

ECR Austria Vollversamlung

7. Oktober 2016, 10:00 - 12:00

WKÖ/Geschäftsstelle Bau, Schaumburgergasse 20/8, FESTSAAL, 1040 Wien



ECR AUSTRIA EFFICIENT CONSUMER RESPONSE 1. Begrüßung

Dr. Michael P. Walter

Wirtschaftskammer Österreich



10:00 - 10:10	 Begrüßung durch die Vorsitzenden Feststellung der Beschlussfähigkeit Richtlinien zur Einhaltung des Kartellrechts Genehmigung des Protokolls der letzten Sitzung 9.10.2015 	M. Liebl, M.P. Walter Alle	
10:10 - 10:45	Geschäftsjahr	A. Nentwich, A. Schrott,	
	 ECR 2020 Strategie ECR Infotag 2016 + 20 Jahre Gala Dinner ECR Mitglieder ECR International ECR Arbeitsgruppen ECR Academic Partnership & Training 	T. Mischek-Moritz	
10:45 – 11:05	Kurzberichte ECR Arbeitsgruppen Abfallwirtschaft Stammdaten NEU: Bild & Mediadaten NEU: Promotion-Displays	P. Duda T. Mischek-Moritz A. Meißl A.Grill /A.Wolfgang	
11:05 – 11:25	Kurzbericht ECR Academic Partnership NEU: Academic Partnership Roadmap NEU: Weiterbildungs-Angebote NEU: ECR Buch digital	D. Paar	
11:25 – 11:45	Neuwahl Vorsitzender und Stellvertreter der Vollversammlung	Alle	
	9. Budgetabschluss 2015/ Forecast 2016/ Budget 2017	T. Mischek-Moritz	
	10. Genehmigung des Jahresabschlusses 2015 und Entlastung des ECR-Austria Boards	Alle	
	11. Festsetzung des Mitgliedsbeitrags für 2017	Alle	
11:45 – 12:00	12. Termine	Alle	
	13. Allfälliges: Wünsche und Anregungen an das Board		
ab 12:00	Mittagsbuffet gemeinsam mit den ECR Austria Board-Mitgliedern		

Agenda 7.10.2016



2. Beschlussfähigkeit

Feststellung der Beschlussfähigkeit

Gemäß § 6.7 der GO der ECR-Österreich ist die ECR-Vollversammlung unabhängig von der Anzahl der erschienenen Mitglieder beschlussfähig, wenn die Einladung zur Sitzung ordnungsgemäß erfolgte und der Vorsitzende bzw. Stellvertreter anwesend ist.



3. Richtlinien ...

... zur Einhaltung des Kartellrechts....







Richtlinien für die Einhaltung des Kartellrechts für Besprechungen

Viele Unternehmen, die das GS1 System bzw. ECR Techniken anwenden, stehen im Wettbewerb, sowohl horizontal als auch vertikal. Das heißt, dass jede Aktivität von GS1/ECR auf die Vereinbarkeit mit geltendem Wettbewerbsrecht geprüft werden muss, das geheime Absprachen und unfaire oder betrügerische Handlungen und Praktiken verhietet.

Die Kartellgesetze sind sehr umfassend und ihre Verletzung kann zu gerichtlichen Verfügungen, Ausgleichsforderungen, schweren Geldstrafen und sogar Haftstrafen führen

Die strenge Einhaltung des Wettbewerbsrechts war und ist seit jeher ein Grundsatz von GS1/ECR. Insbesondere achtet GS1/ECR nicht nur auf die Vermeidung von Verstößen, sondern auch auf alles, was den Verdacht auf eine mögliche Verletzung veranlassen könnte. Eine für sich betrachtete harmlose Handlung kann von der Wettbewerbsbehörde im größeren

Deshalb müssen die Teilnehmer der GS1/ECR Ausschüsse, Arbeits- oder Projektgruppen oder Ähnlichem, immer daran denken, dass der Zweck der Zusammenkünfte die Steigerung der Konkurrenzfähigkeit aller Unternehmen ist, um den Kunden oder Konsumenten einen besseren Nutzen

Da die GS1/ECR Aktivitäten immer die Kooperation zwischen Konkurrenten beinhalten, muss große Sorgfalt darauf gelegt werden, die Einhaltung des Wettbewerbsrechts zu gewährleisten.

- Die Teilnahme an GS1/ECR muss freiwillig sein und eine Nichtteilnahme darf zu keiner Benachteiligung oder Bestrafung des Unternehmens führen.
- Absprachen und Informationen über Preise, geografische Absatzmärkte, Kunden und Produkte sind nicht erlaubt, genauso wenig wie über Boykotte, Geschäftsabsagen oder Marktaufteilungen.
- Sitzungen sollen sich an eine vorbereitete Agenda halten sobald wie möglich protokolliert werden.
- Wenn ein Teilnehmer der Meinung ist, dass die Gruppe sich in ein unerlaubtes Diskussionsthema einlässt, ist er verpflichtet dies unverzüglich aufzuzeigen, damit das Thema vertagt wird, bis die Rechtsmeinung eingeholt ist.
- Tests oder Datensammlungen werden protokolliert, bei Bedarf wird eine Rechtsmeinung eingeholt.
- Empfehlungen für Standards und Geschäftsabläufe aus GS1/ECR Ausschüssen, Arbeits- oder Projektgruppen sind für die Unternehmen nicht verpflichtend. Den einzelnen Unternehmen steht es frei, unabhängige konkurrenzfähige Entscheidungen zu treffen.



ECR AUSTRA PROTOKO

Genehmigung des Protokolls der **Sitzung vom 10.10.2014**







5. Berichte

- Bericht der ECR Board Co-Chairmen über das Geschäftsjahr
- ECR 2020 Strategie
- ECR Infotag 2016 + 20 Jahre Gala
- ECR Mitglieder
- ECR International
- ECR Arbeitsgruppen
- ECR Academic Partnership & Training



ECR 2020 Strategie











ECR Infotag





Arbeits-Plattformen



Academic Partnership & **Training**



Internationale Vernetzung



Mitglieder



Die **ECR Plattform** besteht aus

- dem Fundament,
- dem Dach sowie
- vier inhaltlichen Säulen.





ECR Infotag





Academic Partnership & Training



Internationale Vernetzung



Mitglieder



ECR Austria ist eine übergreifende Plattform der FMCG-Branche, bei der Handel, Industrie und Dienstleister gemeinsam effiziente und zukunftsorientierte Lösungen zum Nutzen des Konsumenten und der Gesellschaft erarbeiten.



ECR Infotag 2015 + 2016





Achtung: neue Location!



ECR AUSTRIA INFOTAG 2016

17. November 2016, Eventhotel Pyramide



		9:00 Begrüßung		
	Andreas Nentwich ECR Austria Co-Chairman		Gregor Herzog Geschaftsführer GSI Austria	
	Alfred Schrott ECR Austria Co-Chairman	9:20 Rethinking the Value Chain	Kees Jacobs Digital Proposition Lead	
	1	10:00 Future FMCG Flows	- Capgemini Capgemini	
	Richard Cope Senior Trends Consultant Mintel	10:40 Kaffeepause		
		11:30 ECR 2020: Strategie & Umsetzung		
3	Teresa Mischek-Moritz ECR Austria Manager		Pavel Duda ECR Austria Arbeitskreis-Leiter	
	ı	12:10 Academic Partnership Awards 12:30 Mittagspause	Daniela Paar ECR Austria Academic Partnership & Training Manager	
		14:00 Von der Kette zum Netzwerk		
8	Christine Antlanger-Winter Chief Strategy & Digital Officer Mindshare	Podiumsdiskussion – Moderation Armin Wolf	Michael Pecher Leiter Filialkoordination Spar	
(1)	Umut Kivrak CEO www.yipbee.at		Georg Pölzl Generaldirektor Österreichische Post AG	
	Kurt Ottner CEO www.gartenernte.at	15:00 The Internet of Things Meets Consumer Engagement	Josef Sless Vorstandsdirektor Billa AG	
		15:40 Kaffeepause	Cameron Worth CEO SharpEnd	
		16:10 Click & Collect: Last Mile-Logistik	Markus Wulff Digital Innovation Absolut Company	
9.	Michael Reichelt Founder open ideas GmbH	16:50 Innovationskultur & Technologie in einer vernetzten Welt		
		17:30 Verabschiedung	Klaus-Peter Fett Head of Innovation & Collaboration Google for Work	





ECR Gala Dinner



20 Jahre ECR – Idee für einen Festakt

· Wo:

Penthouse der WKO Wien (als Gastgeber und Schirmherr der ECR Initiative)

· Wann:

am Vorabend zum ECR Infotag (16.11. 2016)

• Wer:

Die Top-Manager der ECR-Mitglieder, Kooperationspartner, Medienvertreter





18:00 Welcome Aperitif und Appetizers im Foyer

19:00 Beginn des Programms *mit gesetztem Gala-Diner*

Zeitzeugen-Runde Leistungsbilanz 20 Jahre ECR Verleihung des ECR Lifetime Awards









Mitglieder

Status aktuell: 115

- Vollmitglieder: 80
- Beobachter: 35

















ECR International

 ECR Europe offiziell beendet, da weitere Ebene Händler – Industrie ineffizient

- Consumer Goods Forum → agiert auf globaler Ebene
- > 25 National Initiatives "übernehmen" **ECR** Europe als
 - **ECR Community**







6. Arbeitsgruppen



Arbeitsgruppen Überblick Stand 10/2016

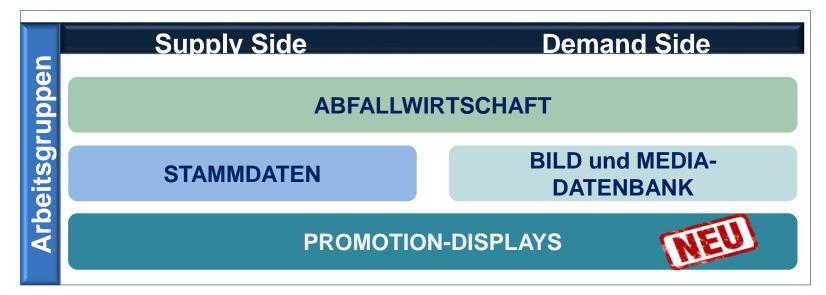




Arbeitskreis-Leiter



Pavel Duda, **Plaut Consulting**





Alexander Meißl, Markant







Albert Wolfgang, Unilever



Uberblick Abfallwirtschaft-AG





5 SCHULUNGEN DER MITARBEITER

sgelmäßige Schulungen ihrer Mitarbeiter sind ein wesentlicher Baustein in weisetzung der betrieblichen Vorgaben. Dabei ist eine chhalitige Verankerung des Wissens und die Anwendung in der Prane große Herausforderung.

Sind in Ihrem Unternehmen Anreizsyste der Mitarbeiter denkbar?

Wie wird kontrolliert, dass Schulungen a In welchen Schulungsprogrammen wird

Wie übernrüfen Sie die Effekte der Sch

4.3 KERNSORTIMENT AM ABEND



AUSGANGSLAGE/MOTIVATION

Die Motivation zur Erarbeitung eines Kernsortiments für den Abend lag beim Backunternehmen Linauer/Wagner bei der Reduktion der Retourwarer in den eigenen Filialen.

INHALT/MASSNAHMENRESCHREIBUNG

zum Kernsortinnent zählen dieckunglichtragsstatie
Produkte. Diese umfassen in der Regel fürf bis sieben
Sorten Gebäck und is den bis sechs Sorten Feinbacksware.
Brit und Konditioreiprodukte. Diese Produkte müssen
Abend vorhanden sein, Isdeslerweise wird in der Fillibe
bedarfsgerecht doch nach Bestellung frisch aufgebacken.
Neben dem reduzierten Kernsortinnent am Abend gibt sein, die sonden in sogenanntes. "Kannsortinnent" iller wird dies siedes Retrouten zu versichten. Jede Filliab stellt individuell das ideale Kernsortinnent für den Abend zusammen. Mitarbetroumen zu versichten. Jede Filliab stellt individuell das
ideale Kernsortinnent für den Abend zusammen. Mitarbetre verden regelmäßig geschitt und stehen in Kontakt
mit dem Unternehmen. Engagierte Mitarbetter sind
notwendig, dammt medinge Retourvette erreicht werden
können: diese müssen mit den Kunden kommunizieren,
um die Mäßnahme zu erfaluten.

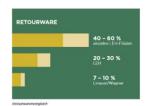
ERGEBNISSE

Das Unternehmen versucht die Retouren aus den eigenen Filialen zwischen 7 % und 10 % zu halten. Dieses Ziel wird in den eigenen Filialen erreicht. Weriger als 7 % Retourware ist so gut wie nicht möglich, da es ansonsten in den Filialen der Backerei zu einer Ausverkaufssituation kommen würde.

Ohne die Einführung des reduzierten Kemnottiments am Abend in den eigenen Fillalen wirde der Retourenwert Ähnlich wie bei Fillalen des LEH ausfallen. Dort belaufen sich diese im Disschnitt auf 20 8 bis 30 %. Bei einem Wert zwischen 40% und 60%. Aufgrund der Freien Retourwere einen Wert zwischen 40% und 60%. Aufgrund der Freien Retourwert hat Linauer/Wagner keinen Einfluss auf den Retourwert aus dem LEH.



verkaufsregal in einer Filiale von Linauer/Wagner



23

4 SORTIMENTGESTALTUNG

Gorade in der Sortimentsgestaltung zeigt sich der schmale Grat zwischer Abfallvermeidung und einem breiten Angebot für die Kunden. Anknüpfungspunkte für Ihr Unternehmen könnten sein:

Welche Produkte sind jene mit den höchsten Abschriften?

Welche Qualitätsrichtlinien haben Sie an Ihre Produkte? Wie beeinflussen diese das Sortiment?

In weichen Intervalien überprüfen Sie Ihr Sortiment? Spielen Kriterien der Abfallwirtschaft dabei eine Rolle?

9.4 INITIATIVE "DAS IST DOCH NOCH GUT!" VERWENDEN STATT VERSCHWENDEN

AUSGANGSLAGE/MOTIVATION

Anfang 2014 startete die Pfeiffer Handelsgruppe die bundesweite Öffentlichkeitskampagne "Das ist doch noch gult" zum Thema Lebensmittelwertigkeit. Im Mittelpunkt der Kampagne stehen Omas und Opas, die als Kampagnen-Dotschafter fungleren. Mit dem Wissen der entsprechend geschulten Omas und Opas sollen Lebensmittellabfalle durch aktive Auflärung, Bewusstesinsbildung und nützliche Tipps vermieden werden.

ERGEBNISSE



INHALT/MASSNAHMENBESCHREIBUNG

Lebensmittel wegzuwerfen bereitet uns Unbehagen, aber es mangele häufig an Wissen über den nichtigen Umgang bel Lagerung, Qualitätsfeststellung und Zubereitung, Omas und Doas geben ihre Expertise in den Supermärkten der Pfeiffer Handelsgruppe (UNIMARKT und Pfeiffer's Näha Firsch-Kaufleuten) und in Schulen an Erwachsene und Kinder weiter. Im Zuge dieser Kampagne wurden aus 350 Bewerbungen 100 Omas und Oppas ausgewählt und im Frühjahr 2014 zu Lebensmittelexporten ausgeblidet, Von April bis Dezember 2014 waren diese österreichweit mehr als 50 mal in Schulen sowie direkt im Handel im Einsatz.

Ziel dieser Maßnahme ist die Reduktion von Lebensmittelabfall. Im Vordergrund stehen die Information sowie die Sensibilisierung der Konsumenten. Das Projekt wird auch im Internet als eigenständige Plattform umgesetzt und laufend von Usern mit ihren Tipps und Rezepten erwei-tert. Die Initiative wurde durch einen umfassenden Medienmix bestehend aus Kampagnen-Webseite. Facebook, Blog und einer Zusammenfassung der Inhalte in Buchform begleitet. Haubenkoch Tom Riederer als Co-Autor im Kochbuch und namhafte heimische Foodblogger wie Coolinary Society als Unterstützer der Kampagne runden das Gesamtkonzept ab. Die Bundesministerin für Familien und Jugend Dr. Sophie Karmasin fungiert als Schirmherrin der Nachhaltigkeitsinitiative der Pfeiffer Handelsgruppe.Optimierungspotentiale wurden genutzt und daraus haben sich mögliche Ausbaustufen für die Zukunft ergeben: Neben einer möglichen "ergänzten Auflage" des Restl-Kochbuches mit neuen Tipps und Rezepten wäre denkbar, das Kochbuch als Lehrmaterial zu verwenden: Speziell im gewerblichen Umfeld wie der Gastronomie sind die Tipps zur Vermeidung von Lebensmittelmüll und Restlverwertung gut einsetzbar.



initiative "Das ist doch noch gut!" © Pfeiffer Handelsgruppe

DAS IST DOCK NOCH GUT! ZUM REZETE

Das Kochbuch "Das ist doch noch gut! Vom Rest! zum

Rezept" wurde im Echomedia Buchverlag veröffentlicht

und bereits mehr als 14.000 mal verkauft. Seit Oktober

2014 ist es im Vertriebsnetz der Pfeiffer Handelsgruppe

sowie seit Februar 2015 bei Thalia erhältlich. 2014 stand

ein Kampagnenbudget von 500.000 Euro zur Verfügung.

Bevölkerung geht. Die sozialen Auswirkungen sind positiv. So konnten zahlreiche beimische Medien für das Thema

begeistert werden. Zwischenzeitlich deklarierten sich über

Umsatz- und Ertragseffekte wurden bewusst nicht

17.100 Fans in sozialen Netzwerken.

www.dasistdochnochgut.at/

angesetzt, da es um die Bewusstseinsänderung in der

 $\textit{Das RestRochbuch} \otimes \textit{Pfeffor Handelsgruppe}$

42



Update Abfallwirtschaft-AG

- Next steps:
 - Freigabe des ECR Boards
 - Veröffentlichung beim ECR Infotag
 - Teil der ECR Präsentation am Infotag





Uberblick Stammdaten-AG

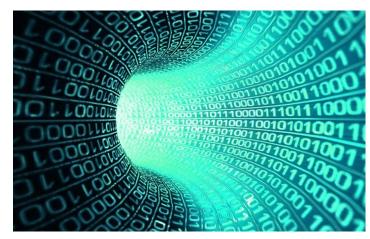
- Uberleitung der Extended Packaging AG in Non Food I & B2B Daten
- Zielsetzung: ALLE (B2C + B2B) Daten zentral zur Verfügung stellen + Abschaffung des Artikelpasses
- Qualitätssicherung = MUSS,
 - Daher B2B QS seit 1.9.





Update Stammdaten-AG

- Start B2B QS: 1.9.2016
- Insgesamt 408 Artikel geprüft
 - 220 davon Überkartons
 - 188 davon Basiseinheiten
- Uberwiegender Teil der geprüften Artikel musste korrigiert werden:
 - Hohe Abweichungen zwischen Angaben in GS1 Sync und ermittelten Werten (Messfehler)
 - Systematische Fehler aufgrund Fehlinterpretation der Abmessungsregeln (zB. L/B/H)





Next steps Stammdaten-AG

- Festlegung der Rahmenbedingungen zur schrittweisen Abschaffung des Artikelpasses (bei elektronischer Übermittlung der Stammdaten)
- Gemeinsame Erarbeitung eines Abschlußberichts bis April 2017
- Umwandlung in eine Service-Plattform





Uberblick Bild & Mediadaten-AG

Ziel

→ gemeinsam definierte Standards für Produktabbildungen

im gedruckten sowie digitalen Bereich

→ Schaffung einer Schnittstelle zwischen bereits existierenden Bild-Datenbanken und GS1 Sync

Arbeitsbereiche

Technische Standards

Prozesse und Verantwortlichkeiten **Empfehlung und** Richtlinie



Trial Bild & Mediadaten-AG

Teilnehmer

- → Iglo, Kelly's und NÔM
- → MARKANT und REWE
- → NEU: METRO und NESTLÉ

Getestet:

Bilddatenlink über GS1 Sync Verbindendes **Element GTIN** Prozess der Bereitstellung

technische Bildstandards

Geplant:

Bilddatenlink auf IP Datenbank

In Ausarbeitung:

Nutzungsbedingungen und Copyright

Beurteilung der Freisteller-Q

Metadaten



Next Steps Bild & Mediadaten-AG

Pilotbreite

- → mehr Teilnehmer
- → neue Sortimentsbereiche

Pilottiefe

- →mehr als ein Bild pro GTIN
- →Metadaten
- → Dateiname

Dokumentation

→ Empfehlung





Uberblick Promotion-Display-AG

- Zielsetzung:
 - Optimierung des gesamten Display-Prozesses (Supply & **Demand Side**)
 - Analyse anderer Branchen und Länder
 - Entwicklung innovativer Display-Konzepte inkl. Umsetzung
 - Pilotprojekte zw. Handel und Industrie
 - Kick off: Juni 2016
 - > 30 Teilnehmer
 - Neue Player an Board







Update Promotion-Displays-AG

am POS

NACHHALTIGKEIT/ WIEDERVERWENDBARKEIT

LOGISTIK: STAMMDATEN, LADUNGSTRÄGER, etc.

SHOPPER EXITEMENT



Next steps Promotion-Display-AG

- Definition von Displays
- Abgleich der bestehenden Händler-Guidelines
- Entwicklung einer Standardisierung & Empfehlung



7. Academic Partnership & Training



Academic Partnership & Training 7.1. Academic Partnership Roadmap 7.2. Weiterbildung 7.3. ECR Digital Edition





7.1. Academic Partnership Roadmap



Warum eine AP Roadmap?

Jeder Absolvent einer Uni / FH mit Wirtschaftsfokus soll im Zuge des Studiums bereits von ECR gehört haben!



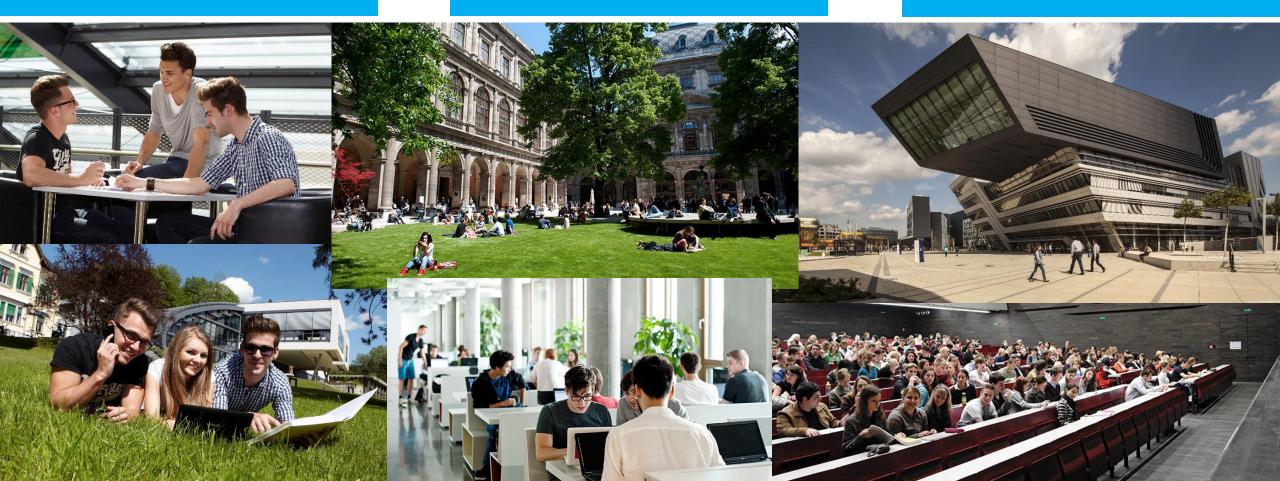


Wie schaffen wir das?

1. AP Intensivierung und Ausweitung

2. Verknüpfung von Theorie und Praxis

3. Integration von ECR in die Lehre





Roadmap 2016

Fokus 2016:

Optimierung bestehender Aktivitäten; Ausarbeitung der Trials für 2017; z.T. Umsetzung erster Trials

ereits bestehende Aktivitäten / Leistungen (z.T. adaptiert)			erste	Trials für neue I	laufende Akt	laufende Aktivitäten (z.T. neu)			
			Mal	ßnahmen für 20)16	·			
1. Halbjahr				2. Halbjahr					
1. AP		1. A)			3. AP			
leeting /		Meetir	g/			Meeting /			
orkshop		Works	пор			Workshop			
ECR Infofolder									
ECR Manager Kurs Frühjahr					ECR Manage	er Kurs Herbst			
				Student Award					
								ECR Infotag	
								ECR W	ebsite/
Trial: Integration von Studenten und Professoren in Arbeitsgruppen									
							Trial: PR-M	aßnahmen	



7.2. Weiterbildung



Warum ein ECR Weiterbildungsangebot?

Die österr. Wirtschaft bzw. FMCG-Branche soll durch fundiertes Wissen rund um ECR (Techniken) nachhaltig gefördert werden!





Wie schaffen wir das?

1. ECR Manager Kurs (Basismodul) 2. Demand Side Vertiefungsmodul

3. Supply Side Vertiefungsmodul





Was ist das Ziel der neuen Kurse?

ECR Category & Shopper Marketing Manager Kurs

ZIEL

Die Teilnehmer sind nach der Absolvierung des Vertiefungskurses in der Lage, ein Projekt aus dem Category Management Bereich in die Praxis umzusetzen.



ECR Supply Chain Manager Kurs

ZIEL

Die Teilnehmer sind nach der Absolvierung des Vertiefungskurses in der Lage, Logistikprozesse kritisch zu hinterfragen, Verbesserungspotenziale zu erkennen und Optimierungsansätze zu erarbeiten.





Welche Rahmenbedingungen gibt es?

ECR Category & Shopper Marketing Manager Kurs

Max. 20 Teilnehmer (Interaktivität!)

4 Kurstage + 1 Prüfungstag, geblockt auf 2 Wochen Verschiedene Referenten

Zertifikat nach Abschlussprüfung

ECR Supply Chain Manager Kurs

Fokus auf Praxisbeispiele & Gruppenübungen

Pilot-Kurs im Herbst 2016

Österr.
Unternehmen /
Experten für
Praxisslots

1-2 mal jährlich











Zertifizierter ECR Austria Kurs zum Supply Chain Manager





7.3. ECR Digital Edition



ECR Buch (Stand 2009)

Abschnitt 1: Efficient Consumer Response

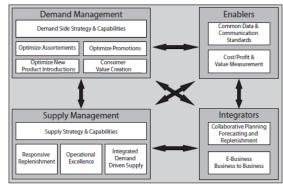


Abbildung 1.3: Das europäische ECR-Basismodell. Quelle: ECR Europe 2002.

Das Einsparungspotenzial wurde mit \in 25 Milliarden kalkuliert, das zu einer 5,7%igen Senkung der Endverbraucherpreise führen soll (siehe auch Tabelle 1.2).

90% der operativen Kosteneinsparungen resultieren aus	95% der Lagerbestandsreduktionen resultieren aus
Produkteinführung und -entwicklung - 17%	optimalem Sortiment – 10 %
Verkaufsförderung – 16 %	Continuous Replenishment – 24 %
synchronisierter Produktion – 13 %	Cross Docking – 10%
verlässlicher Produktion – 17%	synchronisierter Produktion – 40%
Lieferantenintegration – 28 %	Lieferantenintegration – 11%

Tabelle 1.2: Relatives Ausmaß der ECR-Einsparungen bezogen auf die Jeweilige ECR-Aktivität. Quelle: Wiezorek 1997 oder ECR Europe 1997.

Im Rahmen von ECR Europe arbeiten derzeit 27 nationale ECR-Initiativen aktiv an der Umsetzung des ECR-Basismodells. Innerhalb dieser Initiativen erarbeiteten zahlreiche Expertengruppen der Mitgliedsunternehmen jene Richtlinien, die europäisch oder für den jeweiligen Ländermarkt entsprechend Anwendung finden sollten. Weiters werden Pilotprojekte durchgeführt, um die Gültigkeit der Standards aufendar zu überprüfen beziehungsweise Anhaltspunkte zur Entwicklung weiterer Standards zu finden. Um den Gedankenaustausch zwischen den einzelnen Ländern zu garantieren, organisiert ECR Europe jährlich eine europäische Gesamtkonferenz, die sich jeweils einem bestimmten Thema widmet (siehe Täbelle 1.3).

Herausgeber: GS1 Austria/ECR-Austria

ECREfficient Consumer Response Standards, Prozesse und Umsetzungen

Herbert Kotzab, Arnold Christian Steinbrecher

Abschnitt 2: Standards

- Die Integration der Typ-Nummern in die EANCOM*-Nachricht (EDI)
- Die Sicherstellung von <u>Anbieter-Vielfalt</u> bei MTV
- · Die Ausgestaltung des Regelwerkes und der Ablaufregeln
- Die Internationale Abstimmung und Integration (RTI-Gremium in Europa)
- · Die Einbindung des Logistikverbundes Mehrweg in GS1 Austria

Als Überziel präsentiert sich die Schaffung eines kompatiblen, an das Produkt angepassten Mehrwegtransportverpackungs-Systems. Die Unterziele sollen durch die Sicherstellung von Angebotsvielfalt und die Förderung des Wettbewerbs erreicht werden. Damit soll vermieden werden, dass es zu monopolähnlichen Bedingungen kommt. Ein weiteres Prinzip bei der Zielerreichung ist die Objektivität, die sicherstellen soll, dass Mehrwegverpackungen gegenüber Einwegverpackungen nicht bevorzugt werden dürfen.

Die Tätigkeitsfelder des LMW sind die Zulassung von neuen Mehrwegtransportverpackungen, die Vergabe von Typnummer zur Verwaltung der Gebinde und die Weiterentwicklung durch die Gründung von Arbeitsgruppen zu aktuellen Themen. Die Typennummer ist besonders für die Integration in Warenwirtschaftssysteme und zur Nutzung in EANCOM*-Nachrichten wichtig.

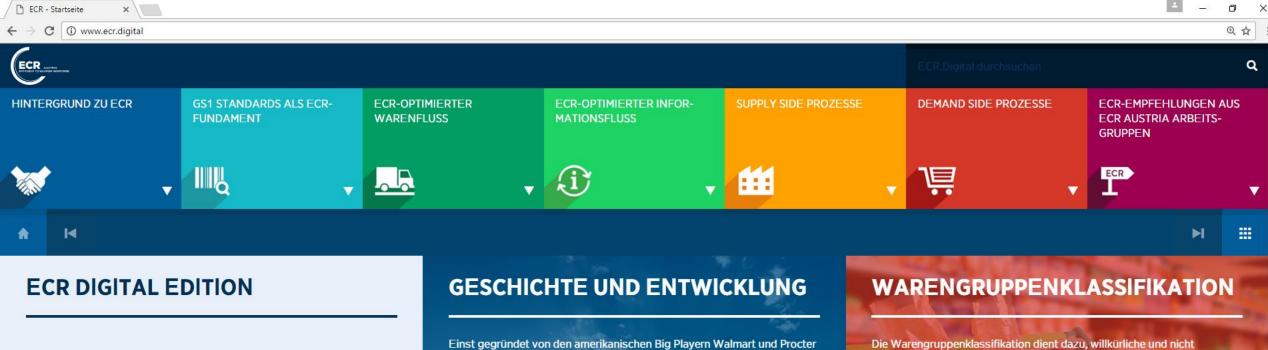
4. 4. 4 MTV-Anbieter

Paletten gelten als unverzichtbares Lademittel und sind aus Industrie und Handel nicht wegzudenken. Europaweit befinden sich nach Angaben der EPAL (European Pallet Association) zurzeit zum Beispiel alleine über 400 Mio. EURO-Paletten (Jacoby 2009) im Umlauf, etwa ein Drittel davon in Deutschland. Daneben gibt es weitere Paletten-Arten, wie zum Beispiel Glitterboxpaletten, Düsseldorfer Paletten, Brauereipaletten, Halbpaletten, Vertelpaletten, Geraletten (Arten), industriepaletten, Spezialpaletten usw. Die meisten Paletten sind tauschbar (Mehrwegpaletten). Dies setzt allerdings strenge Normierungen und Qualitätsnormen voraus. Nicht zuletzt aus diesem Grund hat sich die EURO-Palette durchgesetzt.

Europäischer Palettenpool - EPP

Der Europäische Palettenpool ist der Zusammenschluss Europäischer Eisenbahnen zur Vereinfachung nationaler und länderübergreifender Transporte, in dem die Tauschparter zu einheitlichen Bedingungen Paletten austauschen können. Der EPP ist weltweit das größe freie Tauschsystem. Die Tauschvereinbarungen beziehen sich auf drei Frachtarten: Paletten als Stückgüter, als Wagenladungen und als Ladungen im Großcontainerverkehr, wobei jeweils noch nach EURO-Flachpaletten und EURO-Boxpaletten unterschieden wird. Angeboten wird der nationale und internationale Güterverkehr. Die Transporte können per Bahn, Lkw, Flugzeug oder Schiff erfolgen.

Idealerweise erfolgt der Austausch der Paletten Zug um Zug – eine volle Palette gegen eine leere. Häufig erfolgt dieser Austausch aber nicht direkt, sondern es werden Paletten-



& Gamble, schaffte die ECR-Philosophie einer vertrauensorientierten

Partnerschaft in den 1990er Jahren auch in Europa ihren Durchbruch.

Willkommen in der bunten, digitalen Welt von Efficient Consumer Response (ECR)!

Die ECR Edition vermittelt Ihnen relevantes ECR-Grundlagenwissen. Erfahren Sie beispielsweise, warum ein bestimmtes Babyprodukt einen wesentlichen Beitrag zur Entstehung von ECR geleistet hat, inwiefern Standards die Basis für sämtliche Aktivitäten entlang der Supply Chain darstellen, was es braucht um Logistikprozesse zu optimieren oder wie Konsumentenwünsche bestmöglich erfüllt werden können.

Zur Kapitelübersicht

GS1 DATABAR

Seit 2010 hat die Strichcode-Familie ein neues Mitglied: Den GS1 DataBar. Er ermöglicht es, erweiterte Produktinformationen von Endverbrauchereinheiten zur Verfügung zu stellen.

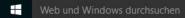
Die Warengruppenklassifikation dient dazu, willkürliche und nicht konsumentengerechte Produktsegmentierungen zu verhindern und stattdessen eine einheitliche Betrachtung von Produktkategorien zu gewährleisten.



Standardisierte Abmessungen für Transport- und Lagereinheiten sorgen für mehr Effizienz in der Logistikkette. Diese Standards werden Efficient Unit Loads (EUL) genannt.

WARUM STANDARDS?

Standards stellen die Grundlage für einen weltweit klaren und































8. Neuwahl ECR Austria Vollversammlung

- Neuwahl Vorsitzender
- Neuwahl Stellvertreter

- → Wahlvorschlag:
- M. Liebl, Brau Union
- M.P. Walter, WKO



9. Genehmigung des Jahresabschlusses

Genehmigung des Jahresabschlusses 2015

Entlastung des ECR Austria Boards



ECR Austria	Year	Budget	Budget	Plan
BUDGET ÜBERSICHT 2015 - 2017	Actual	verabsch.	Hochrechng.	
BUDGET UDEKSICHT 2013 - 2017	2015	2016	2016	2017
Ausgaben:				
1. Unterstützung der Arbeitsgruppen	-23.924	-55.000	-14.000	-25.000
1.1. Initiativen der Arbeitsgruppen	-11.671	-35.000	-10.000	-15.000
1.2. Academic Partnership	-6.850	-15.000	-4.000	-10.000
1.3. Externe Berater	-5.403	-5.000	0	C
2. Publikationen & PR	-4.626	-32.000	-58.000	-50.000
2.1. Publikationen	0	-20.000	-50.000	-20.000
2.2. ECR Software	0	0	0	0
2.3. Internetauftritt	-456	-2.000	-2.000	-15.000
2.4. Werbung/PR	-4.170	-10.000	-6.000	-15.000
2.5. App Trusted Data	0	0	0	C
3. Administration	-224.418	-222.547	-224.000	-224.000
3.1. ECR Manager	-42.113	0	0	C
3.1. ECR Manager	-67.018	-105.000	-105.000	-105.000
3.2. Personal	-63.431	-65.547	-67.500	-67.500
3.3. anteilige Fixkosten GS1	-50.000	-50.000	-50.000	-50.000
3.4. Kopien + Porto	-1.856	-2.000	-1.500	-1.500
4. Sitzungen	-15.391	-13.000	-17.000	-19.000
4.1. Sitzungen Raummieten	-3.639	-3.000	-5.000	-6.000
4.2. Bewirtung	-11.752	-10.000	-12.000	-13.000
5. Veranstaltungen & Int. Repräsentation	-168.235	-155.776	-195.750	-205.000
5.1. Reisekosten/Unterkunft	-16.172	-10.000	-7.000	-10.000
5.2. Sonstiger Aufwand	-6.572	-5.000	-1.000	-2.000
5.3. ECR Konferenzen	-105.287	-95.000	-115.000	-115.000
5.4. ECR Seminare	-31.773	-35.000	-67.500	-70.000
5.5. Vertretung bei National Initiatives	0	0	0	C
5.6. ECR-D Konferenz	-4.196	-3.000	-2.250	-3.000
5.7. ECR-Europa Konferenz + Fee + Consumer Goods Forum	-4.235	-7.776	-3.000	-5.000
Summe Ausgaben:	-436.595	-478.323	-508.750	-523.000

ECR Austria BUDGET Ausgaben

ECR AUSTRIA EFFICIENT CONSUMER RESPONSE

ECR Austria	Year	Budget	Budget	Plan
BUDGET ÜBERSICHT 2015 - 2017	Actual	verabsch.	Hochrechng.	
BUDGET UBERSICHT 2015 - 2017	2015	2016	2016	2017
Einnahmen:				
1. Kostenbeitrag Mitglieder	220.450	218.850	218.850	233.850
1.1. Vollmitglieder Betrag	193.590	191.200	191.200	199.200
Anzahl	81	80	80	80
1.2. Beobachter Betrag	26.860	27.650	27.650	34.650
Anzahl	34	35	35	35
1.3. Einstiegsgebühr Betrag	0	0	0	0
Anzahl	0	0	0	0
2. Beiträge GS1 (max.50% Ausgaben v. 3.2+3.3)	50.000	50.000	50.000	50.000
3. Veranstaltungen & Publikationen	169.342	171.000	224.395	257.000
3.1. Konferenz	46.720	50.000	60.000	60.000
3.2. Seminare	55.044	55.000	97.000	130.000
3.3. Publikationen	53	0	395	0
3.4. Kostenersatz ECR-D Konferenz	1.000	1.000	0	0
3.5. Kostenersatz ECR-Europa Konferenz	0	0	0	0
3.6. Sponsoring	66.525	65.000	67.000	67.000
Summe Einnahmen:	439.792	439.850	493.245	540.850
Summe Einnahmen ohne GS1 Umlagen:	389.792	389.850	443.245	490.850
EBIT (Einnahmen - Ausgaben:)	3.197	-38.473	-15.505	17.850
Sonderkosten	-29.932	0	-30.000	0
Finanzergebnis (Zinsen)	614	449	389	321
Steuern (KÖSt)	6.530	9.405	11.279	-4.543
Gewinn/Verlust	-19.591	-28.619	-33.837	13.628
Gewinn/venust	101001		· .	

ECR Austria BUDGET Einnahmen



10. Festsetzung Mitgliedsbeitrag

Festsetzung des Rahmens des Mitgliedsbeitrages 2017 auf max. € 2490,---

- •Vollmitgliedschaft dzt. € 2390,-- netto
- •Beobachter dzt. € 790,- netto

ECR AUSTRIA EFICIENT CONSUMER RESPONSE 111 Termine

20 Jahre ECR Gala Dinner: 16.11, 2016

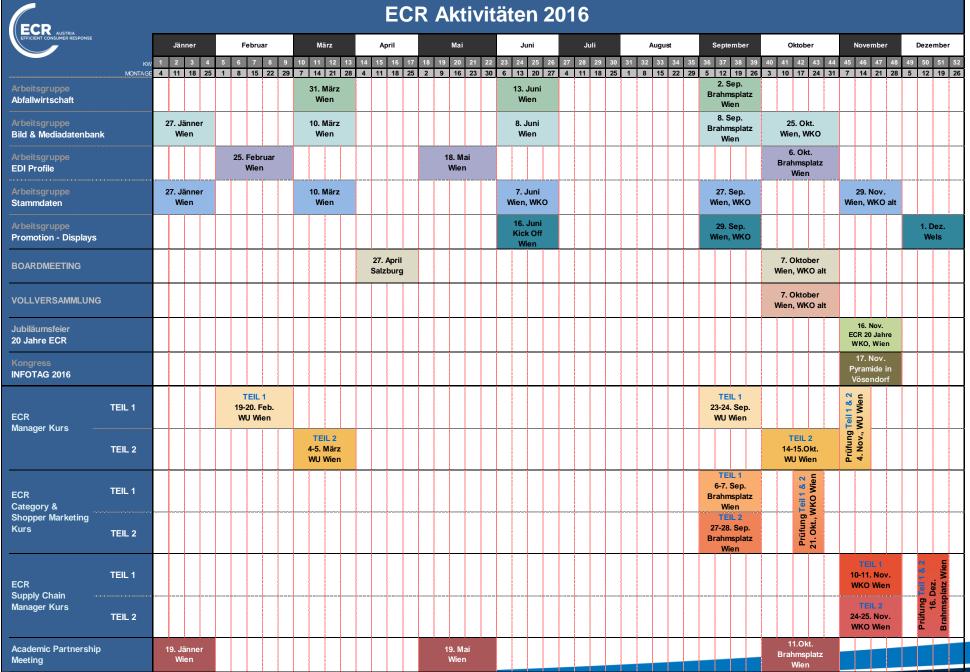
• ECR Infotag 2016: 17. 11. 2016

• ECR Austria Board: 26.4.2017, Fuschl

ECR Austria Vollversammlung & Board: 6.10.2017, Wien

• ECR Austria Infotag 2017: 9. oder 16.11.2017







ECR AUSTRIA EFFICIENT CONSUMER RESPONSE 13. Allfälliges

Wünsche und Anregungen?



Danke für Ihr Kommen ©