



Germany

Global Standards - Connecting Business

Presseinformation

Bis 2016 topfit für den Wettbewerb: GS1 Germany erstellt Trainingsplan für Unternehmen

9. ECR-Tag in Zürich: „Chancen ohne Grenzen – Wertschöpfung, Nachhaltigkeit und Innovationen“

Zürich, 4. September 2008. Konsumflaute in Österreich und Deutschland, Optimismus und hohe Wertschöpfung in der Schweiz – trotz ungleicher konjunktureller Vorzeichen stehen Unternehmen in allen drei Ländern künftig vor den gleichen Herausforderungen. „Nur wer die Konsumentenwünsche zielgenau erfüllt, Sortimente und Vertriebsformate optimiert sowie innovative Vermarktungskonzepte und Technologien nutzt, kann seine Wettbewerbsfähigkeit sichern,“ sagt Jörg Pretzel, Geschäftsführer von GS1 Germany. Auf dem 9. ECR-Tag in Zürich präsentiert das Unternehmen einen konkreten Vierstufenplan zur Optimierung der Value Chain. Unter dem Motto „Chancen ohne Grenzen“ diskutieren mehr als 1.200 Entscheider aus Handel und Industrie am 4. und 5. September über die Entwicklung des Konsumverhaltens, den zukünftigen Waren- und Informationsfluss sowie die Voraussetzungen für eine höhere Wertschöpfung.

Ungeachtet eines stark ausgeprägten Preisbewusstseins bei den deutschen, österreichischen und zunehmend auch bei den Schweizer Konsumenten geht der Trend mittelfristig in Richtung Qualität, Convenience und Individualisierung der Sortimente. Zu diesem Ergebnis kommen zwei vergleichende Verbraucher- bzw. Marktstudien der Gesellschaft für Konsumforschung und der Unternehmensberatung Accenture. Die Konsumgüterbranche muss sich zudem auf verschärfte Umweltgesetze, steigende Energiekosten, knappe Rohstoffe und den demografischen Wandel einstellen. Deutliche Vorteile im Wettbewerb haben Unternehmen, die auf offene Kommunikation und enge Vernetzung setzen. „Die unternehmensübergreifende Zusammenarbeit auf der Basis einheitlicher Technologie- und Prozessstandards ist ein



Germany

Global Standards - Connecting Business

Schlüssel für die Zukunftsfähigkeit der Wirtschaft“, so Jörg Pretzel. Mit dem Aktionsplan der „Strategiegruppe Zukunft“ von GS1 Germany kann jedes Unternehmen innerhalb eines abgesteckten Zeitrahmens seine Leistungsfähigkeit systematisch steigern. Unternehmenskultur, Organisation, Technologie, Prozesse und Datenaustausch – die detaillierte Roadmap ermöglicht es den Unternehmen, bis 2016 alle notwendigen Kompetenzen aufzubauen und zu den nachhaltig erfolgreichen Playern auf dem Markt zu gehören.

Der ECR-Tag ist der wichtigste Branchentreff der deutschsprachigen Konsum- und Gebrauchsgüterwirtschaft. Die Veranstaltung bietet hochkarätig besetzte Foren zu Themen wie Logistik, Einkauf und Vertrieb sowie Konsumentenverhalten. Als Key Note-Speaker konnte Hans-Dietrich Genscher, Bundesaußenminister a.D., gewonnen werden. Auf dem ECR-Marktplatz und im ECR-Village präsentieren zahlreiche Unternehmen neueste technologische und prozessorientierte Entwicklungen und Anwendungen. Veranstalter des ECR-Tags ist GS1 Germany.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

GS1 Germany GmbH

Monika Gabler, Leiterin Unternehmenskommunikation

Maarweg 133, 50825 Köln

Tel: 0221/94714-535, Fax 0221/94714-191,

Mail: gabler@gs1-germany.de

Homepage: www.gs1-germany.de

Steffi Kroll, Referentin Unternehmenskommunikation

Tel: 0221/94714-437, Fax 0221/94714-590

eMail: kroll@gs1-germany.de

Kurzporträt GS1 Germany

GS1 Germany hilft Unternehmen aller Branchen dabei, moderne Kommunikations- und Prozess-Standards in der Praxis anzuwenden und damit die Effizienz ihrer Geschäftsabläufe zu verbessern. Unter anderem ist das Unternehmen in Deutschland für das weltweit überschneidungsfreie GS1-Artikelnummernsystem zuständig – die Grundlage des Barcodes. Darüber hinaus fördert GS1 Germany die Anwendung neuer Technologien zur vollautomatischen Identifikation von Objekten (EPC/RFID) und bietet Lösungen für mehr Kundenorientierung (ECR – Efficient Consumer Response).



Germany

Global Standards - Connecting Business

Hintergrundinformation

Perspektive Wertschöpfung

9. ECR-Tag in Zürich: Strategieguppe Zukunft von GS1 Germany will Unternehmen bis 2016 auf Erfolgskurs bringen

Schon 2010 sind aktuellen Studien zufolge 40 Prozent der deutschen Konsumenten älter als 50 Jahre. Der Ölpreis pro Barrel wird bis dahin die 200-Dollar-Marke überschreiten, und bis 2016 werden sich die Logistik- und Transportkosten voraussichtlich verdoppeln. In der global vernetzten Wirtschaft wirken sich veränderte Rahmenbedingungen auf die Entwicklung und die Ergebnisse der Unternehmen mit rasanter Geschwindigkeit aus. Nur wer rechtzeitig reagiert, kann Fehlentscheidungen, falsche Dispositionen und uneffizientes Handeln vermeiden.

Energiekosten, Rohstoffverfügbarkeit, Demografie, Konsumentenverhalten und gesetzliche Rahmenbedingungen – die Strategieguppe Zukunft von GS1 Germany hat die wichtigsten Einflussfaktoren auf die Wertschöpfungskette der Zukunft identifiziert. Auf dieser Basis hat das Expertenteam eine Roadmap für die kommenden Jahre entwickelt. Mit dem Aktionsplan können Unternehmen ihre Prozesse entlang der Value Chain systematisch optimieren und sich fit machen für die globalen Herausforderungen. Der Strategieguppe gehören Vertreter von Handel und Industrie, Trendforschung, Strategieberatung und Wissenschaft an.

Schlüssel zu mehr Wettbewerbsfähigkeit

Es sind vor allem vier Kernbereiche, die über Erfolg oder Misserfolg entscheiden. Eine Schlüsselrolle bei der Steuerung von Daten- und Warenströmen spielen Kommunikations- und Prozessstandards. Durch ihren Einsatz lassen sich deutliche Einsparungen erzielen,



Germany

Global Standards - Connecting Business

Automatisierungspotenziale können effizient ausgeschöpft werden. Erfolgsfaktor Nummer zwei ist die unternehmensübergreifende Kooperation in Verbindung mit einer multifunktionalen internen Struktur – im Rahmen kartellrechtlicher Möglichkeiten. So bieten prozessorientierte Kooperationsmodelle wie Vendor Managed Inventory (VMI) die Chance, Kapitalkosten deutlich zu senken. Aus Sicht der Experten ist es zudem die Steigerung von Effizienz und Flexibilität, die Unternehmen nachhaltig auf Erfolgskurs bringt. Dass hier erheblicher Nachholbedarf besteht, zeigt die aktuelle ECR-Umsetzungsstudie 2008, die GS1 Germany wieder gemeinsam mit dem EHI Retail Institute durchgeführt hat. Zwar ist der Nutzungsgrad von Kommunikations- und Prozessstandards erneut gestiegen, jedoch hat die Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette noch längst nicht das erforderliche Niveau erreicht, um die definierten Potenziale hinsichtlich Kosten und Umsatz zu realisieren. Angesichts der konjunkturellen Eintrübung scheuen laut Studie viele Unternehmen derzeit die notwendigen Investitionen. Zudem fehlt häufig noch das Vertrauen, die eigenen Geschäftsabläufe konsequent mit Partnerunternehmen zu vernetzen.

In vier Stufen zur Meisterschaft

Wie lässt sich die Leistungsfähigkeit in Handel und Industrie systematisch und messbar steigern? Die Strategiegruppe Zukunft hat ein Stufenmodell mit vier Kompetenzlevels entwickelt. Damit kann jedes Unternehmen innerhalb eines definierten Zeitrahmens sukzessive seine Wettbewerbsfähigkeit verbessern. Am Anfang steht die selbstkritische Analyse des Status quo: Wo steht mein Unternehmen heute? Im Fokus stehen dabei die Bereiche Unternehmenskultur, Organisation, Technologie, Prozesse und Datenaustausch. Beispiel Technologie: Auf Stufe eins werden Basis-Standards wie EAN implementiert. Auf Stufe zwei läuft der elektronische Datenaustausch entlang der Value Chain bereits weitgehend automatisiert ab. Stufe drei: Jetzt sind die unternehmens-



Germany

Global Standards - Connecting Business

übergreifenden Prozesse effizient vernetzt und die Systemarchitektur für die Nutzung neuer Technologien wird geschaffen. Stufe vier – das Ziel ist erreicht. Mithilfe von EPC/RFID können Handelspartner jederzeit und überall Informationen über den Verbleib ihrer Produkte in der Lieferkette austauschen – und zwar in Echtzeit.

Von der Einführung der Identifikationsstandards über den Ausbau des elektronischen Datenaustauschs und die schrittweise Prozessoptimierung bis zur Feintuning der Unternehmenskooperationen: Für jede der vier Stufen werden nach der bewährten Managementmethode der Scorecard strategische Ziele formuliert und in konkrete, für alle Mitarbeiter nachvollziehbare Maßnahmen übersetzt. Mit Hilfe dieser Scorecard kann das Unternehmen jederzeit feststellen, wo es in der Umsetzung steht. Der Vorteil des Kompetenzmodells von GS1 Germany liegt in der ganzheitlichen Betrachtung der Wertschöpfungskette. Die von der Strategieguppe entwickelte Roadmap zielt nicht nur auf kurzfristige Resultate, sondern auf eine nachhaltige Effizienzsteigerung des Unternehmens in allen Bereichen.

Stand: September 2008