

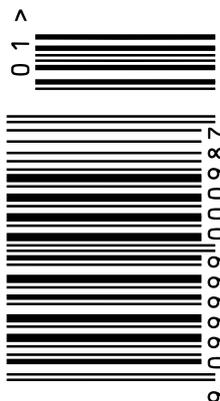
GS1 info



„Dosen mit Beschneidungspfad“
Österreich, 2022

Perfekt in Szene gesetzt

Wie sorgt man für einen idealen Auftritt von Produkten in Onlineshops, Flugblättern und am POS? Mit dem richtigen Rahmen, genannt Stammdaten. s08





07



08



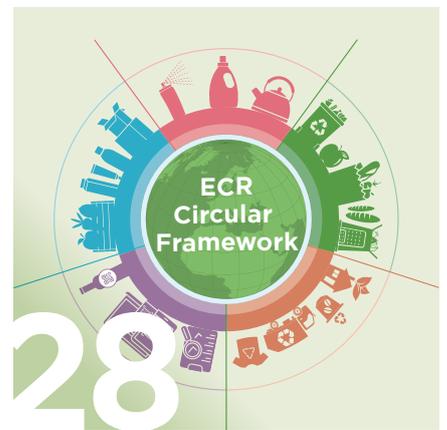
16



19



26



28

AKTUELL

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

06 Barcode im Alltag
Mit Barcodes spielen

07 Herkunftsangaben entlang der Lieferkette
Verarbeiteten Lebensmitteln
EU-weit auf der Spur

FOKUS

08 Voll im Bilde!
Durch Stammdaten Produkte
besser abbilden

13 Gastbeitrag Maria Madlberger
Im besten Licht?

STANDARDS & PRAXIS

14 Marktforschung im echten Leben
Ein Start-up sorgt für neue
Dimensionen am Markt

16 Zu Gast bei ...
Gartenbaubetrieb Kasehs

18 Die Kasnudl geht auf Reisen
Ein Traditionsprodukt kennt
keine Grenzen mehr

19 Nachhaltige Mode braucht Standards
Das Werkzeug für die nötige
Transparenz

20 Dem Fehler auf der Spur
Wie fiel die Strichcodeprüfung
2021 aus?

23 News
Digitalisierung nimmt Fahrt
auf; Neues Jahr, neue Version

24 Gesundheit mitbestimmen, mitverändern
Wie werden Standards im
Gesundheitssektor entwickelt?

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: 13.000 Exemplare; Titelfoto/Illustration: © Starmühler **Hinweis:** Aus Gründen der Lesbarkeit wird auf geschlechtsspezifische Formulierungen verzichtet.



26 **The Future is now?**
Wie und wo werden wir in 25 Jahren einkaufen?

28 **Kreislaufwirtschaft in der Konsumgüterbranche**
Unsere Verpackungszukunft

30 **Datenmanagement gesucht**
Lösungen für eine effiziente Kreislaufwirtschaft

31 **Zukunftsfit mit EDI**
Elektronische und nachhaltige Rechnungen ohne Papier



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

Übertroffene Erwartungen

Wer hätte gedacht, dass unser Coverthema jemals „Bilder“ sein wird? Denn in den Anfängen des Stammdatenaustausches im Jahr 2013 war klar, dass sich der Austausch von Produktstammdaten nur auf die gesetzlich vorgeschriebenen Datenfelder der Lebensmittel-Informationsverordnung konzentrieren sollte. Seitdem hat die ECR Arbeitsgruppe stetig das Datenprofil erweitert, außerdem kamen zu Lebensmitteln Near Food-Artikel dazu.

Uns ist es gelungen, in nicht einmal zehn Jahren eine beachtliche Aufholjagd hinzulegen.

GS1 Sync ist mittlerweile auch Drehscheibe für Marketing- und Logistikdaten. Bilder folgten erst kürzlich, denn zuerst waren eine ECR-Guideline zu erstellen und rechtliche Fragen zu klären. Damit ist es uns gelungen, in nicht einmal zehn Jahren eine beachtliche Aufholjagd hinzulegen. Die österreichische FMCG-Branche verfügt über eines der umfangreichsten Stammdatenservices des globalen Netzwerks von Stammdatenpools. Die so lukrierten Einsparungseffekte für Industrie und Handel sind beachtlich, denn über 400.000 Datensätze zu sammeln, aktuell zu halten und deren Qualität zu sichern, ist ein Aufwand, der für einen Einzelnen alleine enorm wäre. Wir freuen uns, dieses Service zusammen mit unseren Nutzern und Kunden auch in Zukunft weiterzuentwickeln. Eine Idee wäre, noch mehr Digital Assets wie Videos auszutauschen...

Ich freue mich über diese übertroffenen Erwartungen und wünsche viel Freude – nicht nur beim Lesen unserer Coverstory!


Gregor Herzog
Geschäftsführer

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



GS1 WORDRAP

Mit Manfred Edelbauer

Für positive Fehlerkultur

Als Kind wollte ich werden ... Astronaut oder zumindest Pilot, als Teenager dann Windsurf-Profi

Das letzte Buch, das ich gelesen habe ... „Die Anomalie“ von Hervé Le Tellier

Dafür würde ich mein letztes Geld ausgeben ... meine Familie

Meine größte Stärke ... strukturiertes Arbeiten und analytisches Vorgehen; (Vor-)Leben einer positiven Fehlerkultur

Meine größte Schwäche ... (zu) rational

Mit dieser Person würde ich gerne für 24 Stunden die Rollen tauschen ... Robby Naish, Windsurf-Legende, hawaiianischer „Waterman“ (Windsurfer, Kitesurfer, Wellenreiter, Foiling, Stand-up-Paddling) und Gründer/Inhaber seiner Firma, die Sportgeräte für die genannten Wassersportarten herstellt

Standards sind ... das Schmiermittel für die effiziente Gestaltung von Prozessen

Als größte Errungenschaft in der Logistik empfinde ich ... die Normierung von Transport-„Behältern“ – vom Schiffscontainer bis zur Fleischkiste

Gäbe es morgen keine Strichcodes mehr ... wäre Handel, so wie wir ihn heute kennen, nicht mehr möglich

Für die Zukunft der Logistik wünsche ich mir ... konsequente Entwicklungsschritte hin zu mehr Nachhaltigkeit und CO₂-Neutralität und smarte Lösungen für „die letzte Meile“



Manfred Edelbauer,
Bereichsleiter IT,
Transgourmet
Österreich GmbH



Die neuen Basismodule bieten komprimiertes Wissen in kürzerer Zeit.

NEU: GS1 Austria Akademie kompakt

Weiterbildung Weil Zeit ein knappes Gut ist, wurde nun die GS1 Austria Akademie kompakt entwickelt. Hier werden die bewährten Basismodule auf jeweils zwei Stunden komprimiert. Sie können die Module weiterhin einzeln besuchen (nicht aufeinander aufbauend) oder jetzt auch innerhalb eines Tages absolvieren. Profitieren Sie von unserem „Mach 3, zahl 2“-Angebot. Für weitere Teilnehmer aus dem gleichen Unternehmen gelten Vergünstigungen.

Modul 1: GS1 System vom Rohstoff bis zum POS, 11.5.2022, 9:30-11:30 Uhr

Modul 2: Strichcodequalität – Der Barcode als Teil der Verpackung, 11.5.2022, 12:30-14:30 Uhr

Modul 3: EDI (Electronic Data Interchange) im Einsatz, 11.5.2022, 15:00-17:00 Uhr

www.gs1.at/akademie

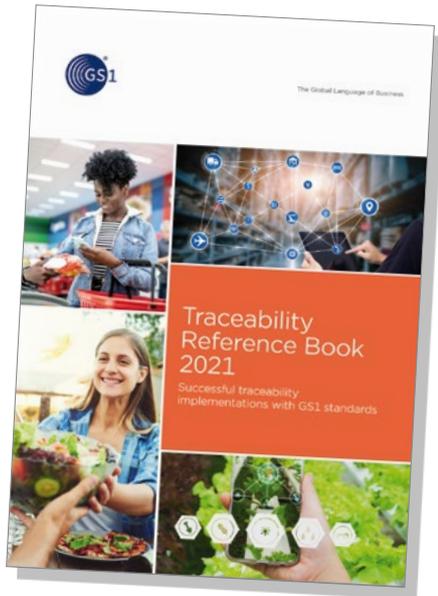
BROSCHÜRE

GS1 Standards im Bahnwesen

Aktuell Eine standardisierte Kennzeichnung von Waggons, Bauteilen und Komponenten ermöglicht weltweit transparente und durchgängige Material- und Informationsflüsse über den gesamten Lebenszyklus hinweg. Für mehr Qualität, Sicherheit und Verfügbarkeit von Material und Services. Die Broschüre „GS1 Standards im Bahnwesen – Globale Identifikation, Kennzeichnung und Datenaustausch von Bauteilen, Komponenten und Anlagegütern“ wurde nun aktualisiert und ist auch auf Englisch verfügbar.

www.gs1.at/bahnwesen





Der Wunsch der Verbraucher nach Transparenz steigt. Die neue GS1 Publikation zeigt internationale Best-Practice-Beispiele.

Traceability Reference Book

Planung Die Pandemie hat ihre Spuren in den Supply Chains hinterlassen, der Wunsch nach Transparenz hat zugenommen. Verbraucher wollen sicher sein, dass sie Zugang zu authentischen, sicheren und ordnungsgemäß beschafften Produkten haben. Angaben von Herkunft und Regionalität sowie die Möglichkeit zur Rückverfolgbarkeit schaffen Vertrauen. GS1 Standards können Ihnen dabei helfen.

Das Traceability Reference Book präsentiert Ihnen erfolgreiche Rückverfolgbarkeitslösungen auf Basis von GS1 Standards aus der ganzen Welt.

www.gs1.at/downloads/traceability-reference-book



HÄTTE SIE GEWUSST ...

... wann und was das allererste Produkt war, das an einer Supermarktkasse gescannt wurde?



Biep! Am 26. Juni 1974 wurde als erstes mit Strichcode ausgezeichnetes Produkt eine Packung Wrigley's Kaugummi an einer Supermarktkasse in Ohio gescannt. In Österreich sind 1983 die ersten Scannerkassen-Installationen in Wien im Commisary-Shop der Vereinten Nationen und in einem Supermarkt der Firma Zumtobel in Vorarlberg Tagesgespräch.

NO.

Digitalstandort Österreich

Die Digitalisierung ist Treiber für Wachstum und Zukunftssicherung. So sieht es damit derzeit in Österreich aus.

20.000

neue Arbeitsplätze sowie

1,9%

BIP-Wachstum

bringt erfolgreiche digitale Transformation dem Land Österreich pro Jahr.

800 Mio. €

wurden im vergangenen Jahr durch M-Commerce (Einkauf über Handy) erwirtschaftet.

1.

Platz. Diesen belegt Österreich bei der E-Government-Nutzung in der DACH-Region.

3,1 Mrd. €

an **Einsparungen** sind durch konsequente Digitalisierung und eine behördenübergreifende Umsetzung möglich.

7

Milliarden

Euro können in Österreich pro Jahr an zusätzlicher Wertschöpfung durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz generiert werden.



Durch verschiedene Welten jagen und dabei Barcodes scannen – das kann man in den unterhaltsamen Smartphone-Games „Barcode Knight“ und „Barcode Kingdom“.

MIT BARCODES SPIELEN

Pokémon, Super Mario & Co waren gestern! Wie wär's zur Abwechslung mal mit einem Barcode-Game? Die Auswahl ist jedenfalls groß!

Der Einsatz von Barcodes zum Erfassen und Identifizieren von Produkten ist uns wohl allen bekannt. Wie gut sich Barcodes allerdings zum Einsatz in diversen Smartphone-Games eignen, wissen sicher die wenigsten. Doch das Angebot von Spielen, die mittels gescannter Barcodes ganze Spielinhalte erzeugen, ist groß. Zu den

wohl bekanntesten dieser Art zählen „Barcode Knight“ und „Barcode Kingdom“. So verwandelt sich beispielsweise bei Barcode Knight der Strichcode in Gegner, bei Barcode Kingdom wiederum generiert er eigene Truppen, Waffen, Ausrüstungsgegenstände oder magische Tränke. Zum unterhaltsamsten Teil dieser Spiele zählt sicher das Herumtiggern

durch verschiedene Wohnräume oder Supermärkte, wobei man Badesbalsam, Kekse oder Kartoffelchips scannt. Was sich zu jagen lohnt, weiß im Vorfeld niemand, denn das Ergebnis jedes Scans ist unvorhersehbar! Achtung, Spoiler: Überlegen Sie sich am besten genau, bevor Sie in „Barcode Knight“ eine Nivea Creme scannen. Die harmlos aussehende blaue Dose generiert nämlich gleich ein ganzes Monstertrio! 📺

Barcode Knight und Barcode Kingdom sind als Apps für iOS und Android um 99 bzw. 49 Cent verfügbar.

NOCH MEHR BARCODE-GAMES ...



Barcode Empire
Ein lustiges Android-Multiplayer-Spiel, bei dem Barcodes gescannt werden, um Produkte zu erobern.



Slime Battles
Verwendet Barcodes, um einen einzigartigen Schleim für den Kampf zu generieren.



Codemon
Hier muss man Barcodes scannen, um Codemons, Auras und Zaubersprüche zu finden.



Barcode Battle
Alltägliche Gegenstände werden in Barcode-Zeichen verwandelt, die dann miteinander kämpfen.



Barcode Colosseum
Mittels Barcode-Scan werden Barcode-Butler generiert, die gegeneinander antreten.



Woher kommen unsere Lebensmittel, wohin gehen sie? Diese Informationen sind mit dem GS1 System eindeutig identifizierbar – weltweit.

HERKUNFTSANGABEN ENTLANG DER LIEFERKETTE

Woher kommen Milch, Fleisch und Eier in verarbeiteten Lebensmitteln? Die Kennzeichnungen und Regeln sind derzeit Ländersache. Noch?

Herkunft, Regionalität und Ursprung sind Themen, die Konsumenten, Unternehmen und Produzenten, aber auch die Gesetzgeber immer wieder beschäftigen. Im Regierungsprogramm wurde vereinbart, dass die Herkunftskennzeichnung von Milch, Fleisch und Eiern in verarbeiteten Lebensmitteln sowie die Angaben zur Herkunft in Gemeinschaftsverpflegungen wie Kantinen, Schul- und Kindergartenküchen umgesetzt werden sollen. Derzeit liegt ein Entwurf für Gemeinschaftsverpflegung in staatlich geführten Unternehmen vor. Laut Landwirtschaftsministerium wäre die EU gefordert, hier einen europaweiten Vorschlag vorzubereiten, wodurch keine Alleingänge einzelner Staaten wie Frankreich und Italien notwendig werden. So ist beispielsweise in Frankreich ab März eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung für alle Fleischsorten mit Herkunfts- und Aufzuchtland in Kantinen und auch Restaurants anzugeben. In Italien wiederum gilt

Schweinefleisch nur dann als italienisch, wenn Geburt, Aufzucht und Schlachtung in Italien durchgeführt wurden. Diese drei Orte müssen dann auch auf dem Etikett verarbeiteter Lebensmittel angegeben werden, wie etwa in Schinken und Wurst.

Österreichische Lösung

In Österreich wurde nun der erste Schritt mit einer Verordnung, die am 1. Juli 2022 in Kraft tritt, getan: Die Weitergabe von Informationen über die Herkunft von Fleisch, Milch und Eiern entlang der Lieferkette von Lebensmittelunternehmen ist dann verpflichtend. Die Verordnung wurde am 20. Dezember 2021 vom damaligen Bundesminister für Gesundheit, Wolfgang Mückstein, verabschiedet. Damit werden Schlacht- und Zerlegebetriebe, Molkerei- und Eibetriebe, die anderen Lebensmittelunternehmen Lebensmittel liefern, die nicht für die Abgabe an Endverbraucher bestimmt sind, verpflichtet, diese Informationen entlang der Lieferkette weiterzugeben.

Bei dieser Weitergabe von Herkunftsangaben und Informationen zur Rückverfolgbarkeit unterstützt Sie GS1 Austria. Das GS1 System bietet mit global eindeutigen Identifikationen, einfacher automatisierter Datenerfassung, der Aufzeichnung und dem Austausch relevanter Daten genau das System, um notwendige Herkunfts- und Rückverfolgbarkeitsinformationen zwischen allen Beteiligten zu ermöglichen. All diese Daten können mit den Services von GS1 Austria entlang der Wertschöpfungskette ausgetauscht werden, seien es Artikeldaten, Stammdaten, Transaktionsdaten und Ereignisdaten. Für eine nachhaltige Zukunft. ■ Genaueres zu den GS1 Services finden Sie unter www.gs1.at/herkunft

Ihr Ansprechpartner

Eugen Sehorz
Projektleiter GS1 System
sehorz@gs1.at





Das Bild eines Produkts im Online-Shop muss so gut sein, dass es die nicht vorhandene Haptik ersetzen kann. Dabei helfen Richtlinien und Stammdaten.

VOLL IM BILDE!

Korrekte und qualitativ hochwertige Produktbilder sind das Um und Auf für einen guten Auftritt in Online-Shops, Flugblättern oder am POS. Der Weg zum Ziel führt über die Stammdaten.

Das Bild ist die Mutter des Wortes“, das wusste der deutsche Schriftsteller Hugo Ball bereits im 19. Jahrhundert. In unserer heutigen Informationsgesellschaft ist diese Aussage nach wie vor gültig. Etwa 80% aller Informationen werden über die Augen wahrgenommen. Bilder spielen dabei eine ganz besondere Rolle. Sie wecken Emotionen und Wünsche, können faszinieren, beeindrucken, aber auch schockieren. Darüber hinaus übermitteln Bilder inhaltliche Botschaften oder begleiten diese wie ein gut dekoriertes Blumensträußchen. Im besten Fall erfüllt das Bild beide Funktionen gleichzeitig. Menschen haben die Fähigkeit, sich hervorragend an die bereits gesehenen

Bilder zu erinnern und diese im Kopf abzurufen. Selbst wenn wir uns von einem Bild gar nicht beeindrucken lassen wollen, hat unser Unterbewusstsein bereits einen ersten Eindruck gespeichert. Diese visuelle Kommunikation wird daher gerne in der Werbung benutzt.

Bild ist nicht gleich Bild

Durch den enorm gewachsenen Onlinehandel in den letzten Jahren gewinnt das Produktbild immer mehr an Bedeutung. Der Grund dafür: Im Internet lassen sich Produkte nicht anfassen, fühlen oder aus- bzw. ausprobieren. Aufgabe des Bildes ist es, diese nicht vorhandene Haptik zu ersetzen und dafür zu sorgen, dem Kunden das bestmögliche Produktgefühl zu vermitteln. Somit beeinflussen Produktbilder die Kaufentscheidung wesentlich. Aufgrund fehlender Standards fotografierten Industrie und Handel ihre Produkte in der Vergangenheit sehr individuell. Dies führte zu unterschiedlichsten Versionen. Hinzu kommt, dass vielen Unternehmen das Fachwissen abteilungsübergreifend in puncto Produktfotos fehlt. Sie können nur mühsam beurteilen, ob die Qualität des bereitgestellten Bildmaterials den Mindestanforderungen für den Onlinehandel entspricht. Oft fehlen notwendige Grafikprogramme, die beispielsweise die Verfügbarkeit eines Beschneidungspfades oder die Qualität dieses Pfades beurteilen könnten. Dementsprechend groß war und ist der Bedarf nach einer zentralen und einheitlichen Regelung sowie nach einer Überprüfung dieser Bilddaten.

Des Rätsels Lösung

Die Lösung liegt im Stammdatenmanagement und dadurch im Stammdatenservice GS1 Sync. Gemeinsam mit den großen Handelsketten wurde eine Empfehlung auf Basis globaler >



„Das Produktbild ist Ihre Visitenkarte gegenüber unseren Kunden. Ohne ein Produktbild ist Ihr Produkt nicht zu verkaufen.“

**Alexander Huber, Leitung
BIPA eCommerce**

Bilder in GS1 Sync

450

Industrieunternehmen stellen derzeit Bildmaterial über das Stammdatenservice GS1 Sync bereit

42.000

Abbildungen werden angeboten, Tendenz steigend

1 Sek.

dauert die Bewertung aller definierten Mindestanforderungen eines Bildes

400.000

Detail-Checks von bildrelevanten Kriterien zur transparenten Darstellung der Bildqualität wurden in den letzten zwölf Monaten durchgeführt

Der Weg des perfekten Bildes



1 Check-In

Auch „Onboarding-Phase“ genannt, verläuft in der Regel in Form eines informellen Gesprächs mit dem Kunden, bei dem grobe optische oder ästhetische Fehler von vornherein ausgeschlossen werden (z. B. wenn das Bild nur in unzureichender Handy-Qualität vorhanden oder ein Teil davon abgeschnitten ist).

2 Überreichung der „Bild-Bibel“

Die „ECR Guideline für Produktabbildungen“ (siehe Kasten S. 12) wird dem Kunden als Grundlage zur Bilderstellung für die weitere Zusammenarbeit mit einem Fotografen und/oder einer Agentur übermittelt.



3

Bereitstellung

Der Kunde übermittelt die Stammdaten und das zugehörige Produktbild an GS1 Sync zum Qualitäts-Check.

4

Prüfung

Das Bild wird nun technisch und systematisch auf die Anforderungen aus der „ECR Guideline für Produktabbildungen“ überprüft.

Folgende Parameter werden dabei kontrolliert

- › Dateiformat
- › Dateigröße
- › Bittiefe
- › Farbdarstellung
- › Auflösung
- › Bildgröße
- › Beschneidungspfad ist vorhanden
- › Beschneidungspfad ist geschlossen
- › Anzahl an Beschneidungspunkten



7

Verteilung

Die Weitergabe der Bilder erfolgt über GS1 Sync als zentrale Plattform an Geschäftspartner und Datenabholer für diverse Werbe- und Vermarktungszwecke.



6

Rechte-Clearing

Die Nutzungsrechte des bereitgestellten Bildmaterials werden zentral über GS1 Sync geregelt. So ist keine zusätzliche Abstimmung mit den einzelnen Handelspartnern mehr nötig.

5

Freigabe oder Feedback

Dank des integrierten automatischen Bewertungssystems von GS1 Austria erhält der Kunde in Sekundenschnelle eine Rückmeldung, entweder in Form eines „Okay“ oder einer Fehlermeldung mit einem direkten und gut verständlichen Feedback.

8

Verwendung

Z. B. Flugblatt, Online-Shop, Google Ads, Plakate, SB-Kassa in der Filiale, Scan & Pay-Funktion im Online-Shop, Regalplanung und Erstellung von Regal-schichtplänen u.v.m.

➤ Standards erarbeitet. Darauf aufbauend stellt GS1 Sync ein Multimedia-Paket zur Verfügung, das eine Bewertung von Bildern ermöglicht, um diese zentral und in korrekter Form an die Händler zu liefern. Ein wichtiges Tool in die richtige Richtung, denn die klassischen Produktbilder werden z. B. für Online-Shops und Flugblätter verwendet. Aktuelle Zahlen bestätigen das: Derzeit stellen über 450 Industrieunternehmen mehr als 42.000 Abbildungen bereit, wodurch sich die Zahl der Dateneinsteller im letzten Jahr pandemiebedingt sogar verdoppelt hat.

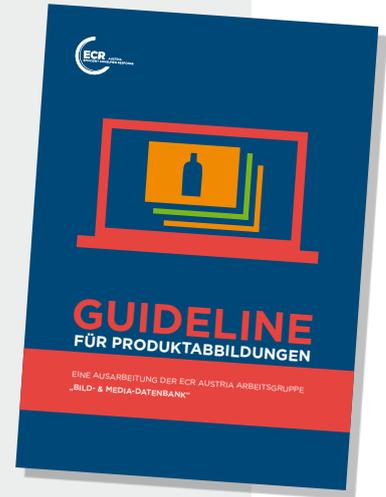
Bewertung in Sekundenschnelle

GS1 Sync bietet Nutzern schon seit einigen Jahren eine Bildbewertungsfunktion. Anfang letzten Jahres kam die völlig automatisierte Bewertung der hochgeladenen Fotos neu hinzu. „Somit ist in Sekundenschnelle eine Überprüfung der definierten Mindestanforderungen möglich“, erklärt Rene Schweinzger, Leiter GS1 Sync Vertrieb. „Der Nutzer bekommt dann entweder ein ‚Okay‘ oder eine Fehlermeldung in Form eines direkten Feedbacks.“ Zu den häufigsten Fehlern zählen laut Schweinzger „fehlende Freistellungspfade und zu geringe Bildgrößen“.

ECR Guideline für Produktabbildungen

Download Mit der Publikation Guideline für Produktabbildungen legt die ECR Austria Arbeitsgruppe „Bild- & Media-Datenbank“ Standards fest. Dieses Dokument umfasst detaillierte Empfehlungen für die Darstellung von Konsumentenartikeln. Darüber hinaus

werden die ästhetischen Anforderungen an ein Bild ausführlich beschrieben und in Beispielen gezeigt. Download der deutschen und englischen Version unter: www.gs1.at/downloads/guideline-fuer-produktabbildungen



„Produktabbildungen sind der Schlüssel für einen erfolgreichen Online-Shop!“

Katharina Herndlhofer,
Data Quality Management,
METRO Österreich

➤ Guideline als Branchenstandard

Die Qualität sowie die technischen Anforderungen der Produktbilder sind in GS1 Sync keinesfalls nur Ansichtssache. Die Kriterien dafür wurden genau festgeschrieben – und zwar im Rahmen der „ECR Guideline für Produktabbildungen“. Diese im Rahmen der ECR Arbeitsgruppe „Bild- und Media-Datenbank“ entwickelte Publikation stellt quasi den Branchenstandard für Bilder in digitalen und gedruckten Medien dar. Unter Einbeziehung von Experten wie Fotografen, Drucktechnikern und Grafikern haben zahlreiche Vertreter aus Handel und Industrie damit ein gemeinsames Verständnis dafür geschaffen, wie Produkte des täglichen Bedarfs im Idealfall zu fotografieren bzw. abzubilden sind.

Geregelte Nutzungsrechte

Ein weiterer wichtiger Punkt in der Bereitstellung von Bildmaterial ist eine klare Regelung der Nutzungsrechte zwischen Industrieunternehmen und dem jeweiligen Handelsunternehmen. Also die Klärung der Frage: Was darf ein Händler mit den Bildern machen? Was bisher aufgrund einer rechtlichen Grauzone von beiden Seiten kaum bis gar nicht geregelt war, übernimmt nun ebenfalls GS1 Sync. Um eine zentrale Abwicklung zu ermöglichen, schloss GS1 Austria Vereinbarungen mit namhaften Handelsunternehmen wie REWE International AG, SPAR Österreich, Markant oder METRO C&C Österreich. Der Vorteil: Die Hersteller ersparen sich viele individuelle und zeitaufwändige Abstimmungen.

Große Ziele

Die Basis ist hiermit geschaffen. Ans Ausruhen denkt das GS1 Sync Team jedoch nicht. „Wir sehen unsere Aufgabe jetzt vor allem darin, möglichst viele Industrieunternehmen mit ins Boot zu holen, denn von einer zentralen Bereitstellung profitiert die gesamte FMCG-Community“, so Rene Schweinzger. Er sieht das Ziel erst dann erreicht, „wenn wir bei jedem gelisteten Artikel neben den Stammdaten auch eine aktuelle Produktabbildung in der gewünschten Qualität bereitstellen können. Dieser Herausforderung stellen wir uns gerne!“

Case Studies zum Prozess von Produktabbildungen

Anhand der konkreten Prozesse zweier Händler (Markant, Rewe) sowie zweier Hersteller (Nestlé, nöm) wird der Ablauf von der Erstellung bis zur Erscheinung einer Produktabbildung im Flugblatt bzw. im Online-Shop dargestellt. Diese dienen für Handel und Industrie als Anregung, ihre Prozesse zu vereinfachen bzw. zu automatisieren. Download unter: www.ecr-austria.at/2019/11/08/case-studies-produktabbildungen



www.gs1.at/gs1-sync
www.ecr-austria.at/arbeitsgruppen/ arbeitsgruppe-bild-media-datenbank



Im besten Licht?

Gerade im Internet muss jedes Produkt für sich sprechen.
Wie Standards dabei helfen, Produkte ins rechte Licht zu rücken.

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

Internet und Digitalisierung haben die Fotografie dramatisch verändert und ihr eine nie dagewesene Bedeutung verliehen. Die Zahl der weltweit pro Jahr aufgenommenen Fotos steigt exponentiell. Dem Internet ist zu entnehmen, dass im Jahr 2000 „nur“ 80 Milliarden Fotos aufgenommen wurden, zehn Jahre später bereits über 350 Milliarden und 2021, trotz Corona-Pandemie, geschätzte 1,4 Trillionen. Der Ausdruck „Instagrammability“ bringt es auf den Punkt: Hotels, Designer, Kosmetikfirmen und sogar Architekten sind bemüht, ihre Produkte so zu gestalten, dass sie möglichst fotogen und damit als Inhalte von Instagram-Posts besonders erfolgversprechend sind. So viel zur Bedeutung von Produktabbildungen in Zeiten von E-Commerce und Social Media.

Am Beispiel Produktabbildungen lässt sich der Nutzen von Standards besonders eindrucksvoll aufzeigen. Es gibt Standards, ohne die läuft gar nichts. Ohne Datenübertragungsstandards endet jeder Datenaustausch mit einer Fehlermeldung. Nicht eingehaltene Logistikstandards machen LKW-Ladungen rasch ein paar Zentimeter zu hoch oder zu breit. Werden allerdings Standards zur optischen Ausgestaltung von Produktabbildungen nicht eingehalten, passiert vorerst gar nichts – kein System meldet deswegen einen Fehler oder hat zu wenig Platz. Man kann daher einwenden, ob es für Produktabbildungen Standards wirk-

lich braucht. Ist nicht gerade die Fotografie eine kreative Tätigkeit, bei der jegliche Standards die künstlerische Freiheit einschränken? Machen nicht geschickt inszenierte Unschärfen, unkonventionelle Ausschnitte oder raffinierte Lichteffekte den Unterschied, mit dem man aus der Masse hervorstechen kann? Die Antwort ist nein, und das aus zwei Gründen: Erstens ist das Ziel von Produktabbildungen nicht kunstvolle Inszenierung, sondern eine informative visuelle Darstellung des Produkts. Zweitens ist der Grat zwischen Fotokunst und einem unvoreilhaftem Foto sehr schmal und ein Produktkatalog mit willkürlich variierten Produktdarstellungen nur unübersichtlich und unprofessionell.

“ Standards schaffen Effizienz: Sie erleichtern den Herstellern durch klare Vorgaben das Fotografieren und den Kunden den Vergleich von Produkten.

Die wissenschaftliche Literatur zu Standards zeigt deren Beitrag zu operativen und strategischen Wettbewerbsvorteilen klar auf. Standards

ermöglichen es Unternehmen in zahlreichen Anwendungsbereichen, sei es Logistik, Bezahlung oder eben Produktabbildungen, dass sie mit ihren individuellen Ressourcen und IT-Systemen nahtlos miteinander kommunizieren können. Damit können sie Prozesse effizienter durchführen und operative Vorteile erzielen. Vielmehr noch können sie neue Formen der Zusammenarbeit oder Geschäftsmodelle entwickeln und damit strategische Wettbewerbsvorteile erschließen. Wenn genug Firmen mitmachen, kommen noch Netzwerkeffekte hinzu, also ein mit der Teilnehmerzahl steigender Nutzen für jeden. Am Ende steht die Win-win-Situation für alle Beteiligten.

Das gilt auch für Produktabbildungen. Standards schaffen Effizienz: Sie erleichtern den Herstellern durch klare Vorgaben das Fotografieren und den Kunden den Vergleich von Produkten. Strategisch gesehen sind professionelle Produktfotos eine unabdingbare Grundlage für Online-Shops, Flugblätter, Kataloge, Social-Media-Posts, Preisvergleichsdienste etc., was neue Kommunikations- und Distributionskanäle für Industrie und Handel schafft und dem Kunden besondere Käuferlebnisse ermöglicht. Gerade im Internet muss jedes Produkt für sich selbst sprechen. Bekanntlich sagt ein Bild oft mehr als tausend Worte, und das geht in der digitalen Bilderwelt des Internets nur mit einem Produktfoto, das allen Profi-Standards entspricht. 



1



2

MARKTFORSCHUNG IM ECHTEN LEBEN

Mit seinem „Real-Life-Konzept“ eröffnet das Start-up go2market nicht nur neue Dimensionen in der Marktforschung, sondern auch im Umgang mit den dafür notwendigen Daten.

Ein Bier, das man mitten am Vormittag im Rahmen einer Verkostung in einer Einkaufsstraße trinkt, kann niemals so schmecken wie eines, das man gemütlich daheim oder in geselliger Runde trinkt“, davon ist Thomas Perdolt, Geschäftsführer des Start-ups go2market, überzeugt. Genau aus diesem Grund hat er vor rund zwei Jahren sein Real-Life-Marktforschungsunternehmen gegründet, mit dem er das Erforschen eines Produkts in „echten“ Lebenssituationen ermöglicht. Funktionieren tut das über speziell eingerichtete Supermärkte – derzeit bereits in Wien und Köln erfolgreich in Betrieb –, in denen nur registrierte und nach soziodemografischen Parametern

ausgewählte Mitglieder einkaufen können. Diese Kunden werden auf ihrem Weg durch den Testsupermarkt von Kameras begleitet und die daraus gewonnenen Erkenntnisse – zum Beispiel über die Verweildauer vor Produkten – anonymisiert an die Hersteller weitergegeben. Auch der Strichcode spielt dabei eine nicht unwesentliche Rolle: Damit wird jedes einzelne Produkt vom Kunden per Scan&Go via Smartphone gescannt und am Ende des Einkaufs über dessen Guthaben verrechnet. Weiter führt der Marktforschungsprozess dann in die eigenen vier Wände der Einkäufer, die ihre Produkte im gewohnten Umfeld konsumieren und dazu Feedback geben.

go2market in Zahlen

3.500

getestete Produkte

4.500

aktive Mitgliedschaften

390

Industriepartner

2

Standorte: Wien, Köln

4 Mio.

Kunden-Feedbacks



1 „Wir sehen Produkte durch die Augen der Konsumenten“, erklärt go2market-Geschäftsführer Thomas Perdolt, das ist die Idee hinter dem Real-Life-Marktforschungsunternehmen.
 2 + 3 Die Hightech-Testmärkte von go2market bieten ihren Kunden ein „Einkaufserlebnis mit allen Sinnen“.
 4 Der Strichcode ist ein zentrales Element im go2market-Einkaufserlebnis. Er enthält nicht nur Produktinformationen, sondern dient auch zur Bezahlung.



Stammdatenaustausch mit GS1 Sync

Mit dem Stammdatenservice GS1 Sync können Artikeldaten und Produktabbildungen zentral ausgetauscht werden. Dadurch wird gewährleistet, dass Handelspartner ausschließlich auf die aktuellsten Daten zugreifen und somit eine einfache Artikelanlage in den Systemen der Handelspartner möglich ist. www.gs1.at/gs1-sync

97 %

Datenqualität

400.000

Artikeldatensätze verfügbar

247

Attribute werden im österreichischen Zielmarktprofil unterstützt.

42.000

Abbildungen

180

Datenabholer in der DACH-Region

Viele Daten, wenig Aufwand

Rund 400 verschiedene Artikel von über 100 Herstellern werden in den „go2markets“ angeboten. „Dabei handelt es sich nicht nur um neue oder noch nicht auf dem Markt befindliche Produkte, sondern auch um solche, die es bereits gibt, die aber vielleicht nicht mehr so gut performen“, erklärt Thomas Perdolt das Konzept. Dafür werden vor allem aktuelle Daten zu den einzelnen Produkten benötigt. Teilweise erhält go2market diese über GS1 Sync, das Stammdatenservice von GS1 Austria. „Damit haben wir die Garantie, mit geringstmöglichem Aufwand stets über die aktuellsten Daten der Industrie zu verfügen.“ Die ebenfalls auf GS1 Sync zur Verfügung gestellten Informationen zu Verpackungen stellen für Perdolt „einen für uns ganz wichtigen Aspekt dar! So können wir zukünftig beispielsweise unkompliziert Berechnungen zur Kartonage machen“. Für eine noch effizientere Anwendung

mit GS1 Sync wird bei go2market zukünftig sogar eine Web-Schnittstelle implementiert, die eine automatisierte Anbindung an GS1 Sync ermöglicht. „Damit können wir mehr Daten in noch kürzerer Zeit abfragen und auch innerhalb bestimmter Produktgruppen lassen sich so bessere Vergleiche erzielen“, zeigt sich Perdolt erfreut.

Große Zukunftspläne

Was den Umgang mit Daten betrifft, wurde seitens go2market bereits eine ideale Basis für die nächsten Schritte gesetzt – und die sollen groß sein. Perdolt will bis 2025/26 mit zehn stationären Supermärkten innerhalb Europas vertreten sein. Parallel dazu wird auch an einem „digitalen Labor“ gearbeitet, das laut dem go2market-Geschäftsführer eine „bisher noch nie dagewesene Marktforschung rund um das Einkaufsverhalten im eCommerce ermöglichen soll“. Ebenso sieht Perdolt einige Zukunftsperspektiven

in der Zusammenarbeit mit GS1 Austria und dem Stammdatenservice GS1 Sync: „Da beide Unternehmen über einen großen Schatz an Informationen und Daten – sowohl zu bereits etablierten als auch zu zukünftigen Produkten – verfügen, könnte sich damit durchaus eine Win-win-Situation ergeben.“ www.go2.markets

MEIN NAME IST GURKE ...



Gurken, wohin das Auge reicht – neben der klassischen Salatgurke werden bei Kasehs auch viele weitere Spezialitäten wie Feldgurken oder verschiedene Sorten von Minigurken angebaut.

Diese Information alleine ist für Konsumenten heute meist nicht mehr ausreichend. Dessen ist sich auch der traditionelle Wiener Gartenbaubetrieb Kasehs bewusst und setzt bei seinen Qualitätsgurken auf volle Transparenz und Rückverfolgbarkeit.

Zwei Millionen Salatgurken – eine Menge, die man sich gar nicht bildlich vorstellen kann. Tatsächlich ist es die Menge an Gurken, die alljährlich in der Gärtnerei Kasehs, einem Familienbetrieb im Herzen des Wiener Gemeindebezirks Simmering, geerntet wird. Was 1886 mit der Aufzucht verschiedener Gemüsesorten begann, ist heute ein mit 2,4 ha großer Gartenbetrieb, der sich

im Laufe der Jahre immer mehr auf eine Gemüsesorte spezialisiert hat, nämlich die Gurke. Einzige Ausnahme: Seit vergangenen Jahr gibt es auch Melanzani. Was die Qualität der Kasehs-Gurken so besonders macht, ist laut Juniorchef Karl Kasehs leicht beantwortet: „Dahinter liegt ein über Generationen und Jahrzehnte weitergegebenes Wissen!“ Ein weiterer Qualitätsfaktor ist laut Kasehs auch

das Thema Schnelligkeit: „Unsere Betriebsstruktur erlaubt es, dass sich unsere Produkte im schlechtesten Fall 24 Stunden nach der Ernte im Lager unserer Kunden befinden.“ Eine weitere Besonderheit des Wiener Traditionsbetriebes ist, dass es der einzige Betrieb ist, der seine Jungpflanzen selbst produziert. „Damit können wir unsere Produkte vom Start weg in die richtigen Bahnen lenken“, so Kasehs.

Information braucht Innovation

So wie sich die Produktion der Firma Kasehs im Laufe der Zeit weiterentwickelt hat, hat sich auch deren Verkaufsstrategie verändert. Nach dem jahrelangen Vertrieb über eine Genossenschaft wurde 2016 der eigene Verkauf etabliert: Heute darf die Simmeringer Gärtnerei u.a. METRO Cash

Qualitätsgurken
Kasehs
 seit 1930

Gärtnerei Karl Kasehs jun.
 Hörtengasse 21
 A- 1110 Wien
 GGN: 4052852813341

Minigurkenkörbchen:
 "Snackmix"

Qualitätsminigurken
 300g je Kartonkorb
 Ursprung: Österreich
 Aus geschütztem Anbau



(01) 0 9120089 91049 4
 (10) LOT210303



- 1 Durch die Verwendung des 2D-Codes GS1 DataMatrix und den damit möglichen Zugriff auf das Rückverfolgbarkeitservice GS1 Trace bietet der Gartenbaubetrieb Kasehs seinem Vertriebspartner METRO die chargengenaue Rückverfolgbarkeit seiner Produkte.
- 2 Die Jungpflanzen werden bei Kasehs selbst aufgezogen, womit die Herkunft der Produkte wirklich von Beginn an in einer Hand liegt.
- 3 Bereits in sechster Generation widmet sich die Familie Kasehs dem Anbau von Gemüse in Wien-Simmering (v. l. n. r.: Michael Pall, Monika Kasehs, Karl Kasehs, Karl Kasehs jun.).



lierte Informationen zu Herkunft oder Erntedatum seiner Produkte bieten.

Rückverfolgbarkeit als Aushängeschild

„Ich bin überzeugt, dass mehr Informationen und die Möglichkeit, diese auch weitergeben zu können, in Zukunft immer wichtiger werden“, so Karl Kasehs. Die Nutzung von GS1 Trace sieht er daher durch die chargengenaue Rückverfolgbarkeit nicht nur für METRO vorteilhaft, sondern vor allem als Aushängeschild für seinen Betrieb: „Ich will, dass der Kunde weiß, welche Produkte wir haben, wo sie gewachsen sind und wie sie verarbeitet wurden. Ein besonderes Lob Karl Kasehs geht an die Beratung hinsichtlich der Einführung des 2D-Codes und GS1 Trace: „Dabei handelt es sich oft nur um Kleinigkeiten, wie z. B. eine fehlende Füllziffer, die aber für ein funktionierendes System essenziell sind. Dank GS1 Austria war das alles kein Problem.“ So werden die Konsumenten der Kasehs-Gurken mit Sicherheit weit mehr über ihre Gurke wissen als bloß ihren Namen! www.kasehs-gurken.at

& Carry, Julius Kiennast und Greenyard Fresh Austria zu seinen Kunden zählen. Zu diesem Zeitpunkt kamen bei Kasehs auch erstmals GS1 Standards ins Spiel. Mit dem Vertragsabschluss zur Nutzung des Basisservices GS1 Connect erhielt Karl Kasehs Zugriff auf die für diese neue Vertriebsform notwendigen Strichcodes – in seinem Fall zu Beginn ausschließlich die EAN-13 Strichcodes. Hier zeigt sich der Juniorchef ebenfalls – genau wie bei der Weiterentwicklung von Produktion und Vertrieb – besonders innovativ: Es nutzt als erster und bisher einziger Obst- und Gemüselieferant für die Zusammenarbeit mit METRO einen 2D-Code in Form eines GS1 DataMatrix. So kann Kasehs GS1 Trace, das Rückverfolgbarkeitservice von GS1 Austria, nutzen und seinen bzw. den Kunden von METRO detail-

Gärtnerei Kasehs in Zahlen

1.886

in Wien-Simmering gegründet

2,4 ha

Anbaufläche

37 Wochen

Ernte pro Jahr

38.000 Pflanzen

pro Auspflanzung

2 Mio.

Stück Salatgurken pro Jahr

Ihr Ansprechpartner

Christian Lauer
 Leiter GS1 Trace

lauer@gs1.at





Der gebürtige Kärntner Andreas Schrittmesser machte die berühmte Kasnudl reif für den Onlinehandel. Die Kasnudl – ein Kärntner Traditionsgericht, das sich immer größerer Beliebtheit erfreut. In der „Stadtküche Seestadt“ werden in liebevoller Handarbeit täglich 2.000 Kasnudln gefertigt.



DIE KASNUDL GEHT AUF REISEN

Dank GTIN ist man bei der Kasnudl GmbH auch für weitere Vertriebswege bestens gerüstet.

Ein Kärntner Traditionsprodukt – hergestellt in der Wiener Seestadt – im Onlinevertrieb? Geht das? Und wie! Dank GS1 Standards sind den Kasnudln der Kasnudl GmbH auch für größere Reisen künftig keine Grenzen mehr gesetzt.

Räucherforelle, Blaumohn, Austernpilz – das sind nur drei von über 30 verschiedenen Kasnudl-Füllungen, die im Online-Shop der Kasnudl GmbH angeboten werden. Mit dabei selbstverständlich auch die klassische Kärntner Kasnudl, die übrigens als „Kulinarisches Erbe Österreichs“ gilt. Eine Idee, mit der der gebürtige Kärntner Andreas Schrittmesser bereits 2014 in seinem Heimatbundesland startete. „Mit zunehmender Nachfrage und einem coronabedingten Boom zu frischen Qualitätsprodukten fürs Homeoffice war das kapazitätsmäßig mit dem damaligen Produktionspartner bald nicht mehr zu stemmen“, so

Schrittmesser. Aus diesem Grund eröffnete Schrittmesser vergangenen Herbst seine erste eigene Kasnudl-Manufaktur, und zwar nicht in Kärnten, sondern inmitten des Wiener Stadtentwicklungsgebiets Seestadt – immerhin wird die Hälfte der bestellten Nudeln auch in Wien ausgeliefert. Seither werden in der „Stadtküche Seestadt“ von fünf Mitarbeitern täglich 2.000 Stück Kasnudln aus 100 % biologischen Rohstoffen hergestellt.

Gerüstet für die nächsten Schritte

Neben dem Onlinevertrieb an private Haushalte plant Schrittmesser im Hintergrund bereits die nächsten Schritte,

welche unter anderem in den Biohandel oder in ausgewählte Gastronomiebetriebe führen. Damit ihm dabei keine Grenzen gesetzt sind, hat Andreas Schrittmesser vorgesorgt und mit dem Start des neuen Produktionsstandorts alle Produkte mit einer GTIN (Global Trade Item Number) versehen. „Am besten gleich von Anfang an mit einem professionellen System wie dem von GS1 Austria starten, als das dann vielleicht hinterher mühsam nachziehen zu müssen“, begründete er diesen für ihn wichtigen Schritt. „Damit habe ich alle wichtigen Informationen am Produkt, wodurch ein schneller Datenabgleich möglich ist.“ Mit dem Erwerb des Basisservices GS1 Connect erhielt Schrittmesser auch Zugriff auf das GS1 myConnect Onlineportal, womit er „ganz simpel und im Alleingang“ seine Strichcodes erstellt hat und sich nun darüber freut, „mit geringstem Aufwand Zugriff auf eine Spitzenleistung zu haben“.

www.kasnudl.com



Wie nachhaltig ist die Mode, die ich kaufe? Dazu braucht es einen transparenten Blick in die Wertschöpfungskette.

NACHHALTIGE MODE BRAUCHT STANDARDS

Was bei Lebensmitteln schon längst Usus ist, hält jetzt auch Einzug in der Mode- und Textilbranche: das Thema Nachhaltigkeit. GS1 Standards erweisen sich hier ebenfalls als ideales Werkzeug, um für Transparenz und Rückverfolgbarkeit in den Lieferketten zu sorgen.

Rund ein Viertel der Österreicherinnen und Österreicher gaben bei einer im letzten Jahr durchgeführten Studie des Handelsverbands an, verstärkt auf die Produktionsbedingungen von Textilien zu achten. Rund 19 Prozent der Befragten sind aber auch der Meinung, nicht ausreichend über die Nachhaltigkeit der angebotenen Waren informiert zu sein. Fakt ist, dass eine tatsächliche Nachhaltigkeit von Textilien und sämtliche dafür notwendigen Zertifizierungen nur mit einem klaren und transparenten Blick in die Wertschöpfungskette nachgewiesen werden können.

Ist Grün wirklich Grün?

Das ist eine der vielen Fragen, mit denen sich die Arbeitsgruppe von

GS1 Germany mit Unterstützung von Alexander Peterlik (GS1 Austria) zur Nachhaltigkeit in der Mode- und Textilbranche beschäftigt. Mit dabei sind namhafte Unternehmen wie etwa Breuninger, Sportscheck, Finch Hatton, Fashion Cloud, fTRACE und Engelhorn. Aufgabe dieser Arbeitsgruppe ist die intensive Auseinandersetzung mit der Lieferkette: Wie ist diese aufgebaut? Wer ist Teil davon? Und welche Informationen müssen von wem an wen weitergegeben werden?

GS1 Standards als Werkzeug

Was im Zuge dieser Arbeitsgruppe jedenfalls rasch klar war: GS1 Standards erweisen sich als ideales Werkzeug, um fundierte Informationen transparent und damit rückverfolgbar zu

machen. Die dahingehenden Erwartungen und Bedürfnisse der Konsumenten werden mit Sicherheit nicht lange auf sich warten lassen. Denn so wie auch schon jetzt im Lebensmittelhandel sind diese zwar bereit, mehr für „Grün“ zu bezahlen, aber nur dann, wenn dies auch nachweislich zertifiziert und bestätigt ist. 

www.gs1.at/mode-sport-textil

Ihr Ansprechpartner

Alexander Peterlik
Business Development
Manager

peterlik@gs1.at

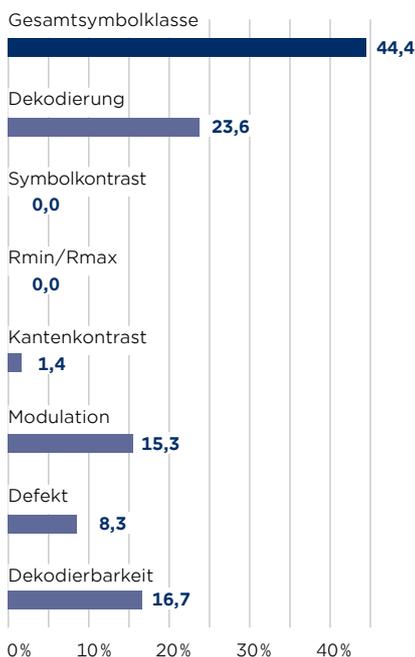


DEM FEHLER AUF DER SPUR

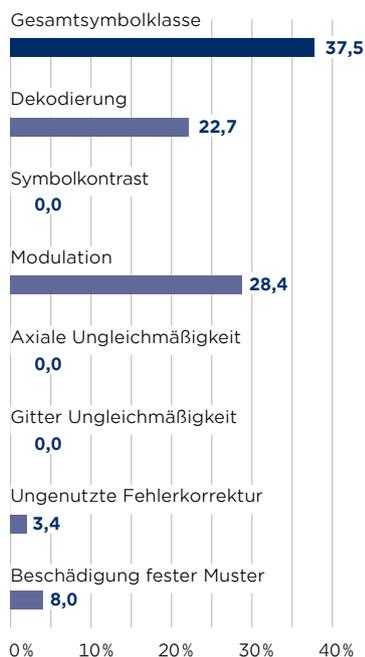
Ein Fehler im Strichcode oder 2D-Code kann nur bedingt mit einer App oder einem Scanner selbst überprüft werden. Eine qualifizierte Überprüfung erfordert Expertise im Umgang mit einem (Strich-)Code Verifier. Alternativ bietet GS1 Austria die zuverlässige Überprüfung von Codes an. Hier die Auswertung der geprüften Codes 2021.

Ob ein Strichcode oder 2D-Code mit einem Fehler infiziert ist, kann durch einen ISO-Test überprüft werden. Die qualifizierte Fehleranalyse der durchgeführten Prüfungen von GS1 Austria ist in den folgenden Grafiken ersichtlich.

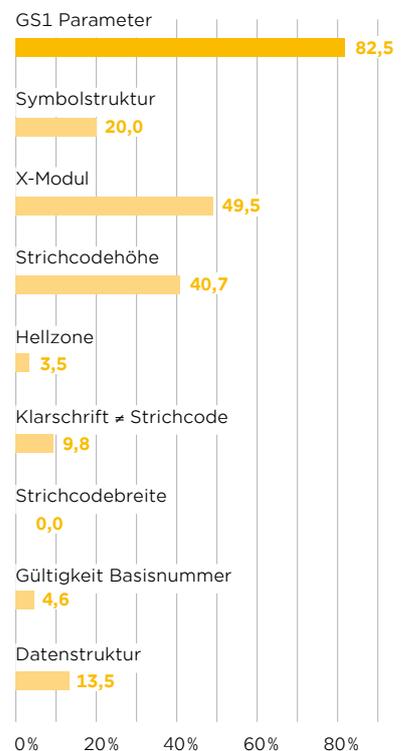
Fehleranalyse nach ISO/IEC 15416 ¹⁾



Fehleranalyse nach ISO/IEC 15415 ¹⁾



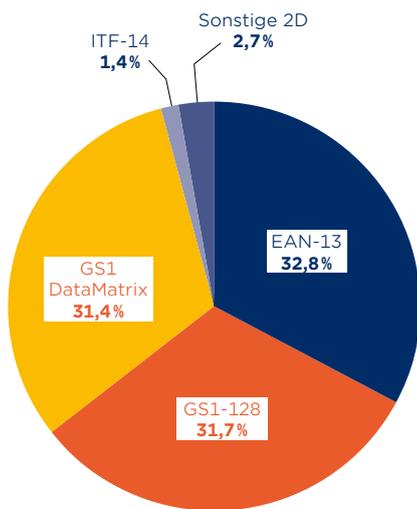
Fehleranalyse nach GS1 Parameter ¹⁾



ISO-Parameter 15416 und 15415

Alle Fehler, die nicht den minimalen Qualitätsanforderungen (Qualitätsklasse 1,5) von GS1 entsprechen, sind hier angeführt: www.gs1.at/downloads/glossar-zur-strichcodepruefung

¹⁾ nur Originale, keine per E-Mail übermittelten, Fehler in % der geprüften Symbole



Die Aufteilung der getesteten Codevarianten

Die **Gebühr für eine Überprüfung** nach ISO/IEC 15416/15415 und nach GS1 Spezifikationen von Strichcodes, 2D-Codes und GS1 Transportetiketten beträgt 40 Euro. **Für GS1 Austria-Teilnehmer sind zwei Prüfungen pro Monat frei, weitere Prüfungen kosten jeweils nur 15 Euro.**

Eine dominierende Variante ist nicht auszumachen. Im Vergleich mit den vergangenen Jahren kommt es zu einer Verschiebung hin zu GS1 DataMatrix-Codes. Der Anteil der EAN-13 Strichcodes nimmt ab, während der Anteil der GS1-128 Strichcodes in etwa gleich bleibt. Der GS1 DataMatrix-Code ist weniger fehleranfällig und müsste positive Auswirkungen auf das Scangeschehen haben. Die Fallzahlen der durchgeführten Strichcodeprüfungen verringerten sich im Vergleichszeitraum der letzten Jahre, im Jahr 2021 waren es nur noch 293. 

Ihr Ansprechpartner

Gerald Gruber
Projektleiter GS1 System,
Strichcodeprüfung
gruber@gs1.at

www.gs1.at/strichcodepruefung



Codes GS1 konform drucken und Codequalität prüfen

Leistungsstarke Kennzeichnungs-, Etikettiertechnik und Code Prüfsysteme – Made in Germany

Wir stellen aus: Anuga FoodTec | Labelexpo | IFFA

REA

PRINT | APPLY | VERIFY

www.rea.de

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. ■

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



Solution
Partner





Geräte lieferbar



Damit das IT-Team Zugriff auf alle Geräte in der Filiale sowie Logistik hat, wurde eine Private-Cloud-Lösung etabliert.

Digitalisierung nimmt Fahrt auf

Weiterentwicklung Mit 88 Filialen österreichweit und fast 60 Jahren Erfahrung bietet der Automobil-Zubehörlieferant Forstinger Service und Zubehör für Autos, Motorräder und Co. Bereits seit 1996 ist Forstinger GS1 Austria Kunde mit einem GS1 Connect-Vertrag für eine GLN 2, also 100.000 Nummern. Um weitere Potenziale zur Verbesserung der Prozesse in den Filialen und Werkstätten zu entdecken und in die Praxis umzusetzen, trat das

Unternehmen nun an Auto-ID-Spezialisten Barcotec heran.

Stärker digital

Nach einer detaillierten Analysephase und einem umfangreichen Produkt-Evaluierungsprozess in Bezug auf Haptik, Lesefreudigkeit der Codes, Anbindbarkeit an das ERP-System, After-Sales-Service und Ergonomie fiel die Entscheidung auf die Produkte des Herstellers DENSO.

Abgerundet wurde das Projekt durch das Mobile Device Management „m-Cloud“, einer in Österreich gehosteten Private-Cloud-Lösung von Barcotec. Damit hat das IT-Team von Forstinger jederzeit Zugriff auf alle Geräte in Filiale und Logistik und kann diese zentral und zeiteffizient managen.
www.barcotec.at/referenz/forstinger

Neues Jahr, neue Version

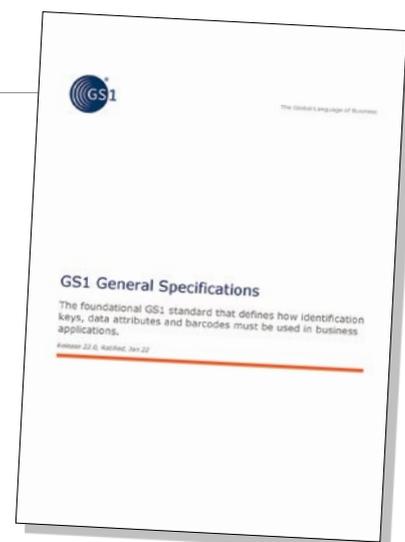
Spezifikationen Das GS1 System geht mit der Zeit: Seit mehr als 20 Jahren wird jeden Jänner eine überarbeitete Version des wichtigsten Standards des GS1 Systems herausgegeben – die Allgemeinen GS1 Spezifikationen. Version 22 ist nun auf Englisch erschienen, die deutsche Anpassung folgt in Kürze. Was sind die Neuheiten dieser Version?

- › Die Anwendung der GTIN-8 wurde korrigiert, die Definitionen für Sortiments verbessert und aus der GLN Modernisierungs-Arbeitsgruppe

wurde – unter anderem – die Nicht-Wieder-Verwendbarkeit der GLN ab 1. Juli 2022 integriert.

- › Es wurde ein neues Kapitel 8 eingeführt, welches den Lesern eine Zusammenfassung und einfache Darstellung gibt, wie Anwendungen gemäß den GS1 Standards umzusetzen sind.

Falls Ihnen trotz unserer internen Kontrollen Fehler auffallen sollten, geben Sie bitte Eugen Sehorz Bescheid: sehorz@gs1.at.



Download der Spezifikationen:
www.gs1.at/downloads/gs1-general-specifications



Mit einer festgelegten Roadmap setzt das Gesundheitswesen globale Standards gemeinsam um.

GESUNDHEIT MITBESTIMMEN, MITVERÄNDERN

Wie werden eigentlich Standards im Gesundheitssektor entwickelt und vorangetrieben? Hier ein Blick auf Strategien und Ziele sowie auf die Frage, warum Mitglieder so wichtig sind.

GS1 Healthcare hat eine Mission. Und die lautet: den Gesundheitssektor zur erfolgreichen Entwicklung und Umsetzung globaler Standards zu führen, um die Patientensicherheit und die Effizienz der Lieferkette zu verbessern. Doch wie entstehen solche Prozesse eigentlich?

Strategische Ziele

Die im Jahr 2018 ins Leben gerufene „GS1 Healthcare Strategy“ (www.gs1.org/industries/healthcare/strategy) wurde mit einem Zeithorizont von fünf Jahren definiert. Diese Strategie,

die somit dieses Jahr ausläuft, gilt als eine Roadmap, um im Gesundheitswesen eine harmonisierte Umsetzung globaler Standards in Geschäfts- und klinischen Prozessen zu erreichen. Die wesentlichen Ziele lauten:

- › Sicherstellung, dass die aktuellen Aktivitäten aufrechterhalten werden, um die Implementierung von GS1 Standards voranzutreiben.
- › Den Patienten durch die Implementierung von GS1 Standards stärker in den Fokus zu rücken, indem Gesundheitsdienstleister verstärkt an Bord geholt werden.

- › Die Auseinandersetzung mit „emerging technologies“.

Mehrwert durch eine globale Mitgliedschaft

Diese strategischen Prioritäten werden vom GS1 Healthcare Leadership Team (www.gs1.org/sites/default/files/docs/healthcare/HCLT-members-2021-2022-Final.pdf) überprüft und festgelegt. Das Team besteht aus Interessenvertretern der Branche und Vertretern der nationalen GS1 Organisationen und leitet alle Aktivitäten des GS1 Healthcare Work Teams. Um als

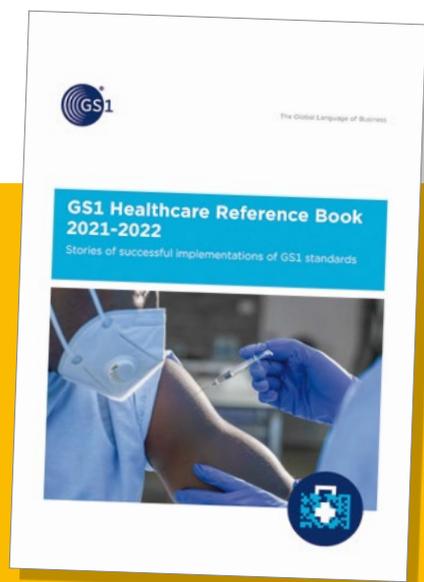
GS1 Healthcare Reference Book 2021-2022

Die Pandemie stellte viele Bereiche auf die Probe. So etwa auch die Grundlage von globalen Lieferketten und nationalen Versorgungssystemen. Zahlreiche Investitionen und die Anwendung von GS1 Standards durch Gesundheitsdienstleister und -anbieter führten allerdings zu widerstandsfähigeren Lieferketten. Wo und wie positive Veränderung entstand und welche weltweiten Bemühungen und Projekte es dazu gab, ist im GS1 Healthcare Reference Book 2021-2022 gesammelt.

Darin erfahren Sie ...

- › wie Gesundheitsbehörden, Hersteller und Krankenhäuser die Herausforderungen der Pandemie mit GS1 Standards aus Australien, Indien, Irland und Japan angehen;
- › wie Gesundheitsdienstleister in Dänemark, Irland, Polen, Südafrika und dem Vereinigten Königreich daran arbeiten, ihren Patienten die bestmögliche Versorgung zu bieten – oft unter Zeit- und Gelddruck. GS1 Standards helfen ihnen dabei;
- › wie in Polen das Pediatric Teaching Clinical Hospital die klinischen und geschäftlichen Prozesse automatisiert. Medizinische Verordnungen erfolgen barcodeunterstützt und elektronisch, sodass bei der Verabreichung von Arzneimitteln an Patienten GS1 Strichcodes gescannt werden, um sicherzustellen, dass der richtige Patient das richtige Medikament zur richtigen Zeit erhält. Die Dokumentation erfolgt mittels elektronischer Gesundheitsakte;

Für Inspiration sorgt das neue Reference Book: Hier sind positive Bemühungen und Projekte im Healthcare-Sektor gesammelt.



- › wie Lieferanten und Einkaufsgemeinschaften für Arzneien, Medizinprodukte und IVDs in China, Frankreich und den Vereinigten Staaten auf allen Ebenen die Patientenversorgung gewährleisten. Die Verwendung von GS1 Standards sorgt hier für mehr Transparenz in der Lieferkette;
- › wie Fresenius Kabi ein ehrgeiziges Programm zur Etikettierung von Arzneimitteln mittels EPC/RFID-Technologie mit elektronischem Produktcode startete;
- › wie Initiativen von Behörden in Bulgarien und Kolumbien GS1 als neutralen Vermittler zwischen Stakeholdern und Regulierungsbehörden im Gesundheitswesen nutzen. Dies garantiert die harmonisierte Umsetzung von Regulatoren für die Patientensicherheit, die Bekämpfung von Fälschungen sowie die Rationalisierung von Geschäfts- und klinischen Prozessen.

Viel Freude und Inspiration beim Lesen!

www.gs1.at/downloads/gs1-healthcare-reference-book-2021-2022

Als Mitglied von GS1 Healthcare erhält man ein Stimmrecht und kann an der globalen Public Policy Workgroup teilnehmen. So gestaltet man als Unternehmen die globalen Ziele und Aktivitäten mit.

Unternehmensvertreter die globalen Ziele und Aktivitäten von GS1 Healthcare mitzugestalten, kann eine GS1 Healthcare Mitgliedschaft jederzeit begonnen werden. Als Mitglied erhält man ein Stimmrecht und kann an der globalen Public Policy Workgroup teilnehmen.

Zudem erhalten Mitglieder Zugriff auf:

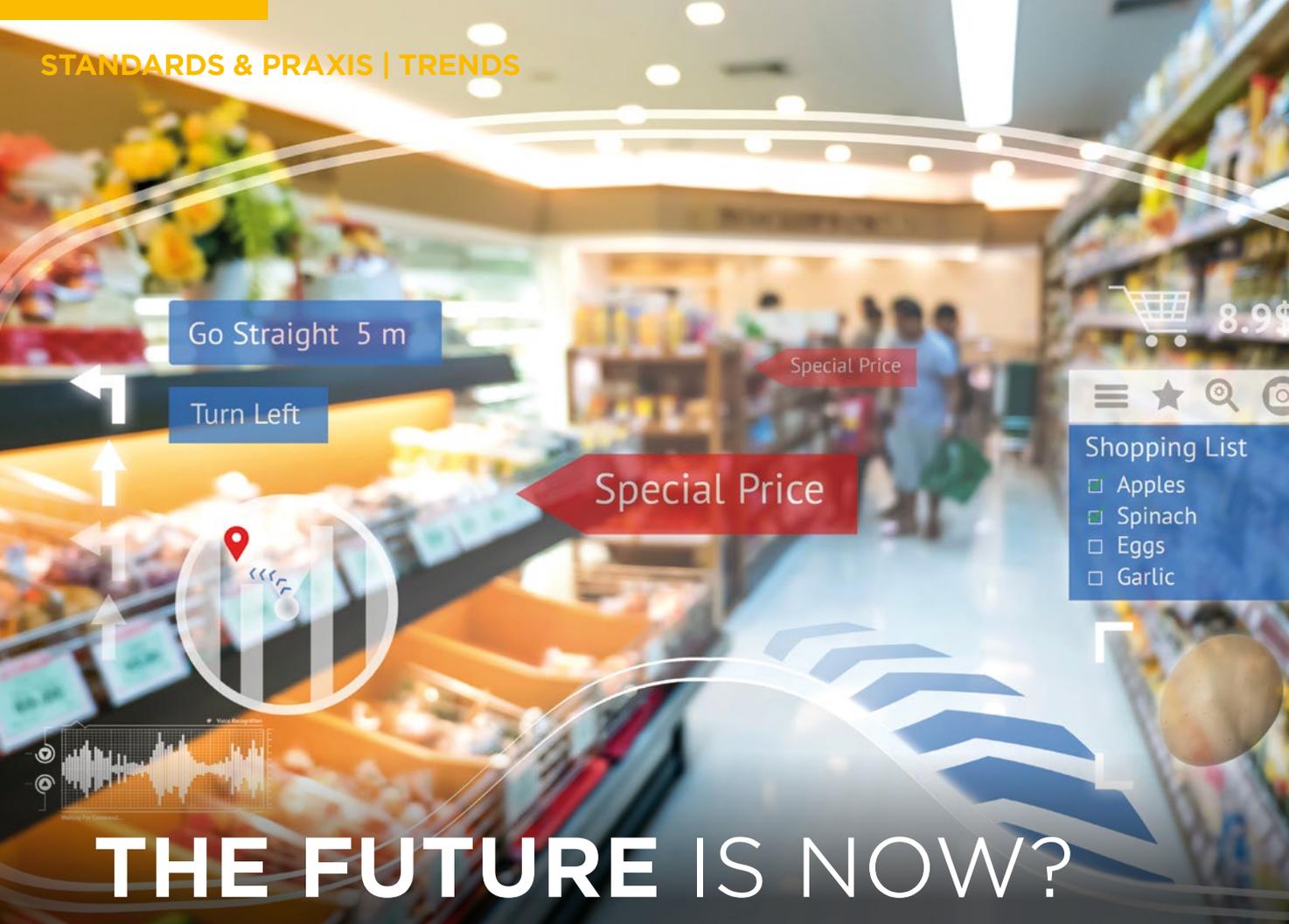
- › die *Public Policy Database* mit Informationen zu den weltweiten regulatorischen Anforderungen und
- › die *Global Healthcare Provider Database* mit Informationen und Use-Cases zu GS1 Umsetzungen in Krankenhäusern.

Durch eine Mitgliedschaft wird die Entwicklung globaler Standards ermöglicht sowie weitere globale und strategisch relevante Aktivitäten unterstützt. Bei Interesse an einer Teilnahme kontaktieren Sie gerne Poppy Abeto Kiese. 📧

Ihre Ansprechpartnerin

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





THE FUTURE IS NOW?

Das Einkaufserlebnis ist heute ganz anders als noch vor 70 Jahren. Für die Zukunft sind mehrere Szenarien möglich, die auch parallel existieren können.

Beamen wir uns 25 Jahre in die Zukunft. Wie und wo werden wir einkaufen? Und was wird in unseren Kühlschränken landen? Anlässlich des 25-jährigen Jubiläums von ECR gab ein ausgewähltes Zukunftspanel aus Handels- und Industriemanagern seine Ideen und Vorstellungen dazu preis. Drei Einkaufsszenarien sollen diese veranschaulichen.

Die 50er-Jahre revolutionierten den Lebensmitteleinkauf in Österreich nachhaltig. BILLA und SPAR wurden aus der Taufe gehoben. Langsam wurden Konsumenten daran

gewöhnt, den Einkaufswagen auf größeren Flächen zu bewegen, Produkte verpackt zu kaufen und vor allem: mehr Auswahl in den Regalen zu haben. Heute, 70 Jahre später, geht die

Reise wieder in eine andere Richtung. Wir suchen das Nahe, das Ehrliche, eine Geschichte hinter dem Produkt. Weniger ist mehr – sowohl bei der Verpackung als auch bei der Auswahl. Doch wie sieht das Ganze in einem Vierteljahrhundert aus?

A Einkauf A: Internet of Things, Augmented Reality

Annas Smartwatch meldet sich. Die Milch ist ausgegangen, außerdem noch fünf weitere Lebensmittel. Wie geht es weiter? Möglichkeit 1: Es erfolgt automatisch eine Meldung an den Store, bei dem sie sonst immer einkauft. Die gewünschten Artikel werden im nächsten Lieferungsintervall in ein gekühltes Postfach gelegt – entweder gleich nach Hause per Roboter oder Drohne geliefert oder in einer gekühlten Abholbox vor dem Geschäft bereitgestellt. Der Point of Sale als Point



„Bezahlung wird gänzlich bargeldlos stattfinden. Mögliche Bezahlformen sind Fingerprint, Retina- oder Facescan.“

**Valentin Berger, Online Marketing Manager,
Almdudler Limonade A. & S. Klein GmbH & Co. KG**



„Die Zustellung wird vermehrt über Abholstationen oder Ablegestellen (absperrbare Boxen vor der Haustür) stattfinden.“

Isabella Gundacker, NPI Manager, Supply Chain Management, Biersommelière, BRAU UNION ÖSTERREICH AG



„Gamification oder NFC-aktivierter Content wären Ideen für noch mehr Experience im Store.“

Alexandra Müller, Senior Project & Staff Manager BILLA, REWE Group



„Der Anteil der lokalen bzw. regionalen Produkte wird, vor allem bei Food, überwiegen. Große Internationale werden es schwerer haben als je zuvor.“

Florian Eberl, Sales Director, Kelly Ges. m. b. H.

recyclbarer Verpackung), auch ein In-vitro-Fleisch landet in seinem Korb. Er will sich gesund, schnell und möglichst klimafreundlich ernähren. Er bringt seine PET-Flasche zum Pfandautomaten, kommt vorbei an einem Show-Koch, einem Restaurant und einem Verkäufer, der Spezialsortimente präsentiert. Die Bezahlung findet selbstverständlich automatisch beim Hinausgehen statt (frictionless check-out).

C Einkauf C: Frisch, ums Eck, persönlich

Es ist 11 Uhr. Julia würde gerne kochen, allerdings fehlen ihr noch ein paar Dinge. Beim Käseladen ums Eck holt sie sich Le Ménez hom, einen Ziegen-Rohmilch-Käse aus der Bretagne. Im Supermarkt, ein paar Meter weiter, wird sie vom Marktleiter begrüßt, der ihr für das Abendessen frisch eingetroffenes Sushi mit lokalem Fisch empfiehlt. Er weiß, was Julia gerne isst. Plastikverpackungen kennt die Einkäuferin nur noch aus Erzählungen ihrer Eltern. Beim Hinausgehen bezahlt die junge Frau via Fingerprint. ■

of Collecting. Möglichkeit 2: Gleiches Szenario, nur dass die Produktauswahl anders erfolgt. Anna schnappt sich ihre Smartglasses und schlendert durch die virtuellen Supermarktgänge. Die ausgewählten Produkte landen im eBasket und werden dann zugestellt – innerhalb der nächsten Stunde natürlich (Same Hour Delivery als Standard).

B Einkauf B: Hypermarkt mit Erlebnis, ohne Kasse

Hannes will heute etwas erleben. Er fährt mit seinem E-Auto zum Hypermarkt ein paar Straßen weiter. Er betritt

das Geschäft. Obst und Gemüse leuchten ihm in bunten Farben entgegen. Inmitten der Farbenpracht: ein Bauer, der gerade seine Äpfel zur Verkostung anbietet. Die ersten Angebotsvorschläge erscheinen auf seinem Handy. Hannes stimmt bei ein paar Angeboten zu, diese landen entweder a) in der mitgebrachten Tasche oder b) im virtuellen Einkaufskorb, um von einem Roboter oder Mitarbeiter eingesammelt zu werden. Es sind niedrige Regale mit vielen regionalen und biologischen, aber nur wenigen Markenprodukten. Hannes greift nach einem Shake (in

„Digitale Geräte loggen sich beim Betreten ein und matchen individuelle Präferenzen und das vorliegende Angebot. Proaktiv werden bedürfnisgerechte Vorschläge unterbreitet. Wichtig dabei: der individuelle Schutz der persönlichen Daten.“

Daniel Ramsbacher-Ranner, Sortimentsmanager, dm drogerie Markt GmbH



„In Hypermärkten wird es riesige Erlebnis- und Frischewelten geben.“

Andreas Brawisch, Projekt- und Categorymanager Food & Non Food 1, INTERSPAR Gesellschaft m. b. H.



KREISLAUFWIRTSCHAFT IN DER KONSUMGÜTER- BRANCHE

Eine neue Publikation der ECR Community zeigt anhand zahlreicher Fallstudien, wie Kreislaufwirtschaft funktionieren kann. Unternehmen aus der Konsumgüterbranche sollen damit zur Umsetzung nachhaltiger Lösungen inspiriert werden.

Der mehr als 100 Seiten starke Bericht mit dem Originaltitel „A Global Review of Circular Economy Case Studies from the Retail & CPG Sector“ beschreibt 18 verschiedene Fallstudien über bereits erprobte Strategien und Maßnahmen aus der Kreislaufwirtschaft. Dabei sind zahlreiche unterschiedliche Bereiche wie Verpackung, Abfallmanagement, Lebensmittelabfälle und digitale Lösungen abgedeckt. Darüber hinaus enthält die Publikation sechs Artikel von Experten, die über die Notwendigkeit des Übergangs zu einer Kreislaufwirtschaft sprechen. Klares Ziel: Die Fallstudien sollen Verantwortungsträgern aus

der Konsumgüterbranche zeigen, wie Kreislaufösungen in Unternehmen praktisch umgesetzt werden können. „Als ECR Austria sind wir besonders stolz, dass Österreich in diesem Bericht mit gleich drei Fallstudien vertreten ist“, freut sich ECR Austria Managerin Teresa Mischek-Moritz. So wurde neben Henkel und ALPLA auch eine Fallstudie von GS1 Austria beigesteuert, in der L-MW Manager Nikolaus Hartig den langlebigen Mehrwegdisplay präsentiert. Ausführlichere Einblicke in diese Fallstudien folgen in den nächsten Ausgaben der GS1 info. 

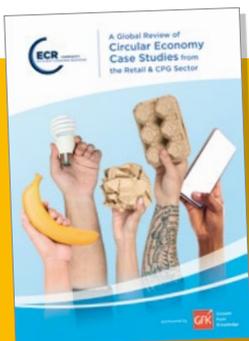
„Durch eindeutige Identifizierung von Produkten, Akteuren und Standorten sowie offene Standards zum Datenaustausch werden Unternehmen solide Investitionen zur Digitalisierung und Kreislaufwirtschaft ermöglicht.“

Francesca Poggiali, Chief Public Policy Officer Europe, GS1 in Europe



„Mit dieser Publikation haben wir Fallstudien vor den Vorhang geholt, die den gesamten Lebenszyklus eines Produkts betrachten und vielen Unternehmen Inspiration bieten.“

Declan Carolan, General Manager, ECR Co-Chair



Kostenloser Download

von „A Global Review of Circular Economy Case Studies from the Retail & CPG Sector“ unter: www.ecr-community.org/a-global-review-of-circular-economy-case-studies-from-the-retail-cpg-sector

Zirkuläres Produktdesign

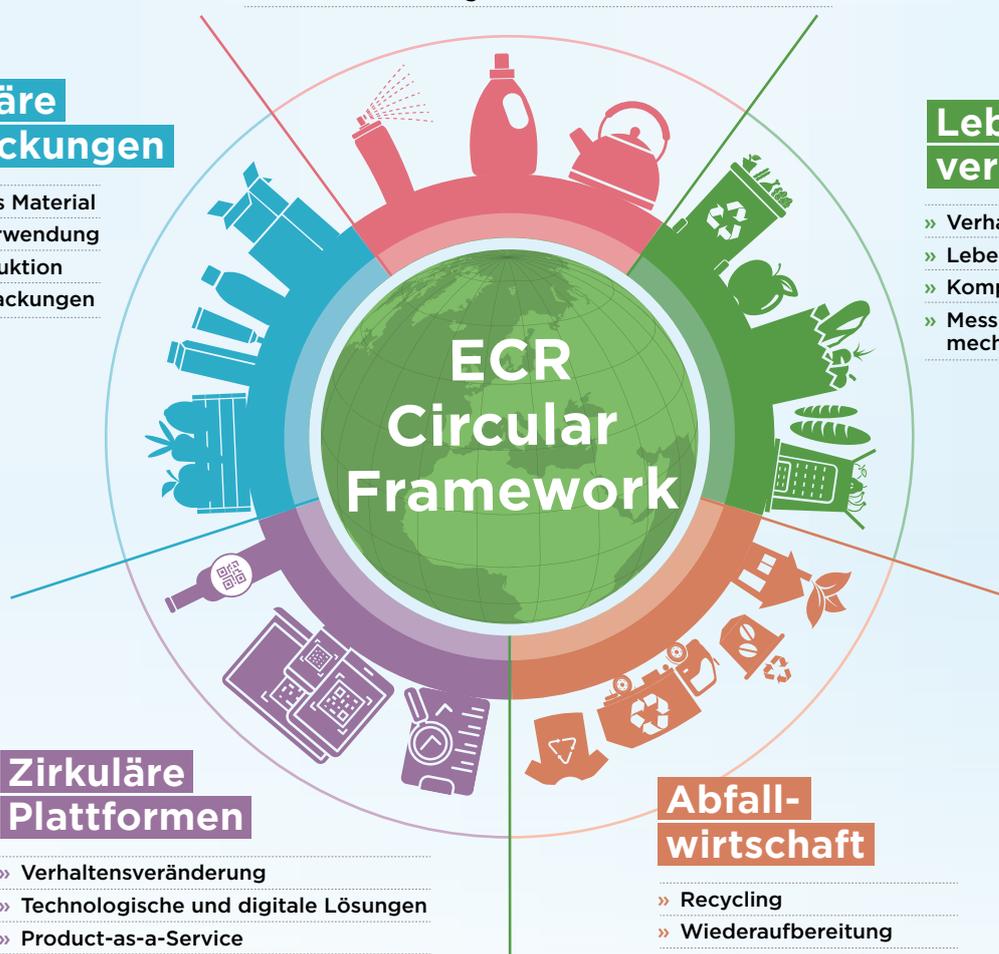
- » Beschränkung von Einweg-Plastik
- » Reduktion von Umweltbelastungen in der Produktion
- » Wiederaufbereitung

Zirkuläre Verpackungen

- » Recyceltes Material
- » Wiederverwendung
- » Plastikreduktion
- » Nachfüllpackungen

Lebensmittelverschwendung

- » Verhaltensveränderung
- » Lebensmittelspenden
- » Kompostierung
- » Mess- und Kontrollmechanismen



ECR Circular Framework

Zirkuläre Plattformen

- » Verhaltensveränderung
- » Technologische und digitale Lösungen
- » Product-as-a-Service
- » Austauschplattformen

Abfallwirtschaft

- » Recycling
- » Wiederaufbereitung
- » Abkehr von Mülldeponien
- » Sekundäre Rohstoffe
- » Prozessinnovation
- » Sortierverfahren
- » Soziale Partnerschaften
- » Verhaltensveränderung



„Der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft ist ein gemeinschaftlicher Prozess von Einzelhändlern, Herstellern und deren Partnern. Für

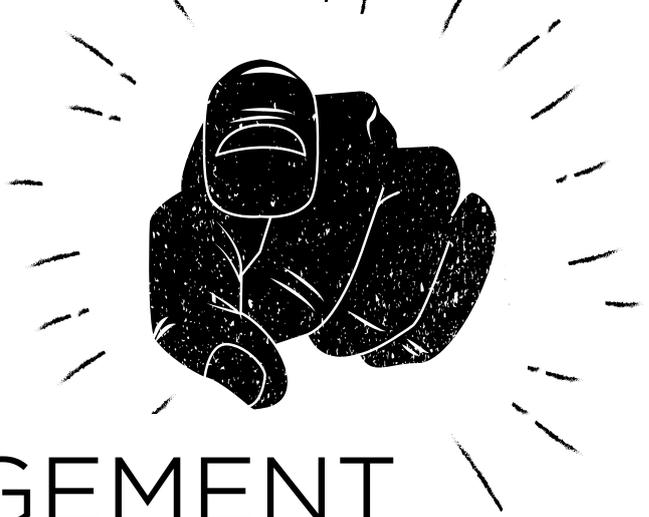
ECR stehen darum Kooperationen international wie hierzulande ganz oben auf der Agenda.“

Teresa Mischek-Moritz, ECR Austria Managerin



„Es ist sehr motivierend, wie viele Unternehmen den Weg zur Kreislaufwirtschaft ebnen. Nämlich nicht, weil es gerade angesagt ist, grün, zu sein, sondern weil es eine echte, wachsende und kompromisslose Nachfrage gibt.“

Lenneke Schils, Global Insights Director, GfK



GESUCHT: DATENMANAGEMENT FÜR EINE EFFIZIENTE KREISLAUFWIRTSCHAFT

Steigende Anforderungen an Verpackungen machen die Verfügbarkeit von Informationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette immer wichtiger. Eine neue Empfehlung zu einheitlichen Inhalten von Verpackungsspezifikationen soll dabei unterstützen.

Die FMCG-Branche hat eine Dekade der Optimierung von Produktverpackungen hinter sich. Neben dem Schutz des Produkts haben Verpackungen heute eine Reihe zusätzlicher Aufgaben: Sie müssen nicht nur gesetzlich verpflichtende Informationen bereithalten, sondern auch Marketingbotschaften optisch ansprechend an Endverbraucher transportieren. Gleichzeitig gibt es logistische Anforderungen an ihre Abmessungen und auch der POS stellt Ansprüche. Optimierungen aus Kostengründen und die Anpassungen an moderne Produktionsprozesse runden das Bild ab.

Verpackungen im Fokus

Der Klimawandel, ein enormer Verbrauch von Rohstoffen, die zunehmende Meeresverschmutzung sowie Fragen der sozialen Gerechtigkeit haben die Gesetzgebung auf europä-

ischer und nationaler Ebene auf den Plan gerufen. Dabei sind auch Produktverpackungen in den Fokus geraten. Der enorme Bedarf an Ressourcen für ihre Produktion und die Menge an Abfall sollen durch geeignete Maßnahmen reduziert werden. Diese zielen darauf ab, Verpackungsmaterial im Zuge der Kreislaufwirtschaft immer wieder einer neuen Verwendung zuzuführen. Dafür ist es unter anderem nötig, entsprechend hohe Recyclingquoten zu erreichen.

Die Maßnahmen zur Erreichung der gesetzten Ziele bedeuten für alle Beteiligten der FMCG-Wertschöpfungskette finanziellen und organisatorischen Aufwand. Beispielhaft stehen dafür die Neugestaltung der Entpflichtungsgebühren (Öko-Modulation), die Plastiksteuer und kommende Berichtspflichten zu bestimmten Verpackungen.

Lückenlose Informationsketten

Eine wesentliche Voraussetzung zur Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen ist die Verfügbarkeit von Verpackungsinformationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Aktuell ist dies nur in den seltensten Fällen gegeben. Liegen detaillierte Informationen im Regelfall bei den Ver-

packungsherstellern in guter Qualität vor, ist die Weitergabe dieser Daten an die verpackende Industrie mit großen Schwächen behaftet. Der Informationsaustausch erfolgt über Verpackungsspezifikationen, die meistens in PDF-Form bereitgestellt werden. Da es aktuell keine Vorgaben für Inhalte und Struktur dieser Spezifikationen gibt, sind sie je nach Verpackungshersteller individuell gestaltet. Um aus diesen Spezifikationen die benötigten Informationen zu ziehen, bedarf es umfangreichen Spezialwissens.

An dieser Stelle setzt GS1 Austria gemeinsam mit der ECR Austria Initiative an. In der ECR Arbeitsgruppe „Verpackungsinformationen in Stammdaten“ wird an einheitlichen Inhalten von Verpackungsspezifikationen gearbeitet. Unter Einbindung von Verpackungsherstellern, der verpackenden Industrie (FMCG-Hersteller) und des Handels werden Attribute, deren Ausprägungen sowie einheitliche Kommunikationsprozesse festgelegt. Aktuell steht ein Entwurf dieser Empfehlung bereit, die nun laufend durch Rückmeldung der Betroffenen ergänzt wird. Wir freuen uns auch über Ihren Input und Ihre Erfahrungen im Rahmen des Datenmanagements für die Kreislaufwirtschaft.



Ihr Ansprechpartner

Manfred Piller
Bereichsleiter GS1
Standards, Prokurist
piller@gs1.at



ZUKUNFTSFIT MIT EDI – SELBSTVERSTÄNDLICH NACHHALTIG!

Im Jahr 2019 wurden weltweit rund 550 Milliarden Rechnungen erstellt – davon nur rund 10 % komplett papierlos¹. 2020 kam Corona und versetzte dem Trend zum Elektronischen Datenaustausch (EDI) von Geschäftsdokumenten einen Schub. Die damit verbundene Reduzierung des Papierverbrauchs kommt auch der Umwelt zugute.

Kleine Ursache, große Wirkung. Manche EDI-Nutzer kennen folgende Situation vielleicht von früher, als sie mit ihren Geschäftspartnern noch Papierdokumente ausgetauscht haben: Vom Eingang einer Bestellung bis zur Erstellung des Lieferscheins und der Begleichung der Rechnung ist durch die manuellen Eingriffe nicht nur die Fehleranfälligkeit enorm, sondern auch der Papierverbrauch. Wie internationale Studien zeigen, lassen sich bei jedem dieser Purchase-2-Pay-Prozesse durch die Umstellung auf automatisierten Elektronischen Datenaustausch bis zu 51 Euro einsparen. EDI ist demnach nicht nur gut für die Umwelt, sondern auch fürs Budget.

Verantwortungsbewusstes Handeln

Im EDI-Bereich arbeiten oft sehr viele Akteure zusammen. Mit EDI-Branchenprojekten, Arbeitsgruppen und der Publikation von EDI-Guidelines sorgt GS1 Austria seit Jahrzehnten für die Basis des nachhaltigen elektronischen Datenaustauschs zwischen Unternehmen – und damit für eine Reduktion des Papierbedarfs. Da GS1 Austria die elektronischen Austauschformate mit den Marktteilnehmern gemeinsam erarbeitet, müssen Absprachen bezüglich einer Umsetzbarkeit von EDI nicht mit jedem neuen Partner einzeln getroffen werden. Bestehende Abläufe und technische Infrastruktur können übernommen werden. Das spart Ressourcen, erleichtert die technischen Adaptierungen sowie

Testläufe und ermöglicht somit nicht nur eine schnelle Umsetzung, sondern auch eine rasche Anbindung von weiteren Geschäftspartnern entlang der Supply Chain. 

Ihr Ansprechpartner

Karl Cegner
Leitung Kompetenzzentrum eBusiness
cegn@gs1.at



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

¹ Quelle: www.billentis.com/The_einvoicing_journey_2019-2025.pdf

Sofort lieferbar – gleich loslegen!



Verlässliche Planungsroutinen, internationale Partnerschaften und Hersteller mit eigenen Produktionsstätten erlauben uns eine gute Lieferfähigkeit für Barcode-Scanner, mobile Terminals, Wearables und Drucker. Wir beliefern Sie prompt aus unserem Zentrallager in Salzburg. **Fragen Sie noch heute an.**

sales@barcotec.at
Salzburg: 0662 424 600
Wien: 01 786 39 40
www.barcotec.at



auto-id



mobile devices



services

barcotec 

YOUR DIGITAL ENABLING SPECIALIST.