode erobert die
Kabarettszene
- 07 Ab 3. Jänner 2018 keine Finanz-
markttransaktion ohne LEI**
Legal Entity Identifier eingeführt

Impressum: Eigentümer, Herausgeber und Medieninhaber:
GS1 Austria GmbH, 1040 Wien, Brahmplatz 3;
Telefon: +43-1-505 86 01; Fax: +43-1-505 86 01-22;
E-Mail: office@gs1.at, Internet: www.gs1.at;
Grundlegende Richtung: Informationsmagazin zur Unterstützung
des Unternehmensgegenstandes. Chefredakteurin: Daniela Springs;
Layout & Produktion: Starmühler Agentur & Verlag GmbH,
1010 Wien, Schellinggasse 1, www.starmuehler.at;
Erscheinungsweise: viermal jährlich;
Auflage: 12.500 Exemplare;
Titelfoto/Illustration: © Starmühler Agentur & Verlag GmbH
Hinweis: Aus Gründen der Lesbarkeit wird auf geschlechtsspezifische
Formulierungen verzichtet.

Thema

- 08 Der ECR-Effekt**
Von wem kann die Konsum-
güterbranche noch lernen?
- 12 Gastbeitrag Madlberger**
Austrian Bründl will Amazonas
Stream das Wasser reichen



Standards & Praxis

- 13 Überblick**
Standards: GS1, IBM und Microsoft
Auch Marketiers und Key Accounts
sollten Stammdaten verstehen
- 14 Standards für die Zukunft
des Gesundheitswesens**
GS1 Healthcare Day 2017
- 17 Ein Bild sagt mehr
als tausend Worte**
Produktdaten im Textilhandel
- 18 Produktabbildungen
zentral austauschen**
So müssen Produktfotos aussehen
- 21 Internet of Things, Industrie 4.0,
Robotics, Cloud**
Brauchen wir noch Standards?
- 22 Zu Gast bei ...**
Blasko Convenience in Bruck/Mur

© Fotos: GS1 Austria/Gregor Schweinester, shutterstock.com - Alliance, Rawpixel.com, Syda Productions, Fine Art, GS1 Austria/Johannes Brunnbauer



08

Neujahrsvorsätze 2018

Zehn Jahre nach der Finanzkrise ist es so weit: Ab dem 3. Jänner 2018 müssen alle Unternehmen, die Wertpapiergeschäfte durchführen, über eine aktive LEI-Nummer verfügen. LEI steht für Legal Entity Identifier und ist ein 20-stelliger Code, der Teilnehmer am Finanzmarkt weltweit eindeutig identifiziert. Er sorgt somit für mehr Sicherheit und Transparenz am Kapitalmarkt.

„ECR profilierte sich heuer als Ansprechpartner für branchenübergreifenden Know-how-Transfer.“

Unser erster Neujahrsvorsatz lautet: Wir wollen für alle Betroffenen in Österreich als Registration Agent ein optimaler Ansprechpartner zu diesem Thema sein. Lesen Sie Näheres in diesem Heft auf Seite 7. Knapp vor Jahresbeginn berichten wir von zwei Veranstaltungen mit zukunftssträchtigen Themen: Am heurigen Healthcare Day beschäftigten wir uns mit zwei EU-Verordnungen. Wir möchten im neuen Jahr sowohl bei der Rückverfolgbarkeit von Arzneimitteln als auch von Medizinprodukten zu einer effizienten Umsetzung dieser bürokratischen Hürden beitragen. ECR profilierte sich heuer als Ansprechpartner für branchenübergreifenden Know-how-Transfer, wenn es um Kundennähe geht. Aber es wurden auch zwei bemerkenswerte Arbeitsgruppenberichte vorgestellt. Neben einem umfassenden Bericht zum Thema Produktstammdaten liegt nun auch eine Guideline für Produktabbildungen vor. Ein weiterer Neujahrsvorsatz lautet daher, diese Berichte umzusetzen und Ihnen attraktive Lösungen dazu anzubieten.

Ein besinnliches Weihnachtsfest und ein gutes Neues Jahr wünscht Ihnen Ihr

Gregor Herzog
Geschäftsführer



14

Wissen & Innovation

- 25 Wissenshappchen**
ECR nimmt Cross Channel-Shopper unter die Lupe
Neuer ECR Co-Chairman
Handel bestellt
- 26 EDI Outsourcing**
Kommunikation und
Konvertierung auslagern
- 28 Expertentalk #freeyourhands**
Diskussion um Wearables
- 29 Back to school**
GS1 Workshop für
Berufsschullehrer
- 30 A bis Z für Warendisponenten**
Wissen zum Nachschlagen in
der ECR Digital Edition

GS1 WordRap

mit Peter Schnedlitz

Mut zur Veränderung

1. **Als Kind wollte ich werden ...**
Journalist, Hugo Portisch war mein Idol.
2. **Das letzte Buch, das ich gelesen habe ...** „Schnelles Denken, langsames Denken“ von Daniel Kahneman (Psychologe und Wirtschaftsnobelpreisträger).
3. **Dafür würde ich mein letztes Geld ausgeben ...** Für meine drei Töchter.
4. **Meine größte Stärke ...** Empathie, Übersicht, Allgemeinwissen.
5. **Meine größte Schwäche ...** Manchmal bin ich faul.
6. **Mit dieser Person würde ich gerne für 24 Stunden die Rollen tauschen ...** Mit einem Tischler, weil ich handwerkliche Berufe sehr schätze.
7. **Standards sind ...** wichtig, damit Kommunikation eindeutig bleibt.
8. **Als größte Errungenschaft in der Logistik empfinde ich ...** die Just-in-Time-Orientierung.
9. **Gäbe es morgen keine Strichcodes mehr ...** würde in der Distributionslogistik Chaos ausbrechen oder RFID sich rasch durchsetzen.
10. **Für die Zukunft der Logistik wünsche ich mir ...** dass sie den Nutzen für die Menschen in den Mittelpunkt stellt, und nicht die von Lobbyisten forcierten Technologien.



Peter Schnedlitz, Vorstand des Instituts für Handel und Marketing, Wirtschaftsuniversität Wien

No.

10
Jahre
Smartphone

2007

präsentierte Apple mit dem „iPhone“ das weltweit erste Smartphone.

2,3

Milliarden Menschen weltweit nutzen derzeit ein Smartphone. Laut Prognosen wird sich diese Zahl bis 2020 um weitere ...

30

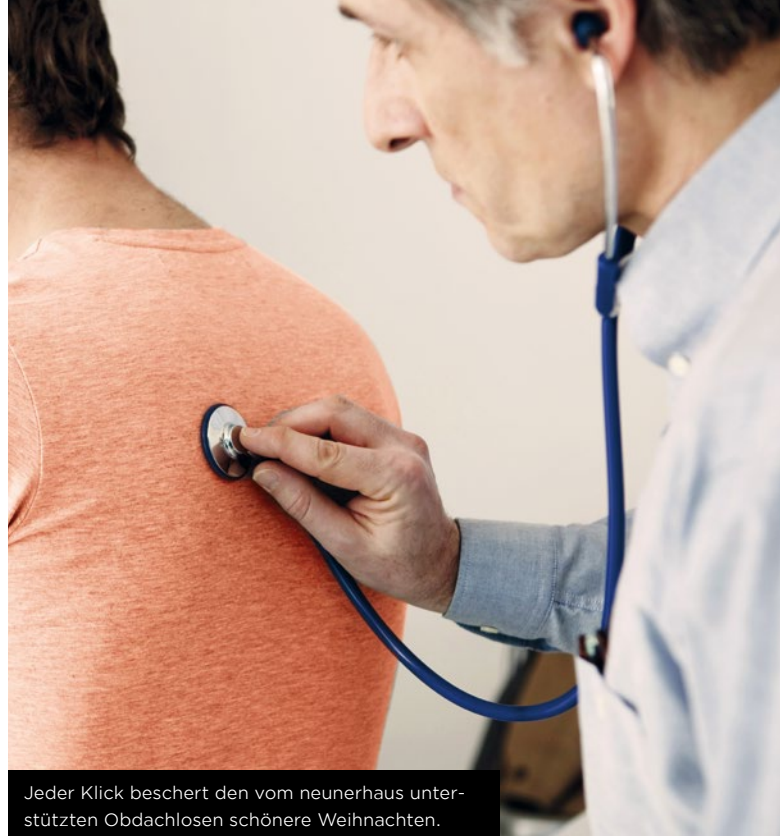
Prozent erhöhen.

90

Prozent der österreichischen Smartphone-Besitzer nutzen Internet am Handy.

44

Prozent der über Handy gekauften Produkte sind aus der Kategorie „Bekleidung und Schuhe“.



Jeder Klick beschert den vom neunerhaus unterstützten Obdachlosen schönere Weihnachten.

Medizinische Versorgung für Obdachlose

Weihnachtsaktion Menschen, die auf der Straße leben, müssen nicht nur oft ohne Wärme und Lebensmittel auskommen, es fehlt ihnen auch an medizinischer Versorgung. Der Verein neunerhaus unterstützt Obdachlose, ein Dach über dem Kopf und ärztliche Hilfe zu bekommen. Für die Behandlung von nichtversicherten Patienten ist neunerhaus dringend auf Spendengelder angewiesen. GS1 Austria unterstützt dieses Projekt mit einer Spendenaktion. Die Höhe der Spende bestimmen Sie! Für jeden Ihrer Klicks bis 24. Dezember gehen fünf Euro an den Verein neunerhaus: www.gs1.at/charity2017



ECR-Weiterbildungsangebot

Kurse Hier ist für jeden Geschmack etwas dabei: vom Überblick über die Wertschöpfungskette bis zum Detailwissen rund um die Supply- und Demand Side. Die Anmeldeformulare der einzelnen Kurse finden Sie unter: www.ecr-austria.at/academics-trainings



Zertifizierter ECR Manager Kurs:
16./17.3.2018 und 20./21.4.2018 (Frühjahr)
21./22.9.2018 und 12./13.10.2018 (Herbst)



Zertifizierter ECR Austria Kurs zum
Category & Shopper Marketing Manager:
5./6.6.2018 und 26./27.6.2018



Zertifizierter ECR Austria Kurs zum
Supply Chain Manager:
11./12.9.2018 und 2./3.10.2018

GS1 Austria ist „Open Company“

Social Media GS1 Austria wurde auf der Arbeitgeber-Bewertungsplattform kununu kürzlich als „Open Company“ ausgezeichnet, was bis dato nur 1 % aller dort registrierten Unternehmen gelang. Grund dafür ist die rege Teilnahme an einer anonymen Mitarbeiterbefragung, die zu einem herausragend positiven Ergebnis führte. Das sogenannte „Employer Branding“ ist ein wesentlicher Teil der Social Media-Strategie von GS1 Austria, anhand derer auch weitere Social Media-Aktivitäten gesetzt werden. Neben einem eigenen YouTube-Kanal steht für GS1 Austria die Präsenz auf B2B-Plattformen wie XING oder LinkedIn mit der Verbreitung aktueller und branchenrelevanter News im Vordergrund.

Florian Thoma verstärkt GS1 Beirat

Neu an Bord GS1 Austria freut sich, Florian Thoma, Department Manager Supply Chain Planning bei METRO Cash and Carry, im GS1 Beirat begrüßen zu dürfen. Er arbeitet seit Jahren intensiv im EDI Bereich mit EDITEL und zum Thema Stammdatenaustausch von Artikeldaten mit GS1 Sync zusammen. Als Mitglied des GS1 Beirates wird er Thomas Schrenk von MaxiMarkt nachfolgen. Der GS1 Beirat setzt sich aus Unternehmensvertretern aus den Bereichen Gewerbe, Industrie und Handel zusammen, um den Interessenausgleich zu wahren.



Florian Thoma ist der Neuzugang im GS1 Beirat.

Von Profis für Profis

Akademie Die GS1 Austria Akademie bietet interessierten Logistikern die Möglichkeit, in jeweils 3,5 Stunden alle wichtigen Bausteine rund um Identifikation, Kennzeichnung und Informationsfluss aus der Praxis zu erlernen und zu erleben.

- › Modul I: Das GS1 System, 7. März 2018, Wien
- › Modul II: Die Strichcodequalität, 14. März 2018, Wien
- › Modul III: EDI im Einsatz, 21. März 2018, Wien

Des Weiteren sind im Rahmen der GS1 Austria Akademie Vorträge für Schüler und Studenten, Workshops für Berufstätige, das Sondermodul „Grünes Licht an der Laderampe“ sowie individuelle Inhouse-Schulungen bei Unternehmen vor Ort buchbar.

Details und Anmeldung unter www.gs1.at/akademie

Veranstaltungen

12./13. April 2018, Vösendorf

34. BVL Logistik Dialog

Auf der großen Jahresveranstaltung des BVL Österreich erwarten Sie Top-Plenumsvorträge von Experten und Opinionleadern, die Fachausstellung „Alles Logistik“ sowie eine exklusive Abendgala.

www.bvl.at

14. Juni 2018, Wien

REGAL Branchentreff

Die größte Informationsveranstaltung der Branche erwartet rund 2.000 Manager aus Handel und Industrie und bietet zahlreiche Fachvorträge und etwa 100 Ausstellerstände. Jede Menge Technik-Highlights präsentiert der Supermarkt der Zukunft.

www.regal.at/veranstaltungen

13./14. September 2018, Leoben

16. Internationaler Leobener Logistik Sommer

Der Leobener Logistik Sommer stellt Trends, neue Technologien und Innovationen in den Fokus, ist aber vor allem ein Treffpunkt zum Netzwerken und Erfahrungsaustausch für Logistiker.

www.logistik-sommer.at

25.-27. September 2018, Nürnberg/Deutschland

FachPack 2018

Neue Trends, neue Perspektiven, neue Möglichkeiten: Von Packstoffen über Prozesse und Kennzeichnungstechnik, Intra- und Verpackungslogistik, Verpackungsdruck und Veredelung – die FachPack deckt alle Themen für die Verpackungsbranche ab.

www.fachpack.de

Save the date:

15. November 2018, Vösendorf

ECR Austria Infotag

www.ecr-austria.at

Hätten Sie's gewusst?

Wie ist ein Datum in einem GS1 Strichcode darzustellen?

In GS1 Strichcodes und 2D-Codes ist ein Datum sechstellig im Format JJMMTT anzugeben. Ein Application Identifier (AI), 11 bis 17, wird vor das Datum gestellt und definiert das folgende Datum.



Mindesthaltbarkeitsdatum 4. Juli 2019
= AI(15)190704, Ausschnitt aus einem GS1-128 Strichcode

Alle FAQs zum GS1 System: www.gs1.at/faqs

STRICHCODE EROBERT DIE KABARETTSCENE

25541 Brunsbüttel Hier handelt es sich um die Postleitzahl eines kleinen norddeutschen Städtchens, das praktisch über Nacht Berühmtheit erlangte. Schuld daran ist der bayerische Liedermacher und Kabarettist „Weiherer“, der es leid war, an Supermarkt- oder Baumarktkassen immer wieder nach seiner Postleitzahl gefragt zu werden. So hat er vor rund sieben Jahren damit begonnen, als Antwort auf diese Frage immer nur „25541“, die Postleitzahl von Brunsbüttel, anzugeben. Seitdem ruft er auch bei jedem Auftritt sein Publikum dazu auf, es ihm gleichzutun – mit dem Ziel, dass sich nach Auswertung der Statistiken in Zukunft sämtliches Werbematerial nur noch auf Brunsbüttel konzentriert. Ein Facebook-Video eines Open-Air-Auftritts zu dieser Geschichte schaffte es sogar auf fünf Millionen Klicks – und machte Brunsbüttel zum Kult in der Kabarettscene.



25541 Brunsbüttel hat Kultstatus erreicht, die passenden Fanartikel erfreuen sich großer Nachfrage.

Vom T-Shirt bis zur Kaffeetasse

Aufgrund des großen Interesses entwickelte Weiherer ein eigenes, mittlerweile patentiertes Strichcode-Logo zu „25541 Brunsbüttel“, welches selbst gemalt und daher natürlich nicht scannbar ist. „Diese Geschichte hängt stark mit dem Einkaufen zusammen. Der Barcode – verbunden mit der Postleitzahl von Brunsbüttel – ist aus meiner Sicht das perfekte Logo dafür“, so Weiherer zu seiner kreativen Idee. Dieses Logo ziert mittlerweile unzähli-

ge Fanartikel des Kabarettisten – vom Button über das T-Shirt bis hin zur Kaffeetasse. Laut Weiherer verkaufen sich diese sowohl bei seinen Konzerten als auch im Fanshop auf seiner Website äußerst gut. Bestellungen dafür gehen angeblich aus halb Europa ein, sehr viele sogar direkt aus Brunsbüttel. Warum eigentlich gerade Brunsbüttel? „Reiner Zufall“, antwortet Weiherer, „bei uns in Bayern klingt dieser Name einfach sehr lustig.“
www.weiherer.com



Links: Den Strichcode gibt es für den eingefleischten Fan auch zum Frühstückstee. **Rechts:** Der bayerische Kabarettist Weiherer verhalf dem kleinen Städtchen Brunsbüttel zu unerwarteter Berühmtheit.

AB 3. JÄNNER 2018 KEINE FINANZMARKTTRANSAKTION OHNE LEI

Der Legal Entity Identifier identifiziert alle Unternehmen, die Wertpapiergeschäfte abwickeln oder außerbörslich mit Derivaten handeln. Ab dem 3. Jänner 2018 gilt er für jeden Teilnehmer des Finanzmarktes verpflichtend.

Die Europäische Wertpapier- und Marktaufsichtsbehörde (ESMA) sieht mit der neuen EU-Richtlinie MiFID-II im Rahmen der MiFIR-Verordnung mehr Transparenz in den internationalen Finanzmärkten vor. Deshalb müssen ab dem 3.1.2018 alle Banken die Transaktion von Wertpapiergeschäften an die BaFin* melden. Dafür wird ein Legal Entity Identifier, kurz LEI, benötigt.

Unternehmen, die ab Januar etwa die Absicherung von Zahlungsströmen in Fremdwährung über Devisentermingeschäfte oder die Steuerung von Liquiditätsströmen nutzen, brauchen zur Identifikation den LEI. Auch Banken und Vermögensverwalter benötigen einen LEI von den Unternehmen, für die sie Wertpapiergeschäfte tätigen, oder aber eine Vollmacht, um in ihrem Namen einen LEI zu beantragen. Privatpersonen und rechtlich unselbstständige Unternehmensteile benötigen dagegen keinen LEI.

„Die Richtlinien stellen in vielen Punkten eine fundamentale Änderung des Wertpapiergeschäftes dar. Obwohl sie vornehmlich an die direkten Marktteilnehmer wie Kreditinstitute und Wertpapierdienstleistungsunternehmen gerichtet sind, werden auch die Kunden, die in Wertpapiere und Beteiligungen investieren, die Veränderungen zu spüren bekommen“, erläutert Klaus Tiedeken, Vorstandsmitglied der Kreissparkasse Köln. „Denn den LEI müssen die Unternehmen ihrem jeweiligen Wertpapierpartner, also zum Beispiel der Kreissparkasse Köln, nachweisen. Diese dürfen ab nächs-

tem Jahr keine Geschäfte mehr in Wertpapieren oder Derivaten mit den Kunden tätigen, wenn sich der Kunde nicht mittels LEI exakt identifizieren lässt“, so Tiedeken weiter.

Der LEI ist ein zwanzigstelliger Code, der mit wesentlichen Referenzdaten für eine klare und eindeutige Identifikation verknüpft ist. Das sind beispielsweise Register-Namen und Register-Nummer, Rechtsform des Unternehmens, juristischer Sitz der Hauptverwaltung oder des Fondsmanagers. Der LEI basiert auf der ISO-Norm 17442 und wird bei einer sogenannten Local Operating Unit, kurz LOU, beantragt. Die LOU ist eine Vergabestelle, die von der Global LEI Foundation (GLEIF) autorisiert wird. GS1 Germany erhielt im März dieses Jahres den offiziellen Status als LOU in Deutschland. Das dürfte insbesondere die Unternehmen interessieren, die ihre Waren mit dem EAN Strichcode handelsfähig machen und Derivate etwa im Risikomanagement nutzen. Denn sie können auf einen bekannten Partner für die Implementierung des neuen Standards setzen. GS1 Germany stellt für die Antragstellung das Online-Portal www.lei.direct zur Ver-

fügung. Die Übertragung einer bestehenden LEI-Nummer zu GS1 Germany ist kostenlos. Auch die Massenübertragung ist ab zehn LEI schnell und einfach möglich. ■

Weitere Informationen unter: www.lei.direct



GS1 Austria ist seit 1.12.2017 als Registration Agent für Österreich tätig.

Ihre Ansprechpartnerin
Elisabeth Müller
mueller@gs1.at



*) Für Österreich ist hierfür die Finanzmarktaufsicht (FMA) zuständig.

DER ECR-EFFEKT

Von wem kann die Konsumgüterbranche noch lernen? Mit „Exciting Consumer Realities“ wurde der Begriff ECR am ECR Infotag 2017 in ein neues Licht gerückt. Dazu wurden interessante Einblicke in innovative Konzepte fernab der FMCG-Branche gewährt.



Sebastian Knisch von IKEA (li.) lud zum virtuellen Rundgang durchs IKEA-Wohnzimmer.

Der Kunde ist König“ ist Leitsatz fast aller Unternehmen und feiert heute unter dem Begriff „Customer Centricity“ seine Renaissance. Aber: „Den Kunden ins Zentrum stellen“ – ist das nicht ein alter Hut? Nein, denn die Rolle, die die konsequente Ausrichtung eines Unternehmens auf seine Kunden spielt, hat eine neue Dimension erreicht. Interessenten und Käufer sind heute informierter denn je und verfügen über eine Macht zur Einflussnahme im Marktgeschehen wie niemals zuvor. Dadurch können sie nun das einfordern, was ihnen schon seit Jahren versprochen wird: wirklich der König zu sein! Dies erfordert für Unternehmen eine 360-Grad-Kundensicht und ein damit einhergehendes Aggregieren von Daten aus verschie-

denen Kontaktpunkten, über die ein Kunde mit dem Unternehmen in Berührung kommt. Diese sogenannten „Touchpoints“ haben sich mit dem Aufkommen neuer Technologien in den letzten Jahren vervielfacht. Das Potenzial für innovative Konzepte, um dem Kunden noch näher zu rücken, wird dadurch nahezu unermesslich. Wie gut dieses Potenzial bereits genutzt wird, konnte in jüngster Zeit vor allem außerhalb der Konsumgüterbranche beobachtet werden, was beim diesjährigen ECR Austria Infotag erstmals zu einem „Blick über den Tellerrand“ führte. Denn: „Von wem sollen wir sonst lernen, wenn nicht von anderen Branchen?“, hielt Martin Gleiss, Leiter Konzernlogistik und Warenfluss bei SPAR Österreich, am Podium fest.

DER ECR EFFEKT

Exciting
Consumer
Realities



INFOTAG 2017



Wenn sich Handel und Industrie digital austauschen und ihre Daten kombinieren, können sie so besser auf die Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen.



Einkaufen zum Erlebnis machen

McDonald's Österreich hat sich zum Ziel gesetzt, seinen Kunden „365 Tage Exciting Consumer Realities“ zu bieten, was bisher auch bestens gelungen ist. Der im Vorjahr ins Leben gerufene Bonus-Club „myMcDonald's“ verzeichnet täglich 100.000 aktive User, jeder neunte Österreicher ist bereits Mitglied im Programm und allein die Hälfte des Wachstums von McDonald's wird daraus generiert. „Die ‚myMcDonald's-App‘ ermöglicht eine zielgerichtete Aktivierung des Kunden, ‚1FitsYou‘ gehört für uns der Vergangenheit an“, erklärt McDonald's Marketing Director Jörg Pizzera in seinem mitreißenden Vortrag. „Diese Individualisierung erhöht beim Kunden nicht nur den Spaßfaktor, sondern lässt ihn auch mehr >

Oben: Spannende Erkenntnisse ergaben sich aus der von Armin Wolf (Mitte) geleiteten Podiumsdiskussion.

Die letzte Meile

Wenn es darum geht, den Kunden zufriedenzustellen, spielt auch „Schnelligkeit“ eine immer wichtigere Rolle. Die Bewältigung der „letzten Meile“ gewinnt damit noch mehr an Bedeutung. „Ohne ‚letzte Meile‘ funktioniert Digitalisierung gar nicht“, hielt auch METRO-CEO Arno Wohlfahrter bei der Podiumsdiskussion fest. Uwe Clausen, Universitätsprofessor und Institutsleiter für Transportlogistik der TU Dortmund und des Fraunhofer-Instituts für Materialfluss und Logistik, hat im Rahmen der ZF-Zukunftsstudie 2016 „Die letzte Meile“ drei Thesen erstellt, die er am ECR Austria Infotag präsentierte und erläuterte.

These Nr. 1: Der Endkunde gibt die Richtung vor

Der Endkunde ist Zielpunkt aller Aktivitäten auf der letzten Meile, die Gestaltung dieser erfolgt nach seinen Vorgaben. Ändert sich das Verhalten des Endkunden, muss die letzte Meile folgen.

These Nr. 2: Die Umgebung diktiert die Spielregeln

Die letzte Meile befindet sich stets in heterogenen Umgebungen, es müssen Veränderungen bei der Zulassung von Fahrzeugen, Zufahrtsbeschränkungen und Verkaufsaufkommen berücksichtigt werden. Die letzte Meile muss sich lokalen Gegebenheiten anpassen.

These Nr. 3: Innovationen schaffen neue Spielräume

Innovationen verändern die Digital- und Transporttechnik. Neue Transportmittel und IT-Lösungen bieten neue Gestaltungsmöglichkeiten für die letzte Meile. www.zf-zukunftsstudie.de/zukunftsstudie-2016/die-letzte-meile/



Oben links/rechts: Das dynamische Würfelmikro war in regem Einsatz beim Publikum. **Oben rechts:** Uwe Clausen (TU Dortmund & Fraunhofer-Institut)



➤ ausgeben. Ein guter Grund, warum bei uns auch in Zukunft der Gast den Marketingplan bestimmt“, so Pizzera.

Virtueller Rundgang

Auch Österreichs beliebtester Schwede IKEA hat es sich zur Philosophie gemacht, seinen Kunden das Leben „besser und einfacher“ zu machen. Dabei stehen für den Möbelriesen vor allem zwei Begriffe im Vordergrund: Das ist zum einen „Speed“ – die Ersparnis von Zeit hat in der Kaufentscheidung des Kunden einen immer höheren Stellenwert – und zum anderen „Agilität“,

um besser auf sich verändernde und unvorhersehbare Kundenwünsche und Marktverhältnisse reagieren zu können. „Die Technologie sehen wir dabei als Enabler, aber nicht als Druckmittel“, erläutert Sebastian Knisch, Multichannel Program Manager von IKEA Österreich. Technologie kommt bei IKEA bereits erfolgreich zum Einsatz, wenn es um die Verbindung der digitalen mit der stationären Welt geht. Dabei setzt IKEA u. a. auf Virtual Reality, was dem Kunden beispielsweise einen virtuellen Rundgang durch ein Musterzimmer mit individuellen Gestaltungsmöglichkeiten erlaubt.

Magische Momente schaffen

Christoph Bründl von der Bründl Sportgruppe sieht sich, wenn es um die Verwendung neuer Technologien geht, eher als „Krokodil in den Bergen als im Haifischbecken“ und versucht in seinen Geschäften für den Kunden einzigartige Erlebniswelten – sogenannte „Magic Moments“ – zu schaffen. Dies reicht von der geschäftsinernen Hausbar über Kinderkinos bis hin zu einer Polarstation, in der Funktionskleidung direkt

„Das größte Potenzial liegt in der Zusammenlegung der Daten von Handel und Industrie. Damit wären wir mächtiger als Amazon.“

Harald Melwisch, Chief Digital Officer bei Unilever Austria



Oben: Der ECR Austria Infotag 2017 aus Sicht des Publikums. **Ganz links:** Sandra Slavinec (charismaTec OG) **Links:** Jasser Khodai (handschlag 1.0)

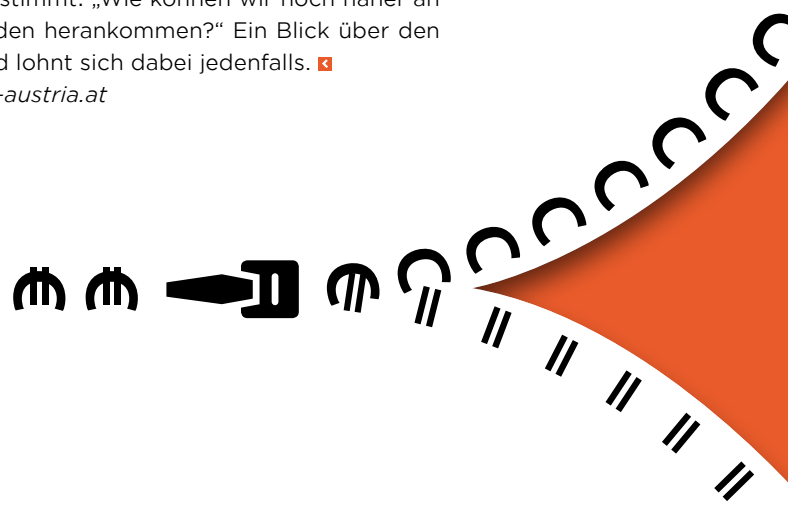
vor Ort vom Kunden getestet werden kann. Als Kaufargument sieht Bründl in seinen Geschäften fast ausschließlich den Verkäufer selbst: „Dieser muss brennen!“

Einiges mehr an Technologie findet wiederum im Bereich der Automobilindustrie Anwendung, wo Begriffe wie „Just in time“ und „Just in sequence“ allgegenwärtig sind. Hier sind Dinge wie Machine Learning, kollaborative Roboter oder 3D-Druck bereits jetzt erfolgreich im Einsatz, was am ECR Austria Infotag von Jasser Khodai, CEO von handschlag 1.0, und Sandra Slavinec, CEO der charismaTec, eindrucksvoll präsentiert wurde.

Der Blick über den Tellerrand

In der von ZIB2-Anchorman Armin Wolf geleiteten Podiumsdiskussion stellten sich dann die FMCG-Experten die Frage: „Was kann die Konsumgüter-Industrie von anderen Branchen lernen?“ Vieles! Darüber waren sich die Teilnehmer am Podium einig. Arno Wohlfahrter, CEO von METRO Österreich, begründete dies damit, dass es „am Ende des Tages immer darum geht, dass der Kunde mein Produkt beansprucht“. Da-

bei sieht Harald Melwisch, Chief Digital Officer bei Unilever Austria, das größte Potenzial „in der Zusammenlegung der Daten von Handel und Industrie. Damit wären wir mächtiger als Amazon“. Die Digitalisierung sieht Manner-Marketingleiter Ulf Schöttl heute als „Must“, wobei es laut Martin Gleiss von SPAR in der FMCG-Branche „gar nicht so einfach ist, dem Kunden – so wie sonst im On-linehandel üblich – zur Wurstsemmel auch das Gurkerl anzubieten“. Auch die zukünftige Arbeit von ECR Austria wird laut ECR Austria-Managerin Teresa Mischek-Moritz immer mehr von der Frage bestimmt: „Wie können wir noch näher an den Kunden herankommen?“ Ein Blick über den Tellerrand lohnt sich dabei jedenfalls. www.ecr-austria.at



ECR Infotag 2017: Austrian Bründl will dem Amazonas Stream das Wasser reichen

Die Konsumgüterwirtschaft im kleinen Österreich hat Digital-Entwicklungshilfe von außen dringend nötig. Verdienstvoll ist daher das Bestreben von ECR Austria, beim jährlichen ECR Infotag den Besuchern Zukunftsperspektiven und Erfolgsmodelle aus der schönen, globalen Digitalwelt zu präsentieren.

Gastbeitrag von Hanspeter Madlberger, freier Wirtschaftsjournalist



Exciting Consumer Realities. Diese Neuinterpretation des Acronyms ECR war heuer das Motto des Events unter dem Glasdach der Eventhotel-Pyramide im Süden Wiens. Das Programm versprach, innovative digitale Konzepte aus anderen Branchen vorzustellen und damit neue Impulse zur Maximierung des Einkaufserlebnisses zu liefern. Ein ambitioniertes Vorhaben. Für die positive Überraschung sorgte nicht ein Global Digital-, sondern – ätsch! – ein Local Analog-Player: Christoph Bründl, dessen Firma 25 als Erlebniswelten gestaltete Sportshops in Salzburg, Tirol und der Steiermark betreibt, führte eindrucksvoll vor, wie man als Austrian Bründl dem Amazonas Online-Megastream das Wasser reichen oder sogar abgraben kann. Er setzt, entgegen landläufiger Handelsdoktrin, in einer Sparte mit rasant wachsendem Onlinehandel nicht auf Omnichannel, sondern nimmt die Schwachstelle des Internethandels ins Visier, indem er seine Store-Mitarbeiter zur Erbringung von Service-Höchstleistungen anfeuert. Thomas Zechner, neuer Markant-Geschäftsführer und neuer ECR Co-Chairman, zeigte sich von dieser Sichtweise angetan: „Den Kunden Leistungen zu bieten, die der Internethandel nicht drauf hat, diesen Gedanken finde ich sehr anregend!“ Wir dürfen davon ausgehen, dass die Strategie des Internet-Verweigerers Bründl zwar ein Erfolgsmuster für Zechners Nah&Frisch-Kaufleute abgibt, in den Führungsetagen der

beiden heimischen Lebensmittelhandels-Riesen jedoch auf wenig Widerhall stößt. Als engagierte Verfechterin einer Data-based Omnichannel-Strategie outete sich dieser Tage Elke Wilgmann, die per 1.2.2018 in den Vorstand der Billa AG einziehen wird. Sie nannte als eine ihrer Hauptaufgaben das „Zusammenfügen unserer digitalen Inhouse- und unserer klassischen Marketingkompetenzen“. Im Rahmen der ECR-Projekte setzt SPAR traditionell einen starken Akzent auf Digital-Logistik. Martin Gleiss, Chef-Logistiker im Tannenreich, der auch am bereits traditionellen Armin-Wolf-Life-Chat teilnahm und in der Lagerhalle von Ebergassing ein Ballett von Automotive Shuttles tanzen lässt, schwärmte von den zukünftigen Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz und ihrem breiten Anwendungsspektrum in seinem Fachgebiet.

„Für die positive Überraschung des ECR Infotags sorgte nicht ein Global Digital-, sondern – ätsch! – ein Local Analog-Player.“



Darf man sich als Wirtschaftsjournalist, der die ECR-Bewegung seit ihrer Gründung vor über 20 Jahren aufmerksam begleitet, etwas wünschen? Ja? Danke! Dann wünsche ich mir, ... dass wieder mehr Chefs der großen heimischen Handels- und Industriefirmen, so wie in früheren Zeiten, den Infotag besuchen und dort mitdiskutieren. Leider sind uns in den letzten Jahren bei vielen Markenartiklern die „Österreich-Manager“ abhandengekommen, weil sie durch DACH- oder Europa-Regions-Manager ersetzt wurden. ... dass die Österreich-Töchter multinationaler Konzerne wieder verstärkt bei den ECR-Arbeitskreisen mitmachen, wie das beispielsweise Mars, Unilever, Kelly, Coca-Cola und Brau Union tun, die ihr Know-how in die Arbeitsgruppe Stammdaten einbringen. ... dass unsere Landwirtschaft sich endlich in den ECR Value-Chain-Prozess (Stichwort: From stable to table) einbringt und dessen Win-win-Potenzial ausschöpft. ... dass unsere Wirtschaftskammer unter ihrem künftigen Präsidenten, der sich als einer der wenigen Politiker unseres Landes in Fragen der Digitalisierung wirklich auskennt, das Innovationspotenzial der ECR-Bewegung erkennt und fördert. ... dass ECR Austria sich in Kooperation mit einschlägigen Schwesterorganisationen in Deutschland und Europa auf länderübergreifende ECR-Projekte verständigt, welche den Herausforderungen gerecht werden, die von den global agierenden digitalen „Marktbegleitern“ ausgehen. Und das wär`s auch schon. **4**

Dieser Artikel spiegelt die persönliche Meinung des Autors wider und deckt sich nicht unbedingt mit der Meinung des Herausgebers des Magazins.

STANDARDS & PRAXIS

GS1, IBM und Microsoft erarbeiten gemeinsame Standards



Mit Blockchain können Daten über Unternehmensgrenzen hinweg geteilt werden.

Blockchain Die globalen Standards von GS1 ermöglichen, von Blockchain-Netzwerken gespeicherte Daten für eine gemeinsame Kommunikation

und Interoperabilität zu strukturieren. Durch eine einheitliche Datenversion wird einerseits die Datenintegrität und das Vertrauen zwischen den Beteilig-

ten erhöht, andererseits das Risiko von Datenduplikaten minimiert. Diesen Vorteil möchten zukünftig auch IBM und Microsoft in intensiver Zusammenarbeit mit GS1 in ihren Enterprise-Blockchain-Anwendungen für Supply-Chain-Kunden nutzen. „Die Blockchain-Technologie ermöglicht es, Daten über Unternehmensgrenzen hinweg zu teilen und gleichzeitig ein hohes Maß an Genauigkeit beizubehalten“, erklärt Robert Beidemann, Vice President Retail bei GS1, und sieht die Kooperation positiv: „Die Zusammenarbeit mit engagierten Technologie- und Industriepartnern ist ein wichtiger Schritt, um diese mit einer gemeinsamen Sprache zu fördern.“
www.gs1.org

Auch Marketiers und Key Accounts sollten Stammdaten verstehen

Abschlussbericht Das Thema Stammdaten beschäftigt die Konsumgüter-Branche schon lange. Nach Bearbeitung der Food-Kategorien im Zuge der Umsetzung der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung sind neben den Non Food I-Sortimenten jetzt auch die sogenannten B2B-Daten, also logistische Daten, gemeinsam bewerkstelligt worden. Der nun publizierte Stammdaten-Abschluss-

bericht demonstriert an konkreten Beispielen von Handel und Industrie einerseits, warum Stammdaten im 21. Jahrhundert die Visitenkarte jedes Unternehmens sind, und versucht andererseits klarzumachen, dass Stammdaten nicht nur in die IT-Abteilung gehören. Jeder Marketier und jeder Key Account Manager muss heute verstehen, welche direkte Auswirkung schlecht organisierte Stammdaten

Vorbildlich: An zehn Beispielen wird gezeigt, wie Stammdaten von Unternehmen genutzt werden können.



beim Konsumenten verursachen können. Neugierig geworden? Dann schauen Sie in die neue ECR-Publikation, die Sie unter folgender Adresse herunterladen können: ecr-austria.at/arbeitsgruppen/publikationen

STANDARDS FÜR DIE ZUKUNFT DES GESUNDHEITSWESENS

Unter dem Motto „One Vision 4 Patient Safety“ stand der „GS1 Healthcare Day 2017“ in Wien. Dabei diskutierten Experten die Bedeutung von Standards für die Gesundheitsbranche im digitalen Zeitalter.

Eine gemeinsame Sprache und Interoperabilität über alle Branchen hinweg sind die Grundvoraussetzungen, um Mensch und Maschine intelligent miteinander zu vernetzen.“ So eröffnete Werner Leodolter, CIO der KAGES und Universitätsprofessor an der Karl-Franzens-Universität Graz, am GS1 Healthcare Day 2017 seinen Vortrag zum Thema „Digitale Transformation im Gesundheitswesen“. Den Schlüssel

zu dieser Interoperabilität innerhalb der Supply Chain des Gesundheitswesens sieht Leodolter ganz klar in der Nutzung von Standards. Wer hinter diesen Standards steckt und wie die einzelnen Standardorganisationen miteinander kooperieren, erfuhren die Besucher des GS1 Healthcare Days in Wien in Vorträgen sowie einer Podiumsdiskussion mit Vertretern von GS1, Austrian Standards, IHE Austria und HL7 Austria.

Umsetzungen aus der Praxis

Wie GS1 Standards bereits jetzt erfolgreich angewendet werden und wie sehr sich das auf die Patientensicherheit auswirkt, wurde anhand von verschiedenen Best-Practice-Beispielen präsentiert. So hat beispielsweise Sabine Schenk von B. Braun über den erfolgreichen Einsatz von Standards im EDI Bereich zur Umsetzung eines voll-elektronischen „Order-to-Cash“-Prozesses berichtet, Siobhan Duggan von GS1 Ireland wiederum gab Einblicke in das irische Gesundheitswesen, wo das Arbeiten mit Standards in einigen Krankenhäusern schon auf der Tagesordnung steht. Martin Reitstätter von Agfa Healthcare demonstrierte dem Publikum des Healthcare Days „live“, wie mit einem Barcode-System eine eindeutige und sichere Medikamentenabgabe gewährleistet werden kann.

Herausfordernde EU-Verordnungen

Eine eigene Podiumsdiskussion widmete sich den neuen EU-Verordnungen für Medizinprodukte und In-vitro-Diagnostika, bei der u. a. Martin Renhardt vom Bundesministerium für Gesundheit sowie Philipp Lindinger >

„Standards definieren das Problem und bieten Lösungen an.“

Stefan Sabutsch, HL7 Austria

Rückverfolgbarkeit im Spitalwesen mit GS1 Standards wird z. B. in Irland bereits in einigen Krankenhäusern erfolgreich angewendet.





Geballte Expertise rund um Standards am GS1 Healthcare Day 2017 - v. l. n. r.: Eugen Sehorz (GS1 Austria), Christian Hay (GS1 Global Office), Gregor Herzog (GS1 Austria), Siobhan Duggan (GS1 Ireland), Alexander Schanner (IHE Austria)

„GS1 ist das Salz im Brot. Ohne Salz würde es auch gehen, aber es schmeckt längst nicht so gut.“

Christian Hay, GS1 Global Office



Podiumsdiskussion zum Thema Standards im Gesundheitswesen - v. l. n. r. Poppy Abeto-Kiesse (GS1 Austria), Stefan Sabutsch (HL7 Austria), Elisabeth Stampfl-Blaha (Austrian Standards), Christian Hay (GS1 Global Office), Alexander Schanner (IHE Austria), Nikolaus Hartig (GS1 Austria)

Wie GS1 Standards die Umsetzung neuer EU-Verordnungen unterstützen

Am 25. Mai wurde die EU-Verordnung für die Kennzeichnung von Medizinprodukten und In-vitro-Diagnostika verabschiedet. Das darin definierte Unique Device Identification (UDI)-System bietet einen Rahmen zur Identifikation von Medizinprodukten, um die Qualität der Versorgung und Sicherheit von Patienten sowie Geschäftsprozesse zu verbessern. Für dieses neue EU-System zur UDI werden von den Herstellern die globalen GS1 Standards verwendet, da diese der eindeutigen Identifikation und dem Austausch von Informationen zu Produkten, Dienstleistungen, Vermögenswerten und Standorten dienen. Die Global Trade Item Number (GTIN) wird bereits in der globalen Gesundheitsindustrie als eindeutige Kennung für medizinische und chirurgische Produkte auf jeder Ebene der Verpackung verwendet. Demnach ist GS1 seit 2013 zur UDI-Vergabe von der US Food and Drug Administration (FDA) akkreditiert.



Die Teilnehmer beteiligten sich rege an den Diskussionen.



Werner Leodolter (CIO der KAGES und Universitätsprofessor an der Karl-Franzens-Universität Graz; li.) stellte sich den Fragen von Nikolaus Hartig (GS1 Austria) und des Publikums.



Ihre Ansprechpartnerin

Poppy Abeto Kiese
Business Development
Manager Healthcare
abeto@gs1.at

› von der AUSTROMED über die damit verbundenen Herausforderungen diskutierten. Eine wesentliche Erkenntnis der Diskussion lag darin, dass es in Zukunft für alle betroffenen Unternehmen unerlässlich sein wird,

sich bereits jetzt mit den kommenden Änderungen zu befassen und sich an ihre benannten Stellen zu wenden, um dafür notwendige Schritte zu planen. Darüber hinaus stellte sich die Betreibergesellschaft AMVS (Austrian Medicines Verification Systems) vor, die zukünftig für die Steuerung eines österreichischen Arzneimittelverifikationssystems verantwortlich ist.

Mehr zum Thema

Als inhaltliche Ergänzung zur Veranstaltung dient die neue Ausgabe des „GS1 Healthcare Reference Book 2017–2018“. Die darin portraitierten Best-Practice-Beispiele zeigen, wie GS1 Standards in Spitälern und anderen Gesundheitseinrichtungen erfolgreich implementiert wurden. ■

Download unter:
www.gs1.at/fileadmin/user_upload/Broschuere_GS1_Healthcare_Reference_Book_2017_2018.pdf

Garantiert echte Produkte

Für die Kennzeichnung von Arzneimitteln wird mit der EU-Direktive zur Arzneimittelfälschung ab Februar 2019 ein System verpflichtend, mit welchem die Echtheit der am Markt erhältlichen Produkte garantiert wird. Hier wird der EAN-13 Strichcode nun teilweise durch einen zweidimensionalen Code, den GS1 DataMatrix, ersetzt. Mit dieser Symbologie sind in Zukunft Handelseinheiten mit Artikelnummer (GTIN/NTIN) und Zusatzinformationen wie Chargennummer und Ablaufdatum maschinenlesbar ausgezeichnet.

www.gs1.at/healthcare



Für Konsumenten ist die Qualität der Produktdaten oft entscheidend für einen Kauf.

EIN BILD SAGT MEHR ALS TAUSEND WORTE

Da Bilder anschaulicher sind als reine Worte, haben sie viel mehr Überzeugungskraft. Das gilt nicht nur für jede PowerPoint-Präsentation, sondern ganz speziell für die Produkte und ihren Verkauf im Mode- und Sporthandel.

Der stationäre und der Onlinehandel verschmelzen immer mehr zu einem großen und oftmals verwirrenden Vertriebskanal. Gerade im Onlinebereich sind gute und hochauflösende Produktbilder unerlässlich. Was allerdings gerne vergessen wird, sind die Daten zu den Produkten: die sogenannten Stammdaten. Diese unterscheiden sich je nach Ansprechpartner bzw. Zielgruppe. B2B-Daten brauchen beispielsweise Geschäftspartner zur Bestellung und Verarbeitung untereinander. Und B2C-Daten sind für Konsumenten für den Kauf entscheidend. Diese doch recht unterschiedlichen Daten so miteinander zu verbinden, dass von der Bestellung bis zum Kauf alle zufrieden sind, ist eine echte Herausforderung.

Es braucht Produktbilder

In Österreich hat sich GS1 Austria diesem Thema angenommen. Schon seit Jahren unterstützt GS1 Austria die ös-

terreichischen Mode- und Sporthändler bei der Umsetzung der elektronischen Nachrichten zur Optimierung der internen und externen Prozesse, bei der richtigen Kennzeichnung sowie seit einigen Wochen auch bei der Definition der richtigen Stamm- und Bilddaten. Derzeit gibt es in der Arbeitsgruppe Fashion (Mode, Sport und Textil) zwei Hauptthemen: Das erste ist die klare Definition der Stammdaten und die Umsetzung in der elektronischen Nachricht PRICAT (Preisliste/Katalog, eine Standard-Nachricht zur Weitergabe von Basisstammdaten) sowie mögliche erweiterte Daten. Das zweite Thema sind Bilddaten, wobei hier zwei Punkte zu beachten sind: Zum einen braucht es ein Produktbild, damit der Mitarbeiter bei der Datenpflege einen Abgleich der Stammdaten (Farbe, Form) mit dem Produkt durchführen kann. Zum anderen sind hochauflösende Bilder für den Online-Vertriebskanal notwendig.

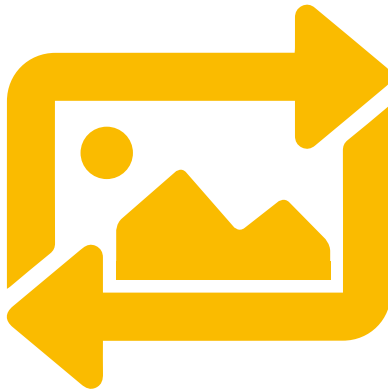
Schritt halten

Ziel ist es, bis Ende 2017 den PRICAT als Standard mit seinen möglichen Neuerungen in der Version 1.3 zu verabschieden und im Laufe des nächsten Jahres umzusetzen. Das Bilddaten-Projekt steckt noch in den Kinderschuhen und wird gerade evaluiert. Dabei ist die große Herausforderung der Arbeitsgruppe eine Einigung auf entweder zentrale oder dezentrale Datenverwaltung. Wichtig ist jedenfalls bei den Themen Stamm- und Bilddaten, mit der fortschreitenden Digitalisierung Schritt zu halten. **■**

Ihr Ansprechpartner

Alexander Peterlik
Business Development
Manager
peterlik@gs1.at





PRODUKTABBILDUNGEN ZENTRAL AUSTAUSCHEN

Ansprechende Bilder braucht der Handel nicht nur für seinen Onlineshop, sondern auch für Inserate, Händler-Flugblätter usw. Durch die Erweiterung von GS1 Sync können Industrieunternehmen neben Produktstammdaten ab sofort auch Produktabbildungen mit ihren Handelspartnern zentral austauschen.

Mittlerweile stellt es für viele Industrieunternehmen eine Selbstverständlichkeit dar, dass Produktstammdaten zu neuen Artikeln zeitgerecht in GS1 Sync eingestellt bzw. Änderungen bei bestehenden Artikeln rechtzeitig erfasst werden.

Etablierter Service

GS1 Sync hat sich aber nicht nur im täglichen Austausch von Stammdaten zwischen Industrie und Handel verfestigt, sondern auch der inhaltliche Umfang der ausgetauschten Produktstammdaten wurde – in Abstimmung mit den Anwendern – laufend weiterentwickelt:

- › Abbildung diverser rechtlicher Anforderungen, wie z. B. Lebensmittelinformationsverordnung, Kosmetikverordnung oder GHS/CLP-Verordnung
- › Abbildung von Marketingdaten (Marketingbotschaft, Artikelbeschreibung, Markenname usw.), um eine detaillierte Produktpräsentation in Onlineshops abseits der rechtlichen Anforderungen zu ermöglichen
- › Abbildung von B2B-Daten (Abmessungen, Gewichtsangaben, Steuerangaben), um Einkaufs-, Listungs- und Logistik-Prozesse zu unterstützen
- › Berücksichtigung nicht nur von Lebensmittelartikeln, sondern auch von Artikeln aus dem Bereich Near Food¹⁾

Nächster Schritt: Produktabbildungen

Die nächste Erweiterung von GS1 Sync befasst sich mit Produktabbildungen.

1) Zu Near Food-Artikeln zählen unter anderem Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Kosmetikartikel.

Grundsätzlich ist festzuhalten: Ohne eine professionelle Produktabbildung ist an eine Vermarktung des Artikels durch den Händler nicht zu denken. Produktdetailseiten in einem Onlineshop müssen Bilder des angebotenen Produktes in einer ansprechenden Form präsentieren. Doch nicht nur in den Onlineshops, sondern auch in den Händler-Flugblättern stehen Produktabbildungen im Vordergrund und tragen wesentlich zur Kaufentscheidung des Konsumenten bei.

Austausch mit Handelspartnern

Um einen zentralen Austausch von Produktabbildungen zu gewährleisten, hat GS1 Austria die ECR Austria Guideline für Produktabbildungen (siehe Kasten Seite 20) inhaltlich aufgenommen und die entsprechenden Erweiterungen in GS1 Sync umgesetzt. Seit dem November-Release in GS1 Sync werden alle Attribute, die für den Austausch von Bilddaten als relevant eingestuft sind, unterstützt. Neben Stammdaten können nun auch Produktabbildungen einfach und >



Ihr Ansprechpartner

Rene Schweinzger
Produktmanager GS1 Sync
schweinzger@gs1.at



Eine professionelle und ansprechende Präsentation eines Produkts in seinen Abbildungen ist für die Vermarktung des Artikels unerlässlich.



Links: Die GS1 Sync Stars-Trophäen wechselten am 16.11. beim ECR Infotag die Besitzer. **Oben:** Die GS1 Sync Stars 2017 v. l. n. r.: Mario Mossauer (Toni's Freilandeier), Moderator Nikolaus Hartig, Birgit Aigner (Toni's Freilandeier), Friedrich Mitterhumer (Concept Fresh Vertriebsgesellschaft), Geschäftsführer Gregor Herzog (GS1 Austria), Michaela Brotsch (Concept Fresh Vertriebsgesellschaft), Gabriele Kitzler und Patrick Brunnbauer (beide Almdudler Limonade A. & S. Klein)

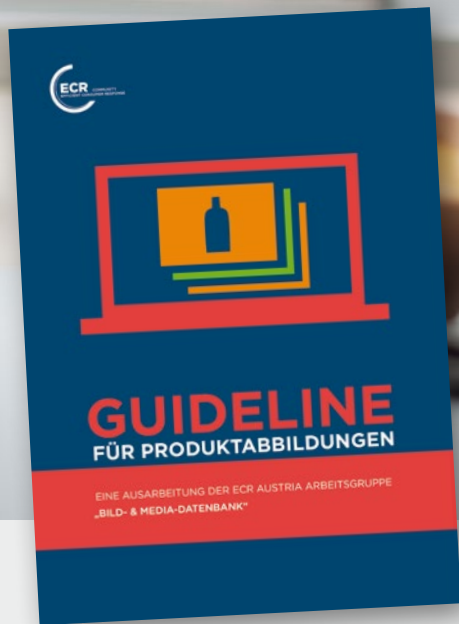


„Die Datenqualität ist das Erfolgskriterium für einen funktionierenden Datenpool.“

GS1 Austria-Geschäftsführer Gregor Herzog

GS1 Sync Stars 2017 Gute Datenqualität gewinnt

Almdudler, Toni's Freilandeier und die Concept Fresh Vertriebsgesellschaft – diese drei österreichischen Unternehmen haben eines gemein: Sie wurden am 16. November 2017 am ECR Infotag in der Eventpyramide Vösendorf mit dem GS1 Sync Stars Award ausgezeichnet. Damit gehören sie ab sofort zum erlesenen Kreis der „GS1 Sync Stars“, zu denen bereits die im Vorjahr erstmals prämierten Unternehmen Maresi Austria, die Spitz Gruppe, SENNA Nahrungsmittel sowie Tante Fanny Frischteig zählen, die auch heuer wieder teilgenommen und so ihren GS1 Sync Star-Status um ein weiteres Jahr verlängert haben. „Die Datenqualität ist das Erfolgskriterium für einen funktionierenden Datenpool. Mit dem GS1 Sync Stars Award möchten wir all jene Unternehmen auszeichnen, die hier ganz besonders hervorstechen sind“, so GS1 Austria-Geschäftsführer Gregor Herzog zu den Prämierten. www.gs1.at/gsync_stars



ECR Austria Guideline für Produktabbildungen

Im Rahmen der ECR Austria Arbeitsgruppe Bild- und Media-datenbank wurde nun eine Guideline geschaffen, wie Produktabbildungen in Flugblättern und Onlineshops prinzipiell auszusehen haben. Dabei geht es einerseits um perspektivische und fototechnische Anweisungen, die eine attraktive Abbildung für den Konsumenten garantieren, andererseits aber auch um technische Standards, die eine einheitliche Verarbeitung beim Handel ermöglichen. Die ersten Rückmeldungen der beteiligten Unternehmen zeigen, dass diese gemeinsam erarbeitete Guideline bereits aktiv in der Zusammenarbeit mit Inhouse-Werbeabteilungen, aber auch externen Agenturen zum Einsatz kommt.


Gute Bilder teilen

In einem zweiten Schritt wird sich diese ECR Austria Arbeitsgruppe damit auseinandersetzen, wie sich der Prozess sowohl auf Handels- als auch Industrieseite durch die Verknüpfung der Bild-Bereitstellung mit den Stammdaten ändern wird bzw. welche Optimierungsmöglichkeiten sich daraus ergeben. Um diese neuen Guidelines möglichst breit in der Konsumgüter-Branche zu streuen, lädt ECR Sie ein, die Ausarbeitungen für Produktabbildungen herunterzuladen bzw. diesen Link auch mit Ihren Agenturen und Bild-Bereitstellern zu teilen: https://ecr-austria.at/2017/09/27/guideline_fuer_produktabbildungen/

Die Guideline von ECR Austria zeigt, wie ein Produkt fotografiert werden muss, damit es bei Konsumenten gut ankommt.

➤ effizient über GS1 Sync mit diversen österreichischen Handelspartnern ausgetauscht werden. Durch die zentrale Wartung der Abbildungen in GS1 Sync stellen die Industrieunternehmen sicher, dass ihre Handelspartner ausschließlich auf die aktuellsten Produktabbildungen zugreifen. Auch reduziert sich durch den harmonisierten Austausch der Produktabbildungen der individuelle Abstimmungsaufwand zwischen Industrieunternehmen und den Händlern – vor allem bei neuen Abbildungen – dramatisch.

Interesse?

Wenn Sie näher erfahren möchten, wie Sie GS1 Sync nützen können, um Ihre professionellen Produktabbildungen mit Ihren Handelspartnern auszutauschen, wenden Sie sich mit Ihrer Anfrage an das GS1 Sync Team unter gs1sync@gs1.at. Gerne berät es Sie individuell, damit Sie in Zukunft Ihre Produktabbildungen zentral austauschen können. 



Wie soll mit der Vernetzung aller Dinge und den neuen digitalen Technologien umgegangen werden?

INTERNET OF THINGS, INDUSTRIE 4.0, ROBOTICS, CLOUD

Die Zukunft hat begonnen - brauchen wir noch Standards?

Am ausgebuchten Internet of Things (IoT)-Fachkongress 2017 im Austrian Standards Institute in Wien wurde diskutiert, wie mit Big Data, Cloud, Datenschutz und künstlicher Intelligenz umgegangen werden kann. Der Tenor aller Vorträge war die Notwendigkeit von Standards für diese neuen Technologien. Das Internet der Dinge basiert darauf, dass reale Dinge Angaben über ihren Zustand, wie z. B. Verschleiß, Serviceintervalle oder Umgebungsbedingungen, in das Netzwerk liefern, und das jederzeit und überall. Das IoT umfasst auch Cloud Computing und Big Data, also die Informationsverarbeitung großer Datenmengen.


Wissen, wo was wann wie ist

In Alltagsgegenständen werden günstige Sensoren verbaut und industrielle Produktionsprozesse werden durch

intelligente Vernetzung von Systemen gesteuert. Hier sind Unternehmen wie Bosch und Siemens in die Konzeption und Umsetzung involviert. Voraussetzung all dessen sind allerdings Standards - für Komponenten, Schnittstellen, Dienste, einfache Netzwerkanbindungen und digitalisierte Services. Branchen wie die Bahngesellschaften führen GS1 Identifikations- und Kommunikationsstandards ein, um ihren rollenden Bestand zu verfolgen, Wartungszyklen und Services festzulegen und diese Daten zu kommunizieren.

Vertrauenswürdige Daten

GS1 ist einem Konsortium mit u. a. Google, Walmart und IBM beigetreten, um die Vorteile der Blockchain besser zu verstehen und diese für die GS1 Services und Solutions zu nutzen. GS1 arbeitet zudem mit Alibaba,

Amazon und Suchmaschinen zusammen, und Standards wie GS1 Smart-Search, das Global Data Dictionary und das Core Business Vocabulary liefern dazu relevante Produktdaten. Konsumenten brauchen vertrauenswürdige Daten, um zu wissen, ob ein Onlineprodukt tatsächlich ihren Wünschen entspricht. Dafür arbeitet GS1 an der GS1 Cloud. Beim Standards & Industrie-Event in Brüssel im Oktober nahmen 380 Personen aus 43 Ländern teil - so viele wie noch nie. Standardisierung bleibt also auch in Zukunft ein heißes Thema. 

Ihr Ansprechpartner

Eugen Sehorz
Projektleiter GS1 System
sehorz@gs1.at



BLASKO CONVENIENCE

EINE GESELLSCHAFT DER  MARCHER FLEISCHWERKESCHNITZERL
FÜR ALLE

Durchgängig Standards nutzen und dennoch flexibel sein, wenn es um individuelle Kundenwünsche geht – so kommt bei Blasko Convenience jeder zu seinem frischen Schnitzerl.

Mit der Neuausrichtung auf gebratene und gebackene Fertigprodukte Anfang der 1990er-Jahre hat die 1987 gegründete Blasko Convenience Fertiggerichte GmbH den Begriff „Convenience“ am österreichischen Markt geprägt. Das Unternehmen gehört seit 2015 zur Gruppe der Marcher Fleischwerke und betreibt zwei Produktionsstandorte in Bruck an der Mur und Oberwaltersdorf. Heute werden beinahe alle österreichischen Handelsketten, die Gastronomie, C&C-Märkte sowie der Lebensmittelhandel im benachbarten Ausland (vorwiegend Italien) beliefert.

Alles „clean“

Das Produktsortiment umfasst frische und tiefgekühlte Fleischfertiggerichte sowie tiefgekühlte Halffertiggerichte und Burger. Damit steckt Blasko Convenience hinter fast allen gängigen Convenience-Eigenmarken als auch hinter den „Heiße Theke“-Produkten im Frischebereich des heimischen Lebensmittelhandels. Mit der hauseigenen Marke „Feines am Tisch“ werden hauptsächlich die Gastronomie und der C&C-Bereich beliefert. Die Auszeichnung der Produkte mit dem „Clean Label“ belegt, dass bei Blasko ausschließlich natürliche Lebensmittel ohne Zugabe von Zusatzstoffen wie Konservierungsstoffen, Geschmacksverstärkern, Farbstoffen und Aromastoffen produziert werden. Darüber hinaus ist das Unternehmen IFS Food sowie nach ONR 192500 (CSR) und ISO 14001 (Umwelt) zertifiziert.

Standards regeln Ablauf

Bereits bei Anlieferung der kalibrierten Fleischwaren hat die Firma Blasko mit allen Lieferanten eine Auszeichnung mit dem GS1-128 Strichcode

eingeführt, der bei der Warenübernahme gescannt und damit sofort ins System gebracht wird. „So lassen sich von Anfang an etwaige Fehler, die sich sonst durch die gesamte Produktionskette ziehen würden, ausschließen“, erläutert Patrick Suppan, IT-Leiter bei Blasko. Zur Auslieferung werden die Produkte dann sowohl als Basis-einheit (einzelne Packung) mit dem EAN-13 Strichcode wie auch als Bestelleinheit (z. B. über eine Banderole) mit dem GS1-128 Strichcode gekennzeichnet. In diesem findet sich ebenso der SSCC (Serial Shipping Container Code) am GS1 Transportetikett für die Auszeichnung von Paletten wieder. Mit der Verwendung von GS1 Identifikationsnummern erhält Blasko auch Zugriff auf das elektronische Stammdatenportal GS1 Sync und stellt hier B2B- sowie B2C-Stammdaten bereit. Auch unternehmensintern erfolgt bei jedem einzelnen Produktionsschritt ein Scan des GS1-128 Strichcodes, was für mehr Datensicherheit (Verhinderung von manuellen Fehleingaben) und somit für eine lückenlose Rückverfolgbarkeit sorgt.

Der Kunde ist König

Dass die Wünsche des Kunden große Priorität haben, beweist Blasko sowohl bei seinen Produkten – z. B. wird auf Wunsch Halal oder glutenfrei produziert – als auch bei logistischen Anforderungen. Möglich macht das u. a. der Einsatz von elektronischem Datenaus-

**Ihr Ansprechpartner**

Christian Lauer

Projektleiter GS1 System

lauer@gs1.at



Schweine-Cordon Bleu
„Feines am Tisch“ mit 100 %
Fleisch aus Österreich



Links: Die Schnitzler aus der Produktionslinie von Blasko sind mit dem „Clean Label“ ausgezeichnet, d. h. frei von jeglichen Zusatzstoffen. **Mitte:** Lückenlose Rückverfolgbarkeit durch Scan des GS1-128 Strichcodes nach jedem Produktionsschritt. **Rechts:** Produktkennzeichnung bei Blasko: Basiseinheiten werden mit EAN-13, Bestelleinheiten mit GS1-128, der den EAN-13 verdeckt, ausgezeichnet.

tausch (EDI), der ebenso auf globalen Standards (GS1 EANCOM und GS1 XML) basiert. So werden – je nach Kundenwunsch individuell angepasste – Nachrichten voll automatisiert ausgetauscht, die von der klassischen Bestellung (ORDERS) über Lieferavis (DESADV) bis hin zu INVRPT (Lagerstandsbericht) oder ORDRSP (Bestellantwort) reichen. Standards sind bei Blasko Convenience somit allgegenwärtig, was IT-Leiter Patrick Suppan wie folgt erklärt: „Standards sorgen für einen geregelten Ablauf im Unter-

nehmen und in der Zusammenarbeit mit unseren Partnern. Sie machen das Leben einfacher.“ www.marcher.at

„Mit GS1 Standards lassen sich von Anfang an etwaige Fehler, die sich durch die gesamte Produktionskette ziehen würden, ausschließen.“

Patrick Suppan, IT-Leiter bei Blasko



SOLUTION PROVIDER IHRE EXPERTEN FÜR GS1 STANDARDS

Die Partner im GS1 Solution Provider Program bieten maßgeschneiderte Lösungen: für ein bestimmtes Marktsegment, für definierte Unternehmensbereiche, für spezielle Anwendungen.

Ziel ist es, den österreichischen Unternehmen verstärkt bei der Implementierung der GS1 Standards zu helfen und ihnen gute Möglichkeiten am internationalen Markt bieten zu können. GS1 Standards bringen hohe Investitionssicherheit und sind die Basis für eine globale Expansion. Mit der Verwendung des GS1

Systems und dessen Standards zeigt ein Unternehmen, dass es im internationalen Kontext operiert und einer Expansion positiv gegenübersteht. Viele Unternehmen, die schon seit Jahren die Standards von GS1 mitentwickeln, sind heute führend im Handel und in der Industrie. Die Gemeinschaft derer, die die großen Vorteile des GS1 Systems erkannt haben, wächst mit jedem Tag. War es in den frühen 80er-Jahren der Lebensmittelhandel, der die Entwicklung und Nutzung des GS1 Systems vorangetrieben hat, sind es heute vor allem der „Do it yourself“-Bereich, die Bekleidungsindustrie, die Abfallwirtschaft und das Gesundheitswesen. All diese Branchen

haben die GS1 Standards ausgewählt, da diese über viele Jahrzehnte erprobt, geprüft und vor allem voll einsatzfähig sind. Sie alle profitieren vom Know-how der Solution Provider, die die Unternehmen in den unterschiedlichen Projekten begleiten. ■



Ihr Ansprechpartner
Alexander Peterlik
Business Development
Manager
peterlik@gs1.at

„Unser Ziel ist es, den österreichischen Unternehmen bei der Implementierung der GS1 Standards zu helfen.“

Alexander Peterlik



WISSEN & INNOVATION



Wie ticken Konsumenten digital und wie können sie online besser bedient werden?

ECR nimmt Cross Channel-Shopper unter die Lupe

Konsumverhalten Ab 2018 wird eine neue ECR Arbeitsgruppe mit dem Titel „Consumer & Shopper Journey 2.0“ ins Leben gerufen.

Ziel der Arbeitsgruppe ist es, den Konsumenten in seiner digitalen Aktivität besser zu verstehen und ihn mit effizienten Touch Point-Analysen besser bedienen zu können. Von internationalen Modellen bis hin zu Erfahrungen aus anderen Branchen soll hier ein State of the Art-Werk entstehen, das der gesamten Branche neue Einblicke gibt.

Neuer ECR Co-Chairman Handel bestellt

Nachfolger Nach dem Wechsel von Andreas Nentwich zu Mars Austria freut sich ECR Austria, seinen Nachfolger bekanntzugeben: Thomas Zechner, Geschäftsführer Markant Österreich, wurde am 6. Oktober 2017 bei der ECR Board-Sitzung einstimmig zum ECR Austria Co-Chairman Handel gewählt. Mit Zechner erfährt ECR Austria eine ganz besondere Verstärkung: So blickt er nicht nur auf seine Erfahrung als Verkaufsleiter bei Billa zurück, sondern hat als Geschäftsführer der MTH Retail Group wertvolle Einblicke in andere Branchen gewinnen können.

Auch seine letzte Station bei KPMG, wo er als Director Retail Consulting u. a. für die Bereiche Retail, Logistik und Industrie verantwortlich war, macht ihn zu einem Experten, von dem ECR Austria nur profitieren kann. „Mit Thomas Zechner bekommen wir einen wahren Handelsexperten in unsere Reihen. Als Co-Chairman Industrie freue ich mich ganz besonders, einen erfahrenen Counterpart an meiner Seite zu haben, mit dem wir die Agenda von ECR Austria weiterhin professionell vorantreiben werden“, so Alfred Schrott, Vorstand Marke-



Thomas Zechner wurde im Oktober einstimmig zum neuen ECR Co-Chairman Handel gewählt.

ting & Verkauf Manner sowie ECR Co-Chairman Industrie.



Inhouse-Integration durch Vergabe von EDI Kommunikation und EDI Software

EDI OUTSOURCING

Die preiswerte Alternative zum klassischen EDI System nennt sich EDI Outsourcing. Kommunikation und Konvertierservice werden dabei an spezialisierte Dienstleister vergeben. EDI Outsourcing ist gleichermaßen für Global Players als auch für KMUs geeignet.

EDI ist doch ganz einfach, oder? Inhouse-Informationen aus der Warenwirtschaft bzw. aus der ERP-Applikation exportieren, diese Informationen über Softwaretools in das entsprechende Standarddatenformat (z.B. EDIFACT/GS1 EANCOM oder XML) transformieren, und schon können diese Daten dem Partner beispielsweise in Form einer eRechnung elektronisch übermittelt werden. Aber gerade

für kleine und mittlere Unternehmen ist die Einführung von automatisierten Prozessen und elektronischer Kommunikation (EDI) mit ihren Geschäftspartnern mit einer großen Hemmschwelle versehen. Die knappen Ressourcen müssen im Unternehmen ökonomisch eingesetzt werden. Fragen, die sich mit EDI ergeben, sind etwa:

- › Habe ich das nötige Know-how und Fachpersonal für eine EDI Implementierung im Unternehmen?
- › Mit welcher Investition muss ich rechnen?
- › Welche Abhängigkeiten im Bezug auf Partner und Dauer sind mit einer solchen EDI Implementierung verbunden?

EDI Outsourcing kann hierbei eine schnelle und kostengünstige Lösung

darstellen. Es lassen sich so ziemlich alle EDI Komponenten an ein spezialisiertes EDI Service-Unternehmen auslagern.

Unkomplizierter Ablauf

Der Ablauf bzw. der Informationsfluss mit einem EDI Outsourcing-Partner ist sehr einfach. Das Unternehmen sendet seine hausinternen Daten an den Service-Partner, welcher die Daten konvertiert und an den Geschäftspartner weiterleitet. Die einzige Voraussetzung ist, dass das Unternehmen auch ein Inhouse-System mit einer Export- bzw. Importschnittstelle besitzt. Der Rest wird vom EDI Outsourcing-Partner abgewickelt und verwaltet. Je nach Wunsch übernimmt der Outsourcing-Partner verschiedenste Aufgaben (siehe Infobox). Hinzu kommt, dass




Ihr Ansprechpartner
 Karl Cegner
 Leitung Kompetenzzentrum
 eBusiness
 cegner@gs1.at



Durch EDI Outsourcing können ausgetauschte Daten im unternehmens-eigenen ERP-System automatisiert verarbeitet werden. Das vermeidet manuellen Aufwand bei der Dateneingabe und erhöht signifikant die Datenqualität.

Diese Aufgaben übernimmt der EDI Outsourcing-Partner

- › Detailabsprachen mit dem Geschäftspartner. Typische Fragen: Welche Geschäftsprozesse sind davon betroffen? Welche Standardformate sind zu beachten? Wie bzw. auf welche Art erfolgt die elektronische Kommunikation mit dem Geschäftspartner?
- › Unterstützung bei der Umsetzung des Datenflusses aus oder in das betreffende Inhouse-System des Unternehmens. Beispielsweise kann dies eine technische Unterstützung darstellen, d. h., welche Inhalte auf welche Weise in der Inhouse-Schnittstelle vorhanden sein müssen. Sehr oft werden aber auch Projektmanagementaufgaben übernommen, z. B. in Form einer Mediatorenrolle hinsichtlich des Managements der betroffenen Abteilungen wie Vermittlung zwischen Logistik-, Vertriebs- und Finanzbuchhaltung, oder bei internationalen Unternehmen zwischen Länderorganisationen und Zentrale bzw. externen Partnern.
- › Die Konvertierung der Daten in Standardnachrichtenformate, etwa in ein EANCOM-INVOIC-Format für österreichische Handelspartner oder in das ebInterface XML für den Bund, in partnerspezifische Formate sowie natürlich die elektronische Kommunikation mit dem Geschäftspartner.
- › Darüber hinaus gibt es noch zusätzliche Servicekomponenten, unter anderem:
 - Einrichtung eines externen elektronischen Archivs
 - Business Monitoring der Transaktionen
 - Tracking and Tracing-Systeme
 - Workflow-Management mit unterschiedlichsten Partnern/Systemen

insbesondere große Handelsunternehmen verstärkt den Fokus auf die EDI Umsetzung mit ihren Lieferanten legen. Früher beschränkte sich dies etwa nur auf bestimmte Artikelsortimente, Geschäftsprozesse (z. B. Bestellungen) oder einzelne Geschäftspartner, heute wird EDI aber immer mehr als ganzheitlicher Ansatz in der Geschäftspartnerkommunikation und effizienten Umsetzung der Supply Chain verstanden. Ist also jetzt auch für Ihr Unternehmen der richtige Zeitpunkt, sich mit dem Thema EDI Outsourcing zu beschäftigen? 

Kosten sparen durch integrierte Prozesse

Erreichen Sie die maximale Effizienz Ihrer Supply Chain durch die vollständige Integration elektronischer Warenbeschaffungsprozesse (EDI Integration). Von der Bestellung bis hin zur Rechnungslegung (eInvoice) oder Lagerbewirtschaftung spart eine automatisierte Abwicklung der Supply Chain Kosten und Ressourcen in jeder Hinsicht:

- › Signifikant weniger Aufwand bei der Datenverarbeitung
- › Zuverlässige Abwicklung durch hohe Datenqualität
- › Bessere Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern
- › Effizienzsteigerung in sämtlichen Bereichen

Mehr Infos unter: www.editel.at/loesungen/edi-integration

editel
Member of GS1 Austria Group



Das weltweit erste, freihändig zu bedienende Tablet:
HMT-1 (Head-Mounted Tablet) von RealWear



EXPERTENTALK #FREEYOURHANDS

Was kommt heraus, wenn man fünf Fachleute für neue Technologien rund um Digitalisierung und Industrie 4.0 an einen Tisch bringt? Antwort: eine hochkarätige Expertenrunde, spannende Diskussionen und interessante Einblicke. Das Logistikmagazin dispo und der Auto ID-Anbieter Barcotec luden ein.



Die Expertenrunde (v. l. n. r.), bestehend aus Robert Duchac, Business Development Manager Barcotec, Moderator Raimund Lang, Chefredakteur dispo, Alexander Peterlik, Business Development Manager GS1 Austria, Sabrina Romina Sorko, Dozentin/Senior Lecturer FH Joanneum, Institut Industrial Management - Industriewirtschaft, Department für Management, Jürgen Weiss, Digital Disruptor EMEA - Digital Factory & Industrial IOT Tieto Austria, Markus Streibl, Smart Production & Service evolaris next level

Bringen Headsets, Datenbrillen oder – um einen allgemeineren Begriff zu verwenden – „Wearables“ ein neues Paradigma in die Arbeitswelt? Mit dieser Frage begann eine rund 90-minütige Diskussion, die rasch zur Sache kam. Die Vorteile der neuen Technologien wurden grundsätzlich begrüßt, jedoch auch mit leichter Vorsicht betrachtet. Technik um ihrer selbst willen führe nicht zu den gewünschten Resultaten, so die Einschränkung.

Beide Hände frei

Die vielversprechendsten Anwendungen für Wearables, wie beispielsweise das HMT-1, liegen zurzeit in der industriellen Instandhaltung. Mitarbeiter können vor Ort mit freien Händen arbeiten, über das Head-Mounted Tablet jederzeit relevante Informationen abrufen und sich sogar mit externen Experten in Echtzeit beratschlagen – Videoübertragung inklusive. Auch im Lehr- und Ausbildungswesen können Wearables ihre Stärken zur Geltung

bringen, etwa indem korrekte Arbeitsabläufe einmal aufgezeichnet und später als Lehrmaterialien aufbereitet werden – gegebenenfalls angereichert um die Möglichkeiten moderner eLearning-Umgebungen.

Künftig kleiner und vielseitiger

Einig waren sich die Diskussions Teilnehmer darin, dass die konkrete Hardware stets einer Betrachtung des tatsächlichen Bedarfs und der vorhandenen Prozesse nachgeordnet sein sollte. Gewarnt wurde auch davor, Halbwissen über kabellose Kommunikation aus dem Privatleben auf geschäftliche Anwendungen zu übertragen. Vor allem KMU, die erste Schritte mit den neuen Technologien machen wollen, sollten dabei professionelle Begleitung in Anspruch nehmen.

Und wohin geht es in Zukunft? Wearables werden künftig kleiner werden und mehr Funktionen umfassen, so die allgemeine Einschätzung der fünf Experten. Auch verstärkte Integration, beispielsweise in ERP-Systeme, sei zu erwarten. Die Phase der Akzeptanz sei weitgehend abgeschlossen, jetzt gehe es in die großflächige Verbreitung. Nichtsdestotrotz werde der Mensch auch künftig immer eine zentrale Rolle spielen. Mit dieser hoffnungsvollen Einschätzung schloss sich der Kreis zur Eingangsfrage. **■**

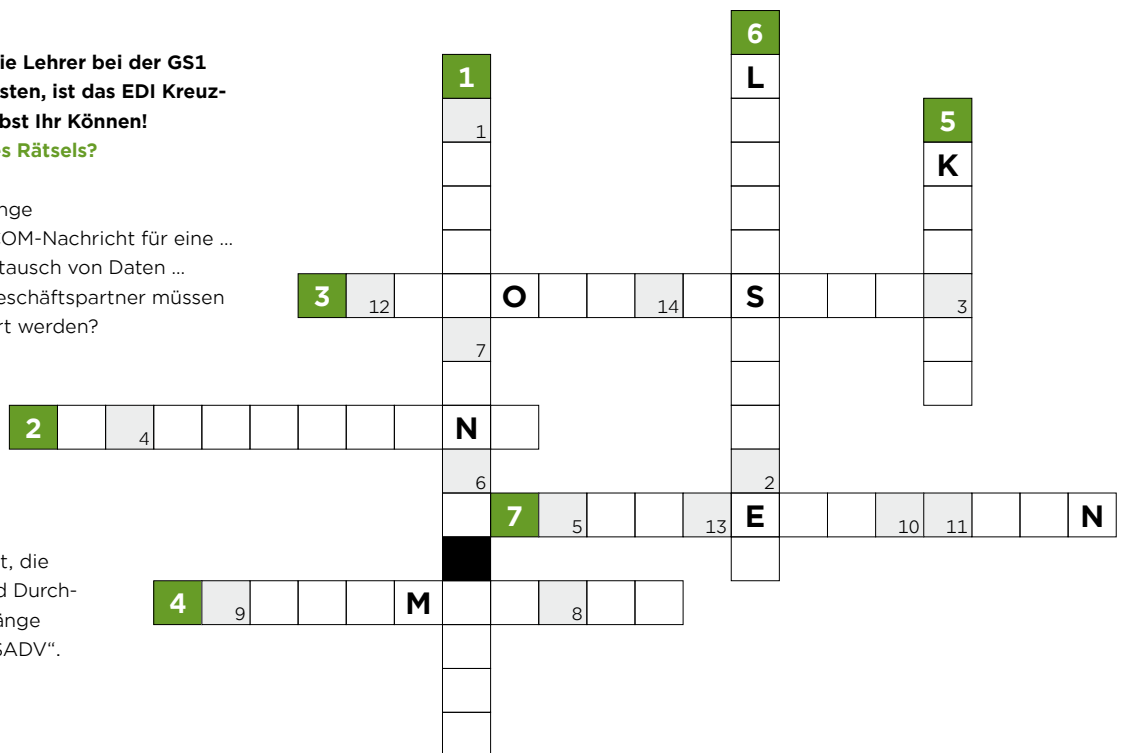
BACK TO SCHOOL GS1 WORKSHOP FÜR BERUFSSCHULLEHRER

Nicht nur Schüler drücken die Schulbank, auch ihre Lehrer bilden sich gerne weiter. Und was ist als Betriebslogistiklehrer naheliegender als Weiterbildung rund um GS1 Themen!

Eine der Aufgaben, die die Lehrer bei der GS1 Weiterbildung lösen mussten, ist das EDI Kreuzworträtsel. Testen Sie selbst Ihr Können!


Wie lautet die Lösung des Rätsels?

- 1 EDI steht für ... Interchange
- 2 „ORDERS“ ist die EANCOM-Nachricht für eine ...
- 3 Durch EDI wird der Austausch von Daten ...
- 4 Welche Daten beider Geschäftspartner müssen unbedingt synchronisiert werden?
- 5 Ein Vorteil von EDI ist die Einsparung von ...
- 6 Bei welchen Produkten gibt es die meisten EDI Anwender?
- 7 Die wichtigste Nachricht, die eine exakte Planung und Durchführung der Wareneingänge ermöglicht, ist der „DESADV“. Das ist der ...



Lösung: Nie wieder Z 1 2 3 4 5 W 6 7 8 9 10 11 12 13 14

Vom 2.-5.10.2017 fand an der Landesberufsschule Mitterdorf in der Steiermark ein Seminar für Betriebslogistiklehrer aus ganz Österreich statt. Den Auftakt der einwöchigen Fortbildung stellte der GS1 Workshop „Grünes Licht an der Laderampe“ dar. Spannend für die GS1 Trainer, denn wie oft bekommt man schon die Gelegenheit, Lehrer als Schüler vor sich zu haben! Spannend war es aber auch für die Lehrer, die sich Wissen rund um die GS1 Stan-

dards aneignen beziehungsweise vorhandene Kenntnisse auffrischen konnten. Das Besondere: GS1 übermittelte nicht nur Praxis-Know-how, sondern ebenso Ideen, dieses auf spielerische Weise zu lehren. So profitieren auch die Schüler diverser österreichischer Berufsschulen vom Workshop. 

Sie möchten den GS1 Workshop „Grünes Licht an der Laderampe“ gerne für Ihre Mitarbeiter, Kollegen oder Partner buchen? Dann finden Sie alles

über den GS1 Workshop unter: www.gs1.at/downloads-services/allgemeines/akademie-schulungen/sondermodul-gruenes-licht-an-der-laderampe.html

Ihre Ansprechpartnerin

Daniela Paar
Academic Partnership &
Training Manager
paar@gs1.at

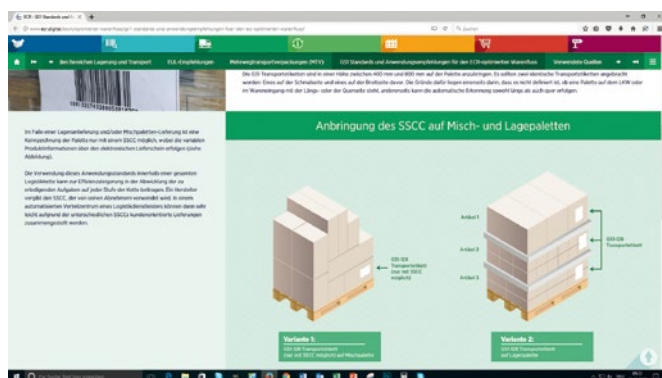


A BIS Z FÜR WARENDISPONENTEN

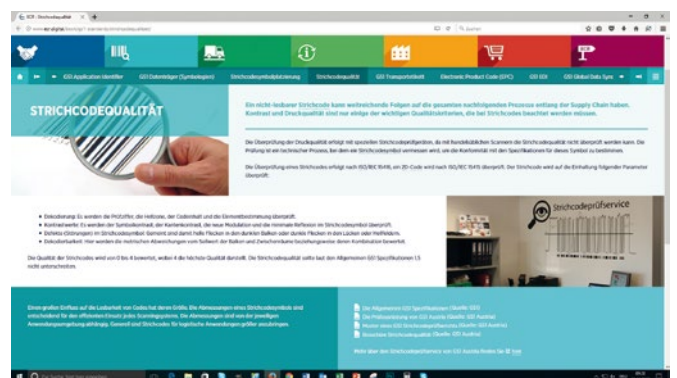
Die ECR Digital Edition ist DAS digitale, moderne Nachschlagewerk rund um ECR Themen und beinhaltet Fachwissen für unterschiedlichste Zielgruppen – beispielsweise Warendisponenten.

Haben Sie solche oder ähnliche Anforderungen in Ihrem Job-Profil?*

Dann kann Sie die ECR Digital Edition (www.ecr.digital) dabei unterstützen!



So soll das GS1 Transportetikett auf Misch- und Lagepaletten angebracht werden.



Kostenloser Strichcodeprüfservice von GS1 Austria

1 Wareneingangskontrolle

Was sollte unbedingt auf einer Palette zu finden sein? Genau, ein GS1 Transportetikett! Warum? Weil dadurch Informationen bereitgestellt werden, die für die Warenübernahme essenziell sind. Alles auf einen Blick beziehungsweise mit einem Scan. Besonders wichtig ist das GS1

Transportetikett im Fall von Misch- und Lagepaletten, um in automatisierten Handelslagern kundengerechte Lieferungen zusammenstellen zu können.

Siehe: www.ecr.digital/book/optimierter-warenfluss/gs1-standards-und-anwendungsempfehlungen-fuer-den-ecr-optimierten-warenfluss

2 Erfassung der Ware im Lagerverwaltungssystem

Um dem Empfänger das manuelle Erfassen von Daten zu ersparen, sollte der Lieferant seine Strichcodes im Auge behalten. Damit ein Barcode gelesen und verarbeitet werden kann, sind bestimmte Qualitätskriterien zu beachten. Mittels GS1 Strichcodeprüfservice ist überprüfbar, ob die Kriterien erfüllt werden. Sie sollten diese Möglichkeit nutzen! Siehe: www.ecr.digital/book/gs1-standards/strichcodequalitaet

Sind auch Sie in der Warendisposition tätig? Wenn ja, sollten Sie einen Blick in das kostenlose Tool werfen: www.ecr.digital



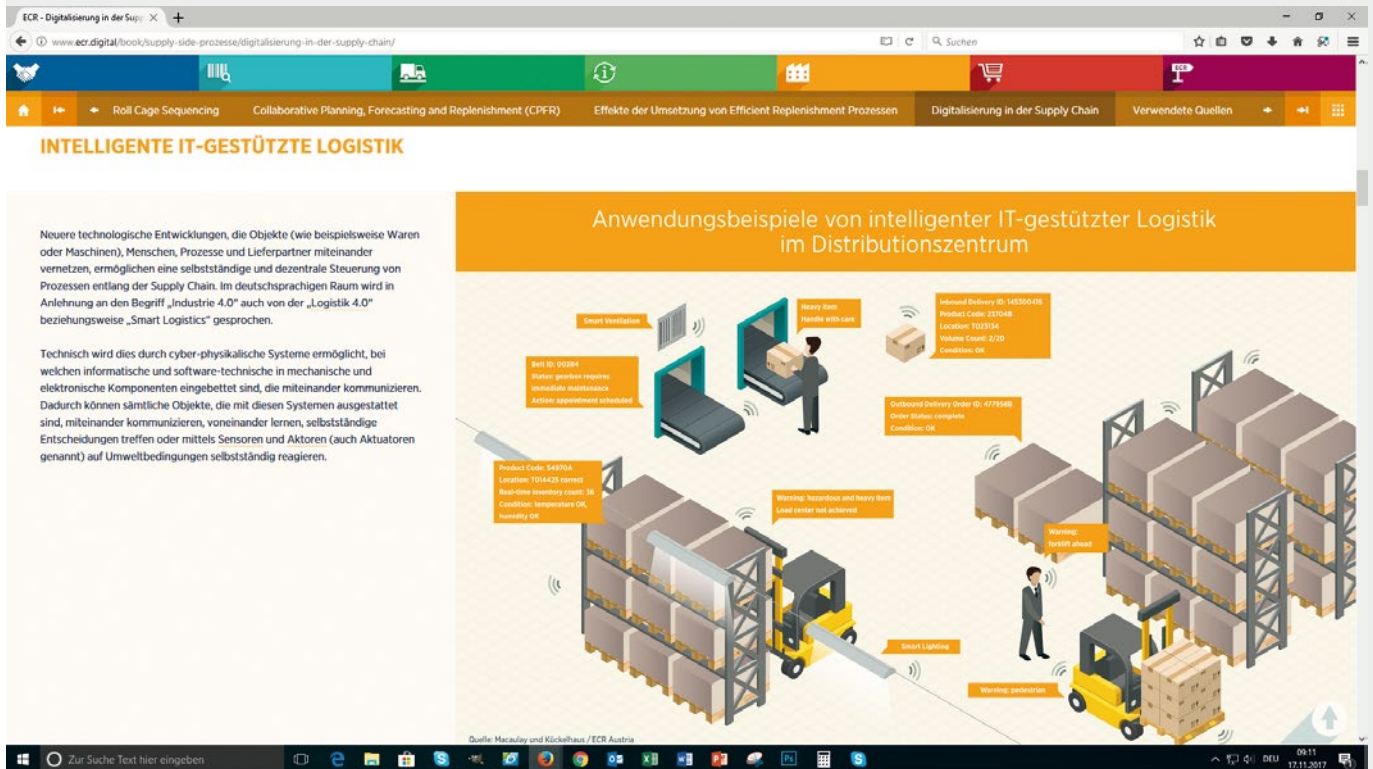
Ihre Ansprechpartnerin

Daniela Paar
Academic Partnership & Training Manager
paar@ecr-austria.at

ECR-Weiterbildung

ECR-Know-how gibt es nicht nur digital, sondern auch real – in Form der ECR-Weiterbildungsangebote. Siehe dazu www.ecr-austria.at/academics-trainings

* Anforderungsprofil auf Basis von www.karriere.at/jobs/4937547 und www.karriere.at/jobs/4928677 (abgerufen am 20.10.2017).



Eines der neuen Sub-Kapitel der ECR Digital Edition: Digitalisierung in der Supply Chain

Digitalisierung in der Supply Chain

Seit dem 16.11.2017 ist die ECR Digital Edition um neue Themen reicher. Unter anderem gibt es nun das Sub-Kapitel „Digitalisierung in der Supply Chain“ von der Autorin Maria Madlberger von der Webster Vienna Private University.

Die digitale Transformation macht auch vor der Logistik nicht Halt. Grundlagenwissen über dieses Themengebiet sollte somit jeder aufweisen, der im Logistikbereich tätig ist. Hier kommt die ECR Digital Edition ins Spiel. Autorin Maria Madlberger erklärt, warum vor allem Praktiker von den Inhalten profitieren.

GS1 info: Was ist die ECR Digital Edition für Sie?

Madlberger: Die ECR Digital Edition ist ein Standardwerk über ECR, das Theorie und Praxis in einzigartiger Weise verbindet. Ihre Einsatzmöglichkeiten für Praktiker, Lehrende und Studierende sind unbegrenzt: als Grundlagenwerk zur Vermittlung von ECR-Basiswissen, als Nachschlagewerk für aktuelle Fachbegriffe oder als Sammelwerk für Arbeitsgruppen-Berichte. All das verpackt in einem zeitgemäßen Online-Tool, das die Inhalte multimedial mit zahlreichen Links, Infografiken, Tabellen und Videos veranschaulicht.

Was beinhaltet das neue Sub-Kapitel „Digitalisierung in der Supply Chain“?

Es gibt einen Überblick darüber, wie Computersysteme und eCommerce völlig neuartige Logistikprozesse schaffen können. Das Sub-Kapitel besteht aus drei Teilen: (1) Die wichtigsten im Praxiseinsatz befindlichen Softwaresysteme für das Supply Chain Management. (2) Die intelligente IT-gestützte Logistik, dazu zählen Technologi-

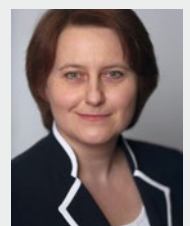
en und Anwendungen wie das Internet der Dinge. (3) Die Logistik der letzten Meile im eCommerce.

Warum sollten Praktiker einen Blick in dieses Sub-Kapitel werfen?

Die Digitalisierung ist aus der Supply Chain nicht mehr wegzudenken und wird zu einem zunehmenden Wettbewerbsfaktor. Das Sub-Kapitel liefert das notwendige Hintergrundwissen, um die Einsatzmöglichkeiten, Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung in der Supply Chain zu verstehen und zu nutzen. Es bietet einen Einblick in die wichtigsten technischen Grundlagen und Begriffe sowie ein Verständnis dafür, wie Logistikprozesse durch die Digitalisierung gestaltet und optimiert werden können. ■

Unter www.ecr.digital/book/supply-side-prozesse/digitalisierung-in-der-supply-chain finden Sie die wichtigsten Punkte zum Thema „Digitalisierung in der Supply Chain“.

Maria Madlberger
Department of Business and
Management, Webster Vienna
Private University
www.webster.ac.at

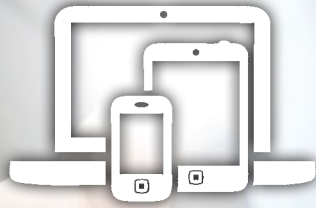


Ihr Weg zur digitalen Evolution.

auto-id



mobile devices



services



- Qualität gesteigert
- Transparenz erhöht
- Durchlaufzeit verkürzt
- Fehler reduziert

barcotec 

YOUR DIGITAL ENABLING SPECIALIST.



Julius-Welser-Straße 15, 5020 Salzburg, Tel.: +43 (0)662 424 600, Fax: +43 (0)662 424 601
Lainzer Straße 2, 1130 Wien, Tel.: +43 (0)1 786 39 40, Fax: +43 (0)1 786 39 41

www.barcotec.at