

White Paper – PIM im Handel

Produktinformationsmanagement: Fokus E-Commerce



Übersicht

Dokumenteninformation	
Titel	White Paper PIM im Onlinehandel / Arbeitsgruppe PIM
Version	1.0
Release	März 2025
Herausgeber	GS1 Switzerland

Autoren und Mitwirkende

	Name	Vorname	Organisation
GS1 Arbeitsgruppen-Leitung:	Mueller	Gregor	GS1 Switzerland
GS1 Standards Experten:	Ottiker	Michel	GS1 Switzerland
	Schneider	Domenic	GS1 Switzerland
Arbeitsgruppen-Mitglieder:	Batt	Jonas	GS1 Switzerland
	Crapella	Christian	EMMI Schweiz AG
	Gerig	Andreas	Migros-Genossenschafts-Bund
	Hosig	Thomas	Meier Tobler AG
	Luginbühl	Christoph	Chris Sports AG
	Menzi	Patrick	Coop
	Rappen	Sebastian	Microsoft
	Schenk	Mathias	ASMAS / ANWR-Garant
	Schmäh	Frank	EM Elektro Material AG
Schütz	Susanne	Chocolats Camille Bloch AG	

Version 1.0

Version	Datum	Ersteller	Zusammenfassung der Änderungen
1.0	März 2025	GS1 Switzerland	Dokument zur Publikation freigegeben

Widerruf (Disclaimer)

Trotz aller Bemühungen, die Korrektheit der im vorliegenden Dokument enthaltenen GS1 Standards sicherzustellen, übernimmt GS1 Switzerland und jede weitere Partei, die an der Erstellung dieses Dokumentes beteiligt war, keine Gewähr (weder ausdrücklich noch implizit). Jede Haftung für unmittelbare, mittelbare oder sonstige Schäden oder Verluste, die in Verbindung mit der Verwendung dieses Dokumentes stehen oder aus der Anwendung dieses Dokumentes resultieren, unabhängig von der Klagsache, inklusive Richtigkeit, Gebrauchstauglichkeit oder Zweckmässigkeit, aber nicht darauf beschränkt, wird ausgeschlossen.

Das Dokument kann von Zeit zu Zeit überarbeitet werden, sei es aufgrund von technologischen Entwicklungen, Änderungen in den Standards oder neuen rechtlichen Gegebenheiten. Einige Produkte und Firmennamen, die hier erwähnt werden, können eingetragene Warenzeichen und/oder eingetragene Warenzeichen ihrer jeweiligen Firmen sein. GS1 ist ein eingetragenes Warenzeichen von GS1 AISBL.

Inhaltsverzeichnis

TEIL I: Einleitung, Key-Facts, Begrifflichkeiten	4
1. Einleitung	4
2. Begrifflichkeit Produktinformationen	5
3. Definition Anwendungsbereich	6
4. Definition Unterscheidung Branchen	7
TEIL II: Datenquellen, Datenformate, Standards	8
1. Datenquellen	8
2. Dateiformate	9
3. Standards	10
TEIL III: Sortiments-übergreifende Merkmale	12
TEIL IV: Appendix	16

TEIL I: Einleitung, Key-Facts, Begrifflichkeiten

Definition Struktur / Ausrichtung / Umfang

1. Einleitung

Die digitale Transformation hat den E-Commerce zu einem integralen Bestandteil des globalen Handels gemacht. In dieser schnelllebigen und sich ständig weiterentwickelnden Landschaft ist der Austausch von Produktdaten zwischen Lieferanten und Handel von entscheidender Bedeutung. Um jedoch das volle Potenzial des E-Commerce auszuschöpfen, benötigen alle Beteiligten ein gemeinsames Grundverständnis und klare Richtlinien für den effizienten und reibungslosen Datenaustausch.

Aus diesem Grund präsentieren wir Ihnen dieses Whitepaper, das Ihnen als Leitfaden für den Datenaustausch von Produktdaten im Handel, mit Fokus «E-Commerce» dienen soll.

Das Ziel ist es, ein umfassendes Verständnis der Datenarchitektur zu vermitteln, einschliesslich der Attributstrukturen, Klassifikationen und des Mindestsets an Daten, die für den erfolgreichen Online-Verkauf erforderlich sind. Wir werden auch bestehende Standards für den Datenaustausch einordnen und praktische Beispiele liefern, um Ihnen dabei zu helfen, diese Konzepte in Ihrem Unternehmen umzusetzen.

Dieses Whitepaper bietet wertvolle Einblicke für verschiedene Akteure entlang der Wertschöpfungskette, um den Datenaustausch zu optimieren und Ihre Geschäftsprozesse zu verbessern.

Wir empfehlen, dieses Whitepaper zu nutzen, um die Kenntnisse bezüglich des effektiven Datenaustausches im E-Commerce zu erweitern, wie auch die Komplexität der Thematik effizient und erfolgreich zu bewältigen - immer mit dem Fokus für den Endkonsumenten Mehrwert zu erzeugen

Tauchen Sie ein in die Welt des datengesteuerten E-Commerce und lassen Sie dieses Whitepaper zu Ihrem wertvollen Begleiter auf Ihrem Weg zu erfolgreichem Datenmanagement werden.

Es ist dabei zu beachten, dass die Durchdringung der geschaffenen Richtlinien und Strukturen auf allen Stufen der Wertschöpfungskette eine gewisse Zeit braucht. Zudem wird sich mit der Entwicklung des Handels auch die Struktur und die Kategorisierung stetig verändern.

Key-Facts:

- Produzenten, Lieferanten und Handel benötigen ein gemeinsames Grundverständnis für den Aufbau einer Datenstruktur bei PIM-Daten (erweiterte Produktdaten).
- Aufgrund mangelnder Umsetzung der bestehenden Strukturen und übergeordneten Standards, soll dieses White Paper bei Erfassung, Anreicherung und Weitergabe von erweiterten Artikeldaten (PIM-Daten) unterstützen. Neben hohen Kosten, verursachen fehlende oder mangelhafte Umsetzung von Standards Fehler, die sich auf die Datenqualität der angebotenen Artikel und den Touch-Points gegenüber Kunden negativ auswirken.
- Der Leitfaden richtet sich branchenübergreifend an alle Unternehmen und deren mitarbeitenden Personen, die in irgendeiner Form in die Datenerstellung/ Erfassung, die Datenweitergabe und / oder den Datenaustausch entlang der Wertschöpfungskette eingebunden sind.
- Mit diesem Whitepaper und dem Aufzeigen der Nutzung von GS1 Standards und Services in diesem Bereich sollen die Aufwendungen der Handelsteilnehmer bei der Datenerfassung, der Datenweitergabe und dem Datenempfang von PIM-Daten reduziert werden und zusätzlich die Datenqualität und Datenmenge auf den digitalen Touch-Points für Kunden erhöht werden.

2. Begrifflichkeit Produktinformationen

2.1 Unterteilung

Produktinformationen von Handelsartikeln sind umfassende Daten und Details über die verschiedenen Aspekte eines kommerziellen Produkts. Diese Daten setzen sich aus mehreren Dimensionen zusammen, die dazu dienen, das Produkt umfassend zu beschreiben und effizient in Vertriebs- und Handelsprozessen zu verwalten. Zur besseren Einordnung werden in diesem Paper folgende Dimensionen der Produktinformationen unterschieden:

Grunddaten resp. Stammdaten:

Diese Dimension umfasst grundlegende Informationen über das Produkt, die alle identischen Produkte gemeinsam haben. Dazu gehören beispielsweise Produktname, Hersteller, und Artikelnummer. Im Rahmen des Master-Data-Managements dienen Artikelnummern der eindeutigen Identifikation eines Produkts innerhalb eines Unternehmens und über verschiedene Systeme hinweg. (Herstellungsdatum ist als Bewegungs-, resp. Transaktionsdaten definiert)

Logistische Daten:

Hierbei handelt es sich um Informationen, die für die Lagerhaltung, den Versand und die Bestandsverwaltung von Relevanz sind. Dazu gehören Lagerbestände, Lagerorte, Mindestbestellmengen, Versandgewicht und Versandkosten. Logistische Daten können zudem weiter gefasst werden, bis hin zur Erfassung und dem Austausch von Daten entlang der Wertschöpfungskette zwischen unterschiedlichen Partnern.

Preisinformationen:

Diese Dimension beinhaltet Informationen zu den verschiedenen Preisen des Produkts, wie Listenpreis, Rabatte, Staffelpreise und Währungseinheiten.

Klassifizierung:

Dieser Aspekt bezieht sich auf die Kategorisierung des Produkts nach verschiedenen Klassifizierungssystemen. Ein Beispiel hierfür ist die Zuweisung zu der GPC-Klassifizierung (Global Product Classification) von GS1*, die zur einheitlichen Produktkategorisierung in internationalen Märkten dient. Je nach Branche haben sich weitere Klassifizierungssysteme etabliert.

Produktspezifische Attribute vs Stammdaten:

Hier werden spezifische Merkmale und Eigenschaften des Produkts beschrieben. Produktspezifische Attribute werden aus der Klassifizierung eines Produkts abgeleitet und unterscheiden sich entsprechend stark in den jeweiligen Branchen / Sortimenten.

- **Beschreibende Informationen:**
Die beschreibenden Attribute haben zum Ziel, Konsumentinnen und Konsumenten bei der Kaufentscheidung basierend auf Informationen zu unterstützen. Dies kann je nach Produkt Informationen zu Farben, Materialien, Geschmack und weitere Produkteigenschaften umfassen.
- **Regulatorische Informationen:**
Aufgrund von regulatorischen Vorgaben müssen beim Verkauf regulatorische Informationen zwingend in korrekter und vollständiger Form vorliegen. Zu beachten ist, dass regulatorisch geforderte Informationen sich nach Produkt und Land unterscheiden können.

Bilder und weitere Assets:

Diese Dimension umfasst multimediale Ressourcen, die das Produkt visuell oder textuell darstellen. Dazu gehören Bilder, Produktvideos, Anleitungen, Handbücher und technische Datenblätter.

*siehe Kapitel 3. Standard, Seite 10



Abbildung 1: Skizze Aufbau Produktinformationen

Details & Links zu den GS1 Global Data Model - (siehe detaillierte Ausführung via Link im Appendix, aufgrund der Komplexität).

Um Produkte erfolgreich online zu verkaufen, sind hochwertige und umfassende Daten in allen Bereichen von entscheidender Bedeutung, um einen reibungslosen Prozess sicherzustellen. Insbesondere Grunddaten bilden das Fundament der Supply Chain. Nicht zuletzt deshalb sind diese Daten oft qualitativ, sowie vollständig vorhanden und Standards dafür sind dokumentiert. Häufig werden diese Informationen in ERP-Systemen verwaltet.

Produktinformationen, wie Klassifizierungen, produktbeschreibende Attribute und Bilder, die hauptsächlich für den Verkauf benötigt werden, werden in der Regel unter dem Begriff PIM (Product Information Management) verwaltet. Obwohl auch diese Informationen für den Online-Verkauf von zunehmend grosser Bedeutung sind, gibt es bisher nur vereinzelte oder branchenspezifische Ansätze zur Definition dieser Daten.

3. Definition Anwendungsbereich

3.1. Anwendungsbereich

Die im Whitepaper enthaltenen Empfehlungen in Bezug auf die Datenstrukturen sollen dahingehend stetig weiterentwickelt werden, um eine breite Anwendbarkeit für Unternehmen in verschiedenen Branchen mit Kundensprache zu gewährleisten und den spezifischen Bedürfnissen und Anforderungen dieser Branchen gerecht zu werden. Dabei fokussiert sich das Whitepaper auf Handelsbereiche im Konsumgüterbereich mit Online-shop-Ausprägung (Konsumwaren; alle Güter, die von Konsumenten (Endverbrauchern) verbraucht (Verbrauchsgüter) oder genutzt (Gebrauchsgüter) werden.). Explizit nicht enthalten sind in diesem Whitepaper Richtlinien für die folgenden Bereiche:

- Gesundheitswesen (Medical Care und Health Care)
- Industriebereich mit Halbfabrikaten und Rohstoff-Verarbeitung

Das Whitepaper soll mithelfen, dass die Datenstrukturen bei den Datenbereitstellern und den Datenempfängern entlang der Wertschöpfungskette harmonisiert werden und somit zur Optimierung der Arbeits- und Geschäftsprozesse im Datenaustausch beitragen.

Datenbereitsteller können somit das digitale Produkt-Etikett basierend auf einer Struktur erstellen, die branchen-übergreifend ist.

- Produzenten / Hersteller
- Lieferanten
- Produktverantwortliche Personen im Grosshandel
- Importeure / Inverkehrbringer

Datenempfänger können ihrerseits die Daten in einem bekannten Format und einer bekannten Struktur empfangen und somit die Schnittstellen systemunabhängig entsprechend vorbereiten und bauen.

- Handelsunternehmen / Händler
- e-com Verantwortliche
- Onlineshop-Strukturen
- Clearing Center / Datendienstleister
- Behörden
- Lösungsanbieter

4. Definition Unterscheidung Branchen

4.1. Anwendungsbereich, Strukturen und Granularität

Durch die Einschränkung des Whitepapers auf Konsumgüter schaffen wir eine gemeinsame Basis, die sich in der Ansprache auf für End-Kunden erwerbliche Ware findet. Sprich: Konsumwaren; alle Güter, die von Konsumenten (Endverbraucher) verbraucht (Verbrauchsgüter) oder genutzt (Gebrauchsgüter) werden.

Dabei sollen kundenrelevante Daten über einen Online-shop angezeigt werden, so dass ein Mehrwert entsteht. Der Anzahl Attribute sind keine Grenzen gesetzt, solange sie aussagekräftig und relevant sind.

Eine Unterscheidung der verschiedenen Branchen innerhalb der Konsumgüter wird nicht vorgenommen.

Das Whitepaper definiert die Attributs-Strukturen im Rahmen der Mindestanforderungen, welche branchenübergreifend Sinn machen und angewendet werden können.

Die Stammdaten der Artikel müssen branchenübergreifend einheitlich sein. Dazu verweisen wir auf die bereits bestehenden Richtlinien und minimalen Anforderungen des GS1 Standard GDSN und der damit verbundenen Empfehlungen.

Eine branchenspezifische Granularität der PIM-Datenstruktur wird innerhalb des von der GS1 Switzerland vorgelegten Whitepapers nicht unterstützt und betrachtet.

TEIL II: Datenquellen, Datenformate, Standards

Datenquellen / Datenformate / Standards

1. Datenquellen

Unternehmen nutzen verschiedene Systeme zur Verwaltung von Produktinformationen. Diese Systeme generieren und verarbeiten Daten entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Entlang der Liefer- und Wertschöpfungskette werden in verschiedenen Systemen aggregierte Daten zu Produkten selektiv an entsprechende Umsysteme über unterschiedliche Schnittstellen und Dateiformate weitergeleitet. Grundsätzlich kann jedes dieser Systeme als

Ursprung von Produktinformationen und somit als Datenquelle dienen, um somit einen Beitrag zur Generierung von verkaufsfördernden Produktdaten leisten. Schlussendlich ist bei der Steuerung der Liefer- und Wertschöpfungskette der Zugang zu relevanten Produktinformationen zentral.

Es folgt eine Aufstellung möglicher Teilnehmer einer Lieferkette, die einen Beitrag zur Generierung und Weitergabe verkaufsfördernder Produktdaten liefern können.

Teilnehmer Lieferkette	Mögliche relevante Systeme
Hersteller / Produktion	PIM / ERP / SRM / Datapools / Datawarehouse / manuelle, kundenindividuelle Erfassung
Distributor / Grosshandel	PIM / ERP / SRM / CMMS / Datapools / manuelle, kundenindividuelle Erfassung
Einzel-/Detailhandel	PIM / ERP / CRM / Verpackungsdesign / Shelfplanning / Regulatorische Datenbanken / Marketing-Tools

In einer Welt mit Konzernen unterschiedlichster Grösse und Komplexität stellt sich die Herausforderung, dass Systemlandschaften im Betrieb höchst heterogen sind. Sie können sich stark in ihrer jeweiligen Zusammensetzung, Aufbau und Funktionen unterscheiden. Es besteht eine sehr grosse Auswahl an Softwareanbietern mit unterschiedlichsten Lösungen.

Dieser Umstand kann dazu führen, dass die Kommunikation mit Umsystemen erschwert oder mühselig ist. Es ist daher von hoher Wichtigkeit mit etablierten Dateiformaten, Standards und möglichst flexiblen Schnittstellen zu arbeiten.

2. Dateiformate

Über die Jahre haben sich Industrie-übergreifend unterschiedliche Dateiformate etabliert.

Format	Kurzbeschreib	Vorteile	Nachteile
CSV	Universelles, kommagetrenntes Textformat, einfach bearbeitbar, ideal für Datenimport/-export in Tabellenkalkulationen.	Kompatibel mit vielen Anwendungen Einfache Massенbearbeitung Geringer Speicherbedarf	Unterschiedliche CSV-Handhabungen Keine Unterstützung für komplexe Datenstrukturen Keine integrierten Datenintegritätsmechanismen
XLS XLSX	Microsoft-Formate, geeignet für komplexe Datenstrukturen und Formatierungen.	Benutzerfreundlichkeit und breite Nutzung Umfangreiche Analysefunktionen Detaillierte Formatierungen und Strukturierungen möglich	Potenzielle Inkompatibilitäten Beschränkungen bei grossen Datensätzen Sicherheitsrisiken durch Makros und menschliche Bearbeitungsfehler
XML	Flexibles, strukturiertes Format mit benutzerdefinierten Tags, ideal für Datenaustausch.	Selbstbeschreibende, erweiterbare Struktur Unterstützung durch Branchenstandards	Potenzielle Inkompatibilitäten Beschränkungen bei grossen Datensätzen Sicherheitsrisiken durch Makros und menschliche Bearbeitungsfehler
JSON	Textbasiertes Format für Objektdaten in Attribut-Wert-Paaren, häufig für Webanwendungen genutzt.	Mensch- und maschinenlesbar, effizient Ideal für Webtechnologien	Keine Kommentare möglich Eingeschränkte Datentypunterstützung
EDIFACT PRICAT	Standards für den Austausch von Geschäftsdokumenten, wie Preis- und Produktinformationen.	Standardisiert und konsistent Branchenweite Akzeptanz	Komplex in der Handhabung Potenziell hohe Implementierungskosten Eingeschränkte Flexibilität

Mögliche künftige Trends bzgl. Datenformate beinhalten (nicht abschliessend):

- EPCIS (u.a. bezüglich DPP)
- JSON-LD für verbesserte SEO und Indexierung
- Formate mit reichhaltigen Medieninhalten
- Blockchain für Produktauthentifizierung
- KI-integrierte Datenformate
- Stärker modulare und interoperable Formate

Die Entwicklung zukünftiger Datenformate wird laufend von digitalen und technologischen Fortschritten beeinflusst und kann daher nicht umfassend, abschliessend dargestellt werden.

3. Standard

3.1 Definition Standard

Der Duden bezeichnet den Standard als etwas, "was als mustergültig, modellhaft angesehen wird und nach dem sich anderes richtet".

Ein Standard zeichnet sich (generisch) dadurch aus, dass er sich auf die Entitäten Dienstleistungen, Material, Produkte, Prozesse, Schnittstellen oder Systeme bezieht und deren Aspekte Bedingungen, Masse, Spezifikationen oder Vereinbarungen in bestimmten, sich wiederholenden Situationen beschreibt.

Erst wenn eine Norm eine weite Verbreitung und Anerkennung gefunden hat, kann von einem Standard gesprochen werden.

kurz: "bekannt, akzeptiert und dokumentiert"

In den letzten Jahren und Jahrzehnten haben sich in unterschiedlichen Handelsbereichen Standards im elektronischen Austausch von Daten etabliert. Die Standards weisen ihre Stärken in divergierenden Themenbereichen auf, sei dies bei der Übermittlung von Mass- und Mengeneinheiten, Länder- und Währungsabkürzungen und Produktklassifikationen mit/ohne beschreibende Merkmale/Attribute.

Bestehende Standards (nicht abschliessend) im Bereich der Übermittlung von Produktidentifikation, Produktdaten und -klassifikationen:

Standard	Themenbereich	Beschrieb	Link
UNECE REC 20	Mass- und Mengeneinheiten		https://www.iso.org/obp/ui/#search/code/
ISO Country Codes	Länderabkürzungen		https://www.iso.org/iso-4217-currency-codes.html
ISO Currency Codes	Währungsabkürzungen		https://www.iso.org/iso-4217-currency-codes.html
GTIN	Produktidentifikation	Die Global Trade Item Number (GTIN) ist die eindeutige, weltweit überschneidungsfreie Identifikation von Artikeln	https://www.gs1.ch/de/barcodes-standards/barcodes https://www.gs1.ch/de/media/1222
GLN	Produktidentifikation	Die Global Location Number (GLN) ist die eindeutige, weltweit überschneidungsfreie Identifikation aller Unternehmen, Betriebe und Betriebsstellen	https://www.gs1.ch/de/produkte-dienstleistungen/gln
Encoding	Produktidentifikation	zu präferenzierendes Encoding UTF-8	
UNSPSC	Klassifikationssystem	hierarchische Gruppierung von vergleichbaren Artikeln	https://www.unspsc.org/ is managed by GS1
eClass	Klassifikationssystem	hierarchische Gruppierung von vergleichbaren Artikeln	https://eclass.eu/
GPC	Klassifikationssystem	hierarchische Gruppierung von vergleichbaren Artikeln inkl. Produktdaten	https://www.gs1.ch/de/barcodes-standards/gs1-standards/share/global-product-classification-gpc
ETIM	Klassifikationssystem	hierarchische Gruppierung von vergleichbaren Artikeln inkl. Produktdaten Schwerpunkte Elektrotechnik, Sanitär, Baustoffe, Werkzeuge	https://www.etim-international.com/
proficl@ss	Klassifikationssystem	hierarchische Gruppierung von vergleichbaren Artikeln Bau- & Werkzeugbereich	www.proficlass.de

Google Taxonomie	Klassifikationssystem	Hierarchische Gruppierung von vergleichbaren Artikeln	Google seller center
Amazon Taxonomie	Klassifikationssystem	Hierarchische Gruppierung von vergleichbaren Artikeln	Amazon seller center
GDSN	Datenpools	Produktdaten, Assets, Regulatorisch-relevante Daten	https://www.gs1.ch/de/bar-codes-standards/gs1-standards/share/gdsn
firstbase	Datenpool	Plattform: GDSN Datapools	https://www.gs1.ch/de/aktuelles/innovation/firstbase https://www.firstbase.ch/de
GS1 Certified Data Pool List	Datenpool	Produktdaten	https://www.gs1.org/services/gdsn/certified-data-pools-list
Verified by GS1	Datenpool	Produktidentifikation + Firmendaten	https://vbg.gs1.ch/de
trustbox	Datenpool	Konsumentenrelevante Produktinformationen für Food	www.trustbox.ch
IceCat	Datenpool	Produktdaten	https://icecat.biz/de-ch
2BA	Datenpool	Produktdaten (Industrie)	https://www.2ba.nl/
GS1 MRHI	Produktbilder	Guideline zur Standardisierung von Produktbildern	https://ref.gs1.org/guidelines/mrhi/

TEIL III: Sortiments-übergreifende Merkmale

Erhebung sortiments-übergreifender Merkmale

Dies ist eine Auflistung von Merkmalen/Attributen (die eine sortiments-übergreifende und somit nicht produktspezifische Welt beschreiben), die Verkaufsentcheid-fördernd (im E-Commerce - B2C relevant) sein können. Im Zentrum stehen dabei Non und Near Food Produkte, Food Produkte sind durch den aktuellen GDSN Standard bereits gut abgedeckt.

Es handelt sich dabei ausschliesslich um nicht regulatorisch-relevante Daten.

Es soll nun geklärt werden, ob diese Merkmale bereits durch "vorgelagerte" Teilnehmer entlang der Wertschöpfungskette erfasst werden können, womit sich der Aufwand im Frontend verringert und dieselbe Information erneut beschafft werden muss.

Die Liste ist nicht abschliessend (kann und soll erweitert/ angepasst werden) und kommt einer "Machbarkeitsstudie" gleich.

In der Spalte Anmerkung wird unterschieden zwischen "Elektrisch" und "Nicht Elektrisch" - die beiden Merkmale sind auf alle "elektrischen" Produkte anwendbar und gleichzeitig für kein "Nicht-Elektrisches" Produkt.

Anmerkung: Diverse Daten werden bereits durch den GDSN Standard abgedeckt (Bsp. siehe Screenshot), so mitunter auch das Gewicht des unverpackten Artikels.

Sämtliche Merkmale, die im GDSN Standard aufzufinden sind, werden weiter unten aufgeführt.

Produktinformation	Firmeninformation														
<h3>Sticky's Traditional Strawberry Jam Low Sugar 500 Gram</h3>															
	<table border="1"> <tr> <td>GTIN:</td> <td>09506000140445</td> </tr> <tr> <td>Markenname:</td> <td>(en) Sticky's</td> </tr> <tr> <td>Produktbeschreibung:</td> <td>(en) Sticky's Traditional Strawberry Jam Low Sugar 500 Gram</td> </tr> <tr> <td>Link zum Produktbild:</td> <td>(en) https://www.gs1.org/docs/09506000140445_A1C1.jpg</td> </tr> <tr> <td>Globale Produktkategorie:</td> <td>10000217</td> </tr> <tr> <td>Nettofüllmenge:</td> <td>500 g</td> </tr> <tr> <td>Verkaufsland:</td> <td>(de) Welt (en) world (fr) monde</td> </tr> </table>	GTIN:	09506000140445	Markenname:	(en) Sticky's	Produktbeschreibung:	(en) Sticky's Traditional Strawberry Jam Low Sugar 500 Gram	Link zum Produktbild:	(en) https://www.gs1.org/docs/09506000140445_A1C1.jpg	Globale Produktkategorie:	10000217	Nettofüllmenge:	500 g	Verkaufsland:	(de) Welt (en) world (fr) monde
GTIN:	09506000140445														
Markenname:	(en) Sticky's														
Produktbeschreibung:	(en) Sticky's Traditional Strawberry Jam Low Sugar 500 Gram														
Link zum Produktbild:	(en) https://www.gs1.org/docs/09506000140445_A1C1.jpg														
Globale Produktkategorie:	10000217														
Nettofüllmenge:	500 g														
Verkaufsland:	(de) Welt (en) world (fr) monde														
<p>Diese Informationen wurden von GS1 Global Office (test data) zur Verfügung gestellt und wurden zuletzt am 06.06.2023 aktualisiert</p>															

Merkmal	Anmerkung	Erklärung / mögliche Werte
Typisierung		spezifische Produktklasse/kategorie - kann eigentlich als Klassifikation verstanden werden, aber spezifischer für B2C (Bsp. Küchenmaschine -> Entsafter, Zerkleinerer, Standmixer, Milchschaümer, Pastamaschine)
Farbgruppe		"Grundfarben": Blau, Rot, Gelb, Schwarz, Orange usw.
Genaue Farbbezeichnung/Herstellerfarbe		Marketingfarbe: Poison Green, Feuerrot, Marineblau usw.
Hauptmaterial		BSP: Glas, Holz, Karton, Keramik, Metall, Stein, Kunststoff usw.
Genaue Materialbezeichnung		Spezifizierung: rezyklierter Plastik, Rostfreier Edelstahl 18/10, Polyutheran
Länge		Bezieht sich auf unverpackte Produkte
Breite		Bezieht sich auf unverpackte Produkte
Höhe		Bezieht sich auf unverpackte Produkte
Tiefe		Bezieht sich auf unverpackte Produkte
Durchmesser		Bezieht sich auf unverpackte Produkte
Lieferumfang		Was ist im Verkaufsartikel enthalten? (Freitextfeld ohne Werteliste - Was ist in der Verpackung alles enthalten / Stückliste)
Inhalt in Stück		Anzahl Artikel pro Verkaufseinheit (eine Zahnbürste im Doppelpack erhält den Wert "2")
Steckertyp	Falls das Produkt "elektrisch" ist	Typ C, Typ E, Typ F (siehe https://de.wikipedia.org/wiki/L%C3%A4nder%C3%BCbersicht_Steckertypen,_Netzspannungen_und_frequenzen)
Energieversorgung	Falls das Produkt "elektrisch" ist	Akku, Batterie, Netzbetrieb, Benzin usw.

Folgende Angaben werden bereits durch den **GDSN Standard*** abgedeckt.

Nr.	Attributname DE	Community Hilfetext DE
1	GTIN der Artikeleinheit	Die Global Trade Item Nummer (GTIN) ist der GS1-Schlüssel zur eindeutigen Identifizierung von Artikeln (auch von Um- oder Transportverpackungen). Unter einem Artikel versteht man ein Produkt oder eine Dienstleistung, für die eine Reihe von vordefinierten Informationen gesammelt werden und die an jedem beliebigem Punkt der Beschaffungskette mit einem Preis ausgezeichnet, bestellt oder in Rechnung gestellt werden können.
2	Artikelbeschreibung / Sprache	Eine verständliche und nutzbare Beschreibung des Produkts unter Verwendung einer Kombination von Schlüsselementen wie Markenname, Submarke (falls vorhanden), Funktionsbezeichnung, Variante und Nettofüllmenge.
3	Artikelkurzbeschreibung / Sprache	Artikelkurzbeschreibung, d.h. kurze, möglichst vollständige Produktbezeichnung des Artikels. Die Artikelkurzbeschreibung dient dazu, den Artikel mit seinen charakteristischen Merkmalen eindeutig zu bezeichnen.
4	Funktionsbezeichnung / Sprache	Funktionsbezeichnung, die den Gebrauch oder den Nutzen des Produktes für den Konsumenten beschreibt. Dient zur Erläuterung der Produktklassifizierung der GTIN.
5	Markenname	Name, mit dem der Markenbesitzer - eindeutig und für den Verbraucher wiedererkennbar - eine Linie von Artikeln oder Dienstleistungen identifiziert.
6	Hersteller: GLN	GLN des Artikelherstellers, der vom Datenverantwortlichen verschieden sein kann.
7	Datenverantwortlicher: Name	Name des Datenverantwortlichen.
8	Datenverantwortlicher: GLN	GLN des Datenverantwortlichen, unter der der Artikel und alle zugehörigen Verpackungseinheiten auf der Datenplattform gespeichert sind.
9	Gültig-ab Datum (-zeit)	Datum, zu dem die Informationsinhalte gültig werden. Dieses Datum kann sowohl für die Neuanlage eines Artikels als auch für Änderungen an bestehenden Artikeln genommen werden. In diesem Falle kennzeichnet das Datum die Gültigkeit der Änderung.
10	Verfügbarkeit: Startdatum (-zeit)	Datum und Zeit, ab dem der Artikel vom Lieferanten verfügbar wird, inklusive Saisonware.
11	Letzte Änderung am	Zeitpunkt, zu dem die Informationsinhalte des Artikels im Pool zuletzt geändert und gespeichert wurden.
12	Artikelebene	Gibt die hierarchische Ebene des Artikels an (z.B. Palette, Karton, Basisartikel, etc.).
13	Basisartikel	Angabe, ob es sich um den Basisartikel der Artikelhierarchie handelt, oder nicht.
14	Bestelleinheit	Angabe, ob es sich bei dem Artikel - wie vom Datenlieferanten angegeben - um eine Bestelleinheit handelt, für die Bestellungen vom Kunden akzeptiert werden. Ist die Artikelbasis oder Verpackungseinheit nicht einzeln zu bestellen, sondern nur mehrfach innerhalb einer Um- oder Transportverpackung, ist hier "Nein" anzugeben. Stattdessen ist dann die betreffende Um- oder Transportverpackung als Bestelleinheit zu kennzeichnen.
15	Konsumenteneinheit	Angabe, ob es sich um ein als Konsumenteneinheit konzipiertes Produkt handelt oder nicht. Konsumenteneinheiten sind Lebensmittel in Fertigpackungen, die dazu bestimmt sind, an den Verbraucher abgegeben zu werden.
16	Liefereinheit	Angabe, ob die Einheit vom Lieferanten als logistische Liefereinheit einzeln an den Handel ausgeliefert wird. Wird sie dagegen nur in einer übergeordneten Umverpackung - z.B. zu mehreren in einen grösseren Karton gepackt - ausgeliefert, ist statt dessen diese Umverpackung als Liefereinheit zu definieren.
17	Nettofüllmenge / Masseinheit	Inhalt des Artikels, wie auf der Verpackung anzugeben (gemäß der landesspezifischen Fassung der regulatorischen Fertigpackungsverordnung), bei Multipacks der Nettinhalt des gesamten Artikels. Bei Artikeln mit festem Wert ist der auf der Verpackung angegebene Wert zu nehmen, um variable Inhaltsangaben zu vermeiden, wie bei manchen Artikeln, die nach Volumen oder Gewicht verkauft werden, deren Inhalt je nach Charge leicht variieren kann. Im Falle eines mengenvariablen Artikels ist die Durchschnittsmenge anzugeben.

*siehe Seite 10 & Appendix: GDSN & firstbase

18	Bruttogewicht / Masseinheit	Bruttogewicht der Artikeleinheit, inklusive des gesamten Verpackungsmaterials, auch das der enthaltenen Verpackungseinheiten. (Auf Palettenebene ist auch das Gewicht der Palette selbst enthalten.)
19	Masse: Breite / Masseinheit	Breite des Artikels, wie sie gemäss den GDSN Abmessungsregeln zu messen ist, inklusive Verpackung. Ist die Artikeleinheit eine Ladungseinheit, auch inklusive Transportverpackung / Ladungsträger.
20	Masse: Tiefe / Masseinheit	Tiefe des Artikels, wie sie gemäss den GDSN Abmessungsregeln zu messen ist, inklusive Verpackung. Ist die Artikeleinheit eine Ladungseinheit, auch inklusive Transportverpackung / Ladungsträger.
21	Masse: Höhe / Masseinheit	Höhe des Artikels, wie sie gemäss den GDSN Abmessungsregeln zu messen ist, inklusive Verpackung. Ist die Artikeleinheit eine Ladungseinheit, auch inklusive Transportverpackung / Ladungsträger.
22	GPC Brick	GPC Brick Code der GS1 Globalen Produktklassifikation (GPC), der die Produktkategorie des Artikels angibt. - Wird in der Software an dieser Stelle der GPC-Browser angezeigt (nicht in jeder Sicht), werden zusätzlich die zugehörigen GPC Attribut Typen - weitere Unterteilungen der Produktkategorie - angeboten, bei denen entsprechende GPC Attribut Werte zugeordnet werden können.
23	Zielmarkt: Ländercode	Zielmarkt (Land), dem der Artikel (mit all seinen Verpackungseinheiten) zugeordnet ist, d.h. das Land, in dem der Datenverantwortliche ihn zu verkaufen gedenkt. Unterschiedliche Zielmärkte haben verschiedene Anforderungen an das Artikelstammdatenprofil.
24	Verpackungsart	Code der Verpackungsart, der die Art des Behältnisses angibt, in dem der Artikel zum Zweck von Transport, Lagerung, Handhabung und Präsentation verpackt ist.
25	Verpackung Mehrwegkennzeichnung	Angabe, ob die Verpackung als Mehrwegverpackung gekennzeichnet ist oder nicht. Diese Angabe ist unabhängig davon, ob die Verpackung bepfandet ist.
26	Mengenvariabler Artikel	Angabe, ob es sich bei dem Artikel um einen mengenvariablen Artikel handelt. Die Artikelzahl wird nach dem Prinzip der Kontinuität, und nicht nach dem der Diskretheit bestimmt. Die Menge kann Gewicht, Länge oder Volumen betragen.
27	Umsatzsteuer	Landesspezifische regulatorische Umsatzsteuerkategorie, z.B. Null, Niedrig oder Standard.
28	Bewegungskennzeichen / Artikelstatus	Das Bewegungskennzeichen (= Artikelstatus) spezifiziert die Aktion, welche für den Artikel mit seiner Hierarchie durchgeführt werden soll: ADD (Neuanlage), CHANGE_BY_REFRESH (Änderung), CORRECT (Korrektur), DELETE (Löschung). Zusammen mit dem Gültig-ab Datum (-zeit) steuert es die Übernahme in den Datenpool und kennzeichnet gleichzeitig den Status der gelieferten Artikelhierarchie.

Anmerkungen:

Die Teilnehmer der Arbeitsgruppe PIM möchten aufgrund der Aktualität und Wichtigkeit auch auf die Themen zur **Nachhaltigkeit** hinweisen.

Insbesondere ist dabei der **DPP (Digitaler Produktpass)** zu erwähnen, welcher aufgrund neuer Regulatorien eine hohe Dringlichkeit darstellt - GS1 Switzerland steht dabei für weitere Informationen zur Verfügung (siehe auch Appendix).

TEIL IV: Appendix

Der Appendix wird als Sammlung der relevanten Links dargestellt, um die darin enthaltene Information immer aktualisiert weitergeben zu können an die Leser des White Paper:

GS1 Switzerland - GDSN - Profiles Overview

<https://www.firstbase.ch/de/services/dokumente-links>

DPP Digitaler Produktpass

<https://www.gs1.ch/de/produkte-dienstleistungen/digitaler-produktpass>

GS1 Global - Global Data Model Layers

<https://www.gs1.org/standards/gs1-global-data-model>

GS1 Navigator for Data Model

<https://navigator.gs1.org/gdm?version=2>

GTIN Registry

<https://www.gs1.ch/de/produkte-dienstleistungen/gtin-registry>

Verified by GS1

<https://vbg.gs1.ch/de>

firstbase

<https://www.firstbase.ch/de>

GS1 Web vocabulary

<https://ref.gs1.org/voc/>

<https://www.gs1.ch/de/media/1101>

GS1 Switzerland - Fachgruppen

<https://www.gs1.ch/de/netzwerk/fachgruppen>

Globale & Core Datenmodelle sind auf der Ebene GS1 Global definiert.
Regionale Datenmodelle sind im Falle von CH auf Ebene GS1 in Europe.

GS1 Switzerland – The Global Language of Business

Die GS1 Standards bilden branchenübergreifend die globale Sprache für effiziente und sichere Geschäftsprozesse. GS1 Switzerland unterstützt Unternehmungen bei der Optimierung ihrer Waren-, Informations- und Werteflüsse und vermittelt praxisnahes Wissen. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern erarbeiten wir Standards und Prozessempfehlungen und schaffen Nutzen für alle Beteiligten.

GS1 Switzerland ist ein neutraler Verein mit Sitz in Bern und Teil der in 116 Ländern tätigen not-for-profit Organisation GS1.

GS1 Switzerland

Monbijoustrasse 68
CH-3007 Bern
T +41 58 800 70 00
www.gs1.ch

Kontakt

Gregor Mueller
GS1 Switzerland
M gregor.mueller@gs1.ch



www.gs1.ch/downloads



(01)07612345000749

 GS1 Digital Link