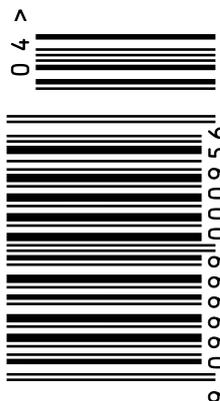


# GS1info



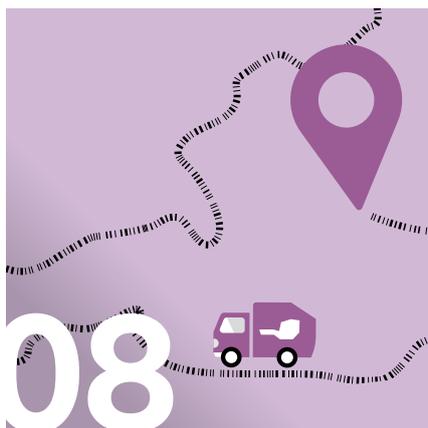
## Schrittweise zur Glocalität

Wie uns Regionalität, Rückverfolgbarkeit und „glokales“ Handeln dabei helfen werden, die Weichen für die Post-Corona-Ökonomie zu stellen. s08





# 06



# 08



# 17



# 22



# 25



# 26

## AKTUELL

**04 News**  
WordRap, News, Hätten Sie's gewusst?

**06 Barcode im Alltag**  
Wenn Strichcodes Türen öffnen; Schwedische Wandgestaltung

**07 Von 0 auf Strichcode in 5 Minuten**  
Strichcodes online bestellen

## FOKUS

**08 Rückverfolgbarkeit hat viele Gesichter**  
Welchen Weg geht welches Produkt?

**12 Rückverfolgbarkeit: Einfache Lösungen sind gefragt**  
Round Table zu Umsetzbarkeit

**15 Gastbeitrag Maria Madlberger**  
Zurück in die Zukunft

## STANDARDS & PRAXIS

**17 News**  
Erhaltungsarbeiten für mobile Terminals; GS1 Healthcare Reference Book; ECR Kurse

**18 Das kann die neue zentrale Regelung für Bildrechte**  
Vorteile für Lieferanten

**20 ECR Guideline für Produktabbildungen**  
Einblicke in die Praxis

**22 Werte schaffen Business ... und Vertrauen!**  
Highlights vom ECR Tag 2020



**25** **GS1 Sync Stars 2020**  
Auszeichnung für  
Dateneinsteller

**26** **Auf den Pilz gekommen**  
Ein Wiener Business im Keller

**27** **Wie das Etikett schneller auf  
die Palette kommt**  
Neue Features in GS1 Print

**28** **Zu Gast bei ...**  
Huber Holding

**30** **Zettelwirtschaft adé?!**  
KMU-Digitalisierung mit EDI



Gedruckt nach der Richtlinie  
„Druckerzeugnisse“ des Österreichischen  
Umweltzeichens, Print Alliance HAV  
Produktions GmbH, UW-Nr. 715

## Rückverfolgbarkeit à la carte

Beim Thema Rückverfolgbarkeit sind viele Fragen offen: Was soll wem und wie genau transparent gemacht werden? Reicht etwa die Primärzutat oder soll die gesamte Zutatenliste dokumentiert werden? Soll lediglich die Herkunft und nicht die gesamte Supply Chain mit allen Verarbeitungsschritten erfasst werden?

Außerdem ist der Begriff Regionalität mit unterschiedlichen Assoziationen verbunden. Für manche entspricht ein Bundesland einer Region, für andere nur ein einzelnes Tal. DACH versteht sich genauso als eine Region wie die gesamte europäische Region.

„GS1 Austria bietet flexible Lösungen zur Rückverfolgbarkeit an, die je nach den spezifischen Umständen eingesetzt werden.“

Viele verschiedene Aspekte der Rückverfolgbarkeit, Regionalität und Herkunft sind also ungeklärt und werden auch von den Konsumenten und vom Handel wie vom Gesetzgeber unterschiedlich interpretiert.

Klar ist allerdings, dass GS1 Austria flexible Lösungen anbietet, die je nach den spezifischen Umständen von uns eingesetzt werden und auch mit geänderten Anforderungen und Definitionen mitwachsen, da sie alle auf den robusten GS1 Standards basieren. Lesen Sie unsere Coverstory ab Seite 8 und erfahren Sie, wie sich Rückverfolgbarkeit in vielen Branchen bereits etabliert hat und was GS1 Austria Ihnen dazu anbietet.

Viel Freude beim Lesen  
wünscht Ihnen

Gregor Herzog  
Geschäftsführer

PS: Schauen Sie auch  
bei unseren Social-  
Media-Kanälen vorbei!





**GS1 WORDRAP**

Mit Herbert Bauer  
**Lösungen mit Lockerheit**

**Als Kind wollte ich werden ...** Indianer.  
Nachdem mir meine Eltern erklärt hatten, dass das kein Beruf ist, Fußballer.

**Das letzte Buch, das ich gelesen habe ...** war „Kleine Stadt der großen Träume“ von Frederik Backmann.

**Dafür würde ich mein letztes Geld ausgeben ...** das Wohl meiner Familie.

**Meine größte Stärke ...** ist, dass ich über viele Themen lachen kann.

**Meine größte Schwäche ...** ist, dass ich leider nicht über alles lachen kann. Ich glaube, es wäre manchmal einfacher, Lösungen zu finden, wenn man Herausforderungen nicht verbissen begegnet.

**Mit dieser Person würde ich gerne für 24 Stunden die Rollen tauschen ...** Ich würde hoffen, dass man in der Rolle des amerikanischen Präsidenten auch viel Positives bewegen kann.

**Standards sind ...** wichtig, aber sollten hinterfragt/adaptiert werden dürfen.

**Als größte Errungenschaft in der Logistik empfinde ich ...** dass sie nicht auf der Stelle tritt, sondern sich laufend optimiert und nachhaltiger wird.

**Gäbe es morgen keine Strichcodes mehr ...** hätten wir etwas anderes.

**Für die Zukunft der Logistik wünsche ich mir ...** ein österreichweites Miteinander und nachhaltige Lösungen.



Herbert Bauer, General Manager, Coca-Cola HBC Austria GmbH

**NEWS**

**Frohes Fest und guten Start ins neue Jahr**

**Glückwünsche** Wir bedanken uns für die gute Zusammenarbeit und das entgegengebrachte Vertrauen im vergangenen Jahr - insbesondere zu herausfordernden Zeiten wie diesen. Wir wünschen Ihnen und Ihrer Familie ein frohes Weihnachtsfest, besinnliche Feiertage und ein glückliches, gesundes neues Jahr.

**AKADEMIE**

**Von Profis für Profis**

**Logistik** Zum GS1 Profi kann man nun in drei Modulen, komprimiert auf jeweils 3,5 Stunden, werden. Die GS1 Austria Akademie bietet Interessierten aus der Logistik die Möglichkeit, rasch die für eine globale Wertschöpfungskette wichtigen Bausteine rund um Identifikation, Kennzeichnung und Informationsfluss zu erlernen und zu erleben. Aus der Praxis für die Praxis - von Profis für Profis.

- Modul I:** Das GS1 System, 20.4.2021, Wien
- Modul II:** Die Strichcodequalität, 21.4.2021, Wien
- Modul III:** EDI im Einsatz, 22.4.2021, Wien

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

[www.gs1.at/akademie](http://www.gs1.at/akademie)



Personen, die in der Logistik tätig sind, können sich in drei Modulen zu gezielten Themenschwerpunkten weiterbilden.

## NEWS



Die Freude ist ihm anzusehen: Eugen Sehorz mit dem GS1 Ken Traub Standards Award.

## Leidenschaftlich & ausgezeichnet

**Award-Verleihung** Einmal im Jahr wird der GS1 Ken Traub Standards Award an einen besonders engagierten Vertreter der Industrie sowie an einen Vertreter einer GS1 Mitgliedsorganisation verliehen. Dieses Jahr darf sich ein GS1 Austria-Kollege über die besondere Auszeichnung freuen: Eugen Sehorz. „Eugen ist ein ausgezeichnete Partner in der GS1 Community und hat sich in den letzten zehn Jahren aktiv an vielen der wichtigsten Entwicklungen im Bereich der Standards beteiligt“, weiß Robert Beideman, GS1 Chief Product Officer, der am 4. Dezember den Preis im Rahmen des GS1 Industrie & Standards Events übergab.

[www.standards-event.gs1.org/gs1-ken-traub-standards-award](http://www.standards-event.gs1.org/gs1-ken-traub-standards-award)

## # NO.

## Logistikverbund-Mehrweg (L-MW)

# 1999

unter dem Dach von GS1 Austria zur Koordination von Mehrwegladungsträgern gegründet.

# 120

Millionen 0,33-l-Einweg-Bierflaschen könnten im Rahmen einer L-MW Arbeitsgruppe auf eine Mehrwegflasche umgestellt werden.

# 3

**Millionen** Einweg-Displays sind das Potenzial zur Umstellung auf Mehrweg-Displays.

[www.l-mw.at](http://www.l-mw.at)

# 10

 laufende Arbeitsgruppen mit Statusberichten auf [l-mw.at](http://l-mw.at)

# 80.000

standardisierte Biertrays für Multipacks wurden nach Empfehlung der L-MW Arbeitsgruppe in Österreich eingeführt.

# 40

 Mitglieder aus dem Bereich Mehrweg (Ladungsträger, Produzenten, Logistikdienstleister, Handel etc.)

## WIR TRAUERN ...

## ... um unseren langjährigen Beiratsvorsitzenden und Promotor Helmut Artner,

der am 9. Oktober 2020 unerwartet verstorben ist. In den unterschiedlichen Positionen seiner Laufbahn, die ihn von Julius Meinel über Adeg zur REWE führte, begleitete und unterstützte er tatkräftig GS1 Austria. Mit seiner Kommunikationsfähigkeit, Kompetenz und Leidenschaft brachte er sich in neue Geschäftsfelder, Initiativen und Projekte ein und agierte als hoch geschätzter Innovator und Brückenbauer innerhalb der Konsumgüterbranche. Zuletzt führte er viele Jahre den Vorsitz im GS1 Beirat. Als Träger des ECR-Lifetime-Awards blieb er GS1 Austria auch nach seiner Pensionierung freundschaftlich verbunden.

Unser aufrichtiges Beileid gilt seiner Familie und seinen Wegbegleitern.



## HÄTTEN SIE GEWUSST ...

## ... warum manche GS1 Strichcodes anders aussehen?



Den klassischen EAN-13 Strichcode kennt fast jeder von Endverbraucherprodukten. Welche GS1 Strichcodes es noch gibt, wo ihre Stärken liegen und wofür sie daher verwendet werden, hat GS1 Austria übersichtlich und in einfachen Worten für Sie im GS1 Strichcode-1x1 zusammengefasst. [www.gs1.at/strichcode-1x1](http://www.gs1.at/strichcode-1x1)



Das Strichcode-Logo des „Black Market“ diente ursprünglich als geheime Eintrittskarte für diverse Veranstaltungen.

## WENN STRICHCODES TÜREN ÖFFNEN

**Nachtleben** Auf der Heiligenstädter Lände in Wien befindet sich ein schwarzes, containerartiges Gebäude mit einem Strichcode drauf. Dahinter verbirgt sich eine unter Liebhabern elektronischer Musik mehr als angesagte Event-Location, das „Black Market“. Warum den Club ausgerechnet ein Strichcode als Logo ziert, ist laut dessen Betreiber Armin Gruber „eine längere Geschichte“. So berichtet er,

dass es „ursprünglich unter dem Namen ‚Black Market‘ seit 2016 nur ‚invite-only‘-Veranstaltungen gab, deren Location man lediglich online anhand der Strichcode-Einladungen einsehen konnte. Später wurde der Strichcode dann auch bei öffentlichen Veranstaltungen als ‚Eintrittskarte‘ in diverse Clubs verwendet, bis schließlich das ‚Black Market‘ im Oktober 2019 sein fixes Zuhause in Wien-Döbling fand“.

Das Strichcode-Logo ist dem Black Market trotzdem erhalten geblieben und wird auch das derzeit leider stark eingeschränkte Wiener Nachtleben mit Sicherheit überdauern. Dafür sorgt Armin Gruber mit sehr kreativen Ideen, wie zum Beispiel mit auf zehn Personen limitierten Micro-Raves und Afterhours.

[www.blackmarket.at](http://www.blackmarket.at)

## SCHWEDISCHE WANDGESTALTUNG

**Einkaufstour** „Hej, ist das nicht ein Strichcode?“, werden sich sicher so manche Besucher des IKEA Stores in Vösendorf denken, wenn sie den dortigen Kassenbereich betreten. Diesen ziert nämlich an der oberen Wand ein überdimensionaler Strichcode. Wie es dazu kam, erklärt Stephan Schneider, Retail Project Manager bei IKEA Österreich: „Da wir in unserem IKEA Store in Vösendorf einen Mall-Bereich haben, der weder drinnen noch draußen ist, wurde versucht, das Blau der Außenfassade mit dem Weiß der inneren Mall zu kombinieren.“ Die Idee, dafür einen Strichcode einzusetzen, lieferten schließlich die Architekten von Inter IKEA Systems im schwedischen Helsingborg – und das natürlich nicht zufällig. Laut Stephan Schneider hat das den Grund, dass „die Wandgestaltung genau über der Kassenlinie liegt, wo der Strichcode auch auf unseren Produkten seinen großen Auftritt hat“. Diese bei IKEA laut Schneider „weltweit einzigartige Lösung ist nun ein fixer Bestandteil des ‚Trade Dress‘ für IKEA Vösendorf“.

[www.ikea.com](http://www.ikea.com)



Der Strichcode in der Wandgestaltung von IKEA Vösendorf symbolisiert den darunterliegenden Kassenbereich, in dem täglich tausende Produkte gescannt werden.

# VON 0 AUF STRICHCODE IN 5 MINUTEN

**Strichcodes online bestellen und bezahlen? Das ist seit kurzem auf der Website von GS1 Austria möglich. Damit bedarf es nun nur ein paar Klicks für den einfachen Weg zum Strichcode.**

**D**ie Entwicklung eines neuen Produkts – von der ersten Idee bis zur Marktreife – dauert oft viele Monate, manchmal sogar Jahre. Wenn es dann jedoch um die erste Listung im Handel oder eine Platzierung auf Marketplaces wie Amazon, eBay & Co geht, muss meistens alles ziemlich schnell gehen – das berichten zumindest viele Neukunden von GS1 Austria aus dem Start-up-Bereich. Da kann es schon passieren, dass vom Tag der offiziellen Zusage zur Neulistung bis hin zum ersten Liefertermin des Produkts nur wenige Wochen liegen. In der Praxis sieht das meist so aus, dass der Handel zur Erfüllung der dafür notwendigen Listungskriterien auf sein Logistikhandbuch verweist,

die großen Marketplaces wiederum auf ihre verpflichtenden Anforderungen zur Produktkennzeichnung. Spätestens da wird klar: „Ein Strichcode muss her! Und das möglichst schnell.“

## Rund um die Uhr zum Strichcode

Was sich in der Vergangenheit, dank der Effizienz des GS1 Kundenservicecenters, schon ziemlich rasch umsetzen ließ, funktioniert nun noch schneller: Seit Mitte Oktober kann man nämlich auf der Website von GS1 Austria unter [www.gs1.at/gtin-ean-kaufen](http://www.gs1.at/gtin-ean-kaufen) Strichcodes auch ganz unkompliziert online bestellen – rund um die Uhr, völlig unabhängig von Geschäftszeiten. Für GS1 Austria Geschäftsführer Gregor Herzog ist

dies ein „weiterer wichtiger Schritt in unserem Bestreben, das Angebot von GS1 Austria möglichst einfach zugänglich und nutzbar zu machen“. [www.gs1.at/gtin-ean-kaufen](http://www.gs1.at/gtin-ean-kaufen)

## Ihre Ansprechpartner

Christa Stoisser  
Leitung Kundenservicecenter GS1 System

Robert Zeiler  
Kundenservicecenter  
GS1 System  
[kundenservice@gs1.at](mailto:kundenservice@gs1.at)



## So einfach geht's: Zum Strichcode in nur drei Schritten

**1 Benötigten Umfang auswählen**  
Auf der GS1 Austria-Website entscheidet man sich für den benötigten Umfang von GS1 Connect: für die Nutzung von bis zu 100.000 GTINs oder für die Nutzung von bis zu 1.000 GTINs.

100.000  
1.000

**2 Onlinezahlung**  
Die Bezahlung erfolgt schnell, sicher und verschlüsselt online via Kreditkarte (Mastercard, VISA), Maestro, PayPal oder Klarna.



**3 Strichcode erstellen**  
Nach erfolgreicher Zahlung erhält man umgehend die Zuteilung der GLN und damit auch den Zugang für das myConnect Onlineportal, in dem der Strichcode schließlich erstellt werden kann.





# RÜCKVERFOLGBARKEIT HAT VIELE GESICHTER

**Regionalität, Herkunft und Rückverfolgbarkeit stehen immer mehr im Fokus unserer Gesellschaft und beeinflussen sowohl Konsument als auch Gesetzgebung. GS1 Austria erweist sich dabei als Kompetenzträger für individuelle Lösungen zur Rückverfolgbarkeit.**

**B**ereits im Februar, also kurz vor der Coronakrise, zeichnete sich anhand der Ergebnisse einer IMAS-Studie ein stark wachsender Trend zum Thema Regionalität ab. Gerade regionalen Produkten werden verstärkt positive Auswirkungen auf die heimische Wirtschaft zugeschrieben. Des Weiteren sind gemäß dieser Studie vor allem Herkunft, Qualität und Nachhaltigkeit beim täglichen Einkauf

relevante Entscheidungsfaktoren für Konsumenten. Dann kam die Krise und der Trend entwickelte sich zum Megatrend. Der renommierte Zukunftsforscher Tristan Horx spricht hier von der „Re-Regionalisierung“, das heißt, dass durch den dramatischen Zusammenbruch der globalen Wertschöpfungskette regionale Produkte und Bezüge nochmals erheblich an Wert gewonnen haben. Damit kündigt sich ein anderer

Umgang mit den Rohstoffflüssen und Produktionsketten der industriellen Welt an, was die Trendforschung als „GLOKALisierung“ bezeichnet. Horx ist daher überzeugt, dass nur „globales“ Denken und Handeln dabei helfen wird, die Weichen für die Post-Corona-Ökonomie zu stellen. Viele Branchen und Industriezweige haben diese Weichen bereits seit längerem in diese Richtung gestellt – und das nicht ausschließlich,



Globale GS1 Standards zur Rückverfolgbarkeit sind in vielen unterschiedlichen Branchen essenziell und bieten individuelle Umsetzungsmöglichkeiten.

um diesem Trend und den damit einhergehenden geänderten Konsumentenbedürfnissen gerecht zu werden, sondern sehr oft auch aufgrund gesetzlicher und regulatorischer Maßnahmen.

### Megatrend Rückverfolgbarkeit

Spricht man von Regionalität, thematisiert man zwangsläufig auch Herkunft und Rückverfolgbarkeit, denn nur dadurch wird diese belegbar. In vielen Fällen geht es bei Rückverfolgbarkeit jedoch nicht nur um die Belegbarkeit der Regionalität, sondern allem voran um Transparenz und Sicherheit. Die Erfüllung dieser Faktoren ist in vielen Branchen eine Grundvoraussetzung und vielfach sogar mit gesetzlichen Vorgaben verbunden. So zum Beispiel im Gesundheitswesen, wo es schließlich um das Leben von Menschen geht. Hier fordert beispielsweise die Europäische Union in der Medical Device Regulation aus dem Jahr 2017 ab 2021 eine lückenlose Rückverfolgbarkeit von Medizinprodukten durch die Umsetzung von UDI (Unique Device Identification). Die seit verganginem Jahr laut EU-Verordnung geltende „Falsified Medicines Directive“ (FMD) regelt wiederum die Fälschungssi-

„Nur ‚glokales‘ Denken und Handeln wird dabei helfen, die Weichen für die Post-Corona-Ökonomie zu stellen.“

**Tristan Horx, Zukunftsforscher**

cherheit von Arzneimitteln, was in der Praxis anhand einer Serialisierung mit GS1 Standards erfolgt. Eine Branche, die ebenfalls massiv von Fälschung und illegalem Handel betroffen ist, ist die Tabakindustrie. Auch hier trat letztes Jahr eine neue EU-Verordnung in Kraft, die die Rückverfolgbarkeit von Tabakprodukten regelt. So muss jede Packung eines Tabakprodukts mit einer individuellen ID versehen sein. In Spanien und Portugal wurde dies mithilfe von GS1 Standards umgesetzt. Durch die Serialisierung kann nun festgestellt werden, in welcher Fabrik, auf welcher Maschine dieses Produkt hergestellt wurde, auf welchem Weg es ins Land kam, wer es importiert hat und wo es verkauft wurde. Blickt man über den europäischen Tellerrand hinaus, findet man weitere Beispiele für die Nutzung globaler GS1 Standards: So etwa in Kanada, wo Hersteller von Cannabis und Cannabisprodukten zur Identifikation dieser Produkte und deren Rückver-



Bis die Traube als Wein beim Konsumenten im Glas ankommt, sind viele Verarbeitungsschritte notwendig.



## Herkunft und Rückverfolgbarkeit mit GS1

Diese neue Kurzinformation bietet einen guten Überblick über die von GS1 Austria angebotenen Services, um rückverfolgbarkeitsbezogene Daten zwischen den einzelnen Partnern zu transportieren: GS1 Connect (Artikeldaten), GS1 Sync (Stammdaten), GS1 EDI (Transaktionsdaten) und GS1 Trace (Ereignisdaten).

[www.gs1.at/kurzinfo-rueckverfolgbarkeit](http://www.gs1.at/kurzinfo-rueckverfolgbarkeit)

➤ folgbarkeit in der Lieferkette GS1 Standards verwenden müssen.

### Lebensmittel im Fokus der Gesetze

Rund um die Rückverfolgbarkeit und Herkunft von Lebensmitteln hat sich hinsichtlich gesetzlicher Anforderungen sowohl in Österreich als auch auf EU-Ebene in letzter Zeit einiges bewegt und wird auch weiterhin in Bewegung bleiben. So regelt die EU-Lebensmittel-Informationsverordnung die Kennzeichnung von verpackten Lebensmitteln und ihrer Herkunftsangaben, wobei deren Geltung seit 1.4.2020 auch auf die verpflichtende Herkunftsangabe von Primärzutaten erweitert wurde. Das österreichische Regierungsprogramm hat sich wiederum zum Ziel gesetzt, ab 2021 eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung der Primärzutaten Milch, Fleisch und Eier in der Gemeinschaftsverpflegung (z. B. in Schulkantinen oder Krankenhäusern) und in verarbeiteten Lebensmitteln einzuführen. Besonders stark macht sich Österreich auch, wenn es um die von der EU-Kommissi-

on initiierte „Farm-to-Fork-Strategie“ zur Erreichung eines fairen, gesunden und umweltfreundlichen Lebensmittelsystems geht. Hier fordert Landwirtschaftsministerin Köstinger beispielsweise eine prioritäre Behandlung der Herkunftskennzeichnung.

### Kompetenzträger mit Full-Service

Geht es um Lösungen zur Rückverfolgbarkeit, erweist sich GS1 Austria mit seinem System aufeinander abgestimmter Standards als absolu-

„Die Anforderungen zur Rückverfolgbarkeit hängen immer stark von der Art des Produkts und dessen unterschiedlichen gesetzlichen Rahmenbedingungen ab.“

**Gregor Herzog,**  
Geschäftsführer GS1 Austria

# Herkunft und Ursprung im Vergleich zu Rückverfolgbarkeit

**Herkunft und Ursprung**  
„Wissen, wo's herkommt“

The diagram shows a linear flow from left to right. It starts with a red circle containing a white checkmark, labeled 'Ursprung'. This is followed by two grey circles containing white question marks, labeled 'Verarbeitung'. The process ends with a red circle containing a white checkmark, labeled 'Endprodukt'. A long orange arrow points from the 'Endprodukt' back to the 'Ursprung', indicating a traceability path. Below the circles, the labels 'Ursprung', 'Verarbeitung', and 'Endprodukt' are placed on a dotted line.

Zumeist können nur Rückschlüsse auf Herkunft und Ursprung geschlossen werden, ohne die dazwischenliegenden Partner innerhalb der Wertschöpfungskette zu kennen.

**Rückverfolgbarkeit** „Wer hat was, wann, wie und wo mit einem Produkt gemacht?“

The diagram shows a linear flow from left to right. It starts with a red circle containing a white checkmark, labeled 'Ursprung'. This is followed by two more red circles containing white checkmarks, labeled 'Verarbeitung'. The process ends with a red circle containing a white checkmark, labeled 'Endprodukt'. Small orange arrows point from each step back to the previous one, indicating a documented traceability path. Below the circles, the labels 'Ursprung', 'Verarbeitung', and 'Endprodukt' are placed on a dotted line.

Jeder Teilnehmer dokumentiert Schritt für Schritt seine Aktivitäten – hieraus ergibt sich eine vom Anfang bis zum Ende transparente Wertschöpfungskette.



ter Kompetenzträger und Full-Service-Anbieter. Dabei gibt es laut GS1 Austria-Geschäftsführer Gregor Herzog aber „keinesfalls eine ‚One fits all‘-Lösung, da die unterschiedlichen Anforderungen zu Rückverfolgbarkeit auch immer sehr stark von der Art des Produkts und dessen unterschiedlichen gesetzlichen Rahmenbedingungen abhängig sind“. So reicht etwa bei stabilen Produkten, wie z. B. Milch, die Angabe der Stammdaten im elektronischen Stammdatenservice GS1 Sync aus. Ist jedoch eine chargenbasierte Information zur Herkunft notwendig, so wird diese mithilfe von Bewegungsdaten (GS1 EDI) in Form eines elektronischen Lieferscheins (DESADV) ermöglicht. Eine lückenlose Rückverfolgbarkeit, die über die reine Herkunftsauszeichnung hinausgeht – so zum Beispiel bei Seefisch – erfordert wiederum eine chargengenaue Rückverfolgbarkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Hier kommt das Rückverfolgbarkeitsservice GS1 Trace ins Spiel. Wie man sieht, mangelt es punkto

Rückverfolgbarkeit keinesfalls an Möglichkeiten, es bedarf lediglich einer individuellen Umsetzung. GS1 Austria berät und unterstützt Unternehmen bei der Erarbeitung maßgeschneiderter Lösungen, wobei laut Gregor Herzog immer eines im Vordergrund steht: „Das Finden einer gemeinsamen Sprache.“



Welchen Weg die Trauben nach der Weinlese gehen, dokumentiert das Kellerbuch – ein Warenwirtschaftssystem, das auf GS1 Standards basiert.

ROUND TABLE

# RÜCKVERFOLGBARKEIT: EINFACHE LÖSUNGEN SIND GEFRAGT

**Wie sieht es mit der Umsetzbarkeit von Rückverfolgbarkeitssystemen in Österreich aus? Das wurde auf Einladung von GS1 Austria bei einem spannenden Round Table mit Experten aus der Praxis diskutiert.**

Im September veranstaltete GS1 Austria einen Round Table zum Thema Rückverfolgbarkeit. Zum Einstieg bat Moderator Johannes Mayr von KeyQUEST Marktforschung alle Teilnehmer um ein paar Schlagworte zum Thema. Dabei stachen zwei besonders hervor: „Digitalisierung“ und „Komplexität“. Das heißt, dass sich einerseits anhand der fortschreitenden Digitalisierung immer mehr Möglichkeiten zur Rückverfolgung bieten, andererseits das Thema in vielen Bereichen aber so komplex ist, dass es doch noch einige Hürden zu bewältigen gibt. Dafür braucht es – und da waren sich alle Experten einig – ein einheitliches und vor allem ein einfach zu bedienendes System. Denn: „Was nutzt das beste System, wenn die Daten nicht eingegeben sind?“, weist Rüdiger Sachsenhofer von AMA Marketing hin. Dem stimmt

auch Michael Hiebaum von AGM zu: „Es darf keinesfalls zu bürokratisch werden, damit es auch regionale Anbieter nutzen können.“ Bernhard Höslinger von Metro C&C Österreich räumt ein: „Es ist schwer vorstellbar, dass sich Landwirte nach getaner Arbeit abends noch mit der Bewältigung von Daten beschäftigen wollen.“ Ganz ohne Aufwand wird’s natürlich nicht gehen, aber „diese paar Minuten im Vergleich zur Aufzucht eines Tieres muss man sich einfach nehmen“, meint Thomas Primus von FoodNotify. Gregor Herzog von GS1 Austria ist überzeugt, dass „dieses Thema zu knacken ist“, sieht hier aber jedenfalls ein „langsameres Herantasten“.

#### Einblicke in die Praxis

Geht es um die praktische Umsetzung von Rückverfolgbarkeitssystemen, hat sich in Österreich in den letzten Jahren – nicht zuletzt um dem steigenden Interesse an der Herkunft von Lebensmitteln beim Konsumenten gerecht zu werden – einiges getan. So verfolgt beispielsweise die Berglandmilch laut Josef Braunshofer hier vor allem den „Regionsansatz“. Das heißt, „es sind nicht nur einzelne Bauern wichtig, sondern gesamte Regionen“. So zum Beispiel bei TirolMilch, wo laut Braunshofer auch „100 % Tirol drin ist“. Zusätzlich zur Regionalität ist für

Braunshofer auch besonders wichtig, „dem Kunden mit seinen Produkten einen Mehrwert mitzuliefern – Stichwort gentechnikfrei“. Wie gut es funktionieren kann, zeigt auch Franz Oberndorfer von Gourmetfein Fleischproduktion vor. So werden bei Gourmetfein die zu 100 % aus der Region stammenden Produkte von Anfang an chargenweise getrennt und jeder einzelne Schritt – von der Schlachtung über die Zerlegung und Verarbeitung bis hin zur Auslieferung der Fleischprodukte – mittels Strichcode erfasst. Solch ein „geschlossenes System“ bietet laut Oberndorfer viele Vorteile und „kostet nicht die Welt“. Was die Umsetzung betrifft, sieht Bernhard Höslinger den Handel eher als „Getriebenen“ und weiß, dass das, was der Konsument nachfragt, auch über kurz oder lang zur Verfügung gestellt werden muss. Für Michael Hiebaum bedarf es im Handel auf jeden Fall einer „strukturierten und einheitlichen Vorgehensweise“. Auch Gregor Herzog sieht das Thema Rückverfolgbarkeit

„Bei Rückverfolgbarkeit sollte man sich immer die Frage stellen: Wie viel brauche ich vernünftigerweise?“

Josef Braunshofer

„Der Konsument darf nie getäuscht werden.“

Thomas Primus



Die Experten des Rückverfolgbarkeits-Round-Tables vor dem Hause GS1 Austria am Brahmplatz (v. l. n. r.): Bernhard Höslinger (METRO C&C Österreich GmbH), Rüdiger Sachsenhofer (AMA Marketing GmbH), Josef Braunshofer (Berglandmilch eGen), Thomas Primus (FoodNotify GmbH), Gregor Herzog (GS1 Austria), Franz Oberndorfer (Gourmetfein GF Fleischproduktion GmbH & Co. KG), Michael Hiebaum (C&C Abholgroßmärkte Gesellschaft m.b.H.), Johannes Mayr (KeyQUEST Marktforschung)

„Rückverfolgbarkeit hat viele Vorteile für Betriebe – innerbetrieblich und gegenüber dem Konsumenten.“

**Rüdiger Sachsenhofer**



Rückverfolgbarkeit – ein brisantes Thema, das Anlass für spannende Diskussionen bot

ganz klar als „Community-Thema“, das „nicht nur ein gesetzliches Anliegen ist, sondern über alle Branchen hinweg vor allem auch ein Differenzierungsmerkmal darstellt“.

#### **Wie weit muss Rückverfolgbarkeit gehen?**

Im Fokus der Aufmerksamkeit standen beim Konsumenten bei der Herkunftsfrage hauptsächlich Fleisch, Fisch, Milch und Eier – sogenannte Monoprodukte. Geht es um Tiefkühlpizza oder Energydrink, sieht es schon wieder anders aus. „Je weiter weg man vom Urprodukt ist, umso abstrakter wird es“, so Gregor Herzog. Laut Rüdiger Sachsenhofer muss man sich in solchen Fällen „besonders gut überlegen, was wirklich einen Mehrwert für den Konsumenten darstellt. Und: Es muss umsetzbar und leistbar sein. Sonst

wird es langfristig weniger verarbeitete Lebensmittel aus regionaler Herstellung geben“. Bernhard Höslinger ist der Meinung, dass der Konsument „hier wohl einige Kompromisse eingehen muss“. Als Beispiel nennt er hier Erdbeerjoghurt, wo zwar die Milch aus Österreich kommt, aber der „Konsument in Kauf nehmen wird müssen, dass die Erdbeeren aus Ägypten oder den Niederlanden kommen, wenn das Produkt 365 Tage in gleichbleibender Qualität erhältlich sein soll“. Wo sich die Teilnehmer des Round Tables nicht ganz einig waren, ist beim Thema Kontrolle. Einige plädieren für gesetzliche Vorgaben, andere sehen wiederum mehr Chancen in der freiwilligen Nutzung von Rückverfolgbarkeitssystemen. Josef Braunshofer sieht über allem stehend ohnehin den „Kunden als besten Kontrollor“.

#### **Baustelle Gastronomie**

Während das Interesse an der Herkunft von Lebensmitteln im LEH schon sehr weit vorangeschritten ist, hinkt die Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung – da herrschte Einigkeit am Round Table – noch weit hinterher. Michael Hiebaum sieht dies vor allem im „unterschiedlichen Bewusstsein des Endkonsumenten bei Gastro und LEH“. Auch Thomas Primus bestätigt, dass der „Druck >

„Es ist viel einfacher, in einem geschlossenen System zu arbeiten.“

**Franz Oberndorfer**

# Zukunftsvisionen zu Rückverfolgbarkeit



**Josef Braunhofer, Geschäftsleitung Berglandmilch eGen**

„Nice or need? – Diese Frage wird man sich stellen müssen, wenn es um Daten geht.“



**Rüdiger Sachsenhofer, Bereichsleiter QM, AMA Marketing GmbH**

„Qualität vor Quantität. Dazu braucht es ein einfaches System zur Erfassung.“



**Franz Oberndorfer, Mitglied Geschäftsleitung, Gourmetfein GF Fleischproduktion GmbH & Co. KG**

„Wir müssen bis zur Landwirtschaft zurückgehen!“



**Bernhard Höslinger, Senior Department Manager Quality, METRO C&C Österreich GmbH**

„Das Wichtigste ist die Datenqualität – wenn diese nicht stimmt, passt gar nichts.“



**Michael Hiebaum, Leitung Organisation, C&C Abholgroßmärkte Gesellschaft m.b.H.**

„Kleine Schritte setzen und nicht zu bürokratisch werden.“



**Thomas Primus, CEO & Gründer, FoodNotify GmbH**

„Letztendlich wird es durch die Digitalisierung auch für die Landwirte einfacher.“



**Gregor Herzog, Geschäftsführung, GS1 Austria GmbH**

„Wichtig ist die Frage: Was kann man gemeinsam tun?“

› in der Gastro größtenteils nicht da ist. Es wird nicht nachgefragt!“. Für Bernhard Höslinger ist zwar „ein langsames Umdenken erkennbar – zum Beispiel bei der Regionsangabe von Fleisch auf der Speisekarte“, dennoch sieht er den Treiber in der Gastro eher gesetzlich als in der Nachfrage. Franz Oberndorfer sieht vor allem kritisch, dass „die Werbung

stets suggeriert, dass alles aus Österreich kommt – dem aber nicht so ist“. Er ist überzeugt, „dass auch der Gast in Zukunft immer mehr Gespür dafür kriegt, was er am Teller haben will“. Daher stimmen auch alle Teilnehmer des Round Tables der Feststellung von Rüdiger Sachsenhofer zu, dass in der Gastronomie „noch viel Luft nach oben ist“. ❏

„Die Rolle des Handels ist es, gemeinsam Standards zu finden.“

**Michael Hiebaum**



# Zurück in die Zukunft

„Tracing“ ist im Krisenfall essenziell. In der Supply Chain bietet die Rückverfolgung zudem Chancen für Nachhaltigkeit, eine noch höhere Produktqualität und innovative Wertversprechen für Kunden.

Gastkommentar von Maria Madlberger, Universitätsprofessorin an der Webster Vienna Private University

Seit dem Ausbruch der Coronavirus-Pandemie ist das Thema Rückverfolgung – Stichwort „Contact Tracing“ – in aller Munde. Und spätestens dann, wenn das besagte Contact Tracing, das von viel manueller Arbeit geprägt ist, an seine Grenzen stößt, wird die enorme Wichtigkeit einer lückenlosen und skalierbaren Rückverfolgung deutlich. Das Prinzip beruht auf der zielgerichteten Intervention aufgrund genauer Kenntnis von Vorgängen und Ursache-Wirkungs-Ketten, das gilt in der Pandemiebekämpfung gleichermaßen wie in der Supply Chain. Gerade im Krisenfall ist eine Rückverfolgung die effizienteste und oft einzige Möglichkeit, das Auftreten eines Problems mit minimalen Kollateralschäden zu beheben, indem die betroffenen Fälle identifiziert und von den nicht betroffenen Fällen getrennt werden.

In der Supply Chain bedeutet dies, dass eine lückenlose Rückverfolgung die Produktsicherheit über alle Stufen der Lieferkette gewährleisten kann. Im Fall eines Produktrückrufs können betroffene Chargen rasch identifiziert und aus der Lieferkette entnommen werden. Das ist seit Jahren auch gesetzlich verankert. Voraussetzung dafür ist eine lückenlose elektronische Informationskette, die an jedem Punkt der Supply Chain genau dokumentiert, welche Charge zu welchem Zeitpunkt an welchen Ort geliefert wurde. Je genauer diese Informationen vor-

liegen, desto punktgenauer kann die Rückverfolgung passieren. Und das führt zu einer Reihe von interessanten Potenzialen zur Kostensenkung und Steigerung der Nachhaltigkeit.

“Rückverfolgung bietet den Schlüssel zu mehr Nachhaltigkeit, noch höherer Produktqualität und einer Vielzahl an Differenzierungsmöglichkeiten mit hohem Spannenpotenzial für Handel und Industrie gleichzeitig.“

Wie das funktionieren kann? Die vor einigen Jahren durchgeführte Studie „Integration des GS1 Transportetiketts mit der DESADV“, kostenlos erhältlich unter [www.gs1.at/broschuere\\_desadv](http://www.gs1.at/broschuere_desadv), hat gezeigt, dass bei Produktrückrufen oft mehrere Chargen anhand des Mindesthaltbarkeitsdatums zurückgeholt werden, weil die genaue Chargeninformation nicht immer geteilt wird. Dadurch werden allerdings auch einwandfreie Produkte zurückgeholt und entsorgt, was eine unnötige Verschwendung von Ressourcen, Energie, Arbeitskraft und Geld bedeutet. Es gibt aber auch erfreuliche Anwendungsmöglichkeiten der Rückverfolgung. So zeigte die Studie, dass Unter-

nehmen eine Rückverfolgung mittels GS1 Standards für die betriebsinterne Qualitätssicherung einsetzen können, die weit über gesetzliche Vorgaben hinausgeht. Ein weiteres Potenzial betrifft die Transparenz gegenüber den Konsumenten. Genauer Kenntnis über Herkunft, Herstellungsmethoden oder Zusammensetzung von Inhaltsstoffen ist längst zu einem Wertversprechen geworden, das immer mehr Endverbraucher einfordern und für das viele bereit sind, einen höheren Preis zu bezahlen. Ob für den Mercosur-Gegner, der Produkte aus heimischer Landwirtschaft bevorzugt, den Umweltbewussten, der nachhaltige Fischfangmethoden fördern will, den sozial Verantwortlichen, der sichergehen will, dass in gekauften Produkten keine Kinderarbeit steckt, oder den Veganer, der wissen will, ob alle Inhaltsstoffe wirklich vegan sind – Rückverfolgung bietet heute, und noch viel mehr in Zukunft, den Schlüssel zu mehr Nachhaltigkeit, noch höherer Produktqualität und einer Vielzahl an Differenzierungsmöglichkeiten mit hohem Spannenpotenzial für Handel und Industrie gleichermaßen. Und die digitale Vernetzung der Konsumenten macht diese Tracing-Informationen auch leicht und in Echtzeit darstell- und kommunizierbar. Immer vorausgesetzt, der Datenfluss ist lückenlos vorhanden, was breit akzeptierte Standards für Stamm- und Bewegungsdaten, wie GTIN und DESADV, gewährleisten können. 

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

# 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.**

**Z**iel 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. ■

[www.gs1.at/gs1-solution-provider](http://www.gs1.at/gs1-solution-provider)

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

**Alexander Peterlik**



## Ihr Ansprechpartner

Alexander Peterlik  
Business Development  
Manager

[peterlik@gs1.at](mailto:peterlik@gs1.at)





Erklärtes Ziel von Barcotec ist der reibungslose Betrieb von Datenerfassungslösungen über viele Jahre hinweg.

## Erhaltungsarbeiten für mobile Terminals stark gefragt

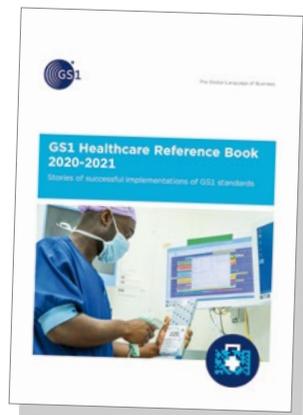
**Reparatur** Im heurigen Jahr hat sich im Bereich „Enterprise Mobility“ ein starker Trend hin zu Erhaltungsinvestitionen abgezeichnet, da Unternehmen ihre bestehenden Mobilcomputer so lange wie möglich betreiben möchten. Dazu hat Barcotec das Service-Leistungsspektrum aufgestockt und führt in Österreich für einige Hersteller ein eigenes Repaircenter mit minimalen Durchlaufzeiten, Originalersatz-

teilen und geschulten Technikern. Unter anderem können Geräte von Denso, Datalogic, Zebra und Realwear eingesendet werden. Diese werden von den Barcotec-Profis qualifiziert bearbeitet und betriebsbereit (mit aufgespielter Software, MDM etc.) wieder ausgeliefert.

[www.barcotec.at/de/produkte/reparatur](http://www.barcotec.at/de/produkte/reparatur)

## Das neue GS1 Healthcare Reference Book 2020/2021

**Best Practice** 18 Fallstudien aus verschiedensten Krankenhäusern und Gesundheitseinrichtungen weltweit zeigen, wie GS1 Standards für eine sicherere Patientenversorgung dank lückenloser Rückverfolgbarkeit von Medizinprodukten und Arzneimitteln, ein besseres Lagerbestandsmanagement und vieles mehr eingesetzt werden.



Hier geht's zum kostenlosen Download (als PDF-Datei):

[www.gs1.at/downloads/gs1healthcare-reference-book-2020-2021](http://www.gs1.at/downloads/gs1healthcare-reference-book-2020-2021)

## ECR-Kurse von zuhause aus

**Fortbildung** „Super abwechslungsreiches virtuelles Training!“ Seit kurzem gibt es die ECR-Kurse auch als interaktives Onlineangebot. Die ersten Teilnehmer zeigen sich von der Umsetzung überzeugt: „Tolle Ausführung trotz dieser schwierigen Zeit! Bin begeistert und würde es jedem empfehlen.“ Melden Sie sich gleich für die nächsten Termine an:

- › Zertifizierter ECR Austria Manager Kurs am 19./20. März 2021 und 23./24. April 2021
- › Zertifizierter ECR Austria Kurs zum Category & Shopper Marketing Manager am 4./5./6. Mai 2021 und 8./9. Juni 2021

[www.ecr-austria.at/academics-trainings](http://www.ecr-austria.at/academics-trainings)



# DAS KANN DIE NEUE ZENTRALE REGELUNG FÜR BILDRECHTE

**Mehr als 200 Industrieunternehmen stellen neben Produktstammdaten auch Produktabbildungen zentral über GS1 Sync bereit. Für Lieferanten besteht nun die Möglichkeit, auch die Nutzungsrechte von bereitgestellten Abbildungen zentral zu regeln.**



**Ihr Ansprechpartner**  
Rene Schweinzger  
Leiter GS1 Sync Vertrieb  
[schweinzger@gs1.at](mailto:schweinzger@gs1.at)

## Kurz & kompakt

Mindestanforderungen an das Bildmaterial:

- › Dateiformat in JPG- oder TIF-Format
- › Dateigröße unter 20 MB
- › Farbtiefe mind. 24 Bit
- › Farbdarstellung in sRGB/Adobe RGB/ECI RGB V2-Farbraum
- › Auflösung mind. 300 ppi
- › Bildgröße für die längste Seite 2.000 Pixel als Untergrenze
- › Beschneidungspfad vorhanden
- › Beschneidungspfad geschlossen
- › Anzahl an Beschneidungspunkten

**D**ie Auslage eines jeden Produkts ist der Pack-Shot. Damit das von der Industrie bereitgestellte Bildmaterial von Händlern problemlos für Onlineshops oder Flugblätter verwendet werden kann, ist es notwendig, dass bestimmte Mindestanforderungen erfüllt werden (siehe Infokasten). Ein weiterer wichtiger Punkt in der Bereitstellung von notwendigem Bildmaterial ist eine klare Regelung der Nutzungsrechte zwischen Industrieunternehmen und dem jeweiligen Handelsunternehmen.

### Die Ausgangslage

In der Vergangenheit wurden die Nutzungsrechte für digitale Inhalte wie Abbildungen, Videos usw. zwischen Industrieunternehmen und ihren Handelspartnern kaum geregelt. Rechtlich befindet man sich daher oft in einer juristischen Grauzone. Industrieunternehmen, die aber eine rechtliche Klärung der Nutzungsrechte mit ihren Geschäftspartnern durchgeführt haben, konnten eine Lösung meist nur mit sehr viel individueller Abstimmung und nach unzähligen Abstimmungs-

runden mit juristischer Unterstützung erreichen. Das ist mühsam und kostspielig für alle Beteiligten.

### Der Prozess

Um hier Erleichterung zu schaffen, erweiterte GS1 Austria das Leistungsportfolio und bietet nun allen Lieferanten die Möglichkeit, die Nutzungsrechte von digitalen Inhalten wie z.B. Abbildungen, die in Verbindung mit GS1 Sync bereitgestellt werden, zentral zu regeln. GS1 Austria schloss dafür mit namhaften Handelsunternehmen wie REWE International AG, SPAR Österreich oder METRO C&C Österreich Vereinbarungen, die eine solche zentrale Abwicklung ermöglichen. Grundlage für diese Vereinbarung war eine intensive Diskussion im Rahmen der ECR Austria Arbeitsgruppe Bild- & Mediadatenbank. Zur Entwicklung der Vereinbarung leisteten namhafte Industrie- und Handelsunternehmen einen wesentlichen Beitrag. Ziel war es, eine maßgeschneiderte Lösung für die Bedürfnisse der österreichischen Community zu erarbeiten.



Professionelles Bildmaterial ist das Aushängeschild eines jeden Produktes. In GS1 Sync können alle dazugehörigen Informationen einfach verknüpft werden.

## Nährwerte komfortabel erfassen

Der neue Tabelleneditor zur Eingabe der Nährwerte im GS1 Sync Publishing ermöglicht eine wesentlich komfortablere Erfassung der Angaben auf der Produktverpackung. Die Nährwertangaben können nun analog zur Darstellung auf den Etiketten in ein Tabellenformat eingegeben werden und das Aktualisieren von Produktdaten erfolgt dadurch viel schneller.

### Das Ergebnis

Folgende Vorteile ergeben sich für Lieferanten durch die neue Lösung:

- › Keine zusätzliche individuelle Abstimmung mit einzelnen Handelspartnern mehr nötig
- › Einheitliche und klare rechtliche Rahmenbedingungen
- › Die rechtliche Vereinbarung wurde im Konsens mit Industrie- und Handelsvertretern im Rahmen von ECR Austria erarbeitet.

### Eckpunkte der Vereinbarung:

- › Geregelt sind alle digitalen Inhalte, die im Rahmen von GS1 Sync für Datenabholer weitergegeben werden.
- › Umfasst sind die inhaltliche, sachliche und örtliche Nutzung der digitalen Inhalte sowie die Weitergabe der digitalen Inhalte an Geschäftspartner der Datenabholer für Werbe- und Vermarktungszwecke (z. B. Webshop-Portale, Bestellkataloge usw.).
- › Verzicht auf Namensnennung des Urhebers.
- › Klar definierte Kündigungsfristen. 

Möchten Sie mehr über die Möglichkeit zur zentralen Klärung der Nutzungsrechte erfahren, kontaktieren Sie das GS1 Sync Team unter [gs1sync@gs1.at](mailto:gs1sync@gs1.at)

## Änderung bei Fisch, Wein, Batterien und Elektro

Am 7. November 2020 wurde das neue GS1 Sync-Release in der Version 3.1.14. umgesetzt, bei dem eine Reihe von Erweiterungen und Änderungen in das GS1 Sync-AT-Anwenderprofil aufgenommen wurden. Speziell Datensätze für Fisch- und Weinprodukte sind vom neuen Release betroffen.

Was sich geändert hat:

- › Neun neue Attribute zu den Produktgruppen
  - Weine
  - Fische
  - Batterien
  - Elektrogeräte
- › Änderung der Feldlänge bei zwei Attributen
- › Änderungen in zwölf Codelisten
- › Neues GPC-Release Juni 2020

Eine detaillierte Darstellung aller Änderungen im GS1 Sync-Release November 2020 finden Sie im Download-Bereich auf der GS1 Sync Website. Bei Fragen steht Ihnen das GS1 Sync Support-Team unter [support.gs1sync@gs1.at](mailto:support.gs1sync@gs1.at) gerne zur Verfügung.



„Die Bilder aus der MARKANT media-BASE erfüllen aufgrund der guten ECR Standards alle unsere Anforderungen.“

Gerald Traxler, Leitung Zentraleinkauf, Kastner Gruppe



# PRAXIS-INSIGHTS: ECR GUIDELINE FÜR PRODUKTABBILDUNGEN

Die Guideline für Produktabbildungen dient als Grundlage, um den unternehmensübergreifenden Austausch von Abbildungen zu vereinfachen.



**Ihr Ansprechpartner**  
Rene Schweinzger  
Leitung Vertrieb GS1 Sync  
[schweinzger@gs1.at](mailto:schweinzger@gs1.at)

**N**eben den technischen Anforderungen an eine Bilddatei spielen auch die Prozesse und Abläufe im Unternehmen eine wesentliche Rolle. Die Firma Markant Österreich nimmt seit 2018 eine Vorreiterrolle in dieser Thematik ein und versorgt all ihre Handelspartner mit hochwertigem Bildmaterial.

Bilder werden in GS1 Sync (GDSN Datenpool) bereitgestellt oder werden direkt vom Industriepartner in die MARKANT mediaBASE eingespielt



Zentrale Verteilung an alle Handelspartner der MARKANT Gruppe

Bilder werden in zentrale Bilddatenbank von MARKANT eingespielt



„Die Schnittstelle zur MARKANT mediaBASE versorgt Unimarkt in kürzester Zeit verlässlich mit neuen oder geänderten Bildern für unseren Unimarkt-Webshop. Dank diesem Service müssen wir uns nicht um die Beschaffung bzw. Aktualisierung von Bilddaten kümmern.“

**Andreas Haider, Geschäftsführer Unimarkt**

## Vorteile für Industrie

- › Zentrale Bereitstellung für ALLE MARKANT Handelspartner
- › Systematische Qualitäts- und Aktualitätsprüfung aller gelieferten Abbildungen durch MARKANT
- › Einheitliche Anforderung an das Bildmaterial
- › Neue Abbildungen mit einem „Push“ verteilen
- › Rückruf von alten Abbildungen möglich

# WERTE SCHAFFEN BUSINESS ... UND VERTRAUEN!



**Die Experten am ECR Tag 2020 sind sich einig: Nachhaltige Werte schaffen Vertrauen und sind der Schlüssel für starke Marken. Die Krise beschleunigt diesen Paradigmenwechsel in Wirtschaft und Gesellschaft, eröffnet aber gleichzeitig neue Chancen.**

**W**erte schaffen Business“ – das Thema für den diesjährigen ECR Tag stand bereits Anfang des Jahres fest, als noch niemand auch nur annähernd daran dachte, in welche Richtung sich das Jahr 2020 entwickeln würde. Die Krise kam, das Thema blieb. Es hat dadurch sogar noch mehr an Bedeutung gewonnen. So bezeichnet auch der internationale Nachhaltigkeitsexperte René Schmidpeter, Professor an der Dr.-Jürgen-Meyer-Stiftung an der Cologne Business School, in seiner Eröffnungsrede des ECR Tags 2020 die Coronakrise als „Beschleunigerin von Trends, die schon vorher da waren“. Eines der wichtigsten Themen während oder vielleicht gerade wegen der Krise ist und bleibt Nachhaltigkeit als „New Normal“ für unsere Wirtschaft und Gesellschaft. Damit sieht Schmid-

peter auch für Unternehmen die größte Herausforderung, „strukturelle Änderungen vorzunehmen, die sowohl die Welt retten als auch die Wirtschaft stärken“. Dies kann laut ihm nur gelingen, wenn Unternehmen dafür ein „komplett neues Mind-Set entwickeln und erkennen, dass Nachhaltigkeit und Profit keine Gegensätze sind“.

## Vertrauen ist Trumpf

Geht es um Nachhaltigkeit und das unternehmerische Versprechen nachhaltiger Werte, dann steht beim heutigen Konsumenten vor allem eines im Vordergrund, nämlich Vertrauen. Diesem Thema widmeten sich am ECR Tag Christian Krpoun und Maurice Selg als Vertreter des Edelman Trust Barometers, das seit 20 Jahren das Vertrauen in Regierungen, NGOs, Wirtschaft und Medien beobachtet. So sind die wichtigsten Erkenntnisse dieser Studie, dass „Menschen sich von Marken erwarten, dass sie etwas tun“. Selg bezeichnet den Wert des Vertrauens daher durchaus als geschäftskritisch, womit für ihn „ein gutes Vertrauensmanagement das größte Potenzial hat, um Krisen in Chancen zu verwandeln“. Krpoun bezeichnet Vertrauen „als einzige relevante Währung“, da sie „die Summe der gehaltenen Versprechen ist“.

## Brand Purpose als Zukunftsarchitekt

Als „Zeitgeist of the moment“ bezeichnet die britische CPG-Unternehmensberaterin Fiona Fitzpatrick als Keynote-Speakerin des ECR Tags die Bestimmung einer Marke, den sogenannten „Brand Purpose“. Sie empfiehlt Unternehmen, sich unbedingt die Fragen zu stellen: „Wie kann meine Marke die Welt verändern? Und was braucht es dazu?“ Nur so

## FEEDBACK

„Ihnen und Ihrem Team Gratulation zum heutigen ECR Tag! Eine Präsenzveranstaltung kann man nicht 1:1 ersetzen, aber professioneller kann man so ein Event online aus meiner Sicht auch nicht abwickeln.“

**Roland Fischer-Colbrrie, Leiter Vertrieb & Export, Teekanne GmbH**



Die spannende Podiumsdiskussion bot Einblicke, wie Werte in Unternehmen gelebt werden. V.l.n.r.: Xavier Plotitza (CEO METRO Cash & Carry Österreich GmbH) – live zugeschaltet via Bildschirm, René Schmidpeter (internationaler Nachhaltigkeits-experte, Professur Dr. Jürgen-Meyer-Stiftungslehrstuhl Cologne Business School), Armin Wolf (Moderator), Michaela Reisenbichler (COO, MAM Babyartikel GmbH), Johannes Gutmann (Geschäftsführer SONNENTOR Kräuterhandels GmbH).



**Fiona Fitzpatrick**  
CEO, Fiona Fitz Consulting Ltd

Die Unternehmensberaterin Fiona Fitzpatrick beweist anhand einiger interessanter Case Studies, dass die Bestimmung einer Marke „Zeitgeist of the moment“ ist.

kann laut Fitzpatrick ein authentischer „Brand Purpose“ zum transformativen Wachstum einer Marke beitragen und wird damit zum „Architekten für neue Systeme, Kategorien und Strategien“. Diesen Purpose hat der internationale Unilever-Konzern bereits für sich gefunden, indem er „Nachhaltigkeit für all seine Marken alltäglich machen will“. Dafür war der Konzern sogar bereit, „sich von Marken zu trennen, die nicht für uns stehen“, berichtete Konstantin Bark, Director Sustainable Business bei Unilever DACH am ECR Tag.

#### Ist Nachhaltigkeit messbar?

Birgit Haberl-Arkhurst, Manager Sustainability Services bei PwC, gab Einblicke, wie sich nachhaltige Werte messen lassen. Dazu gibt es unterschiedliche Methoden, wobei es laut der Expertin „wichtig ist, sich immer die gesamte Wertschöpfungskette anzuschauen. So lassen sich zum Beispiel unterschiedliche Effekte in einheitliche Größen umwandeln, wo man rasch sieht: ‚Wo schaffe ich Wert, wo zerstöre ich und wo muss ich handeln?‘“. Als besonders wichtig und zukunftsweisend erweist sich für Haberl-Arkhurst dabei, >



Behind the scenes: Das ECR Team in Action!

## Besondere Voraussetzungen für ein besonderes Event

Die aktuelle Situation erforderte auch für die gesamte Organisation des ECR Tags einen komplett neuen Zugang. Aber ganz nach dem Motto „Schwierige Zeiten sind dazu da, um neue Lösungen zu finden“ hat sich das Team rund um die verantwortliche ECR Managerin Teresa Mischek-Moritz ganz besonders ins Zeug gelegt, um das traditionelle Event auf virtuelle Schienen zu bringen. Die Basis dafür bot die innovative Event-Plattform „Hopin“, die neben der reibungslosen Übertragung von Keynotes, ECR Sessions und der jährlichen Verleihung der ECR Academic Student Awards viele unkonventionelle Möglichkeiten zum Netzwerken bot. So konnte man sich beispielsweise einem virtuellen Blind Date stellen, das einen per Zufallsgenerator für drei Minuten mit einem anderen Teilnehmer ins Gespräch brachte. „ECR Austria hat hier zweifelsohne Maßstäbe in der Umsetzung eines Online-Events dieser Größenordnung gesetzt“ – das war der einhellige und absolut positive Tenor im Live-Chat unter den rund 300 Teilnehmern des außergewöhnlichen ECR Tags 2020.

Auch die Preisträger des ECR Academic Student Awards wurden heuer ausnahmsweise virtuell prämiert.



Der Nachhaltigkeitsexperte René Schmidpeter spricht von „neuen betriebswirtschaftlichen Konzepten, in denen Nachhaltigkeit und Profit kein Gegensatz mehr sind“.



**SAVE THE DATE**  
**11. Nov. 2021**  
 ECR Tag 2021

Auch wenn eine Präsenzveranstaltung nicht eins zu eins ersetzt werden kann, wurde beim diesjährigen ECR Tag deutlich, was virtuell möglich ist.

**FEEDBACK**

„Hand aufs Herz: Hätten Sie sich denn im November 2019 vorgestellt, innerhalb von 12 Monaten einen ONLINE ECR Tag während einer landesweiten Lockdown-Phase durchzuführen, der besser sein könnte als ein normaler Präsenz-Tag?“

Die internationalen Keynotes haben echte Insights und Bestärkungen generiert, und die mobile Teilnahme per Fragen und Upvoting-Option war sehr gut.

Die Idee mit den 3-Minuten-Speed-Dates fand ich einfach spitze.

Dies ist ein typisches Beispiel, wie man Networking virtuell auf eine ganz andere Weise interessant machen kann als in ‚echt‘.“

**Gabriele Pichler-Hammerschmidt, Sales Manager Retail Austria & Central Europe, McCain Foods Europe B.V.**

das Augenmerk nicht nur auf die Shareholder, sondern vor allem auch auf die Stakeholder zu legen.

**Schaffen Werte wirklich Business?**

Dieser Frage ging man in der diesjährigen Podiumsdiskussion nach, die – traditionell, aber natürlich ebenso virtuell – von ZIB2-Anchorman Armin Wolf geleitet wurde. Großes Thema war auch hier zwangsläufig der Einfluss der Coronakrise. So ist sich beispielsweise Johannes Gutmann, Geschäftsführer und Gründer von Sonnentor, sicher, dass „Vertrauen in bestehende Marken jede Krise überdauert“. Michaela Reisenbichler, COO der MAM Babyartikel, ist sogar überzeugt davon, „dass Menschen vor allem in Krisenzeiten Marken suchen, denen sie vertrauen“. Selbst Xavier Plotitza, CEO der durch den Einbruch der Gastronomie doch sehr hart getroffenen METRO, zeigt sich positiv: „Die Krise hat uns gelehrt, noch schneller zu reagieren und die Digitalisierung unserer Kunden voranzutreiben.“ Eine Einigkeit unter allen Teilnehmern des Podiums bestand jedenfalls darin, dass Werte nicht nur Business schaffen, sondern vor allem Vertrauen. René Schmidpeter sieht hier ebenfalls einen klaren Paradigmenwechsel, bei dem es nicht mehr nur um den Profit geht, sondern um „Purpose mit Profit“. Um diesen so bedeutsamen Unternehmenszweck greifbar zu machen, zitierte Armin Wolf zum Ausklang der Podiumsdiskussion den Wirtschaftswissenschaftler Colin Mayer: „Der Zweck eines Unternehmens ist die Erfüllung von Aufgaben, die dem Wohl der Gemeinschaften, der Gesellschaft und den Kunden dienen.“



GS1 Austria Geschäftsführer Gregor Herzog präsentiert die GS1 Sync Stars 2020 symbolisch anhand ihrer Produkte. V.l.n.r.: BioArt AG, Rudolf Ölz Meisterbäcker GmbH & Co KG und Josef Recheis Eierteigwarenfabrik und Walzmühle GmbH. Die Trophäen für die GS1 Sync Stars 2020 wurden heuer erstmals virtuell – und in der Folge per Postzustellung – an die Preisträger übergeben.

## GS1 SYNC STARS 2020 AUSZEICHNUNG FÜR DATENEINSTELLER

**Auch heuer wurden im Rahmen des diesjährigen ECR Tags – erstmals virtuell – drei namhafte Unternehmen mit dem GS1 Sync Star Award für ihre Datenqualität ausgezeichnet.**

Die GS1 Sync Star Awards zeichnen alljährlich Unternehmen für ihre besonders hohe Datenqualität im GS1 Sync Stammdatenpool aus. Dabei müssen die ausgezeichneten Dateneinsteller sicherstellen, dass ihre Daten zu jeder Zeit vollständig, korrekt und in der aktuellsten Version dem Handel über GS1 Sync zur Verfügung gestellt werden. Die Vorteile von qualitätsgesicherten Daten werden von den Unternehmen immer mehr erkannt, was sich laut GS1 Austria Geschäftsführer

Gregor Herzog auch mit „einem für uns merklich steigenden Bewusstsein für die Notwendigkeit korrekter Daten zeigt“. Zu den diesjährigen Preisträgern zählen die BioArt AG, die Rudolf Ölz Meisterbäcker GmbH & Co KG sowie die Josef Recheis Eierteigwarenfabrik und Walzmühle GmbH, die den Preis am ECR Tag 2020 virtuell entgegennahmen und erklärten, warum Daten in ihren Unternehmen einen so hohen Stellenwert haben (nachzuschauen unter <https://youtu.be/b6m7IOyZ9-w>). 

[www.gs1.at/gs1-sync-stars-2020](http://www.gs1.at/gs1-sync-stars-2020)



### Josef Recheis Eierteigwarenfabrik

Kathrin Seiwald, Assistentin Back Office und Vertrieb, und Martin Terzer, Geschäftsführer der Josef Recheis Eierteigwarenfabrik und Walzmühle GmbH, fühlen sich sehr geehrt über die Auszeichnung für die Qualität ihrer Stammdaten.

### Ölz – der Meisterbäcker

Datenqualität steht bei Rudolf Ölz Meisterbäcker GmbH & Co KG hoch im Kurs – dafür gab's stellvertretend für das ganze Team einen Award für Johann Schwärzler, Trainee Vertrieb, und Sabine Raich, Leiterin Customer Sales Service & Customer Logistik.

### BioArt

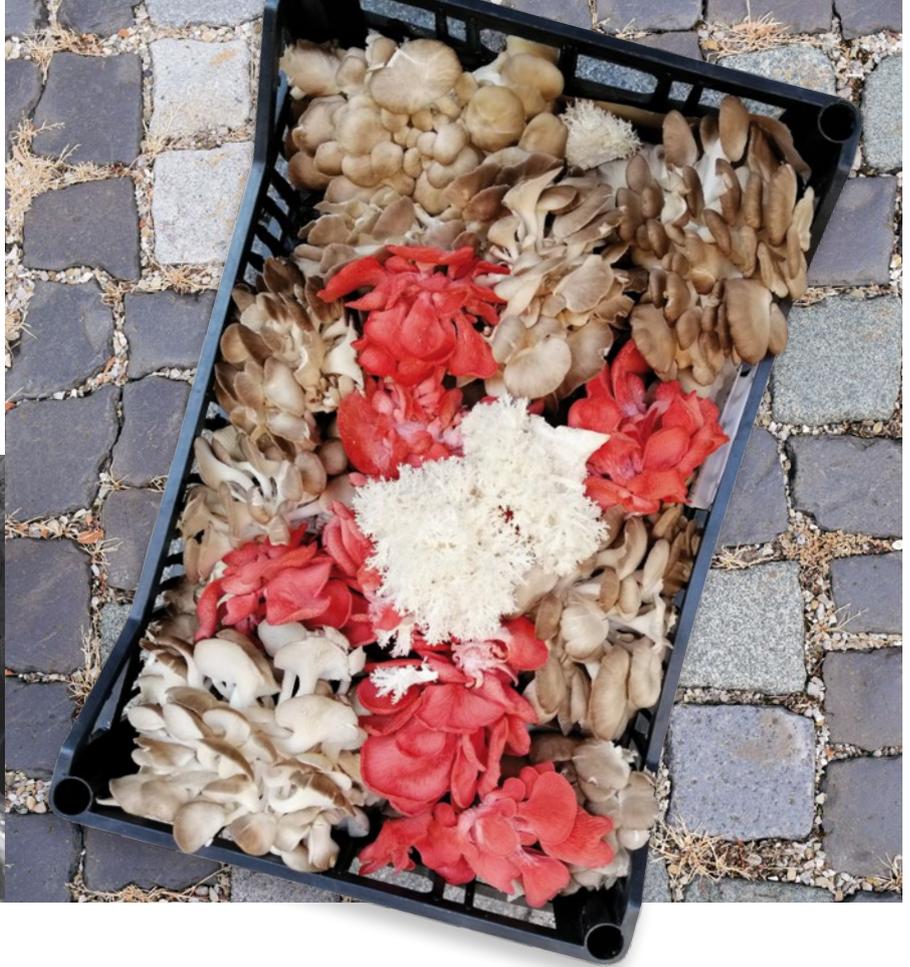
Burgi Doppler, Stammdatenbereitstellung, und Robert Rosenstatter, Geschäftsführer der BioArt AG, freuen sich über die Auszeichnung als GS1 Sync Star 2020 als Anerkennung für ihre Bemühungen um perfekte Datenqualität.

**PILZBRÜDER**

BIO-PILZE AUS DER PRATERSTRASSE



Die Vielfalt der „Pilzbrüder“-Pilze zeigt sich nicht nur im Geschmack, sondern auch im Aussehen.



# AUF DEN **PILZ** GEKOMMEN

**Die in einem Wiener Stadtkeller gezüchteten Bio-Pilze der „Pilzbrüder“ sind dank GS1 Strichcode nun auch in verarbeiteter Form im Handel erhältlich.**

**P**ilze aus dem zweiten Wiener Gemeindebezirk? Ja, das gibt's. Unter dem Namen „Pilzbrüder“ züchten nämlich hier die Brüder Martin und Otto Kammerlander seit 2018 in einem Altbau-Kellergewölbe in der Praterstraße hochwertige Bio-Pilze. Es war „die Leidenschaft für Natur und Landwirtschaft“, die laut Otto Kammerlander die beiden Brüder – die übrigens hauptberuflich als Jurist und Grafiker tätig sind – zur Pilzzucht brachte. Das ursprüngliche „Experiment“ ging voll auf. Im natürlichen Klima des Kellers in der Praterstraße werden neben Shiitake und Kräuterseitlingen je nach Saison und Temperatur auch weitere Pilzsorten wie Rosenseitlinge, Kastanienseitlinge, Igelstachelbart und Friseepilze gezüchtet. Hauptabnehmer der edlen Pilze sind namhafte Restaurants, Feinkostläden und Bio-Lieferservices. Für Privatpersonen gibt's einen wöchentlichen Ab-Hof-Verkauf. „Insge-

samt zwei Tonnen Pilze“ wurden laut Kammerlander bereits im ersten Geschäftsjahr geerntet. Nachdem aufgrund von Corona die Gastro kurzfristig weggebrochen ist, gab's plötzlich einen „Pilzüberschuss“, was die Kammerlanders wiederum auf neue Ideen brachte. So gibt's die Pilze seit kurzem auch in verarbeiteter Form im Glas als „Antipasti“ und „Bruschetta“. Womit auch GS1 Austria ins Spiel kam.

Mit Bruschetta und Antipasti hielten die Pilzbrüder – dank GTIN – nun auch Einzug in den Handel.



## GTIN als Tor zum Handel

Damit die Produkte auch im Handel Einzug halten konnten – so sind diese zum Beispiel nun bei Meidl am Graben, Billa Corso oder Merkur Hoher Markt erhältlich –, führte laut Kammerlander „kein Weg an einem Strichcode vorbei“. Zur Anforderung eines solchen – in Form einer GTIN (Global Trade Item Number) – wandten sich die Pilzbrüder an GS1 Austria. „Es war komplett selbsterklärend und hat auf Anhieb geklappt“, berichtet Kammerlander. Er sieht den Strichcode übrigens nicht nur als „zwingende Vorgabe“, sondern vor allem als „Türöffner zum Handel, der wirklich vieles vereinfacht“. Damit werden sich für die Pilzbrüder mit Sicherheit noch viele Türen öffnen, denn mit ihren Produkten liegen sie vor allem hinsichtlich des steigenden Bewusstseins für Nachhaltigkeit, Regionalität und gesunde Ernährung genau am Puls der Zeit. 

[www.pilzbrueder.at](http://www.pilzbrueder.at)

[www.instagram.com/pilzbrueder](https://www.instagram.com/pilzbrueder)

# WIE DAS ETIKETT SCHNELLER AUF DIE PALETTE KOMMT

Das kostenlose Online-Tool GS1 Print wurde dazu entwickelt, um sehr einfach und schnell Palettenetiketten zu erstellen. Nun gibt es eine Erweiterung der Funktionen.

Zuletzt verwendet	GTIN	Artikelbezeichnung	
25.06.2020 16:21	9123456782342	Artikel 234 ggg	Übernehmen
17.06.2020 15:52	9123456780423	Gösser Spezial	Übernehmen
04.06.2020 11:55	9123174891012	vgj	Übernehmen
22.04.2020 10:18	91234520	Test	Übernehmen
15.04.2020 15:26	9123456783332	test 6er Karton	Übernehmen
15.04.2020 15:03	9123456783295	6er Weisburgunder 2015	Übernehmen
15.04.2020 09:27	732046338464	Test	Übernehmen
02.04.2020 11:46	9123456780409	Testartikel 2.4.2020	Übernehmen
31.03.2020 11:25	9123456782342	Artikel 234 23344455	Übernehmen
20.02.2020 11:58	99120018536323	Palette Gurken A	Übernehmen

Neu ist in GS1 Print die Liste mit den zuletzt verwendeten Artikeln, aus der Informationen schnell übernommen werden können.

**W**er ein Etikett mit GS1 Strichcode für die Palette benötigt, greift auf das Online-Tool GS1 Print zurück. Das Tool hält den Aufwand für Unternehmen so gering wie möglich. Mit einer Erweiterung kamen nun zwei weitere Funktionen ins Spiel: Einerseits können zuletzt verwendete Artikel schnell wieder ausgewählt werden, und andererseits ist die zusätzliche Verschlüsselung einer Bestellnummer oder des Bruttogewichts möglich.

## Auswahl der zuletzt verwendeten Artikel

Ein Großteil der Artikel, die heute versendet werden, sind dieselben wie am Vortag. Darum kann in GS1 Print nun eine Liste mit diesen zuletzt verwendeten Artikeln eingesehen werden. So können User einfach und schnell die Artikelbezeichnung und die dazugehörige GTIN aus der Liste übernehmen.

## Codierung: Bestellnummer und Bruttogewicht

Der Wunsch vieler GS1 Print-User war eine mögliche Verschlüsselung der

Bestellnummer im Application Identifier (400) sowie des Bruttogewichts im AI (3302). Durch die Erweiterung des Online-Tools können die beiden Datenelemente jetzt im A4-Format verschlüsselt werden. 

XY AG Hauptstraße 1 1234 Musterhausen	Empfänger: Handel GmbH Parkallee 4711 4321 Musterstadt
<b>6er Weisburgunder 2015</b>	
SSCC:	<b>391234567800003968</b>
CONTENT (GTIN der Handelseinheit):	9123456783295
COUNT (Menge der Handelseinheiten):	120
PACK DATE, dd.mm.yyyy (Packdatum):	01.11.2020
BATCH/LOT (Los/Charge):	ABcd123456
ORDER NUMBER (Bestellnummer):	<b>ABCDE123456FGH</b>
  	

Bestellnummer oder Bruttogewicht können nun auch verschlüsselt werden.

## Ihr Ansprechpartner

Gerald Gruber  
Projektleiter GS1 System,  
Strichcodeprüfung  
[gruber@gs1.at](mailto:gruber@gs1.at)



## GS1 Print

Mit dem Online-Tool GS1 Print können Etiketten mit GS1 Strichcodes für Handels- und Transporteinheiten (SSCC, GS1-128 Strichcode) sehr einfach und kostenlos erstellt werden. Es wurde speziell für Klein- und Kleinstunternehmen entwickelt, die einfache Bedienung ist intuitiv und setzt keine Vorkenntnisse voraus. [www.gs1.at/gs1-print](http://www.gs1.at/gs1-print)

**Wussten Sie, dass GS1 Print von 16 verschiedenen GS1 Organisationen in 13 Sprachen angeboten wird?**



# WENN TRADITION AUF TECHNOLOGIE TRIFFT

**Bei ihren Produkten setzt die österreichische Huber-Gruppe auf Tradition; wenn es um die Logistik geht, auf modernste Technologie. So wurde bei Huber mit Unterstützung von GS1 Austria nun erfolgreich ein EPC/RFID-Projekt umgesetzt.**

**M**it Marken wie Huber, Hanro, Skiny und HOM blickt die Huber-Gruppe auf eine über 100-jährige erfolgreiche Geschichte an Herstellung, Vermarktung und Vertrieb von Wäsche und wäschenahen Produkten zurück. Der Konzern mit Sitz im vorarlbergerischen Götzis ist stark in Österreich verankert und – was mittlerweile schon fast Seltenheitswert hat – auch der gesamte Prozess, vom Garn-einkauf bis hin zur Auslieferung in die Läden, wird für viele Produkte innerhalb des eigenen Unternehmens abgewickelt. Dabei handelt es sich immerhin um beachtliche Zahlen: Jährlich werden

zirka neun Millionen Einzelteile rund um den Globus ausgeliefert und mehr als 180.000 Lieferscheine ausgestellt. Zur Bewältigung und Vereinfachung der dafür notwendigen logistischen Prozesse setzt die Huber-Gruppe auf GS1 Standards, was laut Markus Burgstaller, IT-Manager der Huber-Gruppe, die „gesamte Kommunikation ungemein erleichtert“. Denn diese Kommunikation erfolgt – dank dem auf GS1 Standards basierten Elektronischen Datenaustausch (EDI) – hauptsächlich elektronisch. So werden laut Burgstaller „bei Huber bereits mehr als 80% der Aufträge elektronisch angenommen“.

## Immer einen Schritt voraus

Was die Nutzung von GS1 Standards betrifft, gilt die Huber-Gruppe als einer der heimischen Pioniere. So wurden bereits in den frühen 90er-Jahren alle Artikel mit einer GTIN (Global Trade Item Number, damals noch als EAN-Code bekannt) ausgezeichnet. Auch heute noch gilt bei Huber die GTIN als zentrale und eindeutige Identifikation der Verkaufseinheiten (in der Branche als „SKUs = Stock Keeping Units“ bezeichnet), von denen es im Lager von Huber derzeit übrigens 22.000 verschiedene gibt. Darüber hinaus wird das gesamte Lagerhandlung

## Was genau ist EPC/RFID?

RFID ist eine Datenträgertechnologie, die Informationen via Radiofrequenzsignale durch Ausbreitung im elektromagnetischen Spektrum übermittelt. In vielen Wirtschaftsbereichen – beispielsweise dem Bahnsektor, Transportwesen oder der Textilbranche – hat sich die Radio Frequency Identification (RFID) schon etabliert, und laufend kommen neue RFID-Anwendungen hinzu. Zwei Faktoren ermöglichen diese Entwicklung: sinkende Preise für RFID-Transponder und die Erkenntnis, dass die automatische Datenerfassung entlang der gesamten Wertschöpfungskette viele Vorteile bringt. Kurz: Mit dem Electronic Product Code (EPC) in Kombination mit RFID lassen sich Warenströme sicher, schnell und effizient steuern.



Seit kurzem zielt bei einigen Kunden von Huber das Warenaufkleber neben der GTIN auch ein RFID-Kleber, der durch spezielle RFID-Drucker direkt im Lager ausgedruckt wird.



Die bekannten Wäsche-  
marken der Huber-Grup-  
pe wie Hanro oder Skiny  
werden in fast alle Län-  
der der Welt geliefert.



Das 14.000 m<sup>2</sup> große Huber-Zentrallager im ungarischen Győr fasst  
7.100 Palettenlagerplätze und 36.000 Kommissionierlagerplätze.  
Die GTIN stellt eine nahezu fehlerfreie Kommissionierung sicher.



## Die Huber-Gruppe in Zahlen

**1908**  
gegründet

**141 Mio. €**  
Umsatz in 2019

**60%**  
Exportquote

**1.300**  
Mitarbeiter weltweit

**70**  
eigene Shops

durch den SSCC (Serial Shipping Container Code) unterstützt. Damit werden laut Burgstaller „beim Wareneingang mittels Scan des SSCC-Labels alle Boxen erfasst, was uns ein rasches und nahezu fehlerfreies Wareneingangshandling ermöglicht“. Einen Schritt voraus war die Huber-Gruppe auch seit jeher beim Thema RFID (Radio-Frequenz-Identifikation) und hat sich als eines der ersten österreichischen Unternehmen mit der Anwendung dieser Technologie beschäftigt.

### Zukunftsfit mit RFID

Auch wenn der flächendeckende Einsatz von RFID hierzulande bis dato ausblieb, so kommt der Huber-Gruppe diese Erfahrung spätestens jetzt zugute. So fordern zum Beispiel Kunden wie die spanische Warenhauskette „El Corte Inglés“ oder die englische Kaufhauskette „John Lewis“ seit

kurzem eine durchgehende Waren- auszeichnung mit RFID-Tags (Transpondern). Markus Burgstaller, der unternehmensintern mit der Einführung von RFID/EPC beauftragt wurde, war erstaunt, „wie rasch diese Umsetzung letztendlich erledigt war, was sicher auch auf die Wahl des richtigen Solution Providers und die Unterstützung von GS1 Austria zurückzuführen ist“. Besonders hob er den bei diesem Projekt „großen Nutzen des GS1 Prozess-Know-hows“ hervor, insbesondere „rund um das Ineinandergreifen der einzelnen Teilbereiche wie zum Beispiel RFID und GTIN. Hier wurde seitens der Beratung von GS1 Austria stets vorgedacht, was die Umsetzung wesentlich vereinfachte“.

[www.huber-bodywear.com](http://www.huber-bodywear.com),  
[www.skiny.com](http://www.skiny.com), [www.hanro.com](http://www.hanro.com),  
[www.hom.com](http://www.hom.com)

**Ihr Ansprechpartner**  
**Alexander Peterlik**  
Business Development  
Manager  
[peterlik@gs1.at](mailto:peterlik@gs1.at)



# ZETTELWIRTSCHAFT ADÉ?!

**Das papierlose Büro ist vor allem in Zeiten von Homeoffice sinnvoll. Verschiedene Technologien – darunter der Elektronische Datenaustausch (EDI) – schaffen die Grundlage für die Digitalisierung von KMUs.**

**D**ass bei großen Unternehmen vieles digitalisiert abläuft, gehört meist schon zur Routine. Aber auch für kleine und mittlere Unternehmen macht sich Elektronischer Datenaustausch (EDI) bezahlt – vor allem, wenn das Team nicht vor Ort in

einem Büro arbeiten kann. Beispielsweise kann es sinnvoll sein, Rechnungslegungen über internationale Plattformen wie eXite zu betreiben, um die Notwendigkeit physischer Geschäftsdokumente zu umgehen. „Die digitalen Belege werden dabei z.B. automatisch ins Buchhaltungssystem übernommen und können von Mitarbeitern weiterbearbeitet werden“, weiß EDITEL-Geschäftsführer Gerd Marlovits. „Meist kann das ortsunabhängig, also vermehrt auch im Homeoffice, passieren, denn viele Unternehmen verfügen über sichere VPN-Zugänge zu ihren Systemen.“

digitalisieren, um Belege von überall zugänglich zu machen. Rechnungsempfänger setzen z.B. nun verstärkt auf PDF-Rechnungen anstelle von Papier“, so Marlovits. Alternativ sind auch Online-Portale (sogenannte Web-EDI-Portale) eine Möglichkeit, bei der speziell KMU-Lieferanten digital Aufträge abrufen, Rechnungen erfassen und direkt an Kunden übermitteln können. Dadurch werden Zahlungsverzögerungen vermieden, die Liquidität auf Lieferantenseite erhöht und letztendlich eine funktionierende Versorgungskette sichergestellt.



## Der EDI Blog

Praxisnahe Tipps, zahlreiche Hintergrundinformationen sowie nützliche Antworten auf Fragen im Bereich Elektronischer Datenaustausch gibt's im EDI Blog: [www.editel.at/edi-blog](http://www.editel.at/edi-blog)

### Rechnung per PDF

Gerade in den letzten Monaten, den Umständen der Coronakrise geschuldet, wurde das Thema Digitalisierung als Voraussetzung für Homeoffice zunehmend präsenter. Die vielfache Abwesenheit im Büro kann dazu führen, dass Geschäftsprozesse ins Stocken geraten, Aufträge nicht bearbeitet oder Fakturen nicht gelegt werden können. „Für viele Unternehmen wurde es nun notwendig, möglichst rasch papierbasierte Abläufe zu

**„Um möglichst alle Geschäftspartner digital an Bord zu haben, braucht es eine Kombination unterschiedlicher Ansätze.“**

**Gerd Marlovits, Geschäftsführer EDITEL**



Ein Tisch voller Papierunterlagen ist bei vielen Unternehmen seit dem vermehrten Umstieg auf Homeoffice nicht mehr alltäglich.

### **Strukturierter Datenaustausch**

Als ersten und leicht umsetzbaren Schritt in Richtung Digitalisierung von Prozessen sind somit vor allem PDF-Rechnungen per E-Mail anstelle von Papier geeignet. „Da gibt es Lösungen, die unter anderem auch den Übermittlungsstatus nachvollziehbar machen“, weiß Marlovits. Ein weiterer Schritt kann dann der Austausch von Daten in strukturierten EDI-Formaten sein. „Vereinfacht gesprochen beinhaltet das den Empfang, die Übernahme bzw. Freigabe sowie die gesetzliche Archivierung der Rechnungsbelege.“

### **Die richtige Mischung**

Ob nun Rechnungsportal, PDF per E-Mail oder vollständig integrierte

EDI-Lösung hängt von den jeweiligen Gegebenheiten und Bedürfnissen der Unternehmen ab. „Um möglichst alle Geschäftspartner digital an Bord zu haben, braucht es eine Kombination der unterschiedlichen Ansätze“, sagt Marlovits. Die Lieferantenstruktur eines Handelskonzerns birgt in sich bereits ein breites Spektrum. Ähnlich verhält es sich bei großen Herstellern, die eine Vielzahl an Kunden aus unterschiedlichen Branchen beliefern. „Ein Friseur benötigt etwas anderes als eine Drogeriekette. Es kommt also auf die richtige Mischung an. Letztendlich ergänzen sich die Ansätze zu einem Gesamtkonzept“, fasst Marlovits zusammen. Ob nun verstärkt durch die jüngsten Erfahrungen aus der Krise oder dem

allgemeinen Trend zur Digitalisierung folgend: Das – zugegebenermaßen niemals vollständig – papierlose Büro rückt Stück für Stück näher. Als „Enabling Technology“ gewinnt EDI hierbei neben anderen Digitalisierungsprozessen an Bedeutung und erleichtert und beschleunigt Prozesse auch über das Homeoffice hinaus. 

### **Ihr Ansprechpartner**

Karl Cegner  
Leitung Kompetenzzentrum eBusiness  
[cegner@gs1.at](mailto:cegner@gs1.at)





# Wie erfassen, drucken und verarbeiten Sie Ihre Barcodes?

Wir von Barcotec helfen Ihnen dabei, Ihre GS1-Codes professionell zu drucken, sicher zu erfassen und erfolgreich an Ihre Datenbank weiterzuleiten. Und wir sorgen persönlich dafür, damit Ihnen das gelingt.

Kontaktieren Sie uns:

[sales@barcotec.at](mailto:sales@barcotec.at); Salzburg: 0662 424 600, Wien: 01 786 39 40



auto-id



mobile devices



services

**barcotec** 

YOUR DIGITAL ENABLING SPECIALIST.

[www.barcotec.at](http://www.barcotec.at)