



HANDBUCH ROADMAP ZUR „VALUE CHAIN 2016 IN DEUTSCHLAND“

TREFFPUNKT ZUKUNFT

JETZT DIE CHANCEN NUTZEN

Bereit für die Value Chain 2016?

Machen Sie den Test!

In den Expertenworkshops der Strategiegruppe Zukunft wurden die fünf Handlungsfelder identifiziert, die für Unternehmen mit Blick auf die Value Chain 2016 besonders relevant sind. Insgesamt 30 Einzelmaßnahmen bieten konkrete Handlungsempfehlungen für jedes der Handlungsfelder. Nutzen Sie diese Orientierungshilfe, um zu sehen, wo Ihr Unternehmen heute steht und wo Optimierungsbedarf besteht.

Anhand der Roadmap auf den folgenden Seiten können Sie zunächst den Status quo ermitteln. Bitte kreuzen Sie jeweils den Level an, der mit Ihrer aktuellen Unternehmenssituation am ehesten übereinstimmt. Zählen Sie Ihre Punkte pro Level zusammen; der Level mit den meisten Nennungen entspricht Ihrer aktuellen Situation am stärksten.

Nutzen Sie jetzt diese Ergebnisse, um Ihr Unternehmen weiter zu entwickeln. Das Handbuch ist als vierstufiger Aktions- und Zeitplan aufgebaut; Ziel ist es, die einzelnen Maßnahmen schrittweise zu implementieren und so in einem definierten Zeitraum den höchsten Level zu erreichen.

Viel Erfolg bei der Umsetzung!

Handlungsfelder und Maßnahmen

UNTERNEHMENSKULTUR

Bewusstseinsänderung herbeiführen

Unternehmensprinzipien festlegen, um sich vom Wettbewerb zu differenzieren

Veränderte Mitarbeiterstrukturen in die Unternehmensphilosophie integrieren

ORGANISATION

Kooperationen eingehen

Vernetzung von Herstellern, Handel und Logistik ausweiten

Anwendung von Standards ausweiten

Sortimente anpassen

Verpackungen harmonisieren

Transparentere Informationspolitik gegenüber dem Shopper schaffen

Wenn Sie Fragen haben oder praktische Hilfe beim Ausfüllen der Roadmap benötigen, dann sprechen Sie uns einfach an. Wir freuen uns auf Ihren Anruf oder Ihre Mail.

T +49 (0)221 9 47 14-0

info@gs1-germany.de

im Überblick

PROZESSE

Neue Einkaufs- und Beschaffungskriterien definieren

Flexibilität und Modularisierung in der Produktion ermöglichen

Umweltbilanz der Produktion erstellen

Transport effizienter gestalten

Collaborative Warehousing forcieren

Schlankere und schnellere Prozesse einführen

Prozessabgleich zwischen Herstellern und Händlern verbessern

Wünsche der Shopper sorgfältiger und durchgängiger analysieren und Daten besser auswerten, um Shopper gezielter ansprechen zu können

Store Design anpassen

DATENAUSTAUSCH

Qualität des Planungsprozesses für den Datenaustausch erhöhen

Datenbasis schaffen und bereitstellen; Standards sind zu nutzen

Datenaustauschsysteme erweitern

Datenaustausch auf weitere Beteiligte der Value Chain wie regionale Lieferanten, Co-Packager ausweiten

Informationsdatenbanken und Datenpools ausweiten

Datenaustausch in Echtzeit gestalten

TECHNIK

Investitionen in energieeffizientere Anlagen und erneuerbare Energien tätigen

Entwicklung von Kommunikationstechnologien ausweiten; Qualität verbessern

Größere Datenvolumina ermöglichen

Vernetzung dezentraler Systeme/Portale ermöglichen

Infoterminals für Zusatzinformationen oder Kundenführung im Handel einrichten

Technik auf dem neusten Stand halten

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>UNTERNEHMENSKULTUR Bewusstseinsänderung herbeiführen</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Veränderungen am Markt und im Unternehmensumfeld werden wahrgenommen > Die Notwendigkeit einer Reaktion wird gesehen > Konkrete Handlungsfelder sind noch nicht identifiziert > Das Bewusstsein für die Notwendigkeit eines umfassenden Maßnahmenkataloges unter Einbindung aller Mitarbeiter entsteht <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Notwendigkeit unternehmensinterner Veränderungen und Anpassungen ist im Management erkannt > Informationen zu relevanten Entwicklungen und Lösungsmöglichkeiten sind beschafft > Handlungsfelder sind identifiziert und priorisiert > Eine übergreifende Planung zur Umsetzung geeigneter Maßnahmen ist initialisiert > Das Bewusstsein für die Nutzenpotenziale und Vorteile von Kooperationen ist geschaffen > Ein Konzept zur Einbindung aller Mitarbeiter liegt vor <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Das Management bekennt sich intern und extern klar zu den notwendigen Veränderungen im Unternehmen > Ein wachsendes Bewusstsein für die dynamischen Veränderungen im Unternehmensumfeld ist geschaffen > Kooperationsmodelle sind geprüft, geeignete Partner identifiziert und Pilotprojekte aufgesetzt > Die Mitarbeiter sind aktiv in den Veränderungsprozess eingebunden > Kommunikationsmaßnahmen und Schulungen zur Schaffung eines Bewusstseins für die veränderten Rahmenbedingungen sind etabliert <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Das Unternehmen orientiert sich konsequent am Bedarf der Endkunden der Value Chain > Geschäftspartner werden aktiv gesteuert > Es ist ein Bewusstsein für die Notwendigkeit von Veränderungen im eigenen Unternehmen und der gesamten Value Chain geschaffen > Die Kenntnis der sich verändernden Rahmenbedingungen ist vorhanden > Der Veränderungsprozess wird durch das Management geführt bzw. unterstützt > Die Bereitschaft für notwendige Investitionen in Innovationen ist geschaffen > Das Bewusstsein für die Wichtigkeit von Kooperationen ist unternehmensweit geschaffen > Vertrauen in die Zuverlässigkeit der Partner ist vorhanden > Bei den Mitarbeitern ist das Bewusstsein für die systemübergreifenden Auswirkungen des eigenen Handelns geschaffen 	<p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p>
<p>Unternehmensprinzipien festlegen, um sich vom Wettbewerb zu differenzieren</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Es bestehen erste Überlegungen zur Ausweitung der Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern unter Berücksichtigung der eigenen Wettbewerbsvorteile <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Das Bewusstsein für die Notwendigkeit einer Abgrenzung der Felder einer Zusammenarbeit von denen einer aktiven Differenzierung ist geschaffen > Die Identifikation der Themenfelder für die Intensivierung einer Zusammenarbeit mit den Geschäftspartnern ist veranlasst > Die rechtlichen Rahmenbedingungen werden geklärt > Konzepte für die inhaltliche Ausgestaltung einer Zusammenarbeit und Abgrenzung in wettbewerbsrelevanten Themenstellungen sind initialisiert <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Felder einer Zusammenarbeit und einer Differenzierung bzw. Abgrenzung sind identifiziert > Konzepte zur Ausgestaltung und Durchführung liegen vor und werden umgesetzt > Potenzielle Partner werden geprüft und einbezogen > Kommunikationsmaßnahmen zur Information und Einbindung der Mitarbeiter werden durchgeführt > Konzepte für eine externe Kommunikation des Vorgehens liegen vor und werden ausgeführt > Unternehmensprinzipien werden entwickelt <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Bereiche einer engen Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern auf vertikaler und horizontaler Ebene sind klar abgegrenzt von den Bereichen, in denen eine Differenzierung stattfindet > Kartellrechtliche Überlegungen und Vorgaben in der Zusammenarbeit mit Partnern sind berücksichtigt > Spielregeln für den Umgang mit Geschäftspartnern und Wettbewerbern sind definiert und intern kommuniziert > Verhaltenssicherheit für Mitarbeiter ist gewährleistet 	<p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p>

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
UNTERNEHMENSKULTUR Veränderte Mitarbeiterstrukturen in die Unternehmensphilosophie integrieren	LEVEL 1 > Veränderungen am Arbeitsmarkt und im Unternehmensumfeld werden wahrgenommen > Die Notwendigkeit einer Reaktion wird gesehen > Konkrete Handlungsmöglichkeiten sind noch nicht identifiziert	○
	LEVEL 2 > Die Notwendigkeit unternehmensinterner Anpassungen und der Entwicklungen von Lösungen ist im Management akzeptiert > Informationen zu den relevanten Entwicklungen und potenziellen Lösungsansätzen sind beschafft > Handlungsoptionen sind identifiziert und priorisiert > Eine unternehmensweite Planung zur Umsetzung geeigneter Maßnahmen ist initialisiert > Das Bewusstsein für die Nutzenpotenziale und Vorteile der demografischen Veränderungen ist geschaffen > Das Bewusstsein für ein verändertes Rollenbild und für die Verbindung zwischen Beruf und Familie ist geschaffen > Mitarbeiter sind in den Entwicklungsprozess aktiv eingebunden	○
	LEVEL 3 > Konzepte zum unternehmensinternen Umgang mit demografischen Veränderungen und veränderten Prioritäten der Mitarbeiter liegen vor und werden umgesetzt > Alle Mitarbeiter sind informiert und involviert > Die Einbindung externer Partner ist geprüft, entschieden und umgesetzt > Die Unternehmensleitlinien werden angepasst > Schulungen und Informationsveranstaltungen zur Umsetzung der weiterentwickelten Personalpolitik werden in allen Unternehmensbereichen durchgeführt	○
	LEVEL 4 > Die Personalpolitik ist auf demografische Veränderung ausgerichtet > Die Verbindung von Beruf und Familie sowie die Rolle der Frau im Unternehmen wurde diskutiert und die Ergebnisse wurden in entsprechenden Konzepten wie Teilzeitmodellen und Kinderbetreuungsangeboten umgesetzt > Die Verankerung der Wertigkeit älterer Mitarbeiter in der Unternehmenskultur hat stattgefunden > Das Know how und die Erfahrungen der älteren Mitarbeiter erfahren eine entsprechende Wertschätzung > Tätigkeitsprofile werden entsprechend weiterentwickelt > Qualifikationsmaßnahmen werden konsequent bis ins Alter fortgeführt	○
	ORGANISATION Kooperationen eingehen	LEVEL 1 > Veränderungen im Unternehmensumfeld werden wahrgenommen > Die Notwendigkeit einer Reaktion wird gesehen > Konkrete Handlungsfelder sind noch nicht identifiziert > Eine Klärung der Potenziale und Möglichkeiten ist entschieden
LEVEL 2 > Die Nutzenpotenziale und Vorteile von Kooperationen sind im Management erkannt > Informationen zu potenziellen Kooperationsmodellen sind beschafft > Rechtliche Rahmenbedingungen und Besonderheiten sind geklärt > Handlungsfelder für mögliche Kooperationen sind identifiziert > Eine Vorgehensweise zur Information und Einbindung der Mitarbeiter ist definiert		○
LEVEL 3 > Die Bedeutung der Wichtigkeit von Kooperationen ist unternehmensweit erkannt > Kooperationsmodelle sind geprüft, geeignete Partner identifiziert und Pilotprojekte aufgesetzt > Kommunikationsprozesse mit den Kooperationspartnern sind organisiert > Konzepte für notwendige organisatorische Voraussetzungen eines Kooperationsmanagements liegen vor und werden umgesetzt > Konzepte für ein Bewertungs- und Qualitätsmanagement sind entwickelt und werden umgesetzt > Betroffene Mitarbeiter sind umfassend informiert und in die Prozesse integriert		○
LEVEL 4 > Offener Informationsaustausch mit Kooperationspartnern ist etabliert > Kooperationen sind Teil der Unternehmensstrategie > Organisatorische Voraussetzungen für Kooperationen sind geschaffen > Fachabteilungen sind auf Kooperationen angepasst > Bewertungs- und Qualitätsmanagement für Kooperationen ist installiert > Verschiedenste Kooperationsformen werden situationsspezifisch genutzt > Rechtssicherheit ist für alle Mitarbeiter geschaffen		○

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>ORGANISATION Vernetzung von Herstellern, Handel und Logistik ausweiten</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Eine Vernetzung mit externen Partnern geht über die regulären Geschäftsprozesse nicht hinaus > Die Grenzen der bisher genutzten Arbeitsweisen werden erkannt > Optimierungspotenziale durch eine verstärkte interne und externe Vernetzung werden geprüft <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Notwendigkeit einer weiter gehenden internen und externen Vernetzung ist erkannt > Handlungsfelder sind identifiziert, entsprechende Maßnahmen sind ergriffen > Organisatorische und technische Möglichkeiten werden geprüft > Mitarbeiter werden aktiv in den Prozess eingebunden > Erfahrungen der Vergangenheit werden systematisch ausgewertet <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte für die organisatorische und technische Realisation liegen vor und werden umgesetzt > Identifizierte Partner werden angesprochen und in den Prozess involviert > Funktionsübergreifende Teams werden eingerichtet > Der Verlauf und die Entwicklungsfortschritte werden systematisch dokumentiert und analysiert > Voraussetzungen für ein Bewertungs- und Qualitätsmanagement werden geschaffen > Alternative Führungs- und Kommunikationsmodelle werden in Projekten getestet <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Organisatorische und technische Voraussetzungen sind unternehmensintern und -übergreifend geschaffen > Vernetzung von Einkauf, Verkauf und Logistik/Marketing, Vertrieb, Produktion ist hergestellt > Durchgängige Prozesskostenrechnung wird durchgeführt – wo nötig und möglich > Bewertungs- und Qualitätsmanagement ist für externe und interne Vernetzung vorhanden > Systematische Abstimmung zwischen den Funktionsbereichen ist etabliert > Eine strikte Trennung der Funktionsbereiche ist aufgegeben – z. B. mittels gemeinsamer Führungspositionen 	<p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p>
<p>Anwendung von Standards ausweiten</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Basisstandards wie GS1-Nummernsysteme werden eingesetzt > EANCOM®-Nachrichten kommen noch nicht oder nur vereinzelt zum Einsatz > Fragen zu Nutzenpotenzialen, Anwendung und Wirtschaftlichkeit sind nicht geklärt > Eine Klärung der Möglichkeiten und Potenziale von Standards wird angestrebt <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Informationen zu verfügbaren Standards sind beschafft und ausgewertet > Geeignete Handlungsfelder sind identifiziert und priorisiert > Informations- und Schulungsbedarf ist geklärt > Eine übergreifende Planung zur Einführung weiterer Standards ist angestoßen > Erste Pilotanwendungen unterstützen die Erstellung eines Roll-out-Planes > Kosten- und Nutzenaspekte sind analysiert > Konzepte für organisatorische Anpassungen werden entwickelt <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Nutzenpotenziale und Anwendungsbereiche von Standards sind identifiziert > Ein Stufenplan zur Implementierung und Vernetzung der Standards liegt vor und wird konsequent umgesetzt > Konzepte zur Einbindung von Mitarbeitern und Geschäftspartnern sind entwickelt und werden durchgeführt > Nutzen und Ziele werden kommuniziert > Vorgehensweise und Prozessverständnis sind mit allen betroffenen Partnern abgestimmt > Organisatorische Voraussetzungen zur Qualitätssicherung werden geschaffen <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Ein gemeinsames Verständnis für Prozesse und Anforderungen ist funktionsübergreifend etabliert > Ein gemeinsames Verständnis von Begriffen und Definitionen ist intern und extern entwickelt > Identifikations-, Kommunikations- und Prozessstandards werden miteinander vernetzt eingesetzt > Effiziente Informationswerkzeuge stehen zur Verfügung > Regelmäßige Überprüfung der Anwendung der Standards wird z. B. mittels interner Audits durchgeführt > Eine konsequente Nutzung von Standards beginnt bereits in den Basisprozessen 	<p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p>

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>ORGANISATION Sortimente anpassen</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Notwendigkeit von Sortimentsanpassungen als Reaktion auf demografische Veränderungen und eine zunehmende Differenzierung des Einkaufsverhaltens ist erkannt > Veränderungen wie der Trend zu Convenience oder die Verknappung von Rohstoffen werden gesehen > Ein interner und externer Kommunikationsprozess zur Identifikation von Handlungsoptionen ist angestoßen <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Relevante Handlungsoptionen sind identifiziert > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > Maßnahmenkataloge liegen vor und werden umgesetzt > Unterstützung durch externe Expertise (z.B. Marktforschungsinstitute) ist geprüft, entschieden und eingeleitet <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Umfassende Konzepte zur qualitativen und quantitativen Weiterentwicklung des Produktangebotes liegen vor > Demografische und soziologische Veränderungen und Einflüsse wurden berücksichtigt > Die veränderte Verfügbarkeit bestimmter Rohstoffe wurde projiziert und berücksichtigt > Die Maßnahmen werden durch Test- und Analyseaktivitäten verifiziert <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Sortimente sind angepasst – regional und bevölkerungsspezifisch > Entsprechende Analysen sind durchgeführt > Konzepte sind umgesetzt 	<p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p>
<p>Transparentere Informationspolitik gegenüber dem Shopper schaffen</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Notwendigkeit einer Weiterentwicklung der Informationsbereitstellung gegenüber dem Shopper wird gesehen > Rahmenbedingungen und Handlungsoptionen sollen identifiziert werden <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Informationen zu Handlungsmöglichkeiten liegen vor > Handlungsoptionen sind identifiziert und priorisiert > Möglichkeiten einer Informationsverdichtung über die gesamte Value Chain werden analysiert > Die Einbindung von Geschäftspartnern ist geprüft, entschieden und Kooperationen sind angestoßen > Rechtliche Rahmenbedingungen sind berücksichtigt <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Ein Bewusstsein für die Wichtigkeit eines aktiven und umfassenden Informationsangebotes ist geschaffen > Konzepte für eine organisatorische und technische Umsetzung sind entwickelt > Neue Informationsinhalte, z.B. für Allergiker, sind berücksichtigt > Personalisierte Informationsprofile können unterstützt werden > Eine hohe Verständlichkeit der Informationen ist gewährleistet, zusätzliche Informationsangebote werden bereitgestellt > Technische Möglichkeiten eines vernetzten Informationsaustausches werden einbezogen > Organisatorische Voraussetzungen werden geschaffen <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Kommunikation neuer Informationsinhalte an den Kunden ist etabliert > Eine neue Offenheit gegenüber dem „selbstbestimmten“ bzw. „mündigen“ Kunden wird gelebt > Bezug zum internen Risikomanagement ist hergestellt > Kunde ist aktiv in die Informationspolitik eingebunden; relevante Informationen sind identifiziert > Die Möglichkeiten moderner Kommunikationstechnologien werden ausgeschöpft 	<p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p>

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>ORGANISATION Verpackungen harmonisieren</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Neue Anforderungen aufgrund der Verknappung bestimmter Rohstoffe sowie der zunehmenden Bedeutung von Nachhaltigkeit und Energieeffizienz werden gesehen > Ein verändertes Einkaufsverhalten und steigender Informationsbedarf der Shopper werden erkannt > Mögliche Handlungsoptionen werden analysiert <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Handlungsmöglichkeiten sind identifiziert > Bestehende Verpackungsvarianten und deren ökologische Auswirkungen (z.B. Energiebedarf) sind analysiert > Informationsbedarf der Shopper ist bekannt > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Wirtschaftlichkeit und ökologische Optimierungspotenziale der Verpackungsharmonisierung sind evaluiert > Handlungsalternativen liegen vor <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte zur Harmonisierung der Verpackungen liegen vor und werden umgesetzt > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > Moderne Prozessstandards wie SRP (Shelf Ready Packaging) und RRD (Retail Ready Display) werden einbezogen > Konzept zur Argumentation und Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Marketingrelevante Aspekte zur Kommunikation gegenüber dem Shopper werden genutzt > Organisatorische Voraussetzungen sind geschaffen <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Verpackungen sind an die veränderten Bedürfnisse der Konsumenten, Shopper und Handelsunternehmen angepasst > Rationalisierungspotenziale sind berücksichtigt > Moderne Prozessstandards wie SRP (Shelf Ready Packaging) und RRD (Retail Ready Display) werden systematisch eingesetzt 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>
<p>PROZESSE Neue Einkaufs- und Beschaffungskriterien definieren</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Neue Anforderungen aufgrund der Verknappung bestimmter Rohstoffe und Energieträger sowie der zunehmenden Bedeutung von Nachhaltigkeit und Energieeffizienz werden gesehen > Die Notwendigkeit einer Reaktion auf die ökologischen Veränderungen sowie eines wachsenden Bewusstseins für soziale und gesundheitliche Belange ist erkannt > Alternativen werden geprüft <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Handlungsmöglichkeiten sind identifiziert > Bestehende Beschaffungsvarianten und deren ökologische und ökonomische Auswirkungen (z.B. Energiebedarf, Umweltbelastung, Kostenanteil) sind analysiert > Alternative Transportwege und -mittel sind bewertet > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Die Entwicklung eines funktionsübergreifenden Konzeptes ist veranlasst <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzept zur Neubewertung und Erweiterung von Einkaufs- und Beschaffungskriterien liegt vor und wird umgesetzt > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > Prozessabläufe zur funktionsübergreifenden Berücksichtigung der neuen Kriterien sind angepasst > Konzept zur Argumentation und Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Schulungen werden durchgeführt > Marketingrelevante Aspekte zur Kommunikation gegenüber dem Shopper werden genutzt <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Neue Kriterien sind systemseitig etabliert > Transport- und Lagerungskosten sind in den Kalkulationen transparent und entscheidungsrelevant > Rohstoffverbrauch wird auch unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit neu bewertet und getrackt > Sicherung der Beschaffungsquellen durch aktives und verantwortungsvolles Engagement ist etabliert 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
PROZESSE Flexibilität und Modularisierung in der Produktion ermöglichen	LEVEL 1 > Der Trend zu einer größeren Produktvielfalt aufgrund der demografischen Veränderungen wird erkannt > Die Nachfrage nach stärkerer Personalisierung von Produkten durch Shopper und Customizing für den Handel wird gesehen > Eine steigende Kostenentwicklung wird prognostiziert > Die Notwendigkeit einer Kostenkompensation wird gesehen	○
	LEVEL 2 > Relevante Handlungsoptionen sind identifiziert > Bestehende Produktions- und Planungsvarianten und deren Optimierungspotenziale sind analysiert > Informationen zu alternativen oder neuen Produktions- und Planungsprozessen sind beschafft > Möglichkeiten einer Komponentenbildung sind geprüft > Technische Neuerungen sind geprüft > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Wirtschaftlichkeit und ökologische Nutzenpotenziale der identifizierten Produktions- und Planungsalternativen sind evaluiert	○
	LEVEL 3 > Konzepte zur Flexibilisierung und eventuellen Modularisierung der Produktion liegen vor und werden umgesetzt > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > Moderne Prozessstandards wie Joint Forecasting werden konsequent zur Verbesserung der Planungsqualität einbezogen > Konzept zur Argumentation und Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Alle relevanten Geschäftspartner sind informiert und einbezogen > Marketingrelevante Aspekte zur Kommunikation gegenüber Handel und dem Shopper werden genutzt	○
	LEVEL 4 > Ansätze wie Komponentenbildung und modulare Produktionsgliederung sind etabliert > Möglichkeiten der Harmonisierung von Basisprozessen und eines möglichst späten Customizings sind ausgeschöpft > Die Standorte der Produktion orientieren sich an den Absatzmärkten unter Berücksichtigung der Logistik- und Umweltkosten > Gemeinsame Prognoseprozesse sind über alle Wertschöpfungsstufen etabliert > Alle notwendigen Informationen werden intern und extern systematisch und umfassend ausgetauscht	○
	Umweltbilanz der Produktion erstellen	LEVEL 1 > Die zunehmende Forderung von Gesetzgebung und Öffentlichkeit nach ökologischer Transparenz von Produktionsprozessen und Umweltfreundlichkeit von Produkten wird erkannt > Handlungsoptionen sind zu prüfen
LEVEL 2 > Handlungsoptionen sind identifiziert > Produktionsprozesse und deren ökologische Auswirkungen (z.B. Energiebedarf) sind analysiert > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Anforderungen und Inhalte einer Umweltbilanz sind geklärt		○
LEVEL 3 > Konzepte zur Erstellung einer Umweltbilanz liegen vor und werden umgesetzt > Die Einbindung externer Expertise ist geprüft, entschieden und eingeleitet > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Marketingrelevante Aspekte zur Kommunikation gegenüber dem Handel und dem Shopper werden genutzt		○
LEVEL 4 > Analyse der Energieverbräuche und die Identifikation der Kostentreiber sind flächendeckend durchgeführt > Permanente Prozessanalysen werden durchgeführt > Brancheninitiativen wie Global Gap sind bei den Maßnahmen berücksichtigt > Die Einbindung von Qualitätszertifikaten ist geprüft und berücksichtigt > Prozess- und Bewertungsstandards wurden entwickelt und sind integriert		○

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>PROZESSE Transport effizienter gestalten</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Auswirkungen der steigenden Energie- und Logistikkosten werden als prozesskritisch eingeschätzt > Die zunehmenden Regulierungen der öffentlichen Hand in Bezug auf Straßenverkehrssteuerung und den Zugang zu Ballungsgebieten werden gesehen > Die logistischen Auswirkungen des demografischen Wandels und eines zunehmend differenzierten Einkaufsverhaltens sind erkannt > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen ist erkannt <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Handlungsoptionen sind identifiziert > Informationen, z. B. zu alternativen Transportkonzepten, liegen vor > Transportprozesse und deren ökonomische sowie ökologische Auswirkungen (z. B. Energiebedarf) sind analysiert > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Handlungsalternativen sind evaluiert <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte zur Steigerung der Effizienz der Transportlogistik liegen vor und werden umgesetzt > Konzeptansätze wie Collaborative Transport sind geprüft und entschieden > Die Einbindung externer Expertise ist geprüft, entschieden und eingeleitet > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > In Pilotprojekten werden die ausgewählten Konzeptansätze verifiziert > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Marketingrelevante Aspekte werden gegenüber dem Handel und dem Shopper kommuniziert <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Alternative Warenzustellkonzepte sind eingeführt – wie City Logistik mit umweltfreundlichen Fahrzeugen, gemeinsame Umschlagpunkte in Ballungsräumen, gebündelte Logistik auf dem Land > Anzahl der Belieferung der Verkaufsfilialen ist an veränderte Strukturen angepasst > City Hubs, von Logistikdienstleistern betrieben, werden mit Partnern genutzt > Logistische Strukturen wie Vorkommissionierung und Home Delivery sind geschaffen > Collaborative Transport wird in Kooperation mit Partnern genutzt > Warenströme sind gebündelt > Retro-Logistik ist optimiert > Die Flottennutzung ist verbessert – z. B. durch Nutzung alternativer Fahrerkonzepte > Transportprozesse sind im Sinne der Verkehrssicherheit sicherer gestaltet > Planungsprozesse sind durch verbesserten Informationsaustausch mit Geschäftspartnern optimiert > Prozessstandards wie Cross Docking I und II werden konsequent eingesetzt und sind entlang der Value Chain optimiert 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>
<p>Collaborative Warehousing forcieren</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Auswirkungen der steigenden Energie- und Logistikkosten werden als prozesskritisch eingeschätzt > Die zunehmenden Regulierungen der öffentlichen Hand in Bezug auf den Zugang zu Ballungsgebieten werden gesehen > Die logistischen Auswirkungen des demografischen Wandels und eines zunehmend differenzierten Einkaufsverhaltens sind erkannt > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen ist erkannt <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Handlungsoptionen sind identifiziert > Informationen zu alternativen Lagerkonzepten liegen vor > Lagerungsprozesse und deren ökonomische sowie ökologische Auswirkungen (z. B. Energiebedarf) sind analysiert > Potenzielle Partner sind identifiziert, geprüft und angesprochen > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Potenzielle Hemmnisse und Zielkonflikte sind analysiert, Lösungsalternativen aufgezeigt > Handlungsalternativen sind evaluiert <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte zur Nutzung eines Collaborative Warehousing liegen vor und werden umgesetzt > Die Einbindung externer Expertise ist geprüft, entschieden und eingeleitet > Geschäftspartner sind informiert und in die Prozesse eingebunden > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > In Pilotprojekten werden die ausgewählten Konzeptansätze verifiziert > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Marketingrelevante Aspekte werden gegenüber den Geschäftspartnern oder dem Shopper kommuniziert 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
	<p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Synergien sind analysiert und gemeinsam mit Kooperationspartnern umgesetzt > Logistikdienstleister sind als wichtiger Partner eingebunden > Zielkonflikte in der Warenversorgung werden konsequent bearbeitet und gelöst 	○
<p>PROZESSE Schlankere und schnellere Prozesse einführen</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Auswirkungen der steigenden Energie- und Logistikkosten werden als prozesskritisch eingeschätzt > Die logistischen Auswirkungen des demografischen Wandels und eines zunehmend differenzierten Einkaufsverhaltens sind erkannt > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen ist erkannt <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Handlungsoptionen sind identifiziert > Informationen zu technischen Lösungsmöglichkeiten und aktuellen Optionen einer Prozessverschlanung liegen vor > Interne und externe Prozesse und deren ökonomische sowie ökologische Auswirkungen (z.B. Energiebedarf) sind analysiert > Die konsequente Nutzung von Prozess- und Kommunikationsstandards ist berücksichtigt > Die Möglichkeiten innovativer Technologien wie RFID sind geprüft > Potenzielle Partner sind identifiziert, geprüft und angesprochen > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Handlungsalternativen sind evaluiert <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte zur Verschlanung der Prozesse liegen vor und werden umgesetzt > Die Einbindung externer Expertise ist geprüft, entschieden und eingeleitet > Geschäftspartner sind informiert und in die Prozesse eingebunden > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > In Pilotprojekten werden die ausgewählten Konzeptansätze verifiziert > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > RFID und EPC sind bis auf Case Level eingeführt; bei Branchen wie Fashion und Consumer Electronics bis auf Itemebene > Automatisierungspotenziale zur Verschlanung von Prozessen sind ausgeschöpft > Die Prozessverschlanung hat über die gesamte Value Chain hinweg stattgefunden > Die zur Verfügung stehenden Standards sind integriert und sind voll unterstützt 	○ ○ ○ ○
<p>Prozessabgleich zwischen Herstellern und Händlern verbessern</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Veränderungen und ein steigender Handlungsdruck im Unternehmensumfeld werden wahrgenommen > Die Notwendigkeit einer Reaktion wird gesehen > Konkrete Handlungsfelder sind noch nicht identifiziert > Mögliche Optionen werden gezielt geprüft <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Handlungsfelder sind identifiziert > Informationen liegen vor > Potenzielle Partner sind identifiziert, geprüft und angesprochen > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Technische Lösungsmöglichkeiten sind geprüft > Handlungsalternativen sind evaluiert <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzept liegt vor und wird umgesetzt > Die Einbindung externer Expertise ist geprüft, entschieden und eingeleitet > Geschäftspartner sind informiert und aktiv in die Analyseprozesse eingebunden > Prozess- und Kommunikationsstandards werden unterstützend eingesetzt > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > In Pilotprojekten wird das ausgewählte Vorgehen verifiziert > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Prozessschnittstellen sind gemeinsam analysiert und bzgl. der Prozesseffizienz optimiert > Handlungsfelder mit besonders hohem Wirkungsgrad wie Promotions, saisonale Produkte sind identifiziert > Einheitliche Standards sind geschaffen und werden genutzt > Konzepte zur Prozesseffizienz und Prozessstandards wie VMI und Joint Planning and Forecasting sind etabliert > Ein gemeinsames Prozessverständnis ist geschaffen 	○ ○ ○ ○

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>PROZESSE Wünsche der Shopper sorgfältiger und durchgängiger analysieren und Daten besser auswerten, um Shopper gezielter ansprechen zu können</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Veränderungen und ein steigender Handlungsdruck im Unternehmensumfeld werden wahrgenommen > Die Auswirkungen des demografischen Wandels und einer zunehmenden Differenzierung im Einkaufsverhalten sind erkannt > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen wird gesehen <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Handlungsoptionen sind identifiziert > Informationen liegen vor > Potenzielle Partner sind identifiziert, geprüft und angesprochen > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Technische Lösungsmöglichkeiten sind geprüft > Handlungsalternativen sind evaluiert <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzept liegt vor und wird umgesetzt > Die Einbindung externer Expertise ist geprüft, entschieden und eingeleitet > Geschäftspartner sind informiert und aktiv in die Analyseprozesse eingebunden > Prozess- und Kommunikationsstandards wie SLSRPT werden konsequent genutzt > Die Analyseergebnisse werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und vertieft > In Pilotprojekten werden identifizierte Verbesserungen verifiziert > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Mischung aus Store Design und Near Field Communication (NFC) ist etabliert > Verbraucherschutzrechtliche Vorgaben werden konsequent berücksichtigt und ein vertrauensvoller Umgang mit Kundendaten ist gewährleistet > Die Nutzung der Informationsangebote obliegt dem Wunsch des Kunden > Die wichtigsten Fragestellungen sind analysiert > Daten und wirksame Methoden stehen zur Verfügung > Einkaufsmuster wurden erkannt und werden – wenn vom Shopper gewünscht – genutzt > Kundenwünsche sind erkannt und wurden entsprechend umgesetzt 	<p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p>
<p>Store Design anpassen</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Veränderungen und ein steigender Handlungsdruck im Unternehmensumfeld werden wahrgenommen > Die Auswirkungen des demografischen Wandels und einer zunehmenden Differenzierung im Einkaufsverhalten sind erkannt > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen wird gesehen <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Handlungsoptionen sind identifiziert > Informationen zu möglichen Handlungsalternativen liegen vor > Potenzielle Partner für eine Umsetzung sind identifiziert, geprüft und angesprochen > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Technische Unterstützungsmöglichkeiten sind geprüft <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte liegen vor und werden bedarfsspezifisch umgesetzt > Die Einbindung externer Expertise ist geprüft, entschieden und eingeleitet > Geschäftspartner sind informiert und aktiv in die Veränderungsprozesse eingebunden > Ansätze wie Kundenführung, breitere Gänge, optimierte Regalhöhe, Pick-up-Zonen sind eingebunden > Ökologische Aspekte wie verbesserte Energieeffizienz und Raumbedarf sind berücksichtigt > Die Analyseergebnisse werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und vertieft > In Pilotprojekten werden ausgewählte Konzeptvarianten verifiziert > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Marketingrelevante Aspekte werden gegenüber Geschäftspartnern oder dem Shopper kommuniziert <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Store Design wird funktionsübergreifend konzipiert – z. B. Ladenbau, Marketing, CM > Store Design und -Formate sind an die veränderten Strukturen wie Öffnungszeiten, Demografie und Haushaltsstruktur angepasst > Der Kundenlauf hat sich zur Kundenführung entwickelt; der Kunde wird situationsspezifisch unterstützt > Verschiedene Kundenbedürfnisse sind durch mehrere Kundenläufe in einem Marktformat abgedeckt > Kundenbedürfnisse und -verhalten sind zielgruppenspezifisch analysiert > Multifunktionale Kassenkonzepte sind entsprechend den Kundenbedürfnissen umgesetzt > Shopperorientierte Serviceangebote wie Drop in/Pick up sind umgesetzt 	<p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p>

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>DATENAUSTAUSCH Qualität des Planungsprozesses für den Datenaustausch erhöhen</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Verändertes Unternehmensumfeld und steigender Handlungsdruck werden wahrgenommen > Die Notwendigkeit einer Reaktion wird gesehen > Konkrete Handlungsfelder sind noch nicht identifiziert > Mögliche Handlungsoptionen werden geklärt <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Handlungsoptionen sind identifiziert > Informationen zu möglichen Handlungsalternativen liegen vor > Die relevanten Daten und Detaillierungsgrade bzw. Aggregationsstufen sind identifiziert > Potenzielle Partner für eine Umsetzung sind identifiziert, geprüft und angesprochen > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Technische Unterstützungsmöglichkeiten sind geprüft <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte für die organisatorische und technische Realisation liegen vor und werden umgesetzt > Anforderungen aus dem Einsatz von Kommunikationsstandards sind eingeflossen > Die identifizierten Partner sind in den Prozess involviert > Funktionsübergreifende Teams sind eingerichtet, um alle Anforderungen abzudecken > Der Verlauf und die Entwicklungsfortschritte werden systematisch dokumentiert und analysiert > Prozessesstandards wie Joint Forecasting und CPFR werden in Pilotprojekten getestet > Konzepte zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern werden umgesetzt <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Informationen aus den entsprechenden Bereichen aller Geschäftspartner fließen in die Planung ein > Prozessesstandards wie Joint Forecasting und CPFR werden für alle Kategorien unterstützt > Eine Harmonisierung der auszutauschenden Informationen ist erfolgt, Standards werden voll unterstützt 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>
<p>Datenbasis schaffen und bereitstellen; Standards sind zu nutzen</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Verändertes Unternehmensumfeld und steigender Handlungsdruck werden wahrgenommen > Die Notwendigkeit einer Reaktion wird gesehen > Die Bereitstellung von Daten für EDI-Stammdatenaustausch oder -Basisnachrichten wie ORDERS, DESADV und INVOIC ist noch nicht oder erst ansatzweise in die Wege geleitet > Konkrete Handlungsfelder sind noch nicht identifiziert > Mögliche Handlungsoptionen werden geklärt <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Handlungsoptionen für eine erweiterte Datenbasis sind identifiziert > Informationen zu möglichen Handlungsalternativen liegen vor > Die relevanten Daten und Datenquellen sind identifiziert > Die Datenbasis zur Unterstützung von Stammdatenmanagement und EDI-Basisnachrichten wie ORDERS, DESADV und INVOIC ist geschaffen > Eine umfassende Planung zur Identifikation aller relevanten Datenfelder, Schnittstellen und der geeigneten Implementierungsreihenfolge ist initialisiert > Potenzielle Partner sind identifiziert, geprüft und angesprochen > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Technische Lösungsmöglichkeiten sind identifiziert und überprüft <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte für die organisatorische und technische Realisation liegen vor und werden umgesetzt > Die konsequente Nutzung von Kommunikationsstandards wie PRICAT und der Möglichkeiten moderner Poollösungen wie SA2 Worldwide ist berücksichtigt > Die Datenbasis für weiterführende EDI-Nachrichtenarten wie INVRPT, SLSRPT und SLSFCT ist geschaffen > Eine Vernetzung mit Identifikations- und Prozessesstandards ist gewährleistet > Daten- und Informationsfelder wie Herkunftsdaten, Schadstoffgehalte, Allergene und Inhaltsstoffe sind bedarfsorientiert identifiziert und abgestimmt > Die identifizierten Partner sind in den Prozess involviert > Die Einbindung externer Expertise ist geprüft und entschieden > Funktionsübergreifende Teams sind eingerichtet, um alle Anforderungen abzudecken > Ein unternehmensübergreifender Informationsaustausch mit den Partnern ist sichergestellt > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Marketingrelevante Aspekte werden gegenüber dem Handel oder dem Shopper kommuniziert <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Stammdaten zwischen Herstellern und Handel sind stets synchronisiert > Es werden einheitliche Kommunikationsstandards genutzt > Durchgängigkeit des Stammdatenaustausches ist gewährleistet > Die Informationstiefe ist deutlich ausgeweitet und stets aktuell und vollständig > Neue Informationsfelder sind in Stamm- und Warenwirtschaftssysteme integriert 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>DATENAUSTAUSCH Datenaustauschsysteme erweitern</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Verändertes Unternehmensumfeld und steigender Handlungsdruck werden wahrgenommen > EDI-Basisnachrichten wie ORDERS, DESADV und INVOIC werden nicht oder nur in geringem Maß genutzt > Potenziale einer Erweiterung der Datenaustauschsysteme werden gesehen > Mögliche Handlungsoptionen werden geklärt <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Optionen zur Erweiterung der Dateninhalte und Anwendungsbereiche sind identifiziert > Die relevanten Dateninhalte, Datenquellen und Datentypen – wie Bilddaten, Videoclips – sind identifiziert > Die umfassende Implementierung und Integration in die Geschäftsprozesse ist angestoßen > Weitere EDI-Nachrichten werden integriert > Potenzielle Partner sind identifiziert, geprüft und angesprochen > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Technische Lösungsmöglichkeiten und Anwendungsszenarien – wie Multimedia-terminals am POS – sind identifiziert und überprüft <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte für die organisatorische und technische Realisation liegen vor und werden umgesetzt > Weiterführende EDI-Nachrichten und ein elektronisches Stammdatenmanagement sind vernetzt und implementiert > Identifizierte Partner sind in den Prozess involviert > Ein unternehmensübergreifender Informationsaustausch mit den Partnern ist sichergestellt > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Marketingrelevante Aspekte werden gegenüber Geschäftspartnern oder dem Shopper kommuniziert <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Bild- und Videodaten von Produkten sind in die Datenbanken komplett integriert und allen Partnern zugänglich > Die Nutzung von Standards gewährleistet die Kompatibilität der verschiedenen Übertragungsformate > Transport- und Logistikinformationen sind anwendungsübergreifend verfügbar – z. B. in Einkaufsanwendungen > Die ganzheitliche Auswertung von Bon-Daten in Verbindung mit Kundenkarten wird für personalisierte Informationsangebote genutzt 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>
<p>Datenaustausch auf weitere Beteiligte der Value Chain wie regionale Lieferanten, Co-Packager ausweiten</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Veränderungen im Unternehmensumfeld werden wahrgenommen > Folgen des veränderten Beschaffungsverhaltens und neuer Logistikkonzepte werden gesehen > Bisher sind nur wenige Geschäftspartner oder solche mit hohem Umsatz- oder Transaktionsanteil in EDI eingebunden > Handlungsoptionen sind zu klären <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Relevante Handlungsfelder sind identifiziert > Die einzubeziehenden Dateninhalte und Datenformate sind identifiziert > Die Einführung der relevanten EDI-Nachrichtenarten auf Basis einer genauen Implementierungs- und Zeitplanung ist eingeleitet > Potenzielle Partner sind identifiziert, geprüft und angesprochen > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Technische Lösungsmöglichkeiten sind identifiziert und überprüft <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte für die organisatorische und technische Realisation liegen vor und werden umgesetzt > Identifizierte Partner sind in den Prozess involviert > Kommunikationsstandards bilden die Grundlage > EDI-Nachrichtenarten wie ORDERS, DESADV, INVOIC, SLSRPT oder auf Standards basierende Portallösungen sind berücksichtigt > Ein elektronisches Stammdatenmanagement z. B. über den SA2-Datenpool, ist integriert > Ein unternehmensübergreifender Informationsaustausch mit den Partnern ist sichergestellt > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Interne Schulungen zur Bedeutung stets verfügbarer und valider Daten werden durchgeführt <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Technische Voraussetzungen zur Einbindung von Lieferanten sind geschaffen – z. B. über WebEDI, Konverter, Web-Portale > Bilaterale Lösungen werden nicht unterstützt, jegliche Kommunikation basiert auf Standards > Die gesamte Value Chain ist an dem Datenaustausch beteiligt > Partner werden über entsprechende Programme in die Lage versetzt, mit uns Daten auszutauschen > EPC und EPC IS als neue Kommunikationsmittel sind in das angebotene Portfolio integriert 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>DATENAUSTAUSCH Informationsdatenbanken und Datenpools ausweiten</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Verändertes Unternehmensumfeld und steigender Handlungsdruck werden wahrgenommen > Die Auswirkungen einer zunehmenden Differenzierung im Einkaufsverhalten und eines erhöhten Informationsbedarfs der Shopper sind erkannt > Informationsdatenbanken und Informationspools werden nicht oder erst ansatzweise genutzt > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen wird gesehen <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Relevante Handlungsoptionen sind identifiziert > Die einzubeziehenden Dateninhalte und Datenformate sind identifiziert > Informationen zu technischen Lösungsmöglichkeiten liegen vor > Potenzielle Partner für die Umsetzung sind identifiziert, geprüft und angesprochen > Die Einbindung externer Expertise ist geprüft und entschieden > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte für die organisatorische und technische Realisation liegen vor und werden umgesetzt > Identifizierte Partner sind in den Prozess involviert > Kommunikationsstandards und auf Standards basierende Pool- bzw. Portallösungen bilden die Grundlage > Interne Schulungen werden durchgeführt > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Nutzung der Unternehmensportale von Geschäftspartnern wird als effiziente Informationsquelle genutzt > Intelligente Filtermechanismen und eine Automatisierung des Datenaustausches sind integriert > Ein gezielter Informationsabruf ist für die verschiedenen Partner entlang der Value Chain möglich > Zielgruppenorientierte Informationsprofile sind definiert und in die Abfrageprozeduren integriert > Die Aufnahme von Marktforschungsdaten in die für alle Partner in der Value Chain zugänglichen Datenbanken ist erfolgt > Zur Erleichterung der Austausch- und Vergleichbarkeit sind die Marktdaten standardisiert und harmonisiert > Konsumentenorientierte Informationen sind in die Datenbanken integriert und werden entlang der Value Chain ausgetauscht 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>
<p>Datenaustausch in Echtzeit gestalten</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Ein steigender Handlungsdruck im Unternehmensumfeld wird wahrgenommen > Die Auswirkungen einer zunehmenden Differenzierung im Einkaufsverhalten und eines erhöhten Informationsbedarfs der Shopper sind erkannt > Die Auswirkungen der steigenden Energie- und Logistikkosten werden als prozesskritisch eingeschätzt > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen wird gesehen <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Relevante Handlungsoptionen sind identifiziert > Die relevanten Dateninhalte, Datenquellen und Datentypen – wie Scannerdaten, Bestandsinformationen – sind identifiziert > Informationen zu technischen Lösungsmöglichkeiten liegen vor > Potenzielle Partner für die Umsetzung sind identifiziert, geprüft und angesprochen > Die Einbindung externer Expertise ist geprüft und entschieden > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte für die organisatorische und technische Realisation liegen vor und werden umgesetzt > Identifizierte Partner sind in den Prozess involviert > Kommunikationsstandards bilden die Grundlage > Innovative Portalkonzepte und Weblösungen sind als Lösungsmöglichkeiten berücksichtigt > Voraussetzungen für ein Bewertungs- und Qualitätsmanagement sind geschaffen > Interne Schulungen werden durchgeführt > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Datenaustausch in Echtzeit ist etabliert und ist Bestandteil der Unternehmenskultur > Das Unternehmen ist bei Kunden und Geschäftspartnern dafür bekannt und akzeptiert > Prozesse werden von den modernsten Systemen unterstützt > Scanner- und Bestandsdaten unserer Partner sind in interne Planungssysteme integriert > Logistische Informationen mit hoher Relevanz für das Warengeschäft stehen in Echtzeit zur Verfügung > Technische Voraussetzungen zur Sicherung der Datenqualität sind geschaffen 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>TECHNIK</p> <p>Investitionen in energieeffizientere Anlagen und erneuerbare Energien tätigen</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Auswirkungen der steigenden Energiekosten werden als prozesskritisch eingeschätzt > Die Auswirkungen einer regulierenden Gesetzgebung in Bezug auf Energieeffizienz und Umweltverträglichkeit sind erkannt > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen ist erkannt <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Handlungsoptionen sind identifiziert > Analyse der Energieverbräuche und die Identifikation der Kostentreiber sind durchgeführt > Informationen zu alternativen technischen Lösungen liegen vor > Potenzielle Partner wurden identifiziert, geprüft und eingebunden > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt > Wirtschaftlichkeits- und Investitionsberechnungen liegen vor <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte zur organisatorischen und technischen Realisierung liegen vor und werden umgesetzt > Alle Teilbereiche des Unternehmens – wie Produktion, Lager, Verkaufsfilialen – sind analysiert und priorisiert > Die Einbindung externer Expertise ist geprüft, entschieden und eingeleitet > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > In Pilotprojekten werden die ausgewählten Konzeptansätze verifiziert > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Marketingrelevante Aspekte werden gegenüber Geschäftspartnern und dem Shopper kommuniziert <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Investitionspläne sind angepasst > Nachrüstung und Modernisierung bestehender Anlagen sind geprüft und erfolgt > Die Ausschöpfung eventueller öffentlicher Fördermittel ist geprüft und umgesetzt > Prozessanalysen unter dem Aspekt der Energieeffizienz sind durchgeführt und Prozesse sind angepasst > Permanente Prozessanalysen werden durchgeführt > Regenerative Energien werden systematisch genutzt; Potenziale zur Eigenproduktion von Energie werden ausgeschöpft > Technische Voraussetzungen wurden geschaffen – z. B. Recycling von Abwasser, Verwertung von organischen Abfällen 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>
<p>Entwicklung von Kommunikationstechnologien ausweiten; Qualität verbessern</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Ein steigender Handlungsdruck im Unternehmensumfeld wird wahrgenommen > Die Auswirkungen einer zunehmenden Differenzierung im Einkaufsverhalten und eines erhöhten Informationsbedarfs der Shopper sind erkannt > Steigende Kosten werden projiziert sowie Anforderungen an technische Lösungsmöglichkeiten formuliert > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen wird gesehen <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Relevante technische Handlungsfelder sind identifiziert > Anwendungsbereiche und Dateninhalte wurden analysiert > Anforderungen aus den weiterentwickelten Geschäftsprozessen sind berücksichtigt > Informationen zu erweiterten technischen Lösungen liegen vor > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte zur organisatorischen und technischen Realisierung liegen vor und werden umgesetzt > Anwendungsbereiche wie Echtzeitkommunikation, Rückverfolgbarkeit, gemeinsame Prognose- und Analyseprozesse mit Geschäftspartnern sind berücksichtigt > Kommunikationsstandards wie SLSRPT und Prozessstandards wie Joint Forecasting sind integriert > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > In Pilotprojekten werden die ausgewählten Konzeptansätze verifiziert > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Marketingrelevante Aspekte werden gegenüber Geschäftspartnern und dem Shopper kommuniziert <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Unternehmensportale von Geschäftspartnern werden als effiziente Informationsquelle genutzt > Intelligente Filtermechanismen und Automatisierung des Datenaustausches sind integriert > Gezielter Informationsabruf ist für die verschiedenen Partner entlang der Value Chain möglich > Zielgruppenorientierte Informationsprofile sind definiert und in die Abfrageprozeduren integriert > Scanner- und Bestandsdaten der Partner sind in interne Planungssysteme integriert > Logistische Informationen mit hoher Relevanz für das Warengeschäft stehen in Echtzeit zur Verfügung > Technische Voraussetzungen zur Sicherung der Datenqualität sind geschaffen 	<p>○</p> <p>○</p> <p>○</p> <p>○</p>

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>TECHNIK Größere Datenvolumina ermöglichen</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Der Trend zu einer massiven Zunahme des Transaktions- und Datenvolumens wird gesehen > Steigende Kosten werden projiziert und Anforderungen an technische Lösungsmöglichkeiten werden formuliert > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen wird gesehen <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Relevante technische Handlungsfelder sind identifiziert > Anwendungsbereiche und Lösungsansätze wurden analysiert und auf ihre Wirtschaftlichkeit geprüft > Anforderungen aus den weiterentwickelten Geschäftsprozessen sind berücksichtigt > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte zur organisatorischen und technischen Realisierung liegen vor und werden umgesetzt > Neue Lösungen im Umfeld von Speicherkonzepten und IT-Infrastrukturmaßnahmen sind berücksichtigt > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > In Pilotprojekten werden die ausgewählten Konzeptansätze verifiziert > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Bandbreite zum Transfer großer Datenvolumina ist installiert > Technische Voraussetzungen für den Echtzeit-Datenaustausch sind geschaffen > Konzepte zur effizienten Haltung und Analyse von Daten – wie die Nutzung des EPC IS – sind vorhanden 	<p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p>
<p>Vernetzung dezentraler Systeme/Portale ermöglichen</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Ein steigender Handlungsdruck im Unternehmensumfeld wird wahrgenommen > Die Auswirkungen eines erhöhten Informationsbedarfs sind erkannt > Steigende Kosten werden projiziert sowie Anforderungen an technische Lösungsmöglichkeiten formuliert > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen wird gesehen <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Relevante technische Handlungsfelder sind identifiziert > Anwendungsbereiche und Lösungsansätze wurden analysiert und auf ihre Wirtschaftlichkeit geprüft > Anforderungen aus den weiterentwickelten Geschäftsprozessen sind berücksichtigt > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte zur organisatorischen und technischen Realisierung liegen vor und werden umgesetzt > Identifikations- und Kommunikationsstandards sind integriert > Veränderungen und Maßnahmen werden mit allen relevanten Fachbereichen diskutiert und festgelegt > Innovative Portalkonzepte und Weblösungen sind als Lösungsmöglichkeiten berücksichtigt > Voraussetzungen für ein Bewertungs- und Qualitätsmanagement sind geschaffen > Interne Schulungen werden durchgeführt > In Pilotprojekten werden die ausgewählten Konzeptansätze verifiziert > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Technische Voraussetzungen zur Einbindung von Lieferanten – z. B. über WebEDI, Konverter, Web-Portale – sind geschaffen > Bilaterale Lösungen werden nicht unterstützt, jegliche Kommunikation basiert auf Standards > Die gesamte Value Chain ist an dem Datenaustausch beteiligt > Partner werden über entsprechende Programme in die Lage versetzt, mit uns Daten auszutauschen > EPC und EPC IS als neue Kommunikationsmittel sind in das angebotene Portfolio integriert > Interne Schulungen zur Bedeutung stets verfügbarer und valider Daten werden durchgeführt 	<p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p> <p style="text-align: center;">○</p>

MASSNAHMEN	AUSPRÄGUNGEN	WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?
<p>TECHNIK Infoterminals für Zusatzinformationen oder Kundenführung im Handel einrichten</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Die Auswirkungen einer zunehmenden Differenzierung im Einkaufsverhalten und eines erhöhten Informationsbedarfs der Shopper sind erkannt > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen wird gesehen <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Relevante technische Handlungsoptionen sind identifiziert > Anwendungsbereiche und Lösungsansätze wurden analysiert und auf ihre Wirtschaftlichkeit geprüft > Informationen zu technischen Lösungsalternativen liegen vor > Anforderungen aus den weiterentwickelten Geschäftsprozessen sind berücksichtigt > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte zur organisatorischen und technischen Realisierung liegen vor und werden umgesetzt > Identifikations- und Kommunikationsstandards sind integriert > Innovative Portalkonzepte und Weblösungen sind als Lösungsmöglichkeiten berücksichtigt > Interne Schulungen werden durchgeführt > In Pilotprojekten werden die ausgewählten Konzeptansätze verifiziert > Konzept zur Kommunikation gegenüber Mitarbeitern und Geschäftspartnern wird umgesetzt > Marketingrelevante Aspekte werden gegenüber dem Shopper kommuniziert <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > IT-Technologien wie Infoterminals und Near Field Communication (NFC) sind integraler Bestandteil der Kommunikation mit dem Kunden > Die Bedienbarkeit ist kundenorientiert gestaltet und berücksichtigt die Folgen des demografischen Wandels > Kommunikationsstandards zur Unterstützung von Mobilanwendungen sind geschaffen > Informationsprofile sind mit dem Geschäftspartner abgestimmt und Informationen werden ausgetauscht > Kundenrelevante Informationen und Dienste sind identifiziert 	<p><input type="radio"/></p> <p><input type="radio"/></p> <p><input type="radio"/></p> <p><input type="radio"/></p>
<p>Technik auf dem neusten Stand halten</p>	<p>LEVEL 1</p> <ul style="list-style-type: none"> > Veränderungen im Unternehmensumfeld werden wahrgenommen > Die Auswirkungen einer zunehmenden Differenzierung im Einkaufsverhalten und eines erhöhten Informationsbedarfs der Shopper sind erkannt > Die Notwendigkeit zur Entwicklung von Handlungsoptionen wird gesehen <p>LEVEL 2</p> <ul style="list-style-type: none"> > Relevante technische Handlungsoptionen sind identifiziert > Anwendungsbereiche und Lösungsansätze wurden analysiert und auf ihre Wirtschaftlichkeit geprüft > Informationen zu technischen Lösungsalternativen liegen vor > Anforderungen aus den weiterentwickelten Geschäftsprozessen sind berücksichtigt > Rechtliche Anforderungen und absehbare Entwicklungen sind berücksichtigt <p>LEVEL 3</p> <ul style="list-style-type: none"> > Konzepte zur organisatorischen und technischen Realisierung liegen vor und werden umgesetzt > Standards sind konsequent integriert > Innovative Konzepte sind als Lösungsmöglichkeiten berücksichtigt > In Pilotprojekten werden die ausgewählten Konzeptansätze verifiziert > Marketingrelevante Aspekte werden gegenüber dem Shopper kommuniziert <p>LEVEL 4</p> <ul style="list-style-type: none"> > Technik ist auf dem aktuellsten Stand und unterstützt die neusten Technologien des Kunden > Daten sind mit allen Technologien kompatibel nutzbar 	<p><input type="radio"/></p> <p><input type="radio"/></p> <p><input type="radio"/></p> <p><input type="radio"/></p>

GESAMTERGEBNIS

MASSNAHMEN

UNTERNEHMENSKULTUR

Bewusstseinsänderung herbeiführen

Unternehmensprinzipien festlegen, um sich vom Wettbewerb zu differenzieren

Veränderte Mitarbeiterstrukturen in die Unternehmensphilosophie integrieren

ORGANISATION

Kooperationen eingehen

Vernetzung von Herstellern, Handel und Logistik ausweiten

Anwendung von Standards ausweiten

Sortimente anpassen

Transparentere Informationspolitik gegenüber dem Shopper schaffen

Verpackungen harmonisieren

PROZESSE

Neue Einkaufs- und Beschaffungskriterien definieren

Flexibilität und Modularisierung in der Produktion ermöglichen

Umweltbilanz der Produktion erstellen

Transport effizienter gestalten

Collaborative Warehousing forcieren

Schlankere und schnellere Prozesse einführen

Prozessabgleich zwischen Herstellern und Händlern verbessern

Wünsche der Shopper sorgfältiger und durchgängiger analysieren und Daten besser auswerten, um Shopper gezielter ansprechen zu können

Store Design anpassen

DATENAUSTAUSCH

Qualität des Planungsprozesses für den Datenaustausch erhöhen

Datenbasis schaffen und bereitstellen; Standards sind zu nutzen

Datenaustauschsysteme erweitern

Datenaustausch auf weitere Beteiligte der Value Chain wie regionale Lieferanten, Co-Packager ausweiten

Informationsdatenbanken und Datenpools ausweiten

Datenaustausch in Echtzeit gestalten

TECHNIK

Investitionen in energieeffizientere Anlagen und erneuerbare Energien tätigen

Entwicklung von Kommunikationstechnologien ausweiten; Qualität verbessern

Größere Datenvolumina ermöglichen

Vernetzung dezentraler Systeme/Portale ermöglichen

Infoterminals für Zusatzinformationen oder Kundenführung im Handel einrichten

Technik auf dem neusten Stand halten

WO STEHT MEIN UNTERNEHMEN?

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

LEVEL 1 LEVEL 2 LEVEL 3 LEVEL 4

Was können wir für Sie tun?

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Erfordert ein konkreter Bedarf schnelles Handeln – oder möchten Sie sich einfach unverbindlich über Themen aus unserem Portfolio informieren? Nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir freuen uns auf ein persönliches Gespräch mit Ihnen:

T +49 (0)221 9 47 14-0

info@gs1-germany.de

 **Global Standards – Connecting Business**

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133
50825 Köln
T +49 (0)221 9 47 14-0
F +49 (0)221 9 47 14-990
info@gs1-germany.de

www.gs1-germany.de