



Standardisation 

**Collaboration** 

Information 

Learning 

Support 

Events 

Network 

## Efficient Consumer Response (ECR)

Eine GS1 Schweiz Initiative



Excellence in  
Process Management  
[www.gs1.ch](http://www.gs1.ch)







# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Hintergrund</b>	<b>4</b>
1.1 Definition	4
1.2 Geschichte	4
1.3 Zielsetzung von ECR Schweiz	4
<b>2. Das ECR-Modell</b>	<b>5</b>
2.1 ECR-Geschäftsmodell	5
2.2 ECR-Standards und Prozessmodelle	5
2.3 ECR-Netzwerk	5
2.4 ECR-Pyramide	6
2.5 Vielfältige Möglichkeiten in der Supply Chain	7
<b>3. Die ECR-Kernbereiche</b>	<b>8</b>
3.1 Demand Management (Steuerung der Nachfrage)	8
3.2 Supply Chain Management (Steuerung von Logistikketten)	9
3.3 Enabling Technologies (Unterstützende Technologien)	11
3.4 Integrators (Integratoren)	12
<b>4. Die ECR-Organisation bei GS1 Schweiz</b>	<b>14</b>
4.1 Globale Aufgabe	14
4.2 ECR bei GS1 Schweiz	14
4.3 Der ECR-Fachbeirat	14

## GS1 Schweiz

GS1 Schweiz ist ein Fachverband von über 4700 führenden Unternehmen, zu deren Aufgaben die Optimierung der Wertschöpfungsketten vom Produzent bis zum Endverbraucher gehört. Ziele sind es, die Verfügbarkeit, Sicherheit, Information, Nachhaltigkeit, Kostensenkung und Wertschöpfung zu verbessern. Dazu werden am «runden Tisch» Standards, Mittel und Methoden erarbeitet, welche die Effektivität, Effizienz und Transparenz fördern. Diese vereinfachen die Identifikation, Logistik sowie fortschrittliche Zusammenarbeitsmodelle zwischen den Wirtschaftspartnern. Als Träger dreier eidgenössischer Prüfungen und als Anbieter einer breiten Weiterbildungspalette versorgt GS1 Schweiz die Wirtschaft mit kompetenten Fach- und Führungskräften in der Logistik. GS1 Schweiz ist als Not-for-Profit-Organisation Betreiber eines nationalen und Teil eines weltweiten Netzwerks von über 1,5 Millionen Unternehmen in über 140 Ländern und Mitglied des GS1 Weltverbandes, von Efficient Consumer Response Europe und der European Logistics Association ELA. [www.gs1.ch](http://www.gs1.ch)



# 1. Hintergrund

«Efficient Consumer Response» umschreibt eine intensivere unternehmensübergreifende Zusammenarbeit, deren oberstes Ziel die bessere, schnellere und kostengünstigere Erfüllung der Konsumentenwünsche ist. Der englischsprachige Originalslogan heisst: «Working together to fulfill consumer wishes better, faster and at less cost.»

## 1.1 Definition

Efficient Consumer Response (ECR) ist eine gesamtunternehmensbezogene Vision, Strategie und Bündelung ausgefeilter Techniken, um Ineffizienzen entlang der Wertschöpfungskette zu beseitigen. Basis bildet die partnerschaftliche und auf Vertrauen basierende Kooperation zwischen Hersteller, Handel und Dienstleister sowie der gemeinsame Fokus auf die Konsumentenbedürfnisse. Ziel ist es, allen Beteiligten einen Nutzen zu stiften, der im Alleingang nicht zu erreichen wäre.

### **ECR baut auf einigen Grundprinzipien auf**

- > Collaboration bzw. Zusammenarbeit aller Beteiligten
- > Nachhaltigkeitsorientiert (langfristig)
- > Wertschöpfungsfördernd (Kostenreduktion, Umsatz-erhöhung)
- > Transparenz (Bewertung)
- > Sicherheit (Rückverfolgbarkeit)

## 1.2 Geschichte

Der ECR-Ansatz ist aus einer Initiative der US-Konzerne Wal-Mart und Procter & Gamble entstanden. Im Laufe einer experimentellen Kooperation beider Unternehmen erschloss sich das Kostensparpotenzial, welches mit der Zusammenarbeit verbunden war. Dies und die weiteren positiven operativen Effekte verhalfen dem ECR-Ansatz zum raschen Durchbruch. Im Jahr 1994 erreichte das erfolgreiche Konzept erstmals Europa; bereits 1995 fand in Genf die erste ECR-Europe-Konferenz mit über 1200 Teilnehmern statt. Der Sitz von ECR Europe befindet sich in Brüssel.

ECR Schweiz ist seit 1995 in der Schweiz etabliert und war in den Anfängen als Ad-hoc-Board und ab 1999 als Verein organisiert. Bis Ende 2004 wuchs die Mitgliederzahl von ECR Schweiz auf mehr als 120 führende Unternehmen aus Detailhandel, Konsumgüterindustrie und Dienstleistung an. Anschliessend erfolgte die Fusion mit EAN und SGL zu GS1 Schweiz. Seit dem 1. Januar 2005 ist die Organisation von ECR Schweiz in GS1 Schweiz integriert.

## 1.3 Zielsetzung von ECR Schweiz

ECR Schweiz zeigt ihren Mitgliedern Wege zur Umsetzung des ECR-Modells. Ziel ist es, durch die gemeinsame Fokussierung auf den Konsumenten Kosteneinsparungen und Umsatzwachstum in der Wertschöpfungskette zu generieren. Dies gelingt über die Identifikation von Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken, welche entsprechendes Optimierungspotenzial bergen. An der Erschliessung dieser Potenziale und an der Erarbeitung von Lösungen sowie der Umsetzungsförderung wirken Praktiker aus Handel, Industrie und Dienstleistung mit. Durch diese kooperative Integration aller in den Prozess involvierten Parteien lassen sich vorteilhafte und effiziente Lösungen erzielen. Deren Umsetzung wird von allen Beteiligten mitgetragen und sie hat positive Auswirkungen auf alle direkt Betroffenen. Schlussendlich profitieren die Konsumenten von besseren Sortimenten, frischeren Produkten, erhöhter Warenverfügbarkeit und mehr Produktsicherheit.



## 2. Das ECR-Modell



### 2.1 ECR-Geschäftsmodell

Das Geschäftsmodell von ECR basiert auf der Schaffung neuer Kooperationsebenen. Es sieht eine Zusammenarbeit sowohl auf «horizontaler» (zwischen Konkurrenten) als auch «vertikaler» (zwischen Handelspartnern in der Wertschöpfungskette) Ebene vor. Ebenso wichtig ist aber auch unternehmensinterne Kooperation zwischen den einzelnen Abteilungen. Einige Kernelemente bzw. übergreifende Zielsetzungen des ECR-Konzepts wären ohne diese Zusammenarbeit nicht erreichbar:

- > Gemeinsamer Fokus auf die Gesamtleistung: zufriedene Konsumenten
- > Einigung auf einheitliche Vorgehensweise zur Beseitigung von Ineffizienzen sowie auf den Einsatz von Standards und Prozessen
- > Abgestimmte Vorgehensweise zur Verbreitung und zur Erlangung von gemeinsamen Lösungen

### 2.2 ECR-Standards und Prozessmodelle

Das ECR-System beinhaltet vier verschiedene Kernbereiche von Standards und Prozessmodellen:

- > Demand Management (Steuerung der Nachfrage)
- > Supply Chain Management (Steuerung von Logistikketten)
- > Enabling Technologies (Unterstützende Technologien)
- > Integrators (Integratoren)

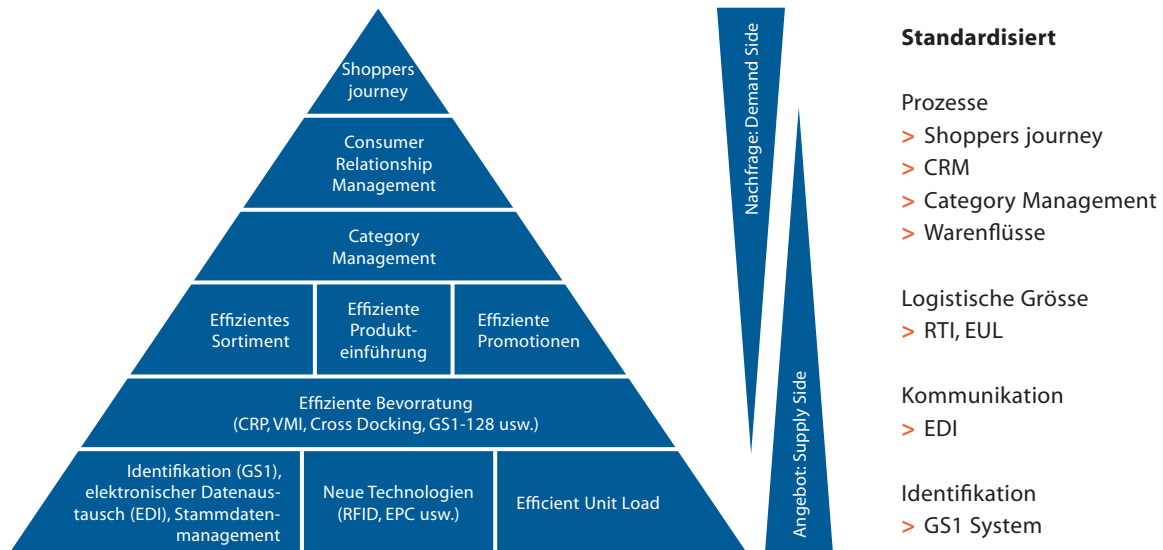
Eine erhöhte Effizienz in der Wertschöpfungskette trägt zur Kosteneinsparung bei und ermöglicht die Generierung höherer Umsatzvolumina.

### 2.3 ECR-Netzwerk

Ein weltweites Netzwerk mit globaler, regionaler und lokaler Organisationsebene reduziert Doppelarbeit und bietet eine Plattform zum Erfahrungsaustausch und zur Kommunikation rund um das Thema ECR. Ziel des Netzwerks ist die Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Umsetzung von ECR sowie die Erschliessung von Skaleneffekten. Das Netzwerk ist aus einer Initiative der Wirtschaftskreise rund um Konsum- und Gebrauchsgüter (Handel, Hersteller, Zulieferer und Dienstleister) entstanden. ECR Schweiz widmet sich vor allem der Entwicklung und Umsetzung von schweizerischen, europäischen und globalen ECR-Prozessempfehlungen. Diese zielen vorrangig auf die Optimierung der Supply Chain und des Demand Managements eines Unternehmens ab.



## 2.4 ECR-Pyramide





## 2.5 Vielfältige Möglichkeiten in der Supply Chain

Der nachfolgend abgebildete morphologische Kasten zeigt die Szenarien, Strategien, Modelle und Werkzeuge, welche innerhalb der verschiedenen Bereiche der Supply Chain zur Verfügung stehen. Diese ermöglichen es, gezielt und wirkungsvoll die Supply Chain zu optimieren sowie Einsparungen in der Versorgungskette zu realisieren.

Dimensionen	Supply-Chain-Elemente	Morphologischer Kasten Mögliche Szenarien, Strategien, Modelle und Werkzeuge							
Markt	<b>Absatzkanäle</b>	Grossverbraucher	Grosshandel	Direktverkauf	Internet, Katalog, persönlich	1-stufiger Detailhandel	2-stufiger Detailhandel	4-PL Logistikdienstleister	HOREKA
	<b>Geschäftsmodelle</b>	Handelsbestand	Filial-/Produktions-Konsignation	VZ-Konsignation	Kommission	Konzession			
	<b>Transport, Umschlag, Lager</b>	Eigenleistung Lieferant	Outsourcing durch Lieferant	Eigenleistung Handel	Outsourcing durch Handel				
Demand Management	<b>Absatzplanung</b>	Gemeinsame Prognose	Prognose durch den Käufer	Prognose durch den Lieferanten	Gemeinsame Planung	Planung durch den Käufer	Planung durch den Lieferanten		
	<b>Nachfragemanagement</b>	Category Management	Consumer Relationship Management	Efficient Assortment	Efficient Promotions	Efficient Product Introduction	Social Media Communication	Consumers & Shoppers journey Framework	
Integratoren	<b>Optimierungsmodelle</b>	Optimale Regalverfügbarkeit	Abverkaufsgerechte Verpackung	Schwund, Reduktion					
Supply-Chain-Modelle, Tools, Produktion, Verpackung	<b>Dispositionsverantwortung</b>	Vendor Managed Inventory	Buyer Managed Inventory	Co-Managed Inventory	Salesbased Inventory	Rack Jobbing			
	<b>Warenflussmodelle</b>	Filiallager	Cross Docking I	Cross Docking II	Streckenlieferung	Direktlieferung	Ab Wagenverkauf	Heimlieferung	
	<b>Rückführungslogistik</b>	Retouren	Reparaturen	Recycling	Entsorgung	Rückverfolgbarkeit	Warenrückruf		
	<b>Ladungsträger (EUL)</b>	EPAL-Palette	Chep-Palette	Displays & Dollies	Einweg-Palette	Branchenstandard MTV	Proprietäre Mehrweg-Transportverp.	Hängekiste	
	<b>Transportmittel</b>	LKW	Zug	Flug	Seefracht	Transporter	PKW		
Enabling Technologies	<b>Stammdaten</b>	GDSN	PRICAT	Katalog	Excel-Datenblatt	Artikelstammdatenblatt			
	<b>Informationsfluss</b>	EDI EANCOM	GS1 XML	Proprietäres Flatfile	Extranet/Internet-Plattform	E-Mail	Fax	Telefon	Brief
	<b>Identifikationsnummer</b>	GTIN	SSCC	GLN	EPC	GRAI	MHD	Log Nr. Charge	Proprietäre Artikelnummer
	<b>Identifikationsdatenträger</b>	GS1-13/14-Barcode	GS1-128	DataBar	DataMatrix	EPC RFID			
Wertefüsse	<b>Abrechnungsverfahren</b>	Rechnung EK	Rechnung VK ./. Marge	Gutschrift EK	Gutschrift VK ./. Marge	Verrechnungsschlüssel			
	<b>Inkassostelle</b>	Lieferant	Rechnungsregulierer	Factoring Inkasso					
Umsetzung, Unterstützung	<b>Kollaborations-Tools</b>	ECR Scorecard	Sustainability Measurement	Austausch Abverkaufsdaten	Austausch Marktforschungsdaten				
	<b>Engagement</b>	Umsetzungsinitiative	Fachbeirat, Arbeitsgruppe	Vorträge, Auftritte	Studien	Dozieren in Lehrgängen	Nachhaltigkeit		



## 3. Die ECR-Kernbereiche



### 3.1 Demand Management (Steuerung der Nachfrage)

Im Demand Management nach ECR werden auf einer kollaborativen und methodischen Basis nachfragefördernde Massnahmen behandelt. Ziel ist es dabei, den Warenfluss aufgrund der Nachfrage zu steuern.

#### **Consumers & Shoppers journey Framework**

Ergänzend zum klassischen Category-Management-Prozess wird nun auch ein systematisches Prozessmodell entwickelt. Darin werden die Bedürfnisse von Konsumenten bzw. Shoppers im Tagesablauf abgebildet. Im Weiteren werden Verhaltensmuster, der Umgang mit Medien wie Internet sowie Mobilgeräten in den Prozess miteinbezogen.

#### **CRM – Consumer Relationship Management (Konsumentenbeziehungsmanagement)**

Beim CRM steht der Konsument im Mittelpunkt. Die zielgruppengerechte und möglichst individuelle, aber dennoch effiziente Kundenansprache soll eine langfristige Kundentreue zum Handelskanal und zu den Herstellerprodukten generieren, den Umsatz bzw. Ertrag erhöhen sowie das Vertrauen fördern. Durch den Daten- und Erkenntnisaustausch zwischen den Marktpartnern wird ein abgestimmtes, effektives und effizientes Vorgehen ermöglicht.

#### **Social Media**

Eine neue Dimension, die aus der Konsumentenorientierung entstanden ist. Der Dialog innerhalb von sozialen Netzwerken stellt die Unternehmen vor neue Herausforderungen. Er beeinflusst die Angebotsformen, welche sowohl Hersteller als auch Händler den Konsumentenansprüchen entsprechend lancieren und anbieten sollen. Dies führt generell zu einem Umdenken bei Marktteilnehmern. ECR unterstützt dabei die Unternehmen in ihrem digitalen Auftritt zur Verbesserung ihres Erfolgs. Eine Prozessempfehlung ist noch nicht verfügbar.



### **CM – Category Management (Management von Produktkategorien)**

Im Category Management wird das Sortiment in konsumentenorientierte Produktkategorien segmentiert, welche ähnlich strategischer Geschäftseinheiten geführt werden. Ein auf qualitativen und quantitativen Analysen und Bewertungen basierender methodischer 8-Schritte-Prozess ermöglicht eine transparente Gestaltung der Sortimente, ihrer strategischen Rolle, Platzierung, Leistungsbeiträge sowie der darauf abgestimmten Taktiken und des Controllings. GS1 Schweiz empfiehlt die Anwendung des schlanken und praxisorientierten Day-to-Day-Category-Management-Modells. In der Umsetzung des Category Managements kommen die vier Basisstrategien zum Tragen: Efficient Assortment, Efficient Product Introduction, Efficient Promotion und Efficient Replenishment.

#### **Efficient Assortment (Effiziente Sortimente)**

Der am Verkaufspunkt (Point of Sale / POS) zur Verfügung stehende Platz wird durch eine von Handel und Hersteller gemeinsam getragene effiziente Sortimentsgestaltung optimal genutzt. In diesem Prozess soll sichergestellt werden, dass die im Category Management definierten Sortimente effizient umgesetzt werden.

#### **Efficient Product Introduction (Effiziente Produkteinführung)**

Efficient Product Introduction strebt nach einer Minimierung der Floprate von neuen Produkten sowie nach einem kosteneffizienten und effektiven Produktrelaunch- bzw. Produktablösungsprozess. Eine enge und transparente Zusammenarbeit erlaubt gerade in der heiklen Phase der Einführung, rasch und gezielt Anpassungen vorzunehmen.

#### **Efficient Promotion (Effiziente Promotionen)**

ECR bietet verschiedene Modelle, die nicht nur die Gestaltung, sondern auch die Erfolgsmessung von Promotionen erlauben. Das Prozessmodell fördert das gemeinsame Verständnis und erlaubt eine strukturierte und transparente Bewertung.

### **3.2 Supply Chain Management (Steuerung von Logistikketten)**

Beispiele für eine Supply Chain sind die Lieferketten der Automobilindustrie, der Konsumgüter- oder der Textilbranche. Die Supply Chain ist gesamtheitlich betrachtet ein unternehmensübergreifendes virtuelles Organisationsgebilde (Netzwerk), das spezifische Wirtschaftsgüter für einen definierten Zielmarkt hervorbringt. Die ECR-Modelle zielen darauf ab, innerhalb dieser Wertschöpfungskette Instrumente zu ihrer Steuerung und Kontrolle bereitzustellen. Andere gängige Begriffe für die Supply Chain sind Versorgungskette, Lieferkette oder logistische Kette. Zur optimalen Gestaltung der Supply Chain stellt ECR verschiedene Prozessmodelle zur Verfügung, welche je nach Eignung auch in Kombination eingesetzt werden können.

#### **Supply-Chain-Konsolidierung**

Dabei geht es um die Rationalisierung in der Versorgungskette, indem auch Konkurrenten und Handelsketten Lager gemeinsam bewirtschaften und Transporte bündeln. Zu diesem Zweck wird via eine Internetplattform die Lager- und Transportkapazität publiziert. Dies ermöglicht es den beteiligten Unternehmen, ihre Lager- und Transportbewirtschaftung einfacher und kostengünstiger zu gestalten. Dabei leisten sie auch einen Beitrag zur Verminderung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses.

#### **Efficient Continuous Replenishment (Effiziente und kontinuierliche Warenversorgung)**

Je nachdem sind unterschiedliche Prozesse zur Sicherstellung eines effizienten Warennachschubs sinnvoll. ECR stellt bisher folgende Nachschubprozesse zur Verfügung: Vendor Managed Inventory (VMI), Co-Managed Inventory (CMI) oder Buyer Managed Inventory (BMI) sowie ein- oder zweistufiges Cross Docking und Direct to Store Delivery.

#### **VMI – Vendor Managed Inventory (Lieferantengesteuertes Bestandsmanagement)**

Unter Vendor Managed Inventory (VMI) versteht man das lieferanten- bzw. herstellergesteuerte Bestandsmanagement. Bei diesem logistischen Modell verwaltet der Lieferant den Bestand der Verwendungs- bzw. Verkaufsstellen. Er generiert die Bestellungen für seinen Kunden auf Basis der Filial- und/oder Lagerbestände und der in den Verkaufsstellen geplanten Verkaufsförderungsmaßnahmen.



### **CMI – Co-Managed Inventory**

#### **(Gemeinsam gesteuertes Bestandsmanagement)**

Bei einem Co-Managed Inventory (CMI) liegt das Bestandsmanagement bei Lieferanten und Kunden gemeinsam. In diesem Modell generiert der Lieferant lediglich Teile der Bestellungen für einen Kunden (z. B. nur Normalware) bzw. behält sich der Kunde vor, Bestellvorschläge des Lieferanten jederzeit zu ändern.

### **BMI – Buyer Managed Inventory**

#### **(Käufergesteuertes Bestandsmanagement)**

Die Technik des Buyer Managed Inventory stellt neben dem Co-Managed Inventory (CMI) eine zweite Unterform der CRP-Technik des Vendor Managed Inventory (VMI) dar. Hierbei zeichnet sich, im Gegensatz zum VMI und CMI, ausschliesslich das Handelsunternehmen für sein Bestellwesen verantwortlich. Der Vendor kann im Höchstfall eine eingeschränkte Beraterfunktion, wenn überhaupt, einnehmen. Der Buyer stützt sich beim BMI auf ein leistungsstarkes EDV-Dispositionssystem, da man die strategische Bedeutung des Bestellwesens erkannt hat.

### **Konsignation**

Konsignation ist ein Begriff aus der Materialwirtschaft und bezeichnet eine besondere Lieferform mit Waren. Der Lieferant lagert die Ware beim Kunden im sogenannten Konsignationslager. Der Kunde entnimmt die Ware aus diesem Konsignationslager und realisiert damit den Kauf der Ware. Der Kunde meldet jeweils die Entnahme an den Lieferanten. Die entnommene Menge wird in regelmässigen Abständen fakturiert. Die Rechnung wird nach Vereinbarung periodisch, z. B. monatlich, gestellt. Die Vertragspartner können vereinbaren, dass der Kunde nach einer bestimmten Frist restliche Konsignationsbestände in seinen Eigenbestand übernimmt.

### **CD – Cross Docking (Vorkommissionierte Anlieferung)**

Mit dem ein- oder zweistufigen Cross-Docking-Prozess wird das Ziel verfolgt, die Anlieferung der Waren an den Cross-Docking-Punkt (CDP) und deren Auslieferung an die Empfänger zeitlich und/oder mengenmässig so zu koordinieren, dass Einlagerungsprozesse und die dazugehörigen Aktivitäten eines typischen Bestandslagers entfallen.



### **Track & Trace & Recall of Goods**

#### **(Warenverfolgung und Rückverfolgbarkeit)**

Es ist für jedes Unternehmen wichtig, mit einer mindestens den gesetzlichen Anforderungen entsprechenden Produktqualität die Sicherheit der Verbraucher zu gewährleisten und deren Vertrauen zu gewinnen. Dazu gehört auch die Fähigkeit, fehlerhafte Produkte schnell und gezielt aus der Versorgungskette entfernen zu können. In diesem Kontext definieren die EU-Verordnung 178/2002 sowie die schweizerische Gesetzgebung die allgemeinen Grundsätze und Erfordernisse des Lebensmittelrechts und der Lebensmittelsicherheit. Sie regeln die Rückverfolgbarkeit von Waren vom Vorlieferanten bis zur letzten Verkaufsstelle.

### **EUL – Efficient Unit Loads**

#### **(Effiziente Ladungsträger und Grössen)**

Dieser Ansatz zielt auf die optimale Auslastung vorhandener Logistikkapazitäten ab. Dabei wird eine logistische Einheit als der Zusammenschluss von Einzeleinheiten zu einer grösseren Einheit definiert. Nun erfolgt eine flächen- und volumenmässige Optimierung der logistischen Einheiten mit dem Ziel, eine durchgängig hohe Flächen- und Volumenauslastung der verfügbaren Kapazitäten zu erreichen. Damit haben effiziente logistische Einheiten entscheidenden Einfluss auf die Transport-, Lagerungs- und Handlingprozesse entlang der gesamten Logistikkette.

### **Mehrweg-Transportverpackungen MTV**

#### **(Reusable Transport Items)**

Mehrweggebinde beschäftigen Handel, Industrie und Logistikdienstleister in grossem Ausmass. Wiederverwendbare Transportverpackungen schliessen alle Sekundär- und Tertiärverpackungen ein, die zu weit verbreiteter Verwendung bestimmt sind und die vom Empfänger zum Zweck des Wiedergebrauchs zurückgegeben werden. Wiederverwendbare sekundäre Transportverpackungen werden auch Mehrweg-Transportverpackungen (MTV) genannt.

### **Supply Chain Waste**

Waste als Bezeichnung für «Abfall» in der Versorgungskette steht stellvertretend für sämtliche Behinderungen in der reibungslosen Abwicklung von Prozessen innerhalb der Supply Chain. ECR zeigt auf, wie Fehlverhalten analysiert und beseitigt werden kann. Die Veränderung von «waste» hat wesentlichen Einfluss auf Nachhaltigkeit, Kosten, Geschäftsbeziehungen und die Reputation des Unternehmens.

### **Die Zukunft von Wertschöpfungsketten**

Bedingt durch gesellschaftliche Veränderungen werden Unternehmen gezwungen sein, ihre Wertschöpfungsketten anzupassen. ECR wirft einen Blick in die Zukunft und vermittelt konkrete Empfehlungen.

### **3.3 Enabling Technologies**

#### **(Unterstützende Technologien)**

In diesem Kernbereich ist weniger die Entwicklung, sondern vielmehr das Commitment und der Konsens auf die einheitliche Anwendung von prozessunterstützenden Technologien von Bedeutung. Dies einerseits, um von Skaleneffekten profitieren zu können, und andererseits, um die Investitionssicherheit zu erhöhen. ECR sieht wo immer möglich die Anwendung von GS1 Identifikations- und Kommunikationsstandards vor und fördert, wo sinnvoll, deren einheitliche Umsetzung über Umsetzungsinitiativen.

### **EDI – Electronic Data Interchange**

#### **(Elektronischer Datenaustausch)**

Electronic Data Interchange (EDI) umfasst alle Einsatzbereiche der vollautomatisierten und standardisierten Kommunikation von Geschäftsmeldungen wie beispielsweise Bestellung, Lieferschein, Rechnung und Stammdaten zwischen Computern bzw. Maschinen. Seit den 1980er-Jahren setzt sich der elektronische Informationsaustausch, insbesondere auch über das Internet, immer mehr durch. In der Schweiz steht nach wie vor die Anwendung der EANCOM Messages im Vordergrund.

### **RFID – Radio Frequency Identification**

#### **(Funkbasierte Identifikation)**

Radio Frequency Identification (RFID) nutzt berührungslose Funktechnik zu Identifikationszwecken. Mit Hilfe von RFID lässt sich die berührungslose Identifikation, Steuerung und Verfolgung beliebig vieler Waren und Objekte über die gesamte Wertschöpfungskette – von der Produktion bis zum After-Sales-Bereich – realisieren.



### **POS Data Management (Abverkaufszahlen-Management)**

Eines der wichtigsten ECR-Elemente ist die Nutzung von am POS (Point of Sale) gewonnenen Daten. Ihre Verwendung erhöht die Prognosegenauigkeit und damit die Verfügbarkeit von Produkten. Mit POS-Daten können Hersteller und Händler ihre Lager-, Transport- und Produktionsabläufe besser steuern und die Kostenseite optimieren. POS-Daten sind ausserdem eine wichtige Informationsgrundlage zur Erlangung von Erkenntnissen über das Verhalten von Konsumenten und deren Bedürfnisse. Dadurch kann beispielsweise die Sortimentsgestaltung und die Promotionsplanung verbessert werden.

### **3.4 Integrators (Integratoren)**

Unter Integratoren versteht ECR die integrierte Lösung konkreter Probleme im operativen Geschäft. Bisher wurden Themen wie Planungs- und Prognose- Ungenauigkeit (CPFR), Schwund (u. a. Diebstahl), regalnachfüll- und detailhandels-optimierte Verpackungen, optimale Warenverfügbarkeit im Regal bzw. Out-of-Stock und eCommerce als Anwendungsempfehlungen entwickelt. Diese Methoden knüpfen nahtlos an die anderen ECR-Empfehlungen an. Meistens sind die Kernbereiche Demand Management, Supply Chain Management und Enabling Technologies davon betroffen.

### **CPFR – Collaborative Planning, Forecasting & Replenishment (Gemeinsame Planung, Prognose und Belieferung)**

Sowohl Normal- als auch Aktionsware kann durch ein methodisches Planungs- und Prognosemodell optimiert werden.

- > Informationsaustausch verbessert Prognosen
- > Genauere Prognosen steigern die Effizienz mehrfach
  - Technik (Produktion)
  - Logistik/Prozesse (Lagerhaltung und Transporte)
  - Marketing (Warenverfügbarkeit)

Collaborative Inventory Optimisation – Gemeinsame Lager-Optimierung, ein Projekt auf Stufe ECR Europe – bedeutet, unter Berücksichtigung der Interdependenzen in der Versorgungskette zwischen Hersteller und Händler die Geschwindigkeit und Versorgungssicherheit zu verbessern und gleichzeitig Kosten zu sparen.

### **Shrinkage (Schwund)**

Konsumgüter-Unternehmen (Händler, Hersteller und Logistikdienstleister) verlieren durch Schwund allein in Europa jährlich über 30 Mrd. Euro. Schwund betrifft alle in die Supply Chain involvierten Partner und hat viele Facetten. ECR zeigt diese auf und präsentiert wirkungsvolle, kollaborative Ansätze zu deren Reduktion.

### **SRP – Shelf/Retail Ready Packaging (Handels- und verkaufsgerechte Regalverpackungen)**

Handels- und verkaufsgerechte Regalverpackungen erleichtern den Partnern im Detailhandel das Auffüllen von Verkaufsregalen. Weitere Benefits sind die Erhöhung der Warenverfügbarkeit sowie Kosteneinsparungen bei allen Beteiligten durch einfaches Handling. Dieses Tool ermöglicht eine konsumentenfreundlichere Gestaltung der Verkaufsfond.

### **OSA – Optimal Shelf Availability (Optimale Verfügbarkeit der Produkte) & Prevention of Out-of-Stock (Verhinderung von Out-of-Stock)**

Einer der wichtigsten Kundenwünsche ist die optimale Verfügbarkeit der Produkte. Deshalb bindet eine optimierte Regalverfügbarkeit den Kunden und sichert seine Loyalität. Die ECR-Empfehlung geht auf die folgenden Fragen ein:

- > Wie können Fehlbestände gemessen werden?
- > Welche Ursachen bedingen Fehlbestände?
- > Wie reagiert der Konsument auf Out-of-Stock-Situationen?
- > Welche Rückwirkungen haben Fehlbestände auf Handel und Industrie?
- > Mit welchen Massnahmen können Fehlbestände erheblich reduziert werden?

### **Displays und Dollies**

Bei schnelldrehenden Produkten mit grossem Gewicht besteht für alle im Prozess Beteiligten das Bestreben, möglichst einfache, gut handelbare Ladungsträger einzusetzen. Generell ist schnelles Handling auch bei leichteren Gütern und insbesondere für Promotionen, welche auf einem zweiten Verkaufspunkt platziert werden, anzustreben. Dollies bieten dazu eine ideale Lösung:

- > Vielfach simplifiziertes Handling mit Zeiteinsparungen
- > Unterstützung von Cross-Docking-Prozessen
- > Reduktion von «Out-of-Stocks»
- > Gute Warenpräsentation am POS
- > Reduktion von Abfall (Wegfall der Einwegpaletten)



### **Nachhaltigkeit**

Nachhaltigkeit beschreibt die Nutzung eines regenerierbaren Systems in einer Weise, dass dieses System in seinen wesentlichen Eigenschaften erhalten bleibt und sein Bestand auf natürliche Weise regeneriert werden kann. Dem Grundgedanken Nachhaltigkeit kommt innerhalb der ECR-Konzepte grosse Bedeutung zu. Namentlich mit der Bewirtschaftung von Produkten innerhalb der Rohstoffgewinnung, der Produktion, der Lagerhaltung (Kühlung, Tiefkühlung, Mehrweggebinde) und des Transports (Transport-Optimierung) werden energiesparende und effiziente Systeme angestrebt, welche sowohl ökologischen als auch betriebswirtschaftlichen Einfluss in der Supply Chain haben sollen. Dabei sind auch unternehmensübergreifende, kollaborative Aktivitäten von grosser Bedeutung.





## 4. Die ECR-Organisation bei GS1 Schweiz

### 4.1 Globale Aufgabe

Efficient Consumer Response ist eine einzigartige Initiative, in der sich Hersteller, Gross- und Einzelhändler sowie Dienstleister zusammengeschlossen haben. Ihr Ziel ist es, durch gemeinsame Anstrengungen die Wertschöpfungskette zu verbessern, um so den Konsumentinnen und Konsumenten ein Optimum an Qualität, Service und Produktvielfalt zu bieten – besser, schneller und kostengünstiger. ECR-Empfehlungen enden nicht an den Landesgrenzen. Um nationale Alleingänge zu vermeiden, werden grundsätzlich alle nationalen Ergebnisse in den zuständigen internationalen Gremien abgestimmt. GS1 Schweiz ist Mitglied von ECR Europe sowie des TCGF The Consumer Goods Forum (Globale ECR-Organisation) und arbeitet projektbezogen mit anderen ECR-Initiativen eng zusammen.

### 4.2 ECR bei GS1 Schweiz

Im Rahmen von GS1 Schweiz bearbeiten verschiedene Fachbeiräte und Arbeitsgruppen ECR-Themen. Wichtig ist jede einzelne Mitgliedschaft, weil der praktische Input lokal von der Basis her erfolgen muss – und in Form eines konkreten Nutzens wieder dorthin zurückfließt.

### 4.3 Der ECR-Fachbeirat

Der ECR-Fachbeirat nimmt die Rolle des nationalen ECR Boards wahr. Er unterstützt dabei einerseits die Einführung bzw. Verbreitung von ECR in der Schweiz. Andererseits ist er die wesentliche Antriebskraft zu einer vitalen Kommunikationsplattform von GS1 Schweiz für ECR. Bei Bedarf werden Arbeitsgruppen zur Erarbeitung von Lösungen gebildet und Umsetzungsinitiativen lanciert. Die Mitglieder des Fachbeirates sind Unternehmensvertreter aus Handel, Industrie und Logistikdienstleistung, welche zur optimalen Begleitung der Thematik beitragen.

#### Kontakt

##### GS1 Schweiz

Demand & Supply Processes  
Telefon +41 (0)58 800 73 00  
collaboration@gs1.ch  
www.gs1.ch

##### Team

Valentin Wepfer, Stv. Geschäftsführer, Leiter Demand & Supply Chain Processes, Marketing  
René Bürli, Senior Project Manager  
Carina Kunz, Junior Project Manager



**GS1 Switzerland**  
Länggassstrasse 21  
CH-3012 Bern  
T +41 58 800 70 00  
F +41 58 800 70 99

**Excellence in  
Process Management**  
[www.gs1.ch](http://www.gs1.ch)

Standardisation		T +41 58 800 72 00   F +41 58 800 72 99   <a href="mailto:standardisation@gs1.ch">standardisation@gs1.ch</a>
Collaboration		T +41 58 800 73 00   F +41 58 800 73 99   <a href="mailto:collaboration@gs1.ch">collaboration@gs1.ch</a>
Information		T +41 58 800 77 00   F +41 58 800 77 99   <a href="mailto:information@gs1.ch">information@gs1.ch</a>
Learning		T +41 58 800 75 00   F +41 58 800 75 99   <a href="mailto:learning@gs1.ch">learning@gs1.ch</a>
Support		T +41 58 800 74 00   F +41 58 800 74 99   <a href="mailto:support@gs1.ch">support@gs1.ch</a>
Events		T +41 58 800 77 00   F +41 58 800 77 99   <a href="mailto:events@gs1.ch">events@gs1.ch</a>
Network		T +41 58 800 74 00   F +41 58 800 74 99   <a href="mailto:network@gs1.ch">network@gs1.ch</a>