

Bern, 13. Juli 2009

Schlussbericht zu Shelf / Retail Ready Packaging – Erkenntnisse bzw. Resultate aus der Arbeitsgruppe Schweiz

1. Ausgangslage

Bereits im Jahre 2006 hat ECR Europe unter der Leitung der Unternehmen Kraft und Carrefour eine Prozessbeschreibung zur Thematik Shelf / Retail Ready Packaging erstellt.

Im Rahmen des Auftrages von GS1 Schweiz war abzuklären bzw. vertieft zu prüfen, ob und inwieweit diese Thematik Handel und Industrie in der Schweiz betrifft bzw. wie die Interessenlage der beteiligten Unternehmen aussieht.

2. Inhalt und Ziele der Prozessbeschreibung zu Shelf/Retail Ready Packaging

2.1. Inhalte der Prozessbeschreibung

Die Prozessbeschreibung zu Shelf/Retail Ready Packaging enthält Empfehlungen zu vorbereiteten Verpackungen, welche sich zur direkten Warenpräsentation eignen. Solche Verpackungen existieren bereits seit geraumer Zeit. Diese wurden aber in der Vergangenheit seitens der Industrie nur situativ (je nach Sub-Kategorie/Segment) oder im Falle von Promotionen eingesetzt. Es existierte also keine Beschreibung für eine permanente Regalbewirtschaftung mit diesen Verpackungen, die sowohl den Anforderungen der Handelspartner als auch der Industrie Rechnung getragen hätte.

2.2. Ziele der Prozessbeschreibung

Shelf / Retail Ready Packaging soll dazu dienen:

- o Die Warenpräsentation am Verkaufspunkt zu verbessern
- o Reduktion von out-of-stock
- o Verbesserung des Layout
- o Erhöhung der Markenpräsenz bzw. des shelf impact
- o Verringerung des Handlings an der Verkaufsfond
- o Reduktion von Kosten

- o Erhöhung Absatz/Umsatz

3. Vorgehen bei der Abklärung in der Schweiz

Im Vorfeld zur Bildung einer Arbeitsgruppe wurde die Interessenlage bei der relevanten Zielgruppe mittels einer Umfrage geklärt. Diese Umfrage hat folgende Ergebnisse hervorgebracht:

3.1. Resultate der Umfrage

Einsatz von Shelf Ready Packaging in der Schweiz

Wenden Sie SRP/RRP an?

- o Ja 13 81 %
- o Nein 3 19 %

Welche Teilprozesse könnten in Ihrem Betrieb mit SRP optimiert werden?

a) Vereinfachtes Handling	9	47 %
b) Anteil defekter Waren vermindern	4	21 %
c) Einräumen und Nachfüllen/ Vereinfachter Nachschub	4	21 %
d) Verminderter Out of Stock	2	11 %
	19	100 %

Wird SRP/RRP künftig in der **Schweiz** Anwendung finden?

- Ja 14
- Nein 0

Bereit für eine **Aktivität** in einer Arbeitsgruppe?

- Ja 3
- Nein 12

Interessiert an **GS1-Empfehlungen**?

- Ja 12
- Nein 3

3.2. Beurteilung

Die Umfrage war nicht repräsentativ. Trotzdem lässt sich aus den vorliegenden Resultaten ein gewisses Interesse an SRP Projekten ableiten.

- Die beiden Grossverteiler Migros und Coop sind an permanenten SRP Lösungen im Verkaufsregal (vorderhand) nicht interessiert.
- Die Erfahrung zeigt, dass insbesondere Discounter SRP Lösungen bevorzugen.
- Bezüglich Kosteneinsparungen herrschen Unklarheiten. Einerseits erwartet man höhere Kosten infolge vermehrten Gestaltungsaufwandes. Andererseits rechnet man mit Kostenreduktionen aufgrund einfacheren Handlings.

4. Inhalte der Prozessbeschreibung

Der erarbeitete Prozess umfasst 8 Schritte, diese präsentieren sich wie folgt:

Standardisation
Collaboration
Information
Learning
Support
Events
Network



Der Prozess startet analog zum Category Management Prozesse mit der Abstimmung zwischen den Partnern (Hersteller/Handel). Die einzelnen Schritte führen zu einer betriebswirtschaftlichen Analyse, deren Resultat über die wirtschaftlichen Auswirkungen eines Shelf / Retail Ready Packaging Projektes Auskunft geben.

5. Aktivitäten von GS1 Schweiz

GS1 Schweiz hat aufgrund der Umfrageresultate und der Tatsache, dass Shelf/Retail Ready Packaging in der Schweiz situativ bereits intensiv angewandt wird, eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen.

5.1. Die Shelf/Retail Ready Packaging Arbeitsgruppe

Teilnehmer der Arbeitsgruppe:

Accenture	Consulting	Michael Dittrich
Model AG	Verpackungshersteller	Edoardo Finotti
Spar	Detailhandel	Gusatvo Leuthold
MGB	Detailhandel	Mathias Siegenthaler
Volg	Detailhandel	Karl Schweizer
Beiersdorf	Industrie	Ueli Gfeller
Unilever	Industrie	Christian van Riesen
Planzer	Logistikdienstleister	Willi Gärtner
GS1		Valentin Wepfer
GS1		René Bürli

5.2. Die Prozessbeschreibung

In gemeinsamer Arbeit mit GS1 Germany und GS1 Austria wurde die Prozessbeschreibung auf Deutsch übersetzt. Diese Prozessbeschreibung beinhaltet die detaillierte

5.3. Beurteilung der Prozessbeschreibung

Die Prozessbeschreibung wurde in ihren Grundzügen gutgeheissen und für zweckmässig erklärt. Einige Ergänzungen wurden in die bereits bestehende Prozessbeschreibung eingepflegt.

5.4. Abschliessende Beurteilung und weitere Schritte

Shelf/Retail Ready Packaging ist mit Sicherheit eine Massnahme zur Kostensenkung am POS. Dies hat das Beratungsunternehmen Mc Kinsey erkannt und den Verantwortlichen von Migros vorgerechnet, welches Einsparpotenzial sich durch die Erschliessung des gesamten Migros Sortimentes mittels Shelf/Retail Ready Packaging ergeben würde.

5.5. Grenzen und Möglichkeiten von Shelf/Retail Ready Packaging

Die Umsetzung von Shelf/Retail Ready Packaging im grossen Stil rechtfertigt sich aus Sicht der Industrie nur dann, wenn grosse Märkte mit identischen Umverpackungen bedient werden können. Das ist etwa bei gewissen, europäisch identischen Produkten mit guter Distribution im Lebensmittel-Detailhandel gewährleistet. Für heimische Hersteller, welche

nur den lokalen Markt bedienen, lohnt sich der Einsatz von Shelf/Retail Ready Packaging nicht.

Für Detailhändler, die gewisse Ansprüche an das Layout stellen und attraktive Verkaufsregale pflegen, ist Shelf/Retail Ready Packaging nur situativ einsetzbar. Dies ist beispielsweise bei 2. Platzierungen von Promotionen der Fall oder bei gewissen Produktkategorien, bei denen die Umverpackung nicht störend wirkt.

Erfahrungsgemäss funktionieren Shelf/Retail Ready Packaging Lösungen im Discount Kanal am besten. Hard Discounter setzen ganz auf diese Art der Warenpräsentation. Dort ist es auch für Hersteller wichtig, dass der Markenauftritt („Shelf Impact“) sichtbar und sich abgrenzend von Mitbewerbern erfolgt. Dies kann über die Gestalt sowie über Trays und Boxen geschehen.

Aktuell besteht sowohl bei Schweizer Detailhändlern als auch bei Konsumgüterherstellern kein Bedarf an Shelf/Retail Ready Packaging Lösungen. Dies kann sich aber – bei erhöhtem Konkurrenzkampf durch die Etablierung der Harddiscounter – mittelfristig ändern.

Standardisation

Collaboration

Information

Learning

Support

Events

Network

13.07.2009 / RB