

GS1info



N  **e me**  **r**

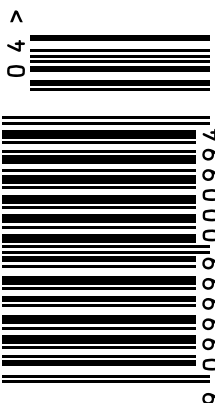
fe  **lende**

A  **gab**  **n**

zur Id  **nti**  **ät**

ei  **es Prod**  **kts**

Ist das Produkt tatsächlich jenes, das es vorgibt zu sein? Das neue globale Service Verified by GS1 kann die Gültigkeit von GS1 Identifikationsnummern verifizieren - und Produkte eindeutig und lückenlos identifizieren. s08





06



08



15



18



24



26

AKTUELL

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

06 Barcode im Alltag
Wohnen im Strichcodehaus?
Auf der Matte

07 Healthcare
79 Attribute für mehr
Transparenz in der Lieferkette

FOKUS

08 Verified by GS1
Eine Sache des Vertrauens:
das neue Service von GS1

13 Gastbeitrag Maria Madlberger
Sieben auf einen Streich!

STANDARDS & PRAXIS

14 Von Wein bis vegan
Anpassungen in GS1 Sync

15 GS1 Sync Stars 2023
Gute Daten sind ein Gewinn!

16 Herkunftskennzeichnung
Mit GS1 Sync zum Ursprung

18 Zu Gast bei
NEOH by Alpha Republic
GmbH

20 Solution Partner
Ihre Experten für GS1
Standards

21 Pickup-Paketshops
DPD Österreich automatisiert
Prozesse in den Paketshops

22 Studie: Das sagt der Handel
Rückverfolgbarkeit, Herkunft
und Regionalität

24 Anwenderstory
Mit GS1 zum Trinkgenuss

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: FORA Strategy & Communications, Schellinggasse 1, 1010 Wien, www.fora-concept.com; Erscheinungsweise: viermal jährlich; Auflage: 13.500 Exemplare; Titelfoto/Illustration: © FORA, flaticon.com **Hinweis:** Aus Gründen der Lesbarkeit wird auf geschlechtsspezifische Formulierungen verzichtet.



25 Kurznachrichten
 Mehrwert für den Nährwert,
 Nachhaltigkeitspreis für
 LOOPOS Mehrweg-Display

26 ECR Tag 2023
 Paradiesische Aussichten!

30 „No Pieps, no go“
 Ein Besuch im Spar
 Zentrallager Wels



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

Von einer Vision zur globalen Lösung

Vor einigen Jahren traten große Händler und Market Places an GS1 heran, um eine Lösung für ein Problem zu finden, das in einer globalisierten Welt immer größer wird: sicherzustellen, dass die Produkte authentisch sind und die Lieferanten auch tatsächlich so existieren. Die Lösung nennt sich Verified by GS1 und besteht aus globalen Registern, die zu jeder GTIN und zu jeder GLN Daten enthält. Wird also ein neuer Artikel gelistet, so lässt sich dieser mit einer Registerabfrage verifizieren.

Händler brauchen tieferes Wissen zu ihren Produkten, da Konsumenten und der Gesetzgeber dies verlangen.

Einige große Händler nutzen Verified by GS1 bereits, mittlerweile sind auch Zollbehörden und das Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) aufgesprungen. In der aktuellen Startphase sind wir jedoch noch weit von der Vision entfernt, dass zu jeder GTIN auch Daten in Verified by GS1 abrufbar sind. Wenn Sie GS1 Artikelnummern (= GTINs) nutzen, pflegen Sie bitte die dazugehörigen Daten in GS1 Austria myConnect kostenlos ein. Wir meinen, dass diese Daten in Zukunft eine wichtige Rolle spielen werden. Ob für Konsumenten oder für Behörden: Unser Ehrgeiz ist es, Ihnen als unsere Kunden effiziente und damit kostengünstige Lösungen anzubieten, um diese Anforderungen zu erfüllen. Verified by GS1 ist das jüngste Beispiel für diese Ambition. Händler, ob stationär oder online, brauchen tieferes Wissen zu ihren Produkten, da Konsumenten und der Gesetzgeber dies verlangen. Wir ziehen daher ein globales Register auf, das zu jeder GTIN und zu jeder GLN – somit zu jedem Artikel und Inverkehrbringer – Daten enthält.

Gregor Herzog
 Geschäftsführer

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



HÄTTEN SIE GEWUSST ...

Warum die GTIN im Onlinehandel so wichtig ist?



Die GTIN (Global Trade Item Number) sorgt neben dem einfachen „Piep“ an der Supermarktkasse auch für eine bessere Sichtbarkeit im Google-Ökosystem, bei Marktplätzen und Einkaufsplattformen. Sie sorgt für einen schnelleren Listungsprozess, 40 % mehr Impressionen und 20 % mehr Conversions.

www.gs1.at/onlinehandel



BILDUNG

GS1 Austria Akademie kompakt

Weiterbildung Weil Zeit ein knappes Gut ist, wurde 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, bei dem weitere Teilnehmer aus demselben Unternehmen vergünstigt sind.

Modul 1: GS1 System vom Rohstoff bis zum POS, 16.4.2024, 9:30-11:30 Uhr

Modul 2: Strichcodequalität – der Barcode als Teil der Verpackung, 16.4.2024, 12:30-14:30 Uhr

Modul 3: EDI (Electronic Data Interchange) im Einsatz, 16.4.2024, 15:00-17:00 Uhr

www.gs1.at/akademie

NO.

GS1 Trace

Wer hat was, wann, wo und wie mit einem Produkt gemacht? Das Rückverfolgbarkeitsservice GS1 Trace ermöglicht vollständige Transparenz entlang der Wertschöpfungskette. www.gs1.at/gs1-trace

2018

ging es an den Start und gilt als Meilenstein für die „Datendreh-scheibe GS1 Austria“.

6

Produkt-kategorien:

Fleisch, Wurst, Geflügel, Gemüse, Fisch und MoPro.

51

Unternehmen nutzen GS1 Trace für ihre Datenpflege.

5.217

GTINs umfasst GS1 Trace derzeit insgesamt.

378.000

Events

pro Jahr werden in GS1 Trace abgebildet.



Frohe Weihnachten und einen guten Rutsch!

Jahresabschluss 2023 war ein besonderes Jahr für GS1 Austria. Wir feierten den 50. Geburtstag des Barcodes. Was war Ihr Highlight des Jahres und was wünschen Sie sich für die kommenden zwölf Monate?

Für den Rest des alten Jahres wünschen wir Ihnen und Ihrer Familie jedenfalls eine schöne Weihnachtszeit mit erholsamen Feiertagen! Vielen Dank für die gute Zusammenarbeit und einen guten Start ins neue Jahr!

NEWS



Wo kommt's her und wen interessiert's?

Podcast Im aktuellen CASH Podcast untersucht CASH Chefredakteurin Margaretha Jurik mit Christian Lauer, Leiter GS1 Trace, wie wer wann was wissen kann. Wann braucht es Stammdaten und wann die sogenannte „Meisterklasse“, dynamische Daten? Ein Podcast über Herkunft, Rückverfolgbarkeit und die Zukunft transparenter Lieferketten.

<https://bit.ly/3t6hvpT>



GS1 WORDRAP



Mit Eva Rosenberger

Einen großen Beitrag leisten

Als Kind wollte ich werden ... jemand, der sein Geld am Schreibtisch verdient.

Das letzte Buch, das ich gelesen habe ... Yuval Harari – „Eine kurze Geschichte der Menschheit“: Lehrreich und fördert das Verständnis dafür, warum manches auf der Welt so läuft, wie es läuft.

Dafür würde ich mein letztes Geld ausgeben ... eine Beförderungsmöglichkeit dorthin, wo ich ohne Geld am liebsten sein möchte.

Meine größte Stärke ... Themen auf den Punkt und Visionen auf den Boden zu bringen.

Meine größte Schwäche ... Unpünktlichkeit

Mit dieser Person würde ich gerne für 24 Stunden die Rollen tauschen ... mit meiner Teenager-Tochter

Standards sind ... ein wichtiger Beitrag, um komplexe Dinge handhabbar zu machen.

Als größte Errungenschaft in der Logistik empfinde ich ... die ständige Verbesserung der Effizienz.

Gäbe es morgen keine Strichcodes mehr ... würde in den Geschäften das Chaos ausbrechen.

Für die Zukunft der Logistik wünsche ich mir ... dass sie einen großen Beitrag dazu leistet, die negativen Umweltauswirkungen des Transports drastisch zu reduzieren.

Eva Rosenberger,
Leiterin Abteilung V/6 –
Abfallvermeidung,
-verwertung und
-beurteilung, Sektion V
– Umwelt und Kreislauf-
wirtschaft, Bundesminis-
terium für Klimaschutz,
Umwelt, Energie,
Mobilität, Innovation
und Technologie





Im Strichcodehaus im Zentrum Merans lässt es sich herrlich wohnen: Es liegt direkt an der Winterpromenade und bietet einen idyllischen Ausblick auf den Fluss Passer.

WOHNEN IM STRICHCODEHAUS?

Ja, das ist tatsächlich möglich! Und zwar nicht nur symbolisch wie etwa bei GS1 Austria am Brahmplatz in Wien, sondern mitten im südtirolerischen Meran. Im Jahr 1996 kaufte das Ehepaar Roswitha und Jeremy Da Corte dort ein Haus und suchte nach einer Idee, wie es den ständigen Graffitis und Schmierereien mit oft politischen Parolen an der Fassade entgegenwirken könnte. Eine originelle Lösung wurde schließlich durch einen befreundeten Kunstlehrer gefunden, der seine Schüler im Rahmen eines Projekts mit der Ideenfindung zur Fassadengestaltung beauftragte. Die Entscheidung fiel auf das Fassadenbild „Strichcode“, da es laut Familie Da Corte „besonders gut zum Jugendstil des Gebäudes passte“. Seither ist der Strichcode täglicher Begleiter der Familie. Auch die Zahlen unter dem Strichcode (in der GS1 Sprache die sogenannte GTIN) haben für Ros-

witha und Jeremy eine persönliche Bedeutung – „welche, wollen wir allerdings nicht verraten“. Im Laufe der Jahre hat sich das Strichcodehaus laut den Da Cortes „zu einer Art Sehenswürdigkeit von Meran entwickelt. Es ist ein beliebtes Fotomotiv und wird sogar bei Meraner Stadtführungen gezielt angesteuert“. Wer wissen will, wie es sich in einem Strichcodehaus lebt, hat auch die Möglichkeit dazu: Seit einigen Jahren wird das direkt am Ufer des Flusses Passer gelegene Häuschen von der Familie Da Corte auch an Urlaubern vermietet. www.strichcodehaus.com

AUF DER MATTE


Nicht jeder kann aus seinem Haus ein Strichcodehäuschen machen. Eine Türmatte im Strichcodedesign – gesehen bei home24.at – ist für den Anfang auch eine gute Alternative.



79 ATTRIBUTE FÜR MEHR TRANSPARENZ IN DER LIEFERKETTE

Am 18. Oktober 2023 wurde der erste Schritt gesetzt, um zukünftig effizient B2B-Daten über Medizinprodukte auszutauschen.

Nach insgesamt sieben Sitzungen hat die Arbeitsgruppe ECHO Austria, bestehend aus Vertretern von österreichischen Gesundheitsverbänden, Interessensvereinigungen aus der Medizinproduktebranche, Dienstleistern im Gesundheitswesen und Lieferanten (Hersteller/Händler), ein Datenset de-

finiert. Dieses besteht aus insgesamt 79 unterschiedlichen Attributen, die B2B-Prozesse in Zukunft bereichern werden. Der Austausch dieser 79 Attribute soll gewährleisten, dass Datenlieferanten (z. B. Hersteller und Händler) und Datenabholer (z. B. Gesundheitseinrichtungen und Händler) dieselbe „Sprache“ sprechen. 

Bei Fragen zum Datenset ...

schreiben Sie bitte ein Mail an healthcare@gs1.at mit dem Betreff „ECHO Austria“. Ein GS1 Austria Mitarbeiter meldet sich dann bei Ihnen.

Aus diesen 8 Bereichen und 79 Attributen besteht das Datenset für ein Medizinprodukt oder dessen Verpackung:

* Jeweils Anzahl der Attribute pro Bereich



Informationsblatt EUDAMED Update

Die aus der AUSTROMED Arbeitsgruppe Regulatory gegründete Task Force EUDAMED hat es sich zur Aufgabe gemacht, ein Informationsblatt zur Vorbereitung der Teilnahme/Registrierung von in Österreich ansässigen betroffenen Wirtschaftsakteuren bei EUDAMED zu gestalten. Dieses Update wurde erneut in Kooperation mit GS1 Austria erstellt.

www.gs1.at/downloads/informationsblatt-eudamed

Sie benötigen ein Tool zur EUDAMED Registrierung? GS1 Austria bietet den UDI Manager an. www.gs1.at/eudamed



Machen Sie mit!

Sie arbeiten an Projekten, die von standardisiertem Datenaustausch profitieren können?

Dann werden Sie Teil von ECHO Austria und arbeiten Sie gemeinsam mit Ihren Geschäftspartnern an einer besseren Datenqualität für effizientere Prozesse, zum Beispiel im Bestellwesen/Einkauf.

Verified by GS1 unterstützt eine effiziente Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Händlern.



AUS GEPIR WIRD VERIFIED BY GS1

Mit Ende des Jahres wird die GS1 Mitgliederdatenbank GEPIR durch das globale und cloudbasierte Service Verified by GS1 abgelöst. Diese Lösung bietet die Möglichkeit, die Gültigkeit einer GS1 Identifikationsnummer zu verifizieren, womit sich viele Visionen eröffnen.

Isst dies wirklich das Produkt, das es zu sein scheint?“ Eine Frage, die durch die globalisierten und dadurch immer anonymisierter werdenden Märkte vermehrt in den Vordergrund rückt. Sowohl Verbraucher als auch die Gesetzgebung erwarten heute mehr und vor allem wesentlich verlässlichere Angaben zur Identität eines Produkts.

Vor allem große Händler und Marketplaces suchen daher bereits seit Längerem nach einer Lösung, um ihre Produkte zu authentifizieren. Genau so eine Lösung hat GS1 mit der zentralen, cloudbasierten und global verfügbaren Datenbank Verified by GS1 geschaffen. Diese gibt anhand einer

eindeutigen und weltweit gültigen Identifikation einem Produkt eine Art „Personalausweis“ und sorgt so für einen Echtheitsnachweis im Zusammenspiel zwischen Hersteller, Handel und Konsumenten.

Aus GEPIR wird Verified by GS1

Das Service Verified by GS1 wurde bereits vor einigen Jahren eingeführt. Seit der Einführung wird daran gearbeitet, die Verifizierung auf alle GS1 Identifikationsnummern zu erweitern. Nun ist die Zeit reif, dass Verified by GS1 GEPIR gänzlich ablöst. Das heißt, aus GEPIR wird mit Stichtag 1. Jänner 2024 Verified by GS1. Warum dieser Schritt? „Ganz einfach, weil GEPIR >

„Verkaufspartner, die über Verified by GS1 genaue Daten bereitstellen, weisen höhere Transaktionen sowie zufriedeneren Kunden auf.“

Vincent Weijers
COO bei bol.com



GTIN: 9506000140445

Brand name

Product description

Product image URL

Global product category

Net content & unit of measure

Country of sale



Einmal um die ganze Welt ...

ist Verified by GS1 mit seinen ersten erfolgreichen Anwendungen bereits gereist. Erstaunlich ist dabei nicht nur die geografische Vielfalt, sondern dass sich vor allem auch viele unterschiedliche Einsatzgebiete eröffnen.

So sorgt Verified by GS1 beispielsweise für ...



... verlässliche Daten im Marketplace

Mit über 35 Mio. Artikeln in verschiedenen Produktkategorien ist bol.com der größte Onlinemarktplatz der Benelux-Länder. Das Erfolgsgeheimnis dahinter sieht deren COO Vincent Weijers vor allem darin, „unseren Kunden stets hundertprozentig zuverlässige Produktinformationen zu liefern“. Weijers, der auch jahrelang im Vorstand von GS1 Niederlande tätig war, weiß „um die große Bedeutung standardisierter Daten als Schlüssel dazu“ und zählt daher auch zu den „first movern“ in der Anwendung von Verified by GS1. Es ermöglicht bol.com eine verifizierte Prüfung, wem eine GTIN gehört und ob diese mit den Produkten im Webshop übereinstimmt. Der Erfolg zeigt sich laut Weijers deutlich: „Verkaufspartner, die über Verified by GS1 genaue Daten bereitstellen, weisen höhere Transaktionen sowie zufriedenerere Kunden auf.“

Verifizierung mit sieben Attributen

Product ID

GTIN: 9506000140445

Brand name

Product description

Product image URL

Global product category

Net content & unit of measure

Country of sale

1. GTIN
2. Markenname
3. Produktbeschreibung
4. Produktbild
5. Globale Produktkategorie
6. Füllgewicht und Mengeneinheit
7. Verkaufsgebiet

Verified by GS1 gibt einem Produkt eine Art „Personalausweis“.



Enter a barcode number/GTIN

Verify Product
Search by Global Trade Item Number (GTIN)

Verify Location/party
Search by Global Location Number (GLN)

Verify other keys
Search by other keys

Find company
Search by company name and country

Example search: 9506000140445

So sieht die Eingabe in Verified by GS1 aus: einfach, übersichtlich und selbst-erklärend.

Mit Verified by GS1 können Markeninhaber ihre Produktdaten in der globalen, cloudbasierten GS1 Registry erfassen und allen Interessierten wie Onlinemarketplaces, Händlern oder Konsumenten über Verified by GS1 bereitstellen.

› bereits in die Jahre gekommen ist und anhand eingeschränkter Funktionen immer öfter an seine Grenzen stößt“, erklärt Gregor Herzog, Geschäftsführer von GS1 Austria. Verified by GS1 hebt GEPIR nun auf eine neue technische Plattform, die zahlreiche neue Möglichkeiten eröffnet. Dazu gehören etwa eine erweiterte Datenausgabe (über GTIN, GLN und weitere GS1 Identifikationsschlüssel) sowie eine bessere Performance.

Und so funktioniert's ...

Mit Verified by GS1 können Markeninhaber ihre Produktdaten in der globalen, cloudbasierten GS1 Registry

erfassen und allen Interessierten wie Onlinemarketplaces, Händlern oder Konsumenten über Verified by GS1 bereitstellen. Für österreichische Anwender erfolgt die Erfassung für die GS1 Registry Plattform über das GS1 Austria Kundenportal myConnect. Dabei identifiziert jeder Markeninhaber seine Produkte mit einer GTIN sowie mit weiteren sechs Attributen, die als weltweit gültiger Mindestsatz von Kernproduktmerkmalen für Verified by GS1 festgelegt wurden: der Markenname, die Produktbeschreibung, das Produktbild mit URL, die globale Produktkategorie, das Füllgewicht und die Mengeneinheit sowie das ›



weiter um die Welt ...



... effiziente Zollabfertigungsprozesse in China

China verzeichnete im grenzüberschreitenden Handel in den letzten Jahren sowohl in Bezug auf das Volumen als auch auf die Produktvielfalt ein exponentielles Wachstum. Mehrfach manuell eingegebene Produktinformationen führten dabei immer wieder zu Ungenauigkeiten im Zollabfertigungsprozess und kosteten viel Zeit. Um dies zu ändern, nutzt die Generalzollverwaltung der Volksrepublik China (GACC) nun die GTIN und Verified by GS1. Damit beträgt das Ausfüllen des Zollerklärungsformulars nur noch wenige Sekunden – gleichzeitig werden Fehler minimiert und Produktfälschungen überwacht.

... konsistente Produktinformationen bei Mars Wrigley

Der Wrigley's Juicy Fruit Kaugummi wurde im Jahr 1974 als erstes Produkt der Welt mit einem Strichcode gescannt. Auch beim Einsatz von Verified by GS1 hat der amerikanische Süßwarengigant Mars Wrigley abermals die Nase vorn: Bereits seit 2020 hat man damit begonnen, die Stamm- und Qualitätsdaten des Unternehmens sukzessive über Verified by GS1 zu verwalten. „Damit lässt sich sicherstellen, dass unsere Produkte sowohl im physischen Geschäft als auch in digitalen Marktplätzen konsistent erscheinen“, erklärt Joyce Ann Rosenfield, Master Data Value Creation Lead bei Mars Wrigley.

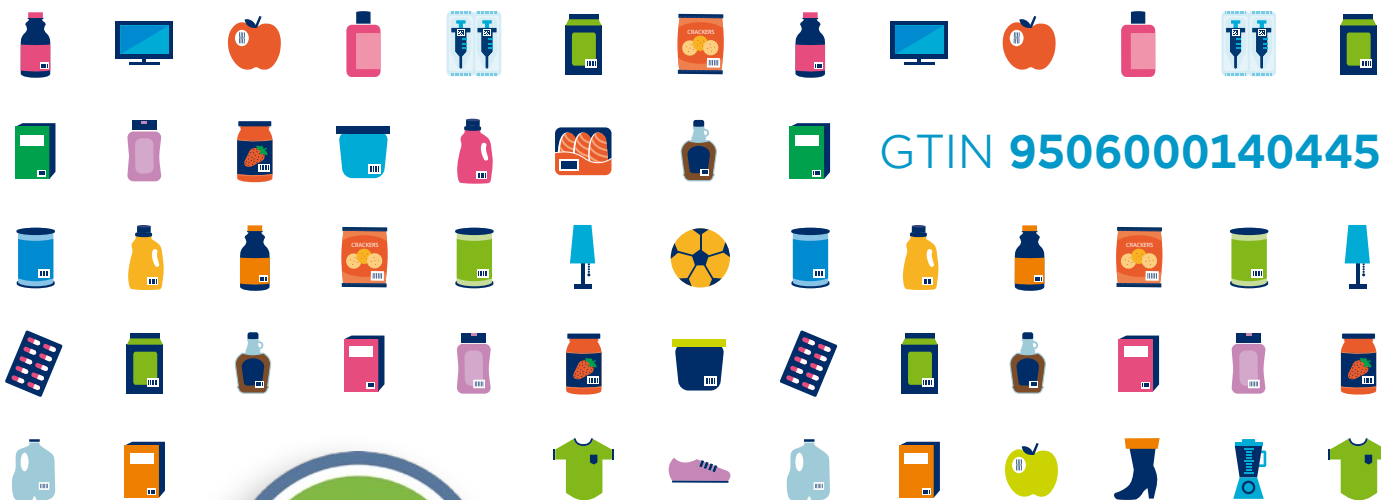


... mehr Durchblick in der brasilianischen Steuerverwaltung

Die Secretaria da Fazenda (SEFAZ) – die Steuerverwaltung der brasilianischen Bundesstaaten – bearbeitet täglich rund 45 bis 50 Mio. E-Rechnungen. Bevor eine Ware in den Verkauf geht, wird genau überprüft, um welches Produkt es sich bei der Rechnung handelt. Mithilfe von Verified by GS1 lässt sich das von der SEFAZ anhand einer legitimen GTIN genau identifizieren. Ist eine GTIN nicht validiert, wird die betreffende E-Rechnung abgelehnt und der Verkauf des Produkts blockiert.

Weitere spannende Anwendungsfälle von Verified by GS1 finden Sie im Newsroom auf der Website von GS1 Austria. www.gs1.at/verified-by-gs1-anwenden





GTIN 9506000140445



Gut zu wissen ...

Die sieben Attribute in Verified by GS1 dienen rein der Verifizierung eines Produkts und sind daher nicht mit den dahinterliegenden und wesentlich tiefer greifenden Stammdaten zu vergleichen. So umfasst im Unterschied dazu etwa ein Stammdatenservice wie GS1 Sync bis zu 150 verschiedene Informationen zu einem Produkt, die seitens GS1 Austria qualitätsgeprüft bereitgestellt werden. Die in Verified by GS1 angegebenen Attribute wiederum sind rein usergeneriert, d. h. dass diese allein in der Verantwortung des Markeninhabers liegen. Einfach zusammengefasst: **ProduktVERIFIKATION ist nicht gleichzusetzen mit ProduktINFORMATION.**

Die GTIN als Schlüssel zum Onlinehandel

Neben der Verifikation der GLN (Global Location Number) soll mit Verified by GS1 künftig auch verstärktes Augenmerk auf die GTIN (Global Trade Item Number) gelegt werden. Diese hat sich auf den großen Onlinemarktplätzen bereits bestens bewährt und dient als wichtige Grundlage dafür, dass Onlinekäufer genau jenes Produkt finden, nach dem sie suchen. Umgekehrt können Onlineshopbetreiber anhand der GTIN eines Produktes den jeweiligen Händler zweifelsfrei identifizieren. Produkte mit GTINs, die nicht mit den Datenbanken von GS1 übereinstimmen, werden von Onlineplattformen wie amazon, eBay, Alibaba, Google Shopping und Co. oftmals gar nicht gelistet, um den Verkauf möglicher Produktfälschungen zu verhindern.

➤ Verkaufsgebiet. Zusammen stellen diese sieben Attribute die vollständige digitale Identität eines Produkts dar und ermöglichen so die Überprüfung der Produktidentität. Laut Herzog

„bringt das innerhalb des Produktdatenökosystems Vorteile auf allen Seiten – neben Herstellern und Händlern vor allem auch für den Endverbraucher als ultimativen Datennutzer“.

So könnten laut ihm etwa „die bisher definierten Attribute noch um einige weitere ergänzt werden, wie etwa um solche zum gesamten Lebenszyklus, sprich zum ‚Fußabdruck‘ eines Produktes. Vor allem im Bereich der Kreislaufwirtschaft, und zwar sowohl seitens der Gesetzgebung als auch vom Konsumenten, wird es hier künftig enormen Bedarf geben.“ Mit Verified by GS1 wurde laut Herzog jedenfalls „eine ideale Basis geschaffen, die überall dort ansetzen kann, wo ein Echtheitsnachweis von Produkten gefragt ist“. Und das ist erst der Anfang. www.gs1.at/verified-by-gs1

Unendliche Möglichkeiten

Neben dem obersten Ziel – mit Verified by GS1 Vertrauen in die Gültigkeit von GS1 Identifikationsnummern zu schaffen – eröffnet das neue GS1 Service auch zahlreiche andere Möglichkeiten und gibt somit Anlass für Zukunftsvisionen. So sieht etwa auch Gregor Herzog in Verified by GS1 „weit mehr als ein reines Identifikationssystem“.



Ihr Ansprechpartner

Eugen Sehorz
Projektleiter
GS1 System
sehorz@gs1.at



Sieben auf einen Streich!

Globale Standardisierung, Verknüpfung wesentlicher Produktattribute und Vertrauenswürdigkeit sind die Schlüssel zum vollwertigen digitalen Abbild eines jeden einzelnen Produktes.

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

GTIN, Markenname, Produktbeschreibung, Produktbild, globale Produktklassifikation, Nettoinhalt mit Maßeinheit und Verkaufsgebiet. Das sind die sieben Produktattribute, die mit Verified by GS1 weltweit standardisiert und verifiziert abgerufen werden können. Skeptiker könnten sich nun fragen, was daran neu ist. Nun, zwar werden die sieben Attribute einzeln für sich genommen schon lange entlang der Supply Chain ausgetauscht und gerade die GTIN blickt auf eine lange Erfolgsgeschichte zurück. Aber die Besonderheit liegt in der Verknüpfung dieser Daten, ihrer globalen Einheitlichkeit sowie der überprüften Richtigkeit. Ähnlich wie beim Reisepass: Dieser ist auch international gültig und maschinenlesbar, enthält essenzielle Informationen über seinen Inhaber inklusive Foto und muss vor allem fälschungssicher und von vertrauenswürdigen Behörden ausgestellt sein.

Der Mehrwert des in Verified by GS1 zusammengefassten Datenbündels wird rasch ersichtlich, wenn man sich einige Szenarien vorstellt, wo dies nicht realisiert ist. Dann gibt es Probleme wie diese:

- › Inkonsistenzen: Ein Lebensmittel-multi unterzieht einen Artikel einem Verpackungsrelaunch mit 10 % mehr Verpackungsinhalt. Das wird in mehreren Ländern schrittweise umgestellt. Ohne saubere und verlässliche Identifikation (GTIN)

kann ein und derselbe Artikel eine Zeit lang in einem Land mehr Inhalt haben als in einem anderen. Für eine internationale Handelskette ein Ärgernis.

- › Unvollständigkeit: Ein Handelsunternehmen betreibt einen Onlineshop und möchte dort einen neuen Artikel listen. Leider ist keine professionelle Produktabbildung vorhanden. Wie soll das Produkt nun im Onlineshop hergezeigt werden?
- › Unglaubwürdigkeit: Ein Konsument möchte detaillierte Informationen zu den Inhaltsstoffen eines Kosmetikartikels über eine App abrufen und ist verunsichert, ob die Angaben überhaupt vom Hersteller stammen. Er verschiebt den Kauf – eine vertane Umsatzchance.

Eine zunehmend globale Vernetzung von Hersteller- und Handelsunternehmen, eine immer stärker werdende Verschmelzung von Online- und Offline-Welt und immer komplexere Supply Chains mit einem steigenden

“ Der Mehrwert des in Verified by GS1 zusammengefassten Datenbündels wird rasch ersichtlich, wenn man sich Szenarien vorstellt, wo dies nicht realisiert ist.

Kosten- und Effizienzdruck brauchen mehr denn je standardisierte aussagekräftige Daten, auf deren Richtigkeit man sich verlassen kann. Eben ein vollwertiges digitales Abbild eines Artikels, das diesen in allen elektronischen Informationsflüssen voll und ganz repräsentiert. Und diese Informationsflüsse werden immer umfangreicher, wie diese bei Weitem nicht vollständige Aufzählung zeigt:

- › Elektronische Bestellungen, Lieferscheine und Rechnungen, idealerweise in Form von ORDERS, DESADV und INVOIC.
- › Artikelinformationen und -bilder in Flugblättern, Promotionen, Onlineshops und sozialen Medien
- › Herkunftsauslobungen und Rückverfolgbarkeit am POS, im Internet, oder, wie seit Kurzem, in der Kantine
- › Letzte Meile: Artikelinformationen vom Regalplatz am POS bis zum Onlinelieferdienst
- › Category-Management-relevante Warengruppen

Ganz zu schweigen von der Vielfalt an Informationstechnologien und Anwendungen, die noch viel intensiver auf uns zukommen werden, von der künstlichen Intelligenz über Augmented und Virtual Reality bis zur Blockchain. Was immer davon einmal in unserem Alltag Einzug halten wird, verlässliche Identifikation und Produktdaten werden in diesem digitalen Kosmos immer essenziell sein. **■**

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

VON WEIN BIS VEGAN: ANPASSUNGEN IN GS1 SYNC

Im aktuellen GS1 Sync Release vom 18. November 2023 gibt es vier Änderungen für die Community.

1 Neues Attribut „M591 Getränkeategorie“

Zur Erfüllung der Mehrwegquote nach dem Abfallwirtschaftsgesetz §14b ist es für Datenabholer wichtig, eine Kategorisierung von Getränken vorzunehmen. Daher wurde ein neues Attribut in das Zielmarktprofil eingeführt, das für Getränke eine Auswahl einer Kategorie nach AWG §14b erfordert. Alle Dateneinsteller mit Getränkeprodukten in GS1 Sync sind ab November 2023 verpflichtet, dieses Attribut zu befüllen – auch wenn ihre Produkte

nicht unter AWG §14b fallen. In diesem Fall muss der Codewert „Sonstige“ angegeben werden.


2 Attribute „M591 Getränkeategorie“ und „M572 Verpackung Einweg/Mehrweg“ verpflichtend für Getränke

Im Attribut „M572 Verpackung Einweg/Mehrweg“ wird angegeben, ob eine Getränkeverpackung als Einweg oder Mehrweg – jeweils mit oder ohne Pfand – gekennzeichnet ist. Zusammen mit dem neuen Attribut „Getränkeategorie“ werden diese zwei Datenfelder für Getränke ab dem November-Release verpflichtend, und jene Dateneinsteller, die GPC-Codes für Getränke verwenden, müssen diese Angabe befüllen.

3 Neues Attribut „M488 Jahrgang“ für Weine

Zur einfacheren und harmonisierten Übertragung der Jahrgangsinformation von Weinen wird das Attribut „M488 Jahrgang“ eingeführt. Diese Information wurde in GS1 Sync bisher im Attribut „M263 Variante“ gepflegt. Ab November kann nun eine genaue Befüllung im Set der warengrupenspezifischen Angaben für Wein gemacht werden. Diese werden ab diesem Zeitpunkt auch von der GS1 Sync Qualitätssicherung an dieser Stelle geprüft.

4 Neuer Codewert zur Kennzeichnung von veganen Near-Food-Produkten

Vegane Lebensmittel werden in GS1 Sync im Attribut „M034 Ernährungshinweise: Ernährungsart“ gekennzeichnet. Vegane Near-Food-Produkte können ab November nun auch korrekt mit dem neuen Codewert „VEGAN“ im bestehenden Attribut „M080 Claim: Code der Art“ markiert werden. Damit wird die Basis für ein einfaches Auffinden von veganen Produkten in Onlineshops ermöglicht. Zusätzlich müssen auch die entsprechenden Labels in GS1 Sync angegeben werden, wenn diese auf der Verpackung aufgedruckt sind. Die korrekte Befüllung der Attribute wird in der GS1 Sync Qualitätssicherung anhand des Abgleichs mit Bildern der Produktverpackung sichergestellt. 

Ihr Ansprechpartner

Rene Schweinzger
Leiter GS1 Sync Vertrieb
schweinzger@gs1.at



CASH-Redakteurin Gabi Hinterkörner-Zauner im Gespräch mit Rene Schweinzger.



Podcast: Die Dimensionen der Datenlogistik

Eintauchen in die Welt der Stammdaten: Was war davor und wo stehen wir jetzt? Alles begann mit der Lebensmittelinformationsverordnung zu einer Zeit, als Daten noch kreuz und quer herumgeschickt wurden. Die Zukunft des modernen Stammdatenmanagements handelt von Kreislaufwirtschaft, Verpackungsinnovation und Transparenz. <https://bit.ly/3QBj3zX>

Alle weiteren Details zum aktuellen GS1 Sync Release finden sie unter www.gs1.at/gs1sync

50 years of transforming tomorrow



Die GS1 Sync Stars 2023: Mit diesen Trophäen werden jährlich Unternehmen für ihre hohe Qualität im GS1 Sync Stammdatenpool ausgezeichnet.

Die GS1 Sync Stars Verleihung 2023. V.l.n.r.: Barbara Wendelin, Leiterin GS1 Sync QS und Services GS1 Austria, Lukas Grubauer, Chief Sales Officer waterdrop®, Sabrina Wachter, B2B & Wholesale waterdrop®, Andreas Gendo, Head of International Supply Chain & Logistics Kotányi, Thomas Zeillinger, Head of Supply Chain Operations Kotányi, Gregor Herzog, Geschäftsführer GS1 Austria



GUTE DATEN SIND EIN GEWINN!

Für ihre herausragende Datenqualität im GS1 Sync Stammdatenpool wurden heuer die beiden Unternehmen Kotányi und waterdrop® mit dem GS1 Sync Star Award 2023 prämiert.

Gute Daten sind immer ein Gewinn. Das zeigt sich nicht nur an der Prämierung zum GS1 Sync Star, sondern garantiert laut GS1 Austria Geschäftsführer Gregor Herzog vor allem auch „einen korrekten und somit perfekten Auftritt in Onlineshops, Flugblättern oder am POS“. Was es dafür braucht? „Daten, die zu jeder Zeit vollständig, korrekt und in der aktuellsten Version dem Handel über das Stammdatenservice GS1 Sync zur Verfügung gestellt werden“, erklärt Herzog. Diese Kriterien haben heuer die beiden heimischen Unternehmen Kotányi und waterdrop® besonders gut erfüllt und wurden dafür im Rahmen des GS1 Austria Jubiläumsevents im Wiener Parlament mit dem GS1 Sync Star Award prämiert. Dieser Preis zeichnet alljährlich engagierte Unternehmen für ihre hohe

Datenqualität im GS1 Sync Stammdatenpool aus.

Hoher Stellenwert für Daten

Welche Erleichterungen die Bereitstellung von kompletten und gut gepflegten Datensätzen und insbesondere von Bilddaten bringt, zeigt sich sowohl beim Traditionsbetrieb Kotányi, der mit über 1.000 korrekten Datensätzen im GS1 Sync Stammdatenpool vertreten ist, als auch beim jungen Unternehmen waterdrop®, bei dem der Datenqualität von Anfang an ein hoher Stellenwert zugemessen wurde. „Bei einem so erklärungsbedürftigen Produkt wie dem unseren legen wir ganz besonderes Augenmerk auf die Produktdaten und sind daher froh, dass diese dank GS1 Sync für den Handel zentral bereitgestellt werden können“, erklärt Lukas Grubauer, Chief Sales Officer bei wa-

terdrop®. Thomas Zeillinger, Head of Supply Chains Operations bei Kotányi, hebt wiederum die Vorteile von GS1 Sync „als zentrale Stelle für Bilddaten hervor. Damit wissen unsere Datenabholer, dass sie immer auf aktuelles Bildmaterial zugreifen, und man erlebt keine bösen Überraschungen in Flugblättern.“

Alles zu den Voraussetzungen für GS1 Sync Stars unter: www.gs1.at/gs1-sync-stars

Ihre Ansprechpartnerin

Barbara Wendelin
Leiterin GS1 Sync QS
und Services
wendelin@gs1.at



Gerichte mit bestimmten Zutaten wie etwa Fleisch, Eier oder Milchprodukte, sind von der verpflichtenden Herkunftskennzeichnung betroffen.

MIT GS1 SYNC ZUM LEBENSMITTELURSPRUNG

Aufmerksamen Kantinen-Essengehern wird es aufgefallen sein: Seit 1. September 2023 ist etwas anders. Zumindest sollte es das sein. Denn seit diesem Zeitpunkt ist die Herkunftskennzeichnung in der Gemeinschaftsverpflegung in Kraft.

Rückverfolgbarkeit hat bei bestimmten Produktgruppen eine besonders hohe Bedeutung. Das zeigt eine Studie von KeyQUEST, die im Auftrag von GS1 Austria durchgeführt wurde. Auf Platz eins bis drei der genannten Antworten liegen hier Fleisch (92 %), Eier (91 %)

und Milchprodukte (88 %). Genau diese Kategorien – und mit ihnen anverwandte Zutaten und Gerichte – sind auch von der verpflichtenden Herkunftskennzeichnung betroffen. Konkrete Beispiele sind Gulasch, Sauerrahm, Eierspeis oder Milchreis.

„Unsere Lieferanten, die ihre Daten über GS1 Sync einstellen, liefern diese mittlerweile in sehr guter Qualität – das erleichtert die Zusammenarbeit enorm.“

Martin Sednik, Senior Department Manager, MDM & Spacemanagement Metro



Ursprungsland des Artikels:
Code (040) – Österreich



Verkehrsfähige Produktverpackung als Grundlage für die Befüllung der Herkunftangaben in GS1 Sync

Gezielte Auswahl für Konsumenten möglich

2,2 Mio. Speisen werden in österreichischen Großküchen (z. B. Kantinen, Krankenhäusern und Schulen) täglich ausgegeben. Die Herkunft muss am Speiseplan direkt oder auf einem Plakat oder Monitor ausgewiesen sein. „Das schafft mehr Transparenz auf dem Teller bzw. beim Einkauf des jeweiligen Produkts. Weiters können Konsumenten, denen das wichtig ist, sich ihre Lokale und Gastronomien nach regionalen Gesichtspunkten auswählen“, erklärt Martin Sednik. Er muss es wissen, denn er verantwortet als Senior Department Manager die Bereiche MDM & Spacemanagement bei Metro.

Sehr gute Datenqualität

Metro ist der größte C&C-Händler in Österreich und als solcher einer der Datenübermittler an die Gemeinschaftsverpflegung. Großhändler wie Metro, Kastner, Kiennast und Co. werden in der Regel von ihren Lieferanten über GS1 Sync mit Produktstammdaten versorgt. „Stammdaten spielen eine große und wesentliche Rolle. Sie bilden die Grundlage für jeden Geschäftsprozess, erleichtern den Datenaustausch und die -verarbeitung. Eine hohe Stammdatenqualität ist Voraussetzung für effiziente Prozesse, zufriedene Kunden und verlässliche Analysen. Die fortschreitende digitale Transformation macht es unabdingbar, sich mit den Stammdaten auseinanderzusetzen“, sagt Sednik. Dass der Weg über GS1 der richtige ist, davon ist er überzeugt. „Alle Lieferanten, die über GS1 Sync einstellen, stellen keine Herausforderung dar, da die gelieferte Datenqualität sehr gut ist. Bei allen anderen muss manuell nachgearbeitet werden, und das bedeutet einen relativ hohen Arbeitsaufwand.“ Relevant sind in GS1 Sync eine ganze Reihe an Informationsinhalten. Von Basisdaten wie Artikelnummer, Name oder Gewicht bis hin

zu Allergen- und Nährwertangaben, Zutatenlisten oder Produktabbildungen. Aufgrund der Herkunftskennzeichnung kommt nun ein weiteres Anwendungsgebiet hinzu.

Zusätzliche freiwillige Herkunftsangabe

Die Angabe des Ursprungslandes und der Herkunft der Primärzutaten sind in GS1 Sync nur zulässig, wenn auf der Produktverpackung eindeutige Angaben dazu gemacht werden. Werden Informationen auf der Verpackung abgedruckt, müssen diese auch in GS1 Sync in den entsprechenden Attributen „M099 Ursprungsland“ und „M133 Herkunftsort/ Herkunftsangabe“ eingetragen werden. Die GS1 Sync Qualitätssicherung gleicht die Informationen mit Bildern der Produktverpackung ab und stellt so die entsprechende Korrektheit der Angaben sicher. Neu ist, dass nun auch zusätzliche Herkunftsinformationen, die sich nicht auf der Verpackung befinden, aber für den Datenabholer notwendig sind, befüllt werden können. Dies funktioniert über das Attribut „M570 Zusätzliche freiwillige Herkunftangaben“. Und während es jetzt in einem ersten Schritt für alle gilt, die verpflichtenden Angaben zu machen, wird sich künftig noch mehr in diese Richtung bewegen – etwa bei den Themen Bio und Regionalität. „Diese haben jetzt schon einen hohen Stellenwert, und der wird sicher noch ansteigen. Die Konsumenten möchten wissen, woher die Lebensmittel stammen, die sie kaufen“, sagt Sednik. ■

www.gs1.at/gs1sync

Ihr Ansprechpartner

Rene Schweinzger
Leiter GS1 Sync Vertrieb
schweinzger@gs1.at



Die Produktfamilie von NEOH wächst und wächst: Neben den bekannten Riegeln gib es u. a. auch Miniwaffeln, Drageelinos oder Tafelschokoladen.



DIE ZUCKERFREIE ERFOLGSFORMEL

Nach dieser hat die NEOH by Alpha Republic GmbH jahrelang gesucht und sie auch gefunden: Ihre Snacks versprechen hundertprozentigen Naschgenuss dank einer speziellen Zuckerersatzformel. Fündig wurde das Jungunternehmen auch rund um das perfekte Handling ihrer Daten ...

Schon einmal vom Begriff „Kaizen“ gehört? Dahinter steckt eine japanische Lebens- und Arbeitsphilosophie, in deren Zentrum das Streben nach kontinuierlicher und unendlicher Verbesserung steht. „Hinter dieser Philosophie steht bei uns jeder einzelne Mitarbeiter“, erklärt Adel Hafizović, Mitbegründer und CSO der NEOH by Alpha Republic GmbH, die mit ihren Snacks für „neues Naschen“ am Lebensmittelmarkt sorgen. Neben dem Kampf gegen zu viel Zucker war laut Hafizović das oberste Ziel, „auch so richtig gut zu schmecken“. An dieses Ziel hat man sich – mitunter durch zahlreiche Experimente in der eigenen Küche – langsam herangetastet und ganz nach „Kaizen“ mittels stetiger Verbesserung innerhalb von 13 Jahren das perfekte Ergebnis erreicht. Die eigens kreierte Zuckerersatzformel ENSO aus pflanzlichen Ballaststoffen sorgt nicht nur geschmacklich für Naschvergnügen, sondern hat auch kaum Auswirkungen auf die Blutzuckerkurve, was im vergangenen Jahr sogar durch eine Studie der Medizinischen Universität Wien bestätigt wurde.

Viele Produkte – viele Daten

Der Erfolg spricht für sich: Die Produktrange von NEOH umfasst neben Riegeln in vier Geschmacksrichtungen inzwischen u. a. auch knusprige Waffeln, Tafelschokoladen oder einen Cream Cake und erfreut sich international immer mehr an Beliebtheit. So erobert NEOH neben Deutschland und den USA auch gerade den ernährungsbewussten skandinavischen Markt. „Da kommt schon eine ganze Menge an Daten zusammen, die man dem Handel verlässlich übermitteln muss“, erklärt Hafizović, „was für ein Jungunterneh-

men mit begrenzten personellen Ressourcen gar nicht so einfach ist.“ Aus diesem Grund hat man von Anfang an auf die Standards und Services von GS1 Austria vertraut: von der handelskonformen Produktkennzeichnung mit dem Strichcode EAN-13, mit dem Basisservice GS1 Connect bis hin zur Nutzung des GS1 Sync Stammdatenpools.

Stars auf allen Ebenen

So wie bei der Findung der perfekten Zuckerersatzformel wollten die NEOH-Gründer auch bei der Nutzung von GS1 Sync von Anfang an alles per-


Das Basisservice GS1 Connect mit der im Strichcode verschlüsselten GTIN (Global Trade Item Number) sorgt bei allen NEOH-Produkten für eine weltweit eindeutige Kennzeichnung.





2022 wurde die Alpha Republic GmbH mit dem GS1 Sync Star Award ausgezeichnet – im Bild v.l.n.r.: Barbara Wendelin (GS1 Austria), Neil Simath und Adel Hafizović (NEOH), Gregor Herzog (GS1 Austria)

fekt machen und haben dazu eine ausführliche Einschulung des GS1 Sync Teams in Anspruch genommen. „Unsere Zusammenarbeit mit GS1 Austria lief von Tag eins weg fantastisch, und wir konnten so in kürzester Zeit unsere Artikelstammdaten per Knopfdruck an unsere Handelspartner liefern“, erläutert Hafizović. Besonders begeistert zeigt er sich auch über die Möglichkeit, via GS1 Sync Bilddaten zentral zur Verfügung zu stellen: „Ein Wechsel unserer CI oder unseres Packaging-Materials stellt so keinen Mehraufwand für uns dar, und der Handel hat immer Zugriff auf die aktuellste Version.“ Der Ehrgeiz der Alpha Republic GmbH hat sich bezahlt gemacht, denn sie wurden

2022 für ihren vorbildlichen Umgang mit Daten im GS1 Sync Stammdatenpool mit dem GS1 Sync Star Award prämiert. Wenn sich Adel Hafizović in Bezug auf Datenübermittlung künftig etwas wünschen dürfte, dann geht der Wunsch eher in Richtung Handel und wäre, „dass endlich auch noch etwaige letzte kursierende Artikelstammdatenblätter verschwinden mögen und wir nichts mehr manuell ausfüllen müssen“. Mit ein bisschen mehr „Kaizen“ im Handel sollte das wohl funktionieren, oder? 
www.neoh.com

„Dank GS1 Sync können wir unsere Artikelstammdaten per Knopfdruck an unsere Handelspartner liefern.“

Adel Hafizović, Co-Founder und CSO der NEOH by Alpha Republic GmbH



NEOH in Zahlen

2016
gegründet

22
Mitarbeiter

50 %
Frauenanteil im Unternehmen

10
Produkte

20 Mio.
verkaufte Riegel

4
Standorte

SOLUTION PARTNER IHRE EXPERTEN FÜR GS1 STANDARDS

Solution Provider, die Teil des GS1 Solution Partner Programmes sind, 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 1980er-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 GS1 Solution Partner, die die Unternehmen in den unterschiedlichen Projekten begleiten. ■

www.gs1.at/gs1-solution-partner

„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



Die von Zebra bereitgestellten Geräte übertragen die Daten aus dem Pickup-Paketshop in Echtzeit an das Datacenter der DPD Austria.



DPD ÖSTERREICH AUTOMATISIERTE PROZESSE IN DEN PICKUP-PAKETSHOPS

Mit dem Ausbau des Pickup-Paketshop-Netzwerkes sowie einem vereinfachten Aufgabe- und Abholprozess geht DPD mit den Bedürfnissen der Kunden.

DPD Austria ist Österreichs führender privater Paketdienst und hat im Jahr 2022 rund 66 Mio. Pakete befördert. In den letzten Jahren ist der E-Commerce-Anteil stetig gestiegen, und das Paketvolumen in diesem Bereich hält sich weiterhin auf einem hohen Niveau. Daher bleibt es für das Unternehmen strategisch wichtig, konsequent in das Pickup-Paketshop-Netzwerk zu investieren. Im Fokus steht dabei immer das bestmögliche Kundenservice, und so wird die Anzahl der Pickup-Paketshops stetig erhöht und der Aufgabe- bzw. Abholprozess am Pickup-Paketshop vereinfacht.

Intuitive Hard- und Software

Jedem Pickup-Paketshop wurde durch den Hardwarepartner der DPD Österreich, cardseven, ein Zebra TC26-Touch-Computer und ein Zebra ZD420/ZD421-Desktopdrucker inkl. Zebra OneCare-Servicevertrag bereitgestellt. Die TC26-Geräte enthalten eine von ITPRO Consulting & Software GmbH, einem Softwareexperten für Supply Chain Execution, entwickelte Software für die Paketabwicklung. Die Daten werden dabei in Echtzeit an das Datacenter der DPD Austria übertragen. Mithilfe der zur Verfügung gestellten Zebra ZD420/ZD421-Desktopdrucker können Versandetiketten und -belege schnell und professionell gedruckt werden. Die Software generiert automatisch alle Quelldaten, die für den Pickup-Paketshop zur Rechnungsausstellung an DPD erforderlich sind. Die TC26-Geräte sind intuitiv – jedoch we-

sentlich robuster und funktionsreicher als Consumer-Smartphones – und besitzen einen integrierten Scanner für eine effiziente Paketbearbeitung. DPD Austria nutzt das Enterprise Mobility Management System SOTI MobiControl®, um seine TC26-Geräte per Fernzugriff zu verwalten.

Transparente Lösung

Durch die Implementierung der neuen Lösung verfügt DPD Österreich nun über eine höhere Transparenz und besseren Einblick in die Systeme, um die Prozesse rund um den Paketversand an den Pickup-Paketshops besser verfolgen zu können. Dies wiederum trägt zur Einhaltung der Qualitätsstandards und der Vorgaben des Prozessmanagements bei. www.zebra.com



RÜCKVERFOLGBARKEIT, HERKUNFT UND REGIONALITÄT: DAS SAGT DER HANDEL

Klares Bekenntnis des Handels zu regionalen Produkten. Beweisbarkeit von Herkunftsangaben durch elektronische Daten. Viele Herausforderungen für Handel, Lieferanten und GS1.

Strategie des Lebensmittelhandels zu datenbasierter Rückverfolgbarkeit, Herkunftsangaben und Regionalitätsnachweis von Sortimenten“, so der Titel der kürzlich abgeschlossenen qualitativen Befragung von Spar, Rewe, Hofer, Lidl, Unimarkt, Metro, Kastner und Kiennast, durchgeführt von der Autorin dieses Beitrags. Allein die Aufzählung der teilnehmenden Unternehmen zeigt, wie aktuell und strategisch relevant dieses Thema in Österreich ist. Und was der Handel zu dieser Thematik zu sagen hat, hat wichtige Implikationen für die Hersteller und Vorlieferanten, für die Konsumenten, seit Kurzem für die Gemeinschaftsverpflegung und selbstverständlich für GS1.

Einige Highlights der Studie im Überblick

(den vollständigen Endbericht gibt es auf www.gs1.at/studie-rueckverfolgbarkeit)

Die Begriffe „Herkunft“ und „Rückverfolgbarkeit“ sind weitgehend „standardisiert“, im Gegensatz zur „Regio-

nalität“, die je nach Unternehmen von „Österreich“ über das „Bundesland“ bis hin zu Kleinregionen, Vierteln oder politischen Bezirken reichen kann.

Einheitlich hoch ist das Bekenntnis des Handels zur Regionalität. So wie bei Biosortimenten leistet der Handel einen wesentlichen Beitrag zur Versorgung mit hochwertigen heimischen Produkten, sowohl bei Eigenmarken als auch in vielen Fällen mit kleinbetrieblichen lokalen Herstellern.

Die Rückverfolgbarkeit wird vor allem als interner Prozess für die Einhaltung

gesetzlicher Regelungen, zur Qualitätssicherung sowie zur Beweissicherung von Herkunftsangaben gesehen.

Auf Konsumentenseite ist die Nachfrage nach regionalen Produkten stark abhängig von der Warengruppe (wichtig bei frischen Produkten wie Molkereiprodukten, Fleisch und Obst/Gemüse), dem Verarbeitungsgrad (je mehr verarbeitet, desto unwichtiger) sowie dem Absatzkanal (LEH vs. Gastronomie). Die Teuerung lässt manche Segmente zu günstigeren Alternativen greifen, während andere noch höhere Qualitätsansprüche an regionale Produkte stellen.

„Die Teuerung lässt manche Segmente zu günstigeren Alternativen greifen, während andere noch höhere Qualitätsansprüche an regionale Produkte stellen.“

Maria Madlberger, Studienleiterin & Autorin




Was auf der Verpackung steht, reicht bei manchen Produkten aus. Bei anderen – wie etwa weiterverarbeiteten Produkten – braucht es einen elektronischen Datenfluss.

Zur Beweisbarkeit der Produktherkunft reicht manchmal die Herkunftsauslobung auf der Verpackung. Spätestens am Flugblatt, im Onlineshop oder bei Verarbeitungsschritten, wo das Ausgangsprodukt entweder zerlegt (z. B. Fleisch) oder zusammengeführt (z. B. Getreide) wird, braucht es jedoch unbedingt einen elektronischen Datenfluss.

Dieser Datenfluss bringt viele Herausforderungen, einige davon sind altbekannt. Kein Wunder, sind Herkunftsdaten schließlich Stammdaten. So sind die Größe und IT-Kompetenz der Lieferanten, die Organisationsstruktur im Handel, Wareneigenschaften und historisch gewachsene Unterschiede bei der Interpretation von Datenfeldern typische Herausforderungen. Als wichtigster Digitalisierungstreiber werden gesetzliche Vorschriften (z. B. Lieferkettengesetz, Herkunftskennzeichnung in Gemeinschaftsküchen) gesehen, ähnlich wie die LMIV bei den Stammdaten. Der Großhandel hat da schon jetzt zahlreiche Erfahrungen mit umfangreichen

gesetzlichen Regelungen, beispielsweise bei der Fisch-Kennzeichnung.

Und auch neue Themenfelder für datengestützte Transparenz tun sich auf: von Tierhaltungsstandards und Nachhaltigkeitskriterien über Ernährungsangaben bis hin zu religiös relevanten Kriterien, wie z. B. koscher.

Produktherkunft und insbesondere Regionalität sind Kriterien, an denen die Branche nicht vorbeikommt, zu wichtig ist das Thema dem Handel und den Konsumenten. Klar ist, dass ein glaubwürdiger Herkunftsnachweis nur datengestützt erfolgen kann. Und da nur ein Austausch standardisierter Herkunftsdaten langfristig effizient sein kann, warten einerseits noch viel Arbeit, andererseits auch viele künftige Synergiepotenziale auf Handel, Hersteller und GS1. 

Studienleiterin & Autorin
Maria Madlberger
Universitätsprofessorin an der
Webster Vienna Private University

„Produktherkunft und insbesondere Regionalität sind Kriterien, an denen die Branche nicht vorbeikommt; zu wichtig ist das Thema dem Handel und den Konsumenten.“

Maria Madlberger,
Studienleiterin & Autorin



**Kostenloser
Download
der Studie
als PDF**





CEO Silviu Reghin zeigt vor, wie's geht: Beerwilly befestigen und Getränk vor Insekten schützen. Der Verschluss öffnet sich beim Trinken des Biers oder der Limonade automatisch.

Das Bier oder die Limo entspannt trinken, ohne das Getränk mit Bienen, Wespen und anderen Insekten teilen zu müssen? Dafür gibt es seit einigen Monaten eine kreative Lösung. Vorerst noch als 3D-Druck-Prototyp erhältlich, soll es den Flaschenaufsatz dank GS1 auch bald am Markt geben.

MIT GS1 ZUM TRINKGENUSS

Wie so manch gute Idee entstand auch diese während der Corona-Pandemie. „Ein Bekannter von mir ist ein Tüftler und hat die Ursprungsidee vor einigen Jahren geboren“, sagt Silviu Reghin. Heute ist er selbst CEO der Beerwilly GmbH. 24 Varianten gab es bis zum letztgültigen Beerwilly-Modell. Der Flaschenverschluss wird oben am Flaschenhals befestigt und öffnet sich automatisch beim Trinkvorgang. „Es wird die Welt nicht verändern, aber ist ein nettes Gimmick. Und für Allergiker kann es sogar lebensrettend sein.“

Großes Interesse im B2B-Geschäft

Im März 2021 kaufte Reghin dem Erfinder die Idee ab, gründete ein Unternehmen, führte eine Patentrecherche durch

Canbee ist das Pendant und Schwesternprodukt von Beerwilly. Es schützt Getränkedosen und ist dank der seitlich integrierten Mulde ein Wurfgerät für Kugeln.



- und bekam zunächst grünes Licht. Danach sollte der Sprung vom 3D-Druck zum Spritzguss folgen. Kurz vor der Umsetzung gab es dann doch ein patentrechtliches Problem, welches das Projekt längere Zeit in Stillstand versetzte. Doch Reghin glaubte an die Idee: „Der Zulauf war sehr groß. Wir verkauften 2.000 Stück des 3D-Modells.“ Insbesondere im B2B-Bereich war das Interesse groß.

Vom 3D-Modell zum Massenprodukt

Inzwischen ist die Sache mit dem Patent gelöst und Beerwilly steht vor dem Sprung zur Massenfertigung. Und hier kommt GS1 ins Spiel. „Die GTIN von GS1 erlaubte uns sofort, international Geschäfte zu machen. Dadurch haben wir uns einem globalen Standard angeschlossen und können unsere Produkte weltweit auf verschiedensten Plattformen zum Verkauf anbieten. Außerdem wüssten wir nicht, welche Alternative es sonst gäbe, die weltweit so viel Akzeptanz hätte.“ Den Zugang erleichtert das Basisservice GS1 Connect. Als ersten Schritt soll Beerwilly u. a. auf Amazon, aber auch in der Gastronomie vertrieben werden. Auch der Einzelhandel wäre künftig vorstellbar.

Canbee: Schutz und Spielerei

Und: Beerwilly hat inzwischen auch eine Schwester bekommen. Canbee schützt Dosen vor Insekten und hat einen spielerischen Nebeneffekt. Der Dosenschluss verfügt zusätzlich über ein Katapult, das zum Schießen von kleinen Kugeln verwendet werden kann. „So wird die Dose zum Spielgerät.“ www.beerwilly.com



Das renommierte burgenländische Weingut Tschida – „Sweet Wine Maker of the Year 2023“ – hat die Einführung des E-Labels als Pilotwinzer von Anfang an unterstützt und dieses als besonders einfache und praktikable Lösung bewertet.

Ihr Ansprechpartner

Alexander Peterlik
Business Development
Manager

peterlik@gs1.at



Mehrwert für den Nährwert

E-Label Eine neue EU-Verordnung verpflichtet seit 8. Dezember alle europäischen Winzer, ihre Weine mit Nährwertinformationen und Zutatenangaben zu kennzeichnen. Diese Informationen dürfen erstmals in der Lebensmittelbranche auch per QR-Code bereitgestellt werden. Zu diesem Zweck hat GS1 Austria gemeinsam mit ihren GS1 Solution Partnern Bottlebooks und Marzek Etiketten+Packaging eine praktikable Lösung entwickelt: Der im QR-Code integrierte GS1 Digital Link liefert die Verbindung zwischen GS1-basierten Identifikationen auf den Produkten mit dem Internet und

der im World Wide Web verwendeten Syntax. Die Nutzung des GS1 Digital Link bringt somit den Winzern den Vorteil, dass die GTIN (Global Trade Item Number) inklusive etwaiger Zusatzdaten im QR-Code verschlüsselt sind und gleichzeitig auf die Nährwert- und Zusatzangaben der zugehörigen Landingpage linkt. Auch für zukünftige Anforderungen wie etwa die Verschlüsselung einer Kontroll- oder Chargennummer sind damit bereits die Weichen gestellt. elabels.bottlebooks.at
Mehr zu GS1 Digital Link unter: www.gs1.at/digitallink

Nachhaltigkeitspreis von BVL Österreich für LOOPOS Mehrweg-Display

Kreislaufwirtschaft Das ressourcenschonende Display „LOOPOS – The Reusables“ vereint Mehrweg, einfache Prozesse und individuelle Gestaltbarkeit. Die Entwicklung in Kooperation von HB RTS, Packservice und dem Logistikverbund-Mehrweg wurde nun beim „Großen Nachhaltigkeitspreis Logistik 2023“, vergeben von der Bundesvereinigung Logistik Österreich (BVLÖ), unter die Top 3 gewählt. LOOPOS steht für mehr Kreislaufwirtschaft (Loop) am Point of Sale (POS) und damit auch für mehr Nachhaltigkeit. Denn wer auf Mehrweg-Displays setzt, spart nachweislich CO₂-Emissionen ein – sowohl bei der Herstellung als auch der Rückführung. Das System spart deutlich an logistischen Wegen ein, da die Menge des Packmaterials abnimmt und somit auch Stellplätze minimiert werden. Dadurch ist eine Reduktion von 10,8 Mio. kg Kar-

V.l.n.r.: Christian Plas (Denkstatt), Michael Tercek (Packservice), Markus Kibgias (HB RTS), Joachim Kratschmayr (Packservice), Roman Stiftner (BVL)



tonabfällen und 9,6 Mio. kg CO₂ jährlich möglich. Zudem zeichnet sich das Display durch seine hohe Belastbarkeit und Stabilität in Kombination mit individueller Marketinggestaltung aus. Es ist kompatibel mit allen Ladungsträgern 600 x 400 mm. www.gs1.at/loopos

Ihr Ansprechpartner

Nikolaus Hartig
Manager Logistikverbund-Mehrweg

hartig@gs1.at

www.l-mw.at





PARADIESISCHE AUSSICHTEN!

Die gab es am ECR Tag 2023, der heuer im Spannungsfeld zwischen Künstlicher Intelligenz und Authentizität stand. Dort ließen Experten nicht nur ins Zukunftsparadies des Handels blicken, sondern zeigten auch auf, wo Maschinen an ihre Grenzen stoßen und nach wie vor das menschliche Gehirn gefragt ist.

Bieten neue Technologien und virtuelle Welten wirklich ein Paradies für Industrie und Handel? Und wie geht sich das mit dem steigenden Bedürfnis von Konsumenten nach Natürlichkeit und Echtheit in einem preissensiblen Massenmarkt aus? Diesen Fragen wurde im vergangenen November am ECR Tag 2023 nachgegangen, der diesmal unter dem Motto „Enter Paradise? – Zwischen Authentizität und Künstlicher Intelligenz“ stand. Dabei wurden von internationalen Speakern Potenziale, aber auch Grenzen aufgezeigt sowie relevante Inhalte rund um Nachhaltigkeit und Transparenz behandelt. ECR Co-Chair-

man Markus Fahrnberger-Schweizer sieht die Aufgabe von ECR dabei vor allem darin, „diese Gegensätze so zu verbinden, dass es sich für den Konsumenten paradiesisch anfühlt“.

Neue Welten erschaffen

Dieses Potenzial sehen die Experten von PwC Strategy&, Maik Hesse und Matthias Schlemmer, vor allem im Metaverse und bezeichnen dies für Unternehmen sogar als „trillion dollar opportunity“. Dabei handelt es sich um eine Gruppe virtueller 3D-Welten, in der physische als auch digitale Umgebungen miteinander verschmelzen und in der man als Avatar in Echtzeit agie-

ren kann. Erste erfolgreiche Use-Cases gibt es dazu bereits in Form virtueller Showrooms zur Entwicklung neuer Produkte – wie etwa bei Coca-Cola zur Kreation neuer Geschmacksrichtungen –, aber auch zur Verbesserung der Mitarbeiterkommunikation oder zur Optimierung von Betriebsprozessen. Anhand aktueller Forschungsergebnisse von PwC Strategy& wird laut Hesse „das Metaverse als Teil des Web 3.0 künftig mit Sicherheit für dezentrale Wertschöpfung sorgen“.

KI versus Mensch

Durch generative KI – worauf etwa auch ChatGPT aufgebaut ist – eröffnen



Yara Sawalha von Procter & Gamble präsentierte erste erfolgreiche Einsatzgebiete von KI wie etwa zur Optimierung der Regalverfügbarkeit im Handel.

sich scheinbar grenzenlose Möglichkeiten. Zieht man jedoch einen Vergleich mit dem menschlichen Gehirn, lässt sich rasch erkennen, dass KI in vielen Bereichen sehr wohl auch Grenzen aufzeigt. „Diese Grenzen der Technik müssen erkannt werden, sonst werden wir irgendwann die Suppe mit der Gabel löffeln“, erklärt der Neurowissenschaftler Henning Beck am ECR Tag in einem eindrucksvollen Vortrag. Anhand mehrerer Beispiele, wie etwa „dass es nicht jedes Jahr dann Winter wird, wenn die Zugvögel gen Süden fliegen“, erkennt man rasch, dass KI beispielsweise nicht Ursache und Wirkung unterscheiden kann. Henning Beck gibt daher die klare Empfehlung, „KI nur dann sinnvoll einzusetzen, wenn es um messbare Größen aus der Vergangenheit geht, so wie etwa zur Prozessoptimierung“. Denn, „überall dort, wo Neues erschaffen werden soll“, ist laut Beck „nach wie vor menschliches Denken gefragt“.

Mit Maschinen optimieren

Ein anschauliches Beispiel aus der Praxis, bei dem bereits heute KI >



ECR Managerin Teresa Mischek-Moritz und die beiden ECR Co-Chairmen Markus Fahrnberger-Schweizer und Thomas Zechner blicken auf ein erfolgreiches Jahr zurück, das ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit stand.

Im Paradies von ECR Austria

Im Rahmen des ECR Tages wurde auch aufgezeigt, was ECR dazu beiträgt, um das Leben für Handel und Industrie ein Stück weit paradiesischer zu gestalten. So wurde etwa der in diesem Jahr in einer ECR Arbeitsgruppe erarbeitete „Nachhaltigkeitskatalog“ präsentiert, dessen vorrangiges Ziel in einem gemeinsamen Verständnis der B2B-Zusammenarbeit innerhalb der Branche liegt. Darüber hinaus wurde eine von ECR beauftragte Studie zur Energieeffizienz im Supermarkt entlang der Customer Journey präsentiert. Diese dient als Weckruf für Supermärkte und Hersteller, proaktiver in Bezug auf Energieeffizienz zu handeln und die Öffentlichkeit über ihre Maßnahmen aufzuklären.



Kostenloser Download des Nachhaltigkeitskatalogs unter:



Ergebnisse der Studie zur Energieeffizienz im Supermarkt:





Sarah Garcia, Head of Markets Development des B Lab Europe, erklärt, welchen nachhaltigen Beitrag ein Unternehmen für eine „B Corp“-Zertifizierung leisten muss.



Der ECR Tag 2023 bot seinen Besuchern spannende Informationen und damit weitreichende Orientierungshilfen für künftige Entscheidungen.

► erfolgreich als Optimierungstool eingesetzt wird, präsentierte Yara Sawalha, Senior Director IT bei Procter & Gamble: So nutzt der globale Player – der übrigens über eine unternehmensinterne „AI Factory“ verfügt – KI beispielsweise zur Optimierung der Regalverfügbarkeit im Handel. Immerhin gehen aufgrund mangelnder Produktverfügbarkeit jährlich weltweit rund 100 Milliarden Dollar verloren, weshalb diesem Thema bei P&G dementsprechende Relevanz zugemessen wird. Einen weiteren KI-Anwendungsfall aus der AI Factory von P&G prä-

sentierte Sawalha rund um die vorausschauende Prognosestellung für Supply Chains – ebenfalls ein Beispiel, das auf bestehenden Daten aus der Vergangenheit basiert und somit Henning Becks Theorie bestätigt.

Grüne Revolution im Umbruch

Neben all den Fragen rund um die sinnvolle Nutzung neuer Technologien steht die FMCG-Branche gleichzeitig auch vor der Aufgabe, das steigende Bedürfnis von Konsumenten nach Natürlichkeit und Echtheit zu befriedigen, sprich, sich verstärkt um das

Thema Nachhaltigkeit zu kümmern. Dieses wird aus einem „Nice to have“ immer mehr zur wirtschaftlichen Notwendigkeit, was Elisabeth Wagner, Customer Success Leader Alpine bei Nielsen IQ, im Rahmen des ECR Tages auch anhand aktueller Studienergebnisse bestätigte. Als größter Treiber erweisen sich hier laut Wagner „vor allem gesetzliche Regulierungen wie beispielsweise zum Mehrwegpfand. Besonders spannend ist hier, dass die Konsumenten zur Schaffung nachhaltiger Lösungen an erster Stelle die Marke verantwortlich sehen, für diese jedoch die damit verbundenen steigenden Kosten die größte Hürde darstellen.“ Denn: Mehr bezahlen will derzeit auch niemand dafür. Wie man Nachhaltigkeitsziele erarbeitet und auch erfolgreich im Unternehmen umsetzt, präsentierte Nadine Küster, General Secretary von Danone DACH, am ECR Tag. So hat sich Danone etwa als „B Corp“ zertifizieren lassen. Diese internationale Zertifizierung stellt sicher, dass ein Unternehmen nicht nur gewinnoptimiert arbeitet, sondern allem voran auch positive Auswirkungen auf die Gemeinschaft, die Umwelt, die Mitarbeiter und andere Stakeholder hat.

Erste KI-Schritte bei GS1 Austria

Ein erstes Anwendungsfeld von KI gibt es auch bei GS1 Austria. So bietet das Stammdatenservice GS1 Sync seinen Anwendern ein auf „Machine Learning“ basiertes Verfahren zur Erfassung der Global Product Classification, kurz GPC, an. Diese „GPC-Vorhersage“ unterstützt dabei, rasch und unkompliziert die Klassifikation eines Produkts aus einer Vorschlagsliste zu wählen.

Mehr darüber unter: www.gs1.at/newsroom/einfachere-gpc-erfassung-gs1-sync-durch-artificial-intelligence

„Echt jetzt? Wie paradiesisch kann der Handel werden?“ – Dieser Frage wurde rund um die Tagesthemen KI und Nachhaltigkeit in einer spannenden Podiumsdiskussion nachgegangen. Im Bild von links nach rechts: Erich Szuchy (Vorstand Category Management & Einkauf, Billa AG), Martina Dutzler (Geschäftsführerin, MPreis), Armin Wolf (ORF), Nadine Küster (General Secretary, Danone DACH), Astrid Teckentrup (Vorsitzende der Geschäftsführung, Procter & Gamble DACH)



Verstehen anstatt analysieren

„Den Shareholder zum Stakeholder zu machen“, erklärte auch Astrid Teckentrup, Vorsitzende der Geschäftsführung von Procter & Gamble DACH, als Erfolgsrezept für nachhaltiges Wirtschaften im Rahmen der diesjährigen Podiumsdiskussion des ECR Tages 2023. Nadine Küster empfiehlt wiederum, „nichts zu verschlafen und nicht abzuwarten, bis man muss!“. Neben dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit

wurde in dieser alljährlich von ZIB-Anchorman Armin Wolf geleiteten Gesprächsrunde auch das Tagesthema KI noch mal eingehend diskutiert. „Daran wird niemand vorbeikommen“, ist sich Erich Szuchy, Vorstand Category Management und Einkauf der BILLA AG, zwar sicher, sieht aber derzeit noch „keinen wirklichen Kundennutzen“ darin. Auch Martina Dutzler, Geschäftsführerin von MPreis, zeigt sich eher zurückhaltend: „Alles, was

wir hier machen, muss der Konsument schließlich auch bezahlen.“ Ein allgemeines Fazit daraus dürfte sein, dass die großen Player der Branche für ihre Zukunftspläne wohl doch eher auf den menschlichen Verstand vertrauen. Das ist sicher nicht verkehrt, denn auch laut Henning Beck „verstehen wir die Welt, anstatt sie zu analysieren. Und das ist genau das, was uns zu Menschen macht“.

www.ecr-austria.at



„KI ist nur dann sinnvoll, wenn es um messbare Größen aus der Vergangenheit geht. Überall dort, wo Neues erschaffen werden soll, ist nach wie vor menschliches Denken gefragt.“

Henning Beck, Neurowissenschaftler



„NO PIEPS, NO GO“: EIN BESUCH IM SPAR ZENTRALLAGER WELS

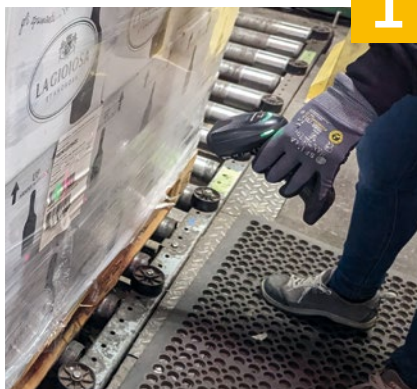
In einer hochautomatisierten Lagerlogistik ist die Verwendung von Strichcodes essenziell. Ohne dieses Automatisierungstool ginge heutzutage nichts mehr. Der Lagerumschlag wäre nicht mehr zu bewerkstelligen. Korrekte Strichcodes sind deshalb umso wichtiger. Qualität, Abmessungen, Platzierung, Aufbau und Inhalt müssen stimmen.



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

Ein Blick hinter die Kulissen des Zentrallagers in Wels, das seit 25 Jahren das innovative Logistikzentrum von Spar ist: Mit einer Gesamtfläche von 50.000 m² werden 1.500 Märkte in Österreich sowie Auslandstöchter mit mehr als 18.000 verschiedenen Artikeln aus dem (langsam drehenden) Trockensortiment beliefert. Das Verteilzentrum ist für eine tägliche Pickleistung von 340.000

Einheiten im Zwei-Schicht-Betrieb ausgelegt. Die Spar Logistik für Österreich ist hauptsächlich auf sieben Regionallager sowie auf das Zentrallager in Wels verteilt. Durch diese Aufteilung haben frische Lebensmittel aus der jeweiligen Region einen kurzen Transportweg vom Produzenten ins Lager und anschließend zu den Märkten. Überall im Zentrallager Wels wird gescannt und damit die physischen Einheiten mit den dazugehörigen Daten verknüpft. Hier ein Auszug der Scanvorgänge im Lager in chronologischer Reihenfolge:



Warenübernahme

Die GS1-128 Strichcodes am Transportetikett werden automatisch erfasst und der strichcodierte SSCC mit der vorhandenen, korrekten und vertrauenswürdigen elektronischen Liefermeldung (DES-ADV) verknüpft. Ist die Übernahme mit DESADV nicht möglich, wird die Palette mit den anderen Daten (GTIN, Stück, Charge ...) im Strichcode übernommen. Gibt es Probleme mit dem SSCC, wird ein intern generierter SSCC aufgebracht.



Einlagerung der Palette/ Lagersteuerung

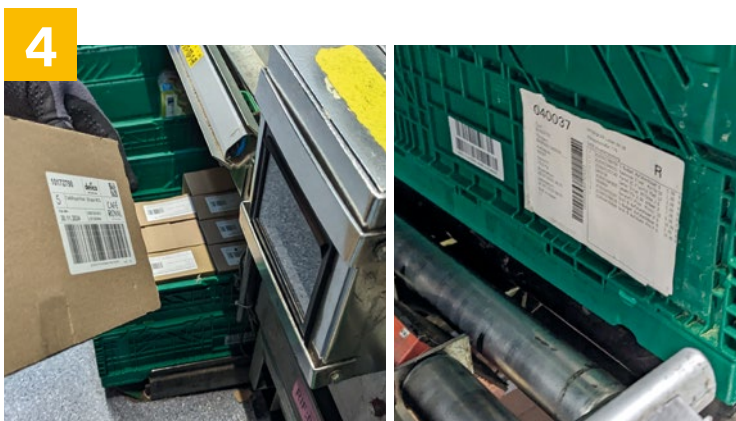
Die Lagersteuerung erfolgt über den strichcodierten SSCC.



3

Manuelle Depalettierung und vollautomatische Kommissionierung

Beim Entschichten der Palette wird die im EAN/UPC, ITF-14 oder GS1-128 Strichcode verschlüsselte GTIN der Umverpackung (Karton) gescannt und mit dem Lagerhilfsmittel (grüne Box, Tasse) verheiratet. Die Lagersteuerung der Box erfolgt mit dem im GS1-128 strichcodierten GIAI.



4

Manuelle Kommissionierung

Hier werden – durch Scannen der GTIN des Artikels und des GRAI der Box – die Artikel den Boxen filialgenau zugeordnet.

Ohne funktionierende Strichcodes gibt es einen Bruch im Prozess und es muss manuell eingegriffen werden. Dies erhöht die Fehleranfälligkeit im System. Der Mensch ist zwar kreativ und flexibel, aber arbeitet manchmal fehleranfällig. Es heißt schließlich nicht umsonst: „Irren ist menschlich.“

Wichtig: Schauen Sie auf Ihre Strichcodes!

Sie sind nicht nur lästige, unübliche Elemente auf der Verpackung, sondern werden öfter gescannt, als man denkt.

Tipp: Kann ein Strichcode nicht gelesen werden bzw. wurde ein Etikett reklamiert, hilft das Strichcodeprüfservice von GS1 Austria weiter!

www.gs1.at/strichcodepruefservice



5

Auslieferung

Die filialgenau kommissionierten Rollcontainer werden der jeweiligen Stellfläche und dem Andocktor über strichcodierte Nummern zugewiesen. Die Codes auf den Rollcontainern werden auch von den LKW-Fahrern beim Bestücken der LKW verwendet.

GS1 Abkürzungen

DESADV	Despatch Advice
GIAI	Global Individual Asset Identifier
GRAI	Global Returnable Asset Identifier
GTIN	Global Trade Item Number
SSCC	Serial Shipping Container Code

Sonderedition „50 years of transforming tomorrow“

Jetzt kostenlos
bestellen >>>



Bestellen Sie Ihr
persönliches Exemplar
unter office@gs1.at,
Betreff „Sonderedition“

