



GS1 Academy

## Quo vadis Category Management?

Aktuelle Studienergebnisse ermöglichen erstmals eine Bestandsaufnahme und zeigen auf, durch welche Trends Handel und Industrie künftig geprägt werden.

# Category Management – aktuell wie nie

Die Bedeutung von Category Management ist in den letzten Jahren gestiegen. Und auch künftig wird das Thema weiter an Relevanz gewinnen. So lauten die zentralen Ergebnisse einer neuen Studie, die in Zusammenarbeit mit plan + impuls und GS1 Germany realisiert wurde.

Das Hauptaugenmerk der neuen Studie „Quo vadis Category Management?“ liegt auf der Ist-Situation im Category Management (CM) sowie dem Ausblick von Handel und Industrie. „Die Ergebnisse dieser empirischen Forschungsarbeit belegen die weiter wachsende Bedeutung von CM für Handel und Industrie“, erklärt Andrea Stevens, Abteilungsleiterin CM Training bei GS1 Germany. Die Expertin für Category Management hat die Arbeit im Rahmen ihres Studiums an der FOM Hochschule für Oekonomie & Management sowie in Kooperation

mit plan + impuls und GS1 Germany durchgeführt. „Mehr denn je sehen Unternehmen die große Notwendigkeit, in die CM-Ausbildung ihrer Mitarbeiter zu investieren“, ergänzt Alexander Ehrl, Geschäftsführer bei plan + impuls. Als Basis der Untersuchung diente einerseits eine qualitative Befragung von Branchenexperten mit Fokus auf ihre subjektive Einschätzung – und andererseits eine quantitative Befragung von Mitarbeitern in Handels- und Industrieunternehmen. Die wichtigsten Ergebnisse der Studie sehen Sie auf diesen Seiten.

## Vorsprung durch Wissen

GS1 Germany verfügt seit vielen Jahren über Know-how und Expertise in den Themenbereichen Category Management und Shopper Marketing. Egal ob Sie Category Management (CM) einführen oder Ihre CM-Arbeitsprozesse optimieren möchten: Wir unterstützen Sie dabei mit unseren praxisnahen Weiterbildungen und einem umfangreichen Beratungsangebot (nähere Informationen und Kontaktdaten auf der Rückseite).

Wie schätzen Sie die Bedeutung des Themas CM ein?

**Category Management ist so aktuell wie nie.**

**81%**

der Teilnehmer sind der Meinung, dass CM in den letzten Jahren in ihrem Unternehmen an Bedeutung gewonnen hat.



**55%**

der Unternehmen führen aktuell mehr kooperative CM-Projekte durch als noch vor drei Jahren.

Sind Ihre Mitarbeiter in Sachen CM gut ausgebildet? **Starke Bereitschaft zur Investition in die Ausbildung.**



**Knapp 60%**

der Unternehmen werden in den nächsten drei Jahren mehr in die CM-Ausbildung der Mitarbeiter investieren.

Warum werden aktuell mehr CM-Projekte durchgeführt als früher?

**Die Gründe sind sowohl strategischer als auch taktischer Natur.**

### STRATEGISCHE GRÜNDE

- Größere Offenheit für CM-Kooperationen **66%**
- CM ist Wachstumsmotor für **Umsatz und Ertrag** **55%**
- Notwendigkeit nimmt zu durch **steigenden Wettbewerb** **49%**
- Ressourcenaufbau Personal** (mehr Mitarbeiter) **44%**



### TAKTISCHE GRÜNDE

- 44%** CM verbessert **Flächenproduktivität**
- 35%** CM ist stärker ins **operative Tagesgeschäft** integriert
- 27%** Es wird vom **CM-Partner verlangt**

Was sind Ihre Fokusthemen im CM?

**In Industrie und Handel gibt es unterschiedliche Priorisierungen.**

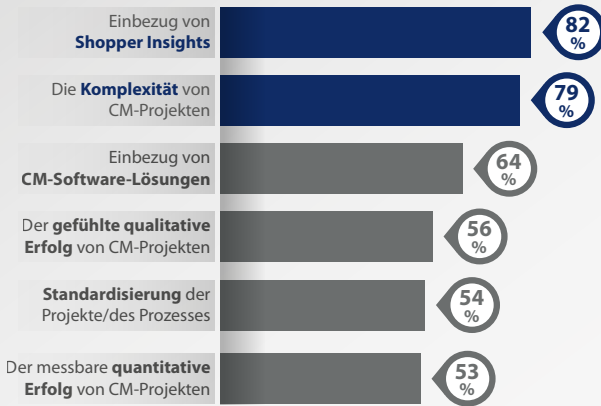
### Fokusthemen **INDUSTRIE**



### Fokusthemen **HANDEL**



Welche Aspekte haben innerhalb von CM-Projekten zugenommen? **Shopper Insights und gestiegene Komplexität stehen im Vordergrund.**



Wo liegen die Barrieren bei CM-Projekten? **Personalressourcen als Engpass.**



Welche Top-Zukunftstrends sehen Sie im CM? **Shopper Marketing ist stets vorne dabei.**

### **INDUSTRIE**

- 1 Shopper Marketing
- 2 Promotion-Optimierung
- 3 Zweitplatzierungs-Optimierung
- 4 Online-CM (E-Commerce)
- 5 Inhouse Consulting



### **HANDEL**

- 1 Total-Store-Projekte
- 2 Shopper Marketing
- 3 Promotion-Optimierung
- 4 Online-CM (E-Commerce)
- 5 Multipartner-Projekte



# Werden Sie zum Profi!

Unsere aktuellen Weiterbildungsangebote für Sie:

Erste Erfahrungen bauen Sie in den zweitägigen Basisseminaren auf:  
**Category Management Basics, Shopper Marketing Basics, Omni-Channel Retailing Basics** und **Shopper Research Basics**.

Zum Profi werden Sie in unserem  
**Lehrgang zum Zertifizierten ECR D-A-CH Category Manager**.

Mehr Informationen unter  
[www.gs1-germany.de/gs1-academy/category-management](http://www.gs1-germany.de/gs1-academy/category-management)

## Sprechen Sie uns an!



Andrea Stevens, Abteilungsleiterin CM Training bei GS1 Germany, steht Ihnen gerne für Ihre Fragen zur Verfügung.  
Kontakt: T + 49 221 94714 - 451, [stevens@gs1-germany.de](mailto:stevens@gs1-germany.de)



Alexander Ehrl, Geschäftsführer bei plan + impuls, steht Ihnen gerne für Ihre Fragen zur Verfügung.  
Kontakt: T + 49 89 540 31 80, [info@planundimpuls.de](mailto:info@planundimpuls.de)

### GS1 Germany GmbH

#### Category Management & Shopper Marketing

Maarweg 133

50825 Köln

T + 49 221 94714 - 541

F + 49 221 94714 - 7541

E [trainings@gs1-germany.de](mailto:trainings@gs1-germany.de)

plan + impuls   
von Insights zu Actions!

