



Germany

Global Standards - Connecting Business



Presse-Grosso
Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V.

Presseinformation

Mehr Jugendschutz im Einzelhandel

Presse-Grosso, VDZ, BTWE und GS1 Germany vereinbaren gemeinschaftliche Jugendschutzinitiative für Presseprodukte mit elektronischen Datenträgern.

Köln, 13. Juli 2011. Die Branchenverbände Bundesverband Presse-Grosso, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) und der Bundesverband des Tabakwaren-Einzelhandels (BTWE) haben sich auf eine Erweiterung der Pressecodierung von Zeitungen und Zeitschriften geeinigt. Ziel ist die effektive Durchsetzung des Jugendschutzgesetzes. Presseprodukte mit beigefügten CDs, CD-ROMs oder DVDs, die mit einer Altersbeschränkung der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) oder Freiwilligen Selbstkontrolle der Unterhaltungssoftware (USK) gekennzeichnet sind, werden mit einem neuen „Jugendschutz-Präfix“ im EAN-Barcode versehen. Dieser neue, gemeinsam mit GS1 Germany entwickelte, Branchenstandard soll spätestens zum 1. Januar 2012 umgesetzt sein. Er ermöglicht zusätzlich zu der vorhandenen visuellen Jugendschutzkennzeichnung eine softwaregesteuerte Erkennung beim Kassiervorgang. Nach entsprechender Anpassung der Kassen-Software des Einzelhandels löst die neue Codierung beim Scannen von Presseprodukten an der Kasse ein akustisches, wahlweise zusätzlich optisches Signal aus. Es weist das Personal auf die gesetzlich vorgeschriebene Prüfpflicht bzw. die erforderliche Sichtprüfung hin. Der „Jugendschutz-Präfix“ findet Eingang in alle relevanten GS1 Germany-Publikationen. Spätestens zum 1. Januar 2012 soll er in die betrieblichen Prozesse der Verlage und Handelsstufen integriert sein.

Mit dem Projekt kommen die Branchenverbände den Wünschen des Einzelhandels nach, der zur Unterstützung des effizienten Kassens-Checkouts zusätzlich zu der vorhandenen Kennzeichnung der Presseprodukte eine



Germany

Global Standards - Connecting Business



Presse-Grosso

Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e.V.

softwarebasierte Erkennungsroutine bevorzugt – wie schon bei anderen jugendschutzrelevanten Warengruppen wie Tabakwaren oder Alkohol.

GS1 Germany hilft 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 bietet Lösungen für mehr Kundenorientierung (ECR – Efficient Consumer Response). Das privatwirtschaftlich organisierte Unternehmen mit Sitz in Köln gehört zum internationalen Netzwerk „Global Standards One“ (GS1) und ist eine der größten von mehr als 100 GS1-Länderorganisationen. Paritätische Gesellschafter von GS1 Germany sind der Markenverband und das EHI Retail Institute.

Der **Bundesverband Presse-Grosso e.V.** vertritt die medienpolitischen und wirtschaftlichen Interessen der verlagsunabhängigen Pressegrossisten in Deutschland. Im Verband sind 53 von 68 Grosso-Unternehmen organisiert. Die Grossisten beliefern täglich rund 123.000 Einzelhändler mit Presse und beschäftigen ca. 13.000 Mitarbeiter (inkl. Tochter- und Fremdunternehmen). Der Branchenumsatz liegt bei 2,6 Milliarden Euro (zu Abgabepreisen an den Einzelhandel).

Pressekontakt GS1 Germany:

GS1 Germany GmbH
Michaela Freynhagen
Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Marketing + Kommunikation
Maarweg 133, 50825 Köln
Tel: 0221 94714-534, Fax: 0221 94714-591
E-Mail: freynhagen@gs1-germany.de
Homepage: www.gs1-germany.de

Pressekontakt Bundesverband Presse-Grosso e.V.

Bundesverband Deutscher Buch-, Zeitungs- und Zeitschriften-Grossisten e. V.
Christoph Schley
Assistent Geschäftsführung / Rechtsanwalt
Händelstraße 25-29, 50674 Köln
+49(0)221-921337-22 (Telefon)
+49(0)221-921337-44 (Fax)
E-Mail: cs@bvpg.de
Homepage: www.pressegrasso.de

VDZ, BVPG und BTWE vereinbaren mit GS1 Germany gemeinschaftliche Jugendschutz-Initiative für Presse-Produkte mit elektronischen Datenträgern

Die gesetzlichen Bestimmungen des Jugendschutzes stellen hohe Anforderungen an die Unternehmen des Einzelhandels respektive deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Tangiert sind gemäß § 14 Jugendschutzgesetz auch Presse-Produkte mit beigefügten elektronischen Datenträgern (CD, CD ROM, DVD), die mit einer Altersbeschränkung gemäß Freiwilliger Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (kurz FSK) oder einer Altersbeschränkung gemäß Freiwilliger Selbstkontrolle der Unterhaltungssoftware (kurz USK) versehen sind. Die jeweilige Altersbegrenzung wird dem Einzelhandel durch ein farbiges Prüfsiegel, das gemäß der gesetzlichen Bestimmungen des § 12 Jugendschutzgesetz in ausreichender Größe gut sichtbar auf der Datenträger-Hülle, auf dem Datenträger oder auf der Zeitschrift angebracht sein muss, signalisiert.



Zur Unterstützung des produktivitätsorientierten Kassen-Checkout wünscht der Einzelhandel zusätzlich zu der vorhandenen Kennzeichnung in Analogie zu anderen jugendschutzrelevanten Warengruppen wie z. B. Tabakwaren oder Alkohol eine softwarebasierte Erkennungsroutine, so dass die Kasse beim Scanning von jugendschutzrelevanten Objektausgaben ein akustisches und/ oder optisches Signal gibt, was das Personal auf die gesetzlich vorgeschriebene Prüfpflicht bzw. die erforderliche Sichtprüfung hinweist.

Verlage und Presse-Grossisten begrüßen ausdrücklich das konsequente Eintreten des Einzelhandels für die Beachtung des Jugendschutzes; es besteht eine ungeteilte Bereitschaft, das diesbezügliche Engagement zielorientiert zu unterstützen. In Gesprächen mit den Einzelhandelspartnern wurde folglich nach konstruktiven Lösungen gesucht, die die Jugendschutzprüfung für Presse-Produkte mit elektronischen Datenträgern zusätzlich erleichtern. Die Software-Routinen, die für andere Warengruppen wie z. B. Tabakwaren und Alkohol realisiert wurden, bedingen eine folgespezifische Stammdatenpflege in Verbindung

mit dem price-look-up-Verfahren; dies ist bei Presse aus den hinreichend bekannten Gründen nicht zu leisten bzw. nicht zielführend. Deshalb wurde der nachfolgend beschriebene, alternative Lösungsweg erarbeitet und mit GS1 Germany als neuer, ergänzender Branchenstandard vereinbart:

Für Presse-Produkte mit Altersbeschränkung bzw. für Objektausgaben mit einer FSK- oder USK-Alterskennung > 0 Jahre wird ein abweichendes Präfix genutzt, das wiederum nach MwSt-Satz differenziert, folglich also:

- a. „439“ für Objektausgaben mit mit FSK-/ USK-Alterskennung > 0 Jahre zum ermäßigten MwSt-Satz
- b. „434“ für Objektausgaben mit mit FSK-/ USK-Alterskennung > 0 Jahre zum vollen MwSt-Satz

Vor dem Hintergrund dieses neuen pressespezifischen „Jugendschutz-Präfix“ müssen die Erkennungsroutinen, die die Einzelhandelsunternehmen beim Kassen-Checkout für Presse-Produkte nutzen, wie folgt ergänzt werden:

1. Die direkte Entnahme des gebundenen Brutto-Verkaufspreises aus dem Strichcode-Symbol (= die sogenannte vereinfachte Erkennungsroutine für Presse, die eine Stammdatenpflege verzichtbar macht) muss auch bei diesem Präfix gewährleistet werden.
2. Wenn das Jugendschutz-Präfix beim Kassiervorgang von der Kasse erkannt wird, muss von der Kasse ein akustisches und/ oder optisches Signal gegeben werden, so dass vom Kassierpersonal eine gezielte Sichtprüfung erfolgen kann.
3. Auch Objektausgaben, die mit dem „Jugendschutz-Präfix“ codiert sind, müssen selektiert, zwischengespeichert und zwecks Bestandsermittlung und bedarfsgerechter Nachlieferung im Rahmen des sogenannten VMP-Verfahrens* an die Presse-Grossisten übermittelt werden.

Das neue „Jugendschutz-Präfix“ in der Differenzierung „439“ und „434“ wurde offiziell von GS1-Germany als Presse-Standard freigegeben. Es findet Eingang in alle relevanten GS1-Germany-Publikationen, so insbesondere auch das GTIN/ GLN-Handbuch und das Verlagsbooklet. Spätestens am 01.01.2012 muss das „Jugendschutz-Präfix“ in die betriebliche Prozesse der Verlage und Handelsstufen finden. Die Übergangszeit von ca. ½ Jahr muss genutzt werden, um die IT-basierten Sub-Systeme, die sich der Barcode-Verwendung und Erkennung bedienen bzw. den pressespezifischen GTIN für vertriebliche Routinen nutzen, entsprechend zu adaptieren und zu erweitern.