



Nachhaltige Produkte – aber wie?

Erkennen. Optimieren. Kommunizieren.

4. Dezember 2013 | GS1 Germany Knowledge Center, Köln

Nachhaltige Produkte – aber wie? Erkennen. Optimieren. Kommunizieren.

Hersteller und Handel stehen vor der Herausforderung, Produktnachhaltigkeit in das praktische Management der Wertschöpfungskette zu übersetzen. Hierfür haben sich in den letzten Jahren verschiedene Initiativen gegründet, um zentrale Nachhaltigkeitsherausforderungen von Produktkategorien – die sogenannten „Hotspots“ – gemeinsam zu identifizieren. Die Europäische Kommission hat in diesem Jahr einen eigenen Methodenvorschlag für die Messung der Produktnachhaltigkeit vorgelegt, der auch darauf abzielt, dass Unterschiede in der Nachhaltigkeitsleistung von den Verbrauchern erkannt werden können.

Dieses gemeinsame Verständnis ist die Grundvoraussetzung, um gezielt und unternehmensübergreifend die wichtigsten Nachhaltigkeitsherausforderungen anzugehen. Damit steigt jedoch auch der Bedarf an verlässlichen Informationen. Die transparente Supply Chain wird zur Voraussetzung für ganzheitliche Produktnachhaltigkeit. Auf der Konferenz werden Wege zu einem effizienteren Informationsaustausch in der vertrauensvollen Zusammenarbeit zwischen Handel und Hersteller beleuchtet. Hierbei sind auch insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU) gefragt.

Am Ende der Produktoptimierung steht die offensive Vermarktung der erreichten Verbesserungen. Wie erhöht man die Verbindlichkeit und Aussagekraft von Informationen und vermeidet, in die Greenwashing-Ecke gestellt zu werden? Auch hierzu zeigt die Konferenz Wege auf.

Die Veranstaltung befasst sich mit folgenden Fragestellungen:

- Was bedeutet Nachhaltigkeit für meine Produkte?
- Wie lässt sich die Nachhaltigkeit großer Sortimente optimieren?
- Welche Gesetzes-Initiativen zu Produktnachhaltigkeit sind in Vorbereitung?
- Wie lässt sich Nachhaltigkeit als Treiber für Produktinnovation nutzen?
- Was sind Anforderungen an Produkte der Zukunft?
- Wie kommuniziere ich Nachhaltigkeitsvorteile an den Kunden?

Zielgruppe:

Management, Praktiker und Umsetzer aus den Bereichen

- Nachhaltigkeit, CSR, Compliance
 - Umwelt, Gesundheit und Sicherheit
 - Qualitätsmanagement und -sicherung
 - Produktentwicklung, -management und -design
 - Einkauf
 - Category Management, Vertrieb/Key Account
- der Branchen Konsumgüter, Textil und Baumarkt

Programm



09:00

Begrüßung

Stephan Schaller, Senior-Projektmanager Nachhaltigkeit, GS1 Germany GmbH



09:15

Erfolg durch nachhaltige Produkte – Verbraucherwünsche im Fokus

Prof. Dr. Jochen R. Pampel, Partner Advisory, Head of Sustainability Services, KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

- Warum sollen Produkte nachhaltig sein?
- Was bedeutet Nachhaltigkeit für Verbraucher?
- Inwieweit steckt Nachhaltigkeit bereits im Markenversprechen?
- Welche Trends bestehen im Nachhaltigkeitsbewusstsein und dessen Grenzen?
- Nachhaltigkeit eher Tool als Zweck der Produktentwicklung!



09:45

Nachhaltigkeit von Produkten transparent machen. Was plant die Europäische Kommission? Was können Unternehmen tun?

Dr. Dipl.-Biol. Bahar Cat-Krause, Senior-Projektmanager Nachhaltigkeit, GS1 Germany GmbH

Hersteller und Handel stehen vor der Herausforderung, Produktnachhaltigkeit in das praktische Management der Wertschöpfungskette zu übersetzen, aber welche Informationen sind relevant? Welche globalen Initiativen haben sich dieser Frage angenommen und welche Aktivitäten wurden in Europa angestoßen?

10:15

Kaffeepause



10:45

Nachhaltige Sortimentsgestaltung – komplexe Herausforderungen für den Handel

Johan Hulleman, QA-Manager, Jumbo Supermarkten B.V.
Marjan de Bock-Smit, CEO, Supply Chain Information Management B.V.



Nachhaltige Logistikketten sind im Einzelhandel und in der Industrie gleichermaßen Thema. Doch wie gelangt man in der täglichen Praxis zu mehr Nachhaltigkeit? Wo liegen die Herausforderungen und was ist der Königsweg zu den gewünschten Ergebnissen? Wie lassen sich die Ergebnisse unter allen Interessenspartnern teilen – einschließlich GS1? Das niederländische Einzelhandelsunternehmen Jumbo informiert gemeinsam mit seinem Partner Supply Chain Information Management über bisherige Erfahrungen.



11:15

Pilze aus Kaffeesatz – gesund einfach lecker

Anne-Kathrin Kuhlemann, Geschäftsführerin & Gründerin, Chido's mushrooms

Die Natur kennt keinen Abfall, die menschengemachte Industrie jedoch nutzt oft nur Bruchteile der eingesetzten Ressourcen. Chido's mushrooms züchtet Edelpilze auf Kaffeesatz – direkt in der Stadt – für höchste Frische und Qualität.

11:45

Lunch



13:00

Lemonaid – Trinken hilft. Entwicklungshilfe durch sozial nachhaltige Getränke

Jakob Berndt, Gründer und Geschäftsführer, Lemonaid Beverages GmbH

Trinkend die Welt verändern – das ist die Maxime von Lemonaid & Charitea, zwei Fairtrade-Softdrinks aus St. Pauli. Alle Zutaten sind biologisch angebaut und stammen von Kleinbauern aus aller Welt. Durch fairen Handel wird eine nachhaltige, gerechte Landwirtschaft unterstützt. Zusätzlich fließt ein fester Betrag pro Flasche in Sozialprojekte in den Anbauregionen.



13:30

Vollständige Produkttransparenz als Triebfeder innovativer Produktnachhaltigkeit

Laura Cremer, Internal Communications and Sustainability Manager Europe, Interface Deutschland GmbH

Am Beispiel von Interface wird aufgezeigt, wie ein Paradigmawechsel im Unternehmen vollzogen wurde. Außerdem wird die Strategie von Interface vorgestellt, die auf der Erstellung von Ökobilanzen basiert und als Triebfeder für innovative Produkte und eine nachhaltige Unternehmensentwicklung dient.



14:00

Qualität bedeutet mehr: vom Programm zum Produkt

Nina Ligons, Project Manager Procurement, Nestlé Deutschland AG

Nestlé Deutschland integriert Nachhaltigkeit in einen ganzheitlichen Qualitätsansatz. Mit konkreten Maßnahmen und Zielen für die gesamte Breite des Produktportfolios wird eine Grundlage auch für eine transparentere und gezielte Kommunikation mit den Verbrauchern geschaffen.



14:30

Nachhaltige Fischprodukte durch eine nachhaltige und transparente Fisch-einkaufspolitik

Dr. Iris Menn, Kämpferin Meere & Biodiversität, Greenpeace

Vor sieben Jahren nahm Greenpeace das erste Mal das Fischsortiment im deutschen LEH unter die Lupe und stellte fest: Kein Unternehmen wird seiner Verantwortung für den Schutz der Meere gerecht. Um diese Verantwortung mit Leben zu füllen, muss eine nachhaltige und transparente Einkaufspolitik für Fisch das Ziel für die Unternehmen sein.

15:00

Kaffeepause



15:30

Fair, ökologisch, transparent – Sortimentsgestaltung als Wettbewerbsvorteil

Michael Radau, Vorsitzender des Vorstands, SuperBioMarkt AG

Die SuperBioMarkt AG hat ihre Ursprünge in der Bio-Bewegung der 70er Jahre. Der Weg vom kleinen Bioladen zum ernsthaften Mitspieler im Bereich Lebensmittel-Vollsortimenter hat sich entscheidend über die konsequente Sortimentsentwicklung vollzogen.



16:00

Die Rolle des Handels – Sortimentsgestaltung, Entwicklung, Sensibilisierung

Andreas Petke, *Leitung Qualität und Umwelt, tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG*

Bei tegut... ist Nachhaltigkeit seit vielen Jahren Unternehmensphilosophie. Was bedeutet dies für die Sortimentsgestaltung, die Entwicklung und Ausbildung der Mitarbeiter und die Sensibilisierung und Information der Kunden?



16:30

Ein Projekt trägt Früchte: Wege zum nachhaltigen Kakao und zur CO₂-neutralen Fabrik

Georg Hoffmann, *Nachhaltigkeitsmanager, Alfred Ritter GmbH & Co. KG Schokoladenfabrik*

Auf rund 2.000 Hektar Land wird über die nächsten Jahre sozial nachhaltig angebauter Kakao wachsen. Durch Aufforstung bracher, nicht nutzbarer Flächen und Nutzung von pflanzlichen Abfällen kann CO₂ wieder in die Pflanzen bzw. den Boden eingebracht werden. Dabei werden CO₂-Zertifikate mit dem Gold-Standard generiert, die die Fabrik in Zukunft CO₂-neutral stellen werden.

17:00

Zusammenfassung und Ende der Veranstaltung

Sponsoren



cutting through complexity

KPMG

KPMG ist ein weltweites Netzwerk rechtlich selbstständiger Firmen mit mehr als 152.000 Mitarbeitern in 156 Ländern. Auch in Deutschland gehört KPMG zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen und ist mit rund 8.600 Mitarbeitern an mehr als 20 Standorten präsent. Unsere Leistungen sind in die Geschäftsbereiche Audit, Tax und Advisory gegliedert. Im Mittelpunkt von Audit steht die Prüfung von Konzern- und Jahresabschlüssen. Tax steht für die steuerberatende Tätigkeit von KPMG. Der Bereich Advisory bündelt unser hohes fachliches Know-how zu betriebswirtschaftlichen, regulatorischen und transaktionsorientierten Themen. Für wesentliche Branchen unserer Wirtschaft haben wir eine geschäftsbereichsübergreifende Spezialisierung vorgenommen. Hier laufen die Erfahrungen unserer Experten weltweit zusammen und tragen zusätzlich zur Beratungsqualität bei. | information@kpmg.de | www.kpmg.de

Medienpartner



... bewusst besser leben!



Mit freundlicher Unterstützung von



Ihr Veranstalter

GS1 Germany unterstützt Unternehmen aller Branchen dabei, moderne Kommunikations- und Prozess-Standards in der Praxis anzuwenden und damit die Effizienz ihrer Geschäftsabläufe zu verbessern. Unter anderem ist das Unternehmen in Deutschland für das weltweit überschneidungsfreie GS1 Artikelnummernsystem zuständig – die Grundlage des Barcodes. Darüber hinaus fördert GS1 Germany die Anwendung neuer Technologien zur vollautomatischen Identifikation von Objekten (EPC/RFID) und zur standardisierten elektronischen

Kommunikation (EDI). Im Fokus stehen außerdem Lösungen für mehr Kundenorientierung (ECR – Efficient Consumer Response) und die Berücksichtigung von Trends wie Mobile Commerce, Multichanneling sowie Nachhaltigkeit in der Entwicklungsarbeit. GS1 Germany gehört zum internationalen GS1 Netzwerk und ist nach den USA die zweitgrößte von mehr als 110 GS1 Länderorganisationen. Paritätische Gesellschafter sind das EHI Retail Institute und der Markenverband.

Veranstaltungsort

GS1 Germany Knowledge Center

Stolberger Straße 108 a | 50933 Köln

Das GS1 Germany Knowledge Center



Treffen. Tagen. Trainieren.

Seit Eröffnung im Mai 2009 hat sich das GS1 Germany Knowledge Center als Plattform für die Zusammenarbeit und den Austausch von Unternehmen aus Handel und Industrie etabliert. Unter einem Dach konzentriert sich hier das gesamte Spektrum des GS1 Angebots: So wird Trainings und Seminaren das notwendige Rüstzeug vermittelt, um Geschäftsprozesse auf der Basis international gültiger Standards effizienter und kundenorientierter zu gestalten. Vertreter namhafter internationaler Unternehmen beraten über die Herausforderungen der Zukunft; Tagungen und Kongresse bieten ein Forum für den Dialog zwischen Anwendern in den unterschiedlichen Branchen.

Theorie und Praxis unter einem Dach

Erleben. Begreifen. Verstehen. Zwei Showrooms liefern Antworten.

Das Herzstück des Knowledge Centers bildet ein interaktiver Showroom. In der Value Chain live! werden auf 250 Quadratmetern neue Logistik- und Technologielösungen gezeigt und wird die reibungslose Vernetzung durch GS1 Standards demonstriert. Verfolgen Sie den Weg eines Wasserkastens entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der Produktion über die Etikettierung, die Ein- und Auslagerung und den Warenausgang, den Transport und die Vereinnahmung bis hin zur Verkaufsfläche sowie Rücknahme und Wiedereinführung in den Warenkreislauf.

Immer mehr Konsumenten nutzen das Internet bzw. ihr Smartphone, um sich über Produkte zu informieren. Zahlreiche mobile Services – von Extended Packaging über Rabattaktionen (Couponing) bis hin zum Bezahlen per Handy – eröffnen Industrie und Handel interessante neue Marketing-Möglichkeiten. Mit der interaktiven Präsentationsfläche Consumer 2.0 mobile! erleben Besucher, welche Rolle GS1 Lösungen bei Mobile Commerce spielen.



Anmeldung per Fax

Datum

4. Dezember 2013

Veranstaltungsort

GS1 Germany Knowledge Center
Stolberger Straße 108 a | 50933 Köln

Teilnahmegebühr

549,- Euro zzgl. der gesetzl. MwSt.

Ermäßigte Teilnahmegebühr

495,- Euro zzgl. der gesetzl. MwSt. bei Buchung bis zum 23. Oktober 2013. Weitere Teilnehmer aus einem Unternehmen erhalten einen Rabatt von 100,- Euro. Mitglieder des B.A.U.M. erhalten einen zusätzlichen Rabatt von 50,- Euro. Bitte schreiben Sie in das Hinweisfeld am Ende Ihrer Online-Anmeldung „B.A.U.M.-Mitglied“. In der Teilnahmegebühr sind Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränke enthalten.

Veranstalter

GS1 Germany GmbH | Maarweg 133 | 50825 Köln
Stefanie Leigeber | T +49 221 94714-551 | F +49 221 94714-7551
E leigeber@gs1-germany.de

Hotel

Zur Buchung eines Hotelzimmers wenden Sie sich bitte an:
H.U.T. Hotelreservierungs- und Tagungsmanagement GmbH
Sarah Braun | T +49 221 292592-20 | F +49 221 292592-93
E sarah.braun@hut-gmbh.net

Teilnahmebedingungen

Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Anmeldungen werden in der Reihenfolge des Eingangs berücksichtigt. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung und die Rechnung. Die Teilnahmegebühr ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Eine kostenfreie Stornierung ist bis 6. November 2013 möglich; sie muss schriftlich erfolgen. Bei Absagen nach dem 6. November 2013 wird die gesamte Teilnahmegebühr fällig. Ein Ersatzteilnehmer kann selbstverständlich gestellt werden. Programmänderungen aus dringlichem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

Datenschutzhinweis

GS1 Germany nutzt Ihre Daten über die Vertragserfüllung hinaus auch zur Werbung für eigene Zwecke. Sie können der Verarbeitung oder Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung jederzeit bei der GS1 Germany GmbH | Maarweg 133 | 50825 Köln | T +49 221 94714-0 | F +49 221 94714-990 | E widerspruch@gs1-germany.de (verantwortlich i. S. d. BDSG) widersprechen.

Nachhaltige Produkte – aber wie?

GS1 Germany GmbH | Fax +49 221 94714-565

Branchen:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Beratungsunternehmen | <input type="checkbox"/> Handel |
| <input type="checkbox"/> Industrie | <input type="checkbox"/> IT-Dienstleister |
| <input type="checkbox"/> Logistikdienstleister | <input type="checkbox"/> Presse |
| <input type="checkbox"/> Verband | <input type="checkbox"/> NGO |

Spezifizierung der Branche _____

GLN (falls vorhanden)

Name | Vorname

Position | Abteilung

Firma | Institution

Straße | Nr.

PLZ | Ort

Telefon

Fax

E-Mail

Ich melde mich unter Anerkennung der Teilnahmebedingungen verbindlich an.

Datum | Stempel | Unterschrift

GS1 Germany GmbH

Maarweg 133

50825 Köln

T +49 221 94714-0

F +49 221 94714-990

E info@gs1-germany.de