

# Status und Ausblick Dienstleistungen Food und Nonfood

**Jos Lanen**

Geschäftsführer und Delegierter des Verwaltungsrates  
MARKANT Syntrade Schweiz AG

6. Informationstag MARKANT Syntrade  
23. September 2014 in Olten



- Europäische Zentralregulierung (EZR)
  - Abwicklung aller Belegarten
  
- 100% Bürgschaft
  
- EDI - alle Nachrichtentypen
  - **ORDERS, DESADV, INVOICE, REMADV**
  
- Produktmanagement-Informationssystem
  - Zentraler Artikelstamm (ZAS) =B2B & **B2C**
  - MARKANT mediaBASE (MMB)
  - **Monitoring Aktionspreise (MAPIS)**



## Harmonisierung der Lebensmittel-Kennzeichnungsvorschriften

- Mit der Revision der LKV (Verordnung über die Kennzeichnung und Anpreisung von Lebensmitteln) erfolgte zum 1. Januar 2014 eine Anpassung an die LMIV (Lebensmittel-Informationsverordnung; VO (EU) Nr. 1169/2011)
- Neue und geänderte Vorgaben sind u.a.
  - die Verpflichtung zur Hervorhebung von Allergenen
  - eine geänderte Nährwertdeklaration
  - die Angabe der botanischen Herkunft von pflanzlichen Fetten und Ölen
  - neue Bezeichnungen für einige Zusatzstoffgattungen, z.B. Konservierungsstoffe, Antioxidationsmittel, Trennmittel
- Umsetzung der neuen Vorgaben bis zum 25. November 2015

## Flexibilisierung und Anpassung des Lebensmittelrechts an die Anforderungen der Zukunft

- Gründe für die Totalrevision des LMG (Lebensmittelgesetz)
  - grössere Flexibilität in der Gesetzgebung
  - Harmonisierung mit dem EU-Recht zum Abbau von Handelshemmnissen
  - Informationsbedürfnis der Konsumentinnen und Konsumenten

## Flexibilisierung und Anpassung des Lebensmittelrechts an die Anforderungen der Zukunft

- Das neue LMG wurde am 1. Juli 2014 veröffentlicht
- Ende der Referendumsfrist ist der 9. Oktober 2014
- Überarbeitung des Verordnungsrechts – rund 26 Verordnungen – erforderlich; der Beginn der Anhörung ist für Ende 2014 geplant
- Ohne Referendum tritt das neue Lebensmittelgesetz voraussichtlich am 1.1.2016 in Kraft

# Zentraler Artikelstamm: B2B und B2C Daten



## B2B (logistische) Daten



**Gewicht, Länge, Breite,  
Höhe, Palettenangaben,  
Artikelname, Warengruppe  
usw.**



## B2C (Konsumenten / Endverbraucher) Daten



**Zutaten, Allergene,  
Nährwerte,  
Herkunftsland usw.**

▶ **Zentrale Aktualitäts-  
und Qualitätsprüfung**

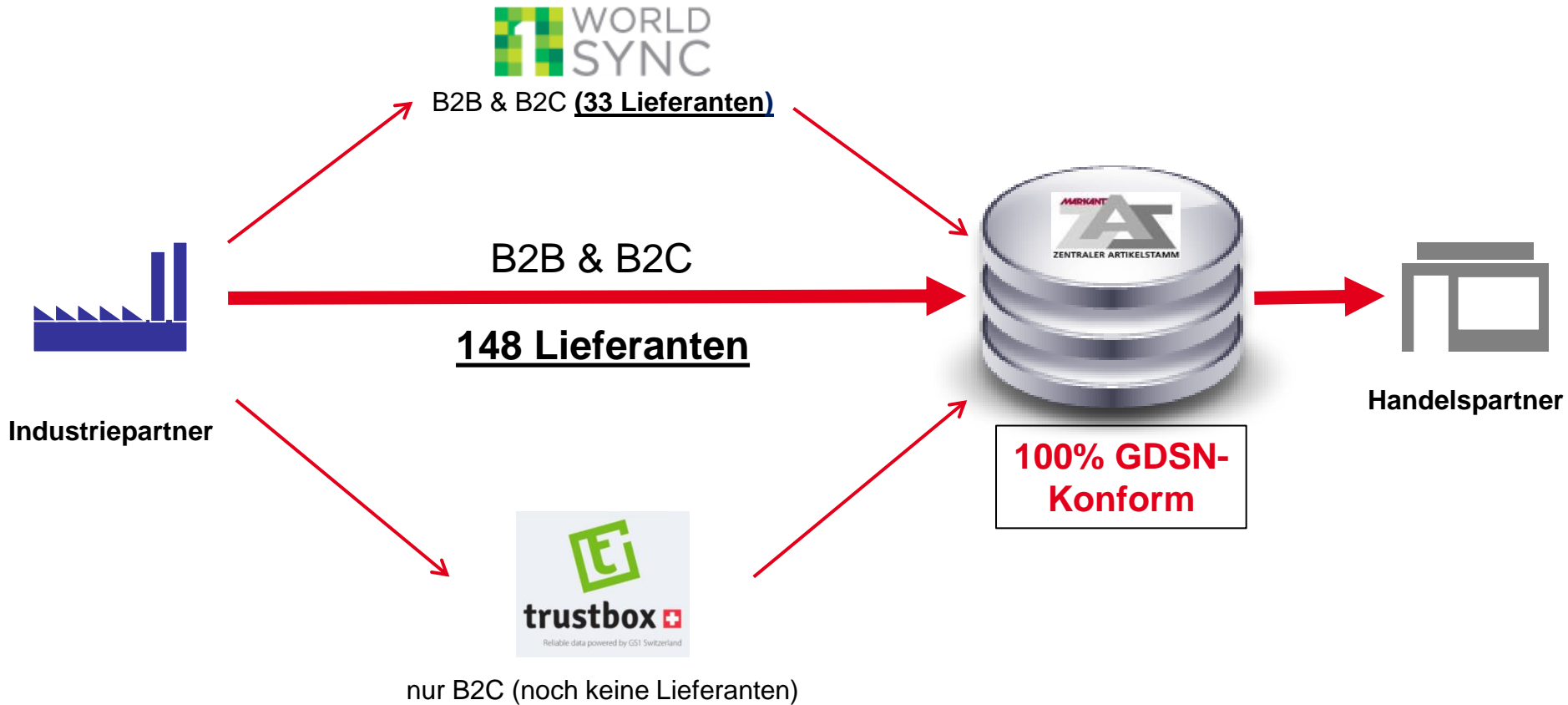
▶ **Gewährleistung  
globaler Standards/  
Prozesse (GS1/GDSN)**

▶ **Reduzierung  
manueller  
Tätigkeiten**

▶ **Einmalige  
Datenbereitstellung**



# Zentraler Artikelstamm: B2B und B2C Bereitstellungsmöglichkeiten



# MAPIS: Eine neue Dienstleistung der MARKANT



Das Marken-Aktions-Preis-  
Informations-System

liefert Informationen

WER, WAS, WO, WANN und WIE zu WELCHEM

Preis bewirbt



Aktionspreis-Beobachtung leicht gemacht

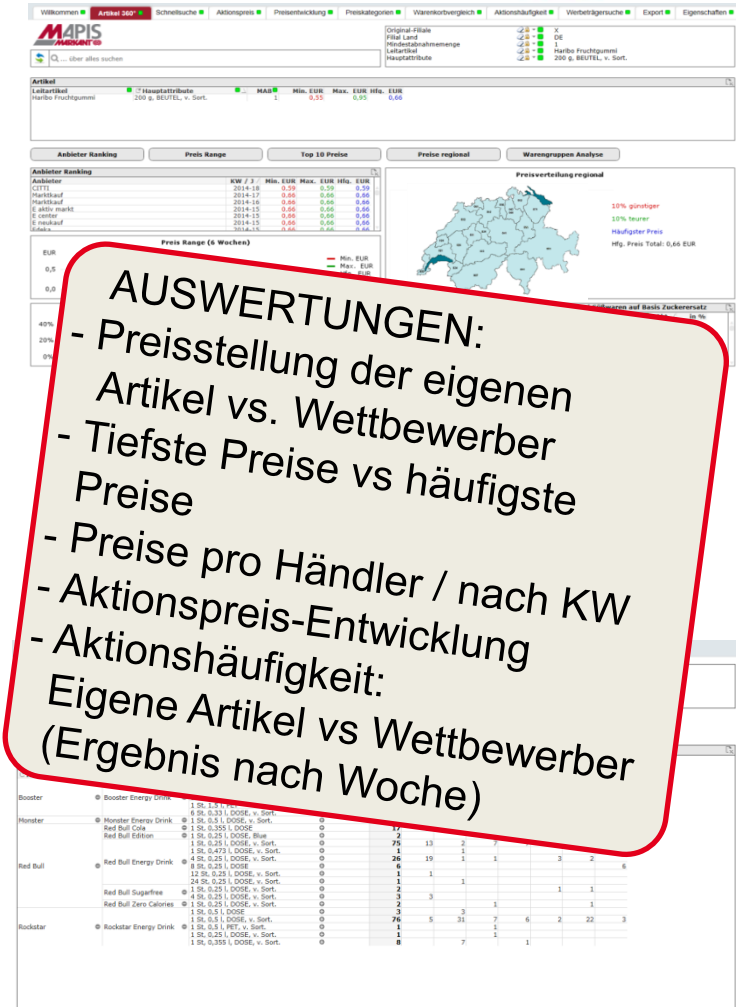




# MAPIS: Unsere Leistungen



- Zentrale und aktuelle Erfassung von Aktionen des eigenen Sortiments und der Wettbewerber
- Keine zeit- und kostenintensiven Recherchen
- Datenbereitstellung durch MARKANT  
- kein Aufwand lieferantenseitig
- Unbegrenzte Anzahl an Usern
- Clevere Marketingauswertungen
- Schulungstermine und Support



**AUSWERTUNGEN:**

- Preisstellung der eigenen Artikel vs. Wettbewerber
- Tiefste Preise vs häufigste Preise
- Preise pro Händler / nach KW
- Aktionspreis-Entwicklung
- Aktionshäufigkeit:
- Eigene Artikel vs Wettbewerber (Ergebnis nach Woche)



## Key Account Management

- Hohe Reaktionsfähigkeit durch topaktuelle Informationen
- Strategische Unterstützung bei Jahresgesprächen durch Monitoring der mit dem Handel vereinbarten Aktionen und Entwicklungen bei den Wettbewerbern

## Vertriebsinnendienst

- Keine eigene Sammlung und Erfassung der Werbeprospekte nötig
- Zeitersparnis durch passende Standardreports und flexible Listen
- Hohe Validität der Berichte durch transparente Datenbasis

## Trade Marketing

- Impulse für Aktionsartikel durch Themen- und Saisonauswertungen z.B. Fussball-WM, Schulanfang etc.
- Wettbewerbsbeobachtung - auch länderübergreifend

## Marketing / Werbung

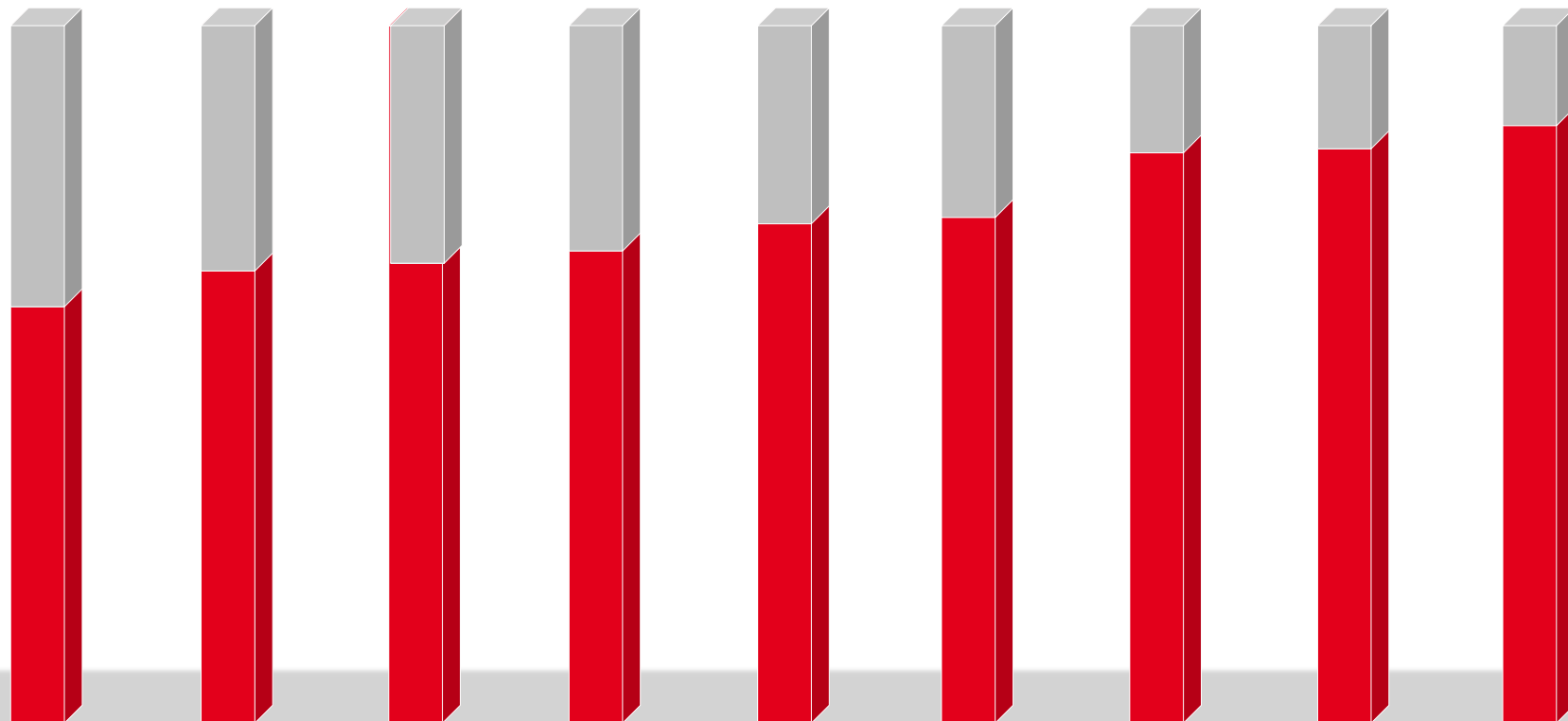
- Analyse von Themen- und Saisonwerbung des Handels
- Kontrolle der Abbildungen des eigenen Sortiments nach Relaunch von Logos und / oder Verpackungen

# Konzentration in der Schweizer Industrie\*

\*% Top Marken-Hersteller an Total Kategorie



Waschmittel Tiernahrung Bier Zahnpasta TK-Pizza Rasieren & Zubehör Ready-To-Eat-Cereals Softdrinks Ketchup



Top 3:  
58.2%

Top 2:  
63.2%

Top 3:  
64.3%

Top 2:  
66.0%

Top 2:  
69.8%

Top 2:  
70.7%

Top 2:  
79.7%

Top 2:  
80.3%

Top 1:  
83.5%

Datenbasis: Nielsen MAT Wo 28/14, Detailhandel Schweiz exkl. Aldi/Lidl



# MARKANT Syntrade steht für Vielfalt im Schweizer Handel

