



The Global Language of Business

GTIN Management Standard

Dieser Standard steht auch auf nachfolgender GS1 Website zur Verfügung: <http://www.gs1.org/1/gtinrules/>

Version 1.1, Genehmigt, August 2023

Dokument Überblick

Dokument	Status
Dokument Name	GTIN Management Standard
Dokument Datum	August 2023
Dokument Version	1.1
Dokument Ausgabe	
Dokument Status	Genehmigt
Dokumentbeschreibung	Dieser Standard steht auch auf nachfolgender GS1 Website zur Verfügung: http://www.gs1.org/1/gtinrules/

Deutsche Übersetzung

Organisationen	Name
GS1 Austria	Eugen Sehorz
GS1 Germany	Ilka Machemer
GS1 Switzerland	Daniel Müller

Mitwirkende

Name	Organisation
Cherise Allison	Sam's Club
Dominique Alvarez	L'Oreal
Andrea Ausili	GS1 Italy
Nuno Azevedo	GS1 Portugal
Duncan Barnett	Unilever UK
Xavier Barras	GS1 France
Earl Beery	The J.M. Smucker Company
Robert Beideman	GS1 Global Office
Cassi Belazouz	GS1 France
Lori Bigler	The J.M. Smucker Company
Mats Bjorkqvist	GS1 Sweden
Arnaud Bonnefoy	GS1 France
Carol Botten	Tesco Stores Ltd.
Philippe Brian	Carrefour
Jaclyn Broomhead	GS1 UK
Scott Brown	GS1 US
David Buckley	GS1 Global Office
Greg Buckley	PepsiCo Inc.
Heather Burns	Wal-Mart Stores Inc.
Mike Capsambelis	Google Switzerland GmbH
Emanuela Casalini	GS1 Italy

Name	Organisation
Anthony Chan	GS1 Hong Kong
James Chronowski	GS1 US
Daniel Clark	GS1 Canada
Luiz Costa	GS1 Brasil
Jeffrey Cree	Ahold (USA)
Jay Crowley	USDM
Trey Davis	Alcon Labs
Kevin Dean	GS1 Canada
Robert Delp	Johnson & Johnson
Yolande Diaz	Carrefour
Deniss Dobrovolskis	GS1 Sweden
Camille Dreyfuss	GS1 France
Marcel Ducceschi	Migros-Genossenschafts-Bund
Mike Durning	Wakefern Food Corporation
Hussam El-Leithy	GS1 US
Steve Endacott	Tesco Stores Ltd.
Juliet Espinosa	GS1 Colombia
Filipe Esteves	GS1 Portugal
Véra Feuerstein	Nestle
Richard Fisher	DLA - DoD Logistics AIT Office
Stefan Gathmann	GS1 Ireland
Inga Gehring	REWE Group
Vanessa Giuliani	GS1 Italy
Christian Santiago	Google Inc.
Heinz Graf	GS1 Switzerland
David Hackbarth	Procter & Gamble Co.
Ruediger Hagedorn	The Consumer Goods Forum
Andrew Hearn	GS1 Global Office
Kurt Herregodts	GS1 Belgium & Luxembourg
Bernie Hogan	GS1 US
Mark Holmes	GS1 Global Office
Agata Horzela	GS1 Poland
Tany Hui	GS1 Hong Kong
Alan Hyler	GS1 Global Office
Marc Inderbitzin	Migros-Genossenschafts-Bund
Sebastián Infante	GS1 Colombia
Yoshihiko Iwasaki	GS1 Japan
Sven Jahn	Coop Genossenschaft
Lillian Jakubczyk	Mattel Inc
Richard Johnstone	GS1 UK
Manfred Jürgens	Migros-Genossenschafts-Bund

Name	Organisation
Katalin Kecskes	GS1 Hungary
Jennifer Keegan	Woolworths Limited
Brendan Kernan	GS1 Ireland
Werner Kolb	Unilever N.V.
Thorsten Kroke	REWE Group
Jason Lavik	Target Corporation
Hanjoerg Lerch	METRO Group
David Little	eBay Inc
Jia Liu	GS1 China
Theresa Long	Bunge Oils
Elizabeth Lorkins	Unilever UK
Ilka Machemer	GS1 Germany
Maria Madalena Centeno	GS1 Portugal
Meg Mason	Google Switzerland GmbH
John McMains	Mattel Inc
Christine McMaster	Wakefern Food Corporation
Diane Mellowship	Tesco Stores Ltd.
Eddy Merrill	GS1 Global Office
Frank Metz	GS1 Germany
Gena Morgan	GS1 Global Office
Naoko Mori	GS1 Japan
Daniel Mueller-Sauter	GS1 Switzerland
Rebecca Nichols	The J.M. Smucker Company
Melanie Nuce	GS1 US
Benjamin Östman	GS1 Finland
Manfred Piller	GS1 Austria
Neil Piper	GS1 UK
Raymond M Poinsette	Beaver Street Fisheries
Christian Przybilla	GS1 Germany
Nadine Radomski	Dean Foods Company
Paul Reid	GS1 UK
Rob Rekrutiak	Google Switzerland GmbH
Barbara Richardson	Coca-Cola Company (The)
Rich Richardson	GS1 US
Erin Riggs	Procter & Gamble Co.
Steven Robba	1WorldSync Holdings Inc.
Pere Rosell	GS1 Spain
John Ryu	GS1 Global Office
Marcelo Sa	GS1 Brasil
Budi Saputra	Procter & Gamble Co.
Matthieu Saussol	Bonduelle

Name	Organisation
Sue Schmid	GS1 Australia
Eugen Sehorz	GS1 Austria
Deanna Sheardown	Mattel Inc
David Sheldon	Nestle
Yuko Shimizu	GS1 Japan
Daseul Son	Google Switzerland GmbH
Simone Sporing	Coop Genossenschaft
Andrew Steele	GS1 Australia
Emily Stow	New Look Retailers Limited
Taishi Takaoka	GS1 Japan
Xin Tian	GS1 China
Marianne Timmons	GS1 Global Office
Elena Tomanovich	GS1 Global Office
Xavier Tournade	Mars Inc.
Ron Trauthwein	Coca-Cola Company (The)
Milan Vacval	1WorldSync Holdings Inc.
Ankur Vaid	GS1 Australia
Frits van den Bos	GS1 Netherlands
Regan Van Tassel	Ecolab
Krisztina Vatai	GS1 Hungary
Jon Verb	Bar Code Graphics Inc.
Olivier Veys	Bonduelle
Anand Vora	Google Switzerland GmbH
Kathleen Welch	Wegmans Food Markets
Matthias Wiesmann	Google Switzerland GmbH
Carrie Wilkie	GS1 US
MJ Wylie	Johnson & Johnson
Ruoyun Yan	GS1 China
Qi Zhibo	GS1 China
Dale Zukaitis	Wegmans Food Markets

Angabe der Änderungen

Version	Änderungsdatum	Geändert von	Übersicht zu den Änderungen
1.0	June 2016	G. Morgan, A. Hearn & D. Buckley	WR 16-012, GS1 UniqueID initiative: Vereinfachung und Klärung des GTIN Management, um Unternehmen dabei zu unterstützen, Produktdaten in Omni-Channel Märkten mit Konsumenten zu teilen.
1.1	August 2023	D. Mullen	Globale Entwicklungsgruppe zur Modernisierung der GTIN Regeln bzgl. Sets/Bündel und Ausschluss der Anwendung auf gebrauchte Produkte

Haftungsausschluss

GS1® bemüht sich in ihrer Intellectual Property Policy, Unsicherheiten zu vermeiden, indem die Teilnehmer in den Arbeitsgruppen, die diesen **GTIN Management Standard** entwickelt haben, sich verpflichten, allen GS1 Teilnehmern eine kostenfreie Lizenz oder eine RAND Lizenz zu gewähren. Darüber hinaus wird darauf hingewiesen, dass die Umsetzung eines oder mehrerer Wesensmerkmale eines Standards ein Patent oder ein anderes geistiges Eigentumsrecht berühren kann. Solche Patente oder geistigen Eigentumsrechte sind nicht Teil der Lizenzverpflichtung von GS1. Die Vereinbarung, eine Lizenz, die der GS1 IP Policy unterliegt, zu erteilen, betrifft nicht geistige Eigentumsrechte und Ansprüche von Dritten, die nicht in den Arbeitsgruppen mitgearbeitet haben.

Bei der Erstellung dieses Dokumentes und der darin enthaltenen GS1 Standards wurde die größtmögliche Sorgfalt angewandt. GS1, GS1 Austria, GS1 Germany, GS1 Switzerland und alle Dritten, die an der Erarbeitung dieses Dokuments beteiligt waren, halten hierdurch fest, dass sie keinerlei Gewährleistung im Zusammenhang mit diesem Dokument und keinerlei Haftung für irgendeinen Schaden Dritter, einschließlich direkte und indirekte Schäden, sowie entgangenen Gewinn im Zusammenhang mit der Nutzung dieser Standards übernehmen.

Dieses Dokument kann jederzeit abgeändert oder an neue Entwicklungen angepasst werden. Die in diesem Dokument dargestellten Standards können jederzeit neuen Anforderungen – insbesondere gesetzlichen Anforderungen – angepasst werden. Dieses Dokument kann geschützte Markenzeichen oder Logos enthalten, die Dritte nicht ohne Erlaubnis des Rechteinhabers reproduzieren dürfen.

Im Zweifelsfall gilt das englische Original.

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	8
1.1	Grundprinzipien/Unternehmensziele zur Änderung einer GTIN	9
1.2	Beschreibung eines neuen Produktes im Vergleich zu einer Änderung eines am Markt bestehenden Produktes	9
1.3	GS1 Standards und die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften	9
1.4	GTIN Management Standard und Ermessen des Markeninhabers	9
2	GTIN Management Regeln	10
2.1	Neue Produkteinführung	10
2.2	Deklarierte Rezeptur oder Funktionalität	11
2.3	Angegebener Nettoinhalt.....	12
2.4	Änderungen der Abmessungen oder des Bruttogewichtes	13
2.5	Hinzufügen oder Entfernen eines Gütesiegels.....	14
2.6	Primäre Marke	15
2.7	Zeitkritische Produkte oder Promotionsware	16
2.8	Anzahl von Kartons/Packungen	17
2.9	Vordefiniertes Set/Bündel.....	18
2.10	Preis auf der Packung	19

1 Einführung

Die GTIN bietet eine globale Lösung für die Wertschöpfungskette, indem jede Handelseinheit, die an irgendeinem Punkt der Lieferkette bepreist, bestellt oder verrechnet, und zu der vordefinierte Informationen ausgetauscht werden müssen, eindeutig identifiziert wird.

Der GTIN (Global Trade Item Number) Management Standard wurde erarbeitet, um der Industrie eine konsistente Entscheidungsgrundlage zur eindeutigen Identifikation von Handelseinheiten in offenen globalen Wertschöpfungsketten zu bieten. Dieser Standard wurde in Übereinstimmung mit dem GS1 Global Standards Management Process (GSMP) erarbeitet und ist Teil des GS1 Systems. Die Kosten werden insgesamt minimiert, wenn alle Partner entlang der Wertschöpfungskette den GTIN Management Standard befolgen.

Die eindeutige Identifikation von Handelseinheiten ist notwendig, um effiziente betriebliche Abläufe zu ermöglichen, auf die sich Handelspartner zum Zweck eines konsistenten Austauschs von Produktinformationen verlassen und um somit reibungslose Abläufe in globalen Lieferketten sicherzustellen.

Auch ist die eindeutige Identifikation von Handelseinheiten sehr wichtig, wenn gesetzliche Vorschriften rund um den Globus eingehalten werden sollen. Zuletzt ist neben der eindeutigen Identifikation auch die Kommunikation jener Änderungen unumgänglich, die sicherstellt, dass das richtige Produkt auch in den Regalen der Geschäfte zur Verfügung steht oder in einem Online-Shop (e-Commerce Plattform) präsentiert wird und bei Bedarf korrekt an Konsumenten verschickt werden kann.

1.1 Grundprinzipien/Unternehmensziele zur Änderung einer GTIN

Der GTIN Management Standard stellt einen Industriestandard zur Verfügung, um einen praktischen Nutzen für den Handel und Konsumenten zu bieten, speziell für den Fall, wenn vordefinierte Informationen zu einem bestehenden Produkt geändert werden oder ein neues Produkt zum ersten Mal vorgestellt wird. **Dieser GTIN Management Standard DARF NICHT für die Identifikation nicht-neuer Produkte verwendet werden. Regeln für nicht-neue Produkte sind in den Allgemeinen GS1 Spezifikationen, Kapitel 2.1.15, zu finden.** Die nachfolgenden Grundprinzipien sollten von jedem Markeninhaber beachtet werden, wenn Änderungen an einem bestehenden Produkt durchgeführt werden und auch wenn eine Strategie für die GTIN Vergabe für ein neues Produkt entwickelt wird.

1. Wird vom Konsumenten und/oder Handelspartner erwartet, dass er ein geändertes oder neues Produkt vom vorherigen/bestehenden Produkt unterscheiden kann?
2. Gibt es eine gesetzliche/verpflichtende Auflage zur Auskunft gegenüber Konsumenten oder Handelspartnern?
3. Sind wesentliche Auswirkungen auf die Lieferkette zu erwarten (z.B. wie das Produkt versendet, gelagert, vereinnahmt wird)?

Eine Änderung der GTIN ist dann erforderlich, wenn zumindest eines dieser Grundprinzipien zutrifft.

1.2 Beschreibung eines neuen Produktes im Vergleich zu einer Änderung eines am Markt bestehenden Produktes

Wenn Entscheidungen zur Identifikation eines Produktes zu treffen sind, ist es wichtig, den Unterschied zwischen einem NEUEN Produkt und Änderungen an einem am Markt bestehenden Produkt zu erkennen.

Neues Produkt

Neue Produkte sind jene, die derzeit nicht im Portfolio eines Markeninhabers existieren und neu am Markt angeboten werden. Die GTIN Management Regeln erfordern, dass bei einem neu am Markt angebotenen Produkt immer eine eindeutige GTIN zugewiesen werden muss, damit das neue Produkt von am Markt bestehenden Produkten unterschieden werden kann.

Produktänderung

Änderungen von existierenden Produkten sind "als Nachfolgeprodukte" zu verstehen (die Vorgängerversion existiert nicht mehr, wenn das Nachfolgeprodukt im Markt eingeführt ist). Der GTIN Management Standard definiert, wann die Änderungen bestimmter Eigenschaften eines am Markt bestehenden Produktes eine GTIN-Neuvergabe erfordern.

- **Neues Produkt:** Ein "neues Produkt" ist definiert als ein Produkt, das derzeit nicht besteht oder nicht für den Verkauf zur Verfügung stand, und eine Ergänzung des Produktangebotes des Markeninhabers und neu auf dem Markt ist.
- **Produktänderung:** Ein bestehendes Produkt, momentan im Produktangebot des Markeninhabers und auf dem Markt verfügbar, dessen Eigenschaften geändert wurden.

1.3 GS1 Standards und die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften

Der GTIN Management Standard repräsentiert die Mindestanforderungen. Möglicherweise sind Vorschriften im lokalen Markt oder in der Region vorhanden, die strenger sind und eingehalten werden MÜSSEN.

Alle lokalen Gesetze und Vorschriften haben Vorrang vor dem GTIN Management Standard.

1.4 GTIN Management Standard und Ermessen des Markeninhabers

Der GTIN Management Standard repräsentiert die minimalen GTIN Änderungen, auf die sich Industrie und Handel geeinigt haben. Ein Markeninhaber kann die GTIN so häufig ändern wie er für angemessen hält, um unter Berücksichtigung der Grundprinzipien in Kapitel [1.1](#) seine Bedürfnisse und die seiner Kunden abzudecken.

2 GTIN Management Regeln

In den nachfolgenden Kapiteln wird erläutert, wann eine GTIN neu zugewiesen werden MUSS (NEUES PRODUKT) oder geändert (NACHFOLGEPRODUKT) um mit dem GTIN Management Standard übereinzustimmen.

Die Regeln des GTIN Management Standards definieren, wann eine Änderung der GTIN auf der Konsumenteneinheit (Grundeinheit) notwendig ist, als auch auf höheren Ebenen der Verpackung (z.B. Kisten, Kartons, Paletten), die derzeit existieren und in der Warenverteilung verwendet werden.

Beachten Sie, dass alle Regeln des GTIN Management Standards berücksichtigt werden müssen, wenn die endgültige Entscheidung getroffen werden muss, ob eine GTIN geändert werden muss oder nicht.

2.1 Neue Produkteinführung

Ein "neues Produkt" ist definiert als ein Produkt, das gegenwärtig nicht existiert oder bislang nicht zum Verkauf zur Verfügung stand und das eine Ergänzung im Produktportfolio des Markeninhabers bzw. neu am Markt ist.

Jedes neue Produkt erfordert die Vergabe einer eigenen GTIN.

Hierarchieebene der GTIN Vergabe

- Die GTIN wird auf Ebene der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben.
- Eine eigene GTIN muss auf jeder Ebene der Verpackungshierarchie über der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben werden.

Name der GTIN Regel	Neue GTIN auf Ebene der Konsumenten- oder Grundeinheit?	Neue GTIN für höhere Ebenen der Verpackung (z. B. Karton, Palette)?
Neue Produkteinführung	JA	JA

Beispiele, die eine GTIN Änderung erfordern

- Ein Mobiltelefonhersteller fügt ein Modell mit neuen Merkmalen zu seinem Produktangebot hinzu.
- Eine Produktlinie wird durch ein Produkt mit einer Geschmacksrichtung oder einem Aroma ergänzt, das es bisher nicht im Produktportfolio des Markeninhabers gab, und das parallel zu den anderen Geschmacksrichtungen oder Aromen eingeführt wird.
- Eine Produktverpackung enthält nur die englische Sprache und es wird das gleiche Produkt mit nur der spanischen Sprache hergestellt.
- Eine saisonale Änderung an einem Produkt wird durchgeführt, von der erwartet wird, dass der Konsument bzw. Geschäftspartner das geänderte Produkt getrennt bestellen können möchte.
- Ein neues Fernsehmodell mit neuen Funktionalitäten wie z. B. WiFi oder Streaming-Möglichkeit wird zusätzlich offeriert.
- Eine neue T-Shirt-Linie beinhaltet verschiedene Größen eines bestimmten Modells oder einer bestimmten Farbe (S, M, L, XL, etc.). Jedes Modell, jede Farbe und Größe wird als eigenes Produkt betrachtet und erfordert eine eigene eindeutige GTIN.
- Der Jahrgang (Jahr der Produktion) einer Weinflasche ändert sich und ist wichtig für den Konsumenten, da dies als Qualitätsunterschied zum Vorjahr wahrgenommen wird. Dieser Wein wird nicht als Massenware, sondern als neues Produkt angesehen.

Relevante Grundprinzipien

Name der GTIN Regel	Wird von einem Konsumenten und/oder Handelspartner erwartet, dass er ein geändertes oder neues Produkt vom vorherigen/bestehenden Produkt unterscheiden kann?	Gibt es eine gesetzliche/ verpflichtende Auflage zur Auskunft gegenüber Konsumenten oder Handelspartnern?	Sind wesentliche Auswirkungen auf die Lieferkette zu erwarten (z.B. wie das Produkt versendet, gelagert, vereinnahmt wird)?
Neue Produkteinführung	JA	JA	JA

2.2 Deklarierte Rezeptur oder Funktionalität

„Funktionalität“ ist definiert als die spezifische Verwendung eines Produktes, für die es designed ist. „Rezeptur“ ist definiert als die Liste von Zutaten oder Komponenten, die verwendet werden, um dieses Produkt herzustellen.

Dieser GTIN Management Standard DARF NICHT für die Identifikation nicht-neuer Produkte verwendet werden. Regeln für nicht-neue Produkte sind in den Allgemeinen GS1 Spezifikationen, Kapitel 2.1.15, zu finden.

Eine Änderung bzgl. der Funktionalität oder der Rezeptur an einem bestehenden Produkt, die Einfluss auf die gesetzlich verpflichtende deklarierte Information auf der Produktverpackung hat und von der der Markeninhaber erwartet, dass der Konsument oder Handelspartner den Unterschied erkennen möchte, erfordert die Vergabe einer neuen GTIN. Für die GTIN-Neuvergabe müssen beide genannten Anforderungen (deklarierte Information auf der Packung, Unterscheidung durch Konsumenten oder Handelspartner) erfüllt sein.

Hierarchieebene der GTIN Vergabe

- Die GTIN wird auf Ebene der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben.
- Eine eigene GTIN muss auf jeder Ebene der Verpackungshierarchie über der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben werden.

Name der GTIN Regel	Neue GTIN auf Ebene der Konsumenten- oder Grundeinheit?	Neue GTIN für höhere Ebenen der Verpackung (z. B. Karton, Palette)?
Deklarierte Rezeptur oder Funktionalität	JA	JA

Beispiele, die eine GTIN Änderung erfordern

- Ammoniak (eine potentiell gefährliche Zutat) wurde einem Rezept beigefügt, das Einfluss auf die Aufbewahrung oder Verwendung des Produktes durch Konsumenten / Handelspartner haben kann.
- Ein Produkt wird mit Nüssen verfeinert. Die Beigabe stellt ein neues Allergen dar, welche durch eine gesetzlich verpflichtende Informationsangabe gekennzeichnet werden und somit für den Konsumenten sichtbar sein muss.
- Eine Änderung in der Rezeptur reduziert Zucker um 50%, sodass das Produkt "wenig Zucker" enthält.
- Zuvor gefrorener Lachs wird nun als frischer Lachs verkauft.

Zusätzliche Information

- Die Vergabe einer neuen GTIN ist NICHT erforderlich, wenn eine bestehende Funktionalität deklariert wird, die zuvor zwar vorhanden, aber nicht auf der Verpackung deklariert war, und nun mit einer neuen Verpackung vermarktet wird.
- Lokale, nationale oder regionale Vorschriften / Gesetze können zu häufigeren GTIN-Änderungen führen. Diese Vorschriften / Gesetze haben immer Vorrang gegenüber den Regeln, die in diesem GTIN Management Standard beschrieben sind.

Relevante Grundprinzipien

Name der GTIN Regel	Wird von einem Konsumenten und/oder Handelspartner erwartet, dass er ein geändertes oder neues Produkt vom vorherigen/bestehenden Produkt unterscheiden kann?	Gibt es eine gesetzliche/ verpflichtende Auflage zur Auskunft gegenüber Konsumenten oder Handelspartnern?	Sind wesentliche Auswirkungen auf die Lieferkette zu erwarten (z.B. wie das Produkt versendet, gelagert, vereinnahmt wird)?
Deklarierte Rezeptur oder Funktionalität	JA	JA	JA

2.3 Angegebener Nettoinhalt

„Nettoinhalt“ wird definiert als der verbrauchbare Inhalt in einer Produktverpackung, der auf dem Etikett mit einer der folgenden Angaben deklariert ist: Nettogewicht, Volumen, Anzahl, Einheiten, etc.

Jegliche Änderung (mehr oder weniger) des gesetzlich geforderten, deklarierten Nettoinhaltes, der auf die Verpackung gedruckt ist, erfordert die Zuweisung einer neuen GTIN.

Hierarchieebene der GTIN Vergabe

- Die GTIN wird auf Ebene der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben.
- Eine eigene GTIN muss auf jeder Ebene der Verpackungshierarchie über der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben werden.

Name der GTIN Regel	Neue GTIN auf Ebene der Konsumenten- oder Grundeinheit?	Neue GTIN für höhere Ebenen der Verpackung (z. B. Karton, Palette)?
Angegebener Nettoinhalt	JA	JA

Beispiele, die eine GTIN Änderung erfordern

- Die ausgewiesene Anzahl von Windeln in einer Packung für Einwegwindeln wird von 14 auf 12 geändert.
- Das angegebene Nettogewicht auf der Verpackung eines Salzgebäcks wird von 680 g (24 oz) auf 794 g (28 oz) erhöht.
- Die angegebene Anzahl an Rasierern in einer Packung wird von 4 auf 6 geändert, aber die Größe der Packung bleibt gleich.
- Eine zusätzliche Bonusmenge des Produktes wird in der Packung beigefügt und gegenüber den Konsumenten deklariert. Zum Beispiel wird eine Viererpackung (4 Stück) eines Lippenbalsams als Sechserbonuspack verkauft und entsprechend deklariert. Die zusätzlichen Produkte (2 Stück) werden dem Konsumenten gegenüber ausgewiesen (enthält dann 6 Stück).

Zusätzliche Information

- Diese Bedingung ist nicht gültig für Marketingangaben oder Vorschläge, die für den Konsumenten interessant sind, aber nicht in Verbindung mit dem Preis, der Marke oder gesetzlichen Regelungen steht. Zum Beispiel: vorgeschlagene Serviergröße.
- Der deklarierte Nettoinhalt wird herangezogen, um die Regalauszeichnung zu ermöglichen, und den Preis je Einheit (Grundpreisauszeichnung) zu berechnen, um dies den *Konsumenten gegenüber auszuweisen*. Die Korrektheit und Übereinstimmung ist ausgesprochen wichtig und kann bei Nicht-Einhaltung zu einer Strafzahlung führen.
- Lokale, nationale oder regionale Vorschriften / Gesetze können zu häufigeren GTIN-Änderungen führen. Diese Vorschriften / Gesetze haben immer Vorrang gegenüber den Regeln, die in diesem GTIN Management Standard beschrieben sind.

Relevante Grundprinzipien

Name der GTIN Regel	Wird von einem Konsumenten und/oder Handelspartner erwartet, dass er ein geändertes oder neues Produkt vom vorherigen/bestehenden Produkt unterscheiden kann?	Gibt es eine gesetzliche/ verpflichtende Auflage zur Auskunft gegenüber Konsumenten oder Handelspartnern?	Sind wesentliche Auswirkungen auf die Lieferkette zu erwarten (z.B. wie das Produkt versendet, gelagert, vereinnahmt wird)?
Angegebener Nettoinhalt	JA	JA	JA

2.4 Änderungen der Abmessungen oder des Bruttogewichtes

Eine Änderung der Abmessung in jegliche Richtung (Länge, Breite, Höhe) oder des Bruttogewichtes um mehr als 20% erfordert die Vergabe einer neuen GTIN.

Hierarchieebene der GTIN Vergabe

- Die GTIN wird auf Ebene der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben.
- Eine eigene GTIN muss auf jeder Ebene der Verpackungshierarchie über der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben werden.

Name der GTIN Regel	Neue GTIN auf Ebene der Konsumenten- oder Grundeinheit?	Neue GTIN für höhere Ebenen der Verpackung (z. B. Karton, Palette)?
Änderungen der Abmessungen oder des Bruttogewichtes	JA	JA

Beispiele, die eine GTIN Änderung erfordern

- Das Verpackungsmaterial eines Produktes wird von Plastik auf Glas umgestellt, dadurch ändert sich das gesamte Bruttogewicht des Produktes um 50 % von 0,34 kg (0.75 lb) auf 0,51 kg (1.125 lb).
- Die Höhe eine Schachtel mit Waschmittel wird um 40% geändert, von 7,6 cm (3 in) auf 10,64 cm (4.2 in).
- Die Beladung einer Palette wird verändert (ohne Veränderung der enthaltenen Einheiten), sodass sich eine oder mehrere Abmessungen in eine Richtung um mehr als 20% verändern.

Zusätzliche Information

- Diese Regel ist nur auf die Abmessungen und das Bruttogewicht eines Produktes anwendbar. Jegliche Änderungen des deklarierten Nettoinhaltes werden durch die Regel "Deklariertes Nettoinhalte" abgedeckt.
- Häufig hintereinander durchgeführte Änderungen bei gleichbleibender GTIN zur Umgehung der 20% Regel sind keine akzeptable Vorgehensweise. Handelspartner sollten über alle Abmessungsänderungen informiert werden. Häufig hintereinander durchgeführte Änderungen können zu Problemen bei den Handelspartnern führen und den Fluss der Produkte durch die Logistikkette behindern.
- Siehe dazu den [GS1 Package and Product Measurement Standard](#), in dem ein konsistenter, wiederholbarer Prozess zur Messung von bestehenden Verpackungen beschrieben ist.
- Lokale, nationale oder regionale Vorschriften / Gesetze können zu häufigeren GTIN-Änderungen führen. Diese Vorschriften / Gesetze haben immer Vorrang gegenüber den Regeln, die in diesem GTIN Management Standard beschrieben sind.

Relevante Grundprinzipien

Name der GTIN Regel	Wird von einem Konsumenten und/oder Handelspartner erwartet, dass er ein geändertes oder neues Produkt vom vorherigen/bestehenden Produkt unterscheiden kann?	Gibt es eine gesetzliche/ verpflichtende Auflage zur Auskunft gegenüber Konsumenten oder Handelspartnern?	Sind wesentliche Auswirkungen auf die Lieferkette zu erwarten (z.B. wie das Produkt versendet, gelagert, vereinnahmt wird)?
Änderungen der Abmessungen oder des Bruttogewichtes	JA	NEIN	JA

2.5 Hinzufügen oder Entfernen eines Gütesiegels

Eine Verpackungsänderung, um ein neues Gütesiegel hinzuzufügen oder ein bestehendes zu entfernen (z. B. Koscher, UL Sicherheitsprüfzeichen oder das europäische Prüfzeichen CE), welches für Regulierungsbehörden, Handelspartner oder den Verbraucher einen signifikanten Stellenwert besitzt. Diese Änderung erfordert die Zuweisung einer neuen GTIN.

Hierarchieebene der GTIN Vergabe

- Die GTIN wird auf Ebene der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben.
- Eine eigene GTIN muss auf jeder Ebene der Verpackungshierarchie über der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben werden.

Name der GTIN Regel	Neue GTIN auf Ebene der Konsumenten- oder Grundeinheit?	Neue GTIN für höhere Ebenen der Verpackung (z.B. Karton, Palette)?
Hinzufügen oder Entfernen eines Gütesiegels	JA	JA

Beispiele, die eine GTIN Änderung erfordern

- Hinzufügen eines "Energieeffizienz" Logos, vergeben durch eine behördlich geprüfte Agentur.
- Entfernen eines Halal oder Koscher Zertifizierungszeichens von der Verpackung eines Produktes.
- Entfernen eines Gütesiegels: BIOLOGISCH.

Zusätzliche Information

- Zum Zweck der Interpretation dieser Regel wird Gütesiegel definiert als ist ein Symbol, Logo oder Wortlaut auf einem Produkt, das darauf hinweist, dass ein Produkt bestimmte festgelegte Kriterien oder Standards in Bezug auf die Rezeptur, Ernte, Verarbeitung oder Herstellung (z. B. das europäische Zertifizierungskennzeichen CE) erfüllt und das von externen Zertifizierungsstellen oder Behörden, die sowohl öffentliche als auch private Organisationen sein können, nachgeprüft werden kann.
- Lokale, nationale oder regionale Vorschriften / Gesetze können zu häufigeren GTIN-Änderungen führen. Diese Vorschriften / Gesetze haben immer Vorrang gegenüber den Regeln, die in diesem GTIN Management Standard beschrieben sind.

Relevante Grundprinzipien

Name der GTIN Regel	Wird von einem Konsumenten und/oder Handelspartner erwartet, dass er ein geändertes oder neues Produkt vom vorherigen/bestehenden Produkt unterscheiden kann?	Gibt es eine gesetzliche/ verpflichtende Auflage zur Auskunft gegenüber Konsumenten oder Handelspartnern?	Sind wesentliche Auswirkungen auf die Lieferkette zu erwarten (z.B. wie das Produkt versendet, gelagert, vereinnahmt wird)?
Hinzufügen oder Entfernen eines Gütesiegels	JA	JA	JA

2.6 Primäre Marke

Die Primäre Marke ist jene, die für den Konsumenten am besten erkennbar ist, wie vom Markeninhaber festgelegt, und kann durch ein Logo oder eine Wortkreation dargestellt werden.

Eine Änderung der primären Marke, die auf der Handelseinheit erscheint, erfordert die Vergabe einer neuen GTIN.

Hierarchieebene der GTIN Vergabe

- Die GTIN wird auf Ebene der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben.
- Eine eigene GTIN muss auf jeder Ebene der Verpackungshierarchie über der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben werden.

Name der GTIN Regel	Neue GTIN auf Ebene der Konsumenten- oder Grundeinheit?	Neue GTIN für höhere Ebenen der Verpackung (z. B. Karton, Palette)?
Primäre Marke	JA	JA

Beispiele, die eine GTIN Änderung erfordern

- Der vom Unternehmen vergebene primäre Markenname "Old Edge Computers" wird auf "Leading Edge Computers" geändert.

Zusätzliche Information

- Lokale, nationale oder regionale Vorschriften / Gesetze können zu häufigeren GTIN-Änderungen führen. Diese Vorschriften / Gesetze haben immer Vorrang gegenüber den Regeln, die in diesem GTIN Management Standard beschrieben sind.

Relevante Grundprinzipien

Name der GTIN Regel	Wird von einem Konsumenten und/oder Handelspartner erwartet, dass er ein geändertes oder neues Produkt vom vorherigen/bestehenden Produkt unterscheiden kann?	Gibt es eine gesetzliche/ verpflichtende Auflage zur Auskunft gegenüber Konsumenten oder Handelspartnern?	Sind wesentliche Auswirkungen auf die Lieferkette zu erwarten (z.B. wie das Produkt versendet, gelagert, vereinnahmt wird)?
Primäre Marke	JA	NEIN	NEIN

2.7 Zeitkritische Produkte oder Promotionsware

Die Änderung eines Produktes, das für ein bestimmtes Datum oder ein spezielles Ereignis promoted wird (inklusive Änderung der Verpackung) und einen Einfluss auf die notwendige Handhabung in der Lieferkette hat, damit die Handelseinheit innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zum Verkauf zur Verfügung steht, erfordert die Vergabe einer neuen GTIN.

Hierarchieebene der GTIN Vergabe

- Keine Änderung der GTIN auf Ebene der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben.
- Eine eigene GTIN muss auf jeder Ebene der Verpackungshierarchie über der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben werden.

Name der GTIN Regel	Neue GTIN auf Ebene der Konsumenten- oder Grundeinheit?	Neue GTIN für höhere Ebenen der Verpackung (z. B. Karton, Palette)?
Zeitkritische Produkte oder Promotionsware	NEIN	JA

Beispiele, die eine GTIN Änderung auf einer höheren Verpackungsebene erfordern (z.B., Packung, Karton, Palette):

- Eine kostenlose Einheit (nicht identifiziert mit einer eigenen GTIN) ist einer bestehenden Konsumenteneinheit während eines bestimmten Zeitraumes beigelegt. Der angegebene Nettoinhalt der ursprünglichen Einheit bleibt unverändert und die Abmessungen der Packung oder das Bruttogewicht der Einheit werden um NICHT MEHR als 20% geändert.
- Für einen eingeschränkten Zeitraum sind Urlaubsbilder auf einem Produkt abgebildet. Weihnachtsbäume werden einer Packung Taschentücher beigelegt.
- Eine eigene Produktverpackung wurde für die Herbstsaison "Zurück in der Schule" eingeführt.
- Während eines eingeschränkten Zeitraumes ist das Logo der Weltmeisterschaft auf dem Produkt angebracht.
- Für eine bestimmte Zeitdauer bringt ein Hersteller einen Coupon mit einem Euro (€ 1) an einer Riesenflasche Flüssigwaschmittel an. Der Gutschein kann zum Zeitpunkt des Kaufes eingelöst werden.
- Eine verkaufsfördernde Version eines Produktes ist gekennzeichnet mit "Spezielles Angebot" auf der Packung.

Zusätzliche Information

- Für zeitkritische Verkaufsförderungen muss die GTIN der Endverbrauchereinheit nicht geändert werden, aber für eine Verfolgung in der Lieferkette müssen die Überverpackung und Palette eindeutig identifiziert werden.

- Lokale, nationale oder regionale Vorschriften / Gesetze können zu häufigeren GTIN-Änderungen führen. Diese Vorschriften / Gesetze haben immer Vorrang gegenüber den Regeln, die in diesem GTIN Management Standard beschrieben sind.

Relevante Grundprinzipien

Name der GTIN Regel	Wird von einem Konsumenten und/oder Handelspartner erwartet, dass er ein geändertes oder neues Produkt vom vorherigen/bestehenden Produkt unterscheiden kann?	Gibt es eine gesetzliche/ verpflichtende Auflage zur Auskunft gegenüber Konsumenten oder Handelspartnern?	Sind wesentliche Auswirkungen auf die Lieferkette zu erwarten (z.B. wie das Produkt versendet, gelagert, vereinnahmt wird)?
Zeitkritische Produkte oder Promotionsware	JA	NEIN	JA

2.8 Anzahl von Kartons/Packungen

Eine Änderung der Anzahl von Endverbrauchereinheiten in einem Karton /einer Überverpackung oder eine Änderung der Anzahl von Kartons auf einer vordefinierten Palettenkonfiguration erfordert die Zuweisung einer neuen GTIN.

Hierarchieebene der GTIN Vergabe

- Eine eigene GTIN muss auf jeder Ebene der Verpackungshierarchie über der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben werden.

Name der GTIN Regel	Neue GTIN auf Ebene der Konsumenten- oder Grundeinheit?	Neue GTIN für höhere Ebenen der Verpackung (z. B. Karton, Palette)?
Anzahl von Kartons / Packungen	keine	JA

Beispiele, die eine GTIN Änderung auf einer höheren Verpackungsebene erfordern (z.B., Packung, Karton, Palette):

- Eine Kartonkonfiguration ändert sich von 9 enthaltenen Handelseinheiten auf 12, der Karton muss eindeutig identifiziert werden.
- Eine Palettenkonfiguration ändert sich von 12 enthaltenen Kartons auf 16, die Palette muss eindeutig identifiziert werden.

Zusätzliche Information

- Lokale, nationale oder regionale Vorschriften / Gesetze können zu häufigeren GTIN-Änderungen führen. Diese Vorschriften / Gesetze haben immer Vorrang gegenüber den Regeln, die in diesem GTIN Management Standard beschrieben sind.

Relevante Grundprinzipien

Name der GTIN Regel	Wird von einem Konsumenten und/oder Handelspartner erwartet, dass er ein geändertes oder neues Produkt vom vorherigen/bestehenden Produkt unterscheiden kann?	Gibt es eine gesetzliche/ verpflichtende Auflage zur Auskunft gegenüber Konsumenten oder Handelspartnern?	Sind wesentliche Auswirkungen auf die Lieferkette zu erwarten (z.B. wie das Produkt versendet, gelagert, vereinnahmt wird)?
Anzahl von Karton / Packungen	NEIN	JA	JA

2.9 Vordefiniertes Set/Bündel

Ein vordefiniertes Set/Bündel ist eine physische Handelseinheit, die aus einer festen Zusammenstellung aus zwei oder mehreren miteinander verbundenen Endverbrauchereinheiten besteht, die gemeinsam als eine Endverbrauchereinheit verkauft werden.

Eine Änderung, Zugabe oder Ersatz von einer oder mehreren im vordefinierten Sortiment enthaltenen Endverbrauchereinheiten erfordert die Zuweisung einer neuen GTIN für das Sortiment.

Hierarchieebene der GTIN Vergabe

- Die GTIN wird auf Ebene der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben.
- Eine eigene GTIN muss auf jeder Ebene der Verpackungshierarchie über der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben werden.

Name der GTIN Regel	Neue GTIN auf Ebene der Konsumenten- oder Grundeinheit?	Neue GTIN für höhere Ebenen der Verpackung (z. B. Karton, Palette)?
Vordefiniertes Sortiment	JA	JA

Beispiele, die eine GTIN Änderung erfordern

- Eine Zusammenstellung unterschiedlicher Parfüms in einer Dreierpackung wird geändert, indem eines der Flacons durch ein Fläschchen mit einem neuen Duft ersetzt wird.
- Ein Kombipack bestehend aus einem Shampoo und eine Haarspülung wird geändert zu einem Shampoo und einer feuchtigkeitsspendenden Tiefenpflege.
- Eine Packung, die mehrere blaue Shirts enthält, wird geändert, indem ein blaues durch ein gelbes Shirt ersetzt wird.

Zusätzliche Information

- Die einzelnen Handelseinheiten, die in einem Sortiment enthalten sind, werden explizit durch den Handelspartner definiert und haben ihre eigene eindeutige GTIN, die sich von der GTIN auf dem Sortiment unterscheiden muss.
- Lokale, nationale oder regionale Vorschriften / Gesetze können zu häufigeren GTIN-Änderungen führen. Diese Vorschriften / Gesetze haben immer Vorrang gegenüber den Regeln, die in diesem GTIN Management Standard beschrieben sind.

Relevante Grundprinzipien

Name der GTIN Regel	Wird von einem Konsumenten und/oder Handelspartner erwartet, dass er ein geändertes oder neues Produkt vom vorherigen/bestehenden Produkt unterscheiden kann?	Gibt es eine gesetzliche/ verpflichtende Auflage zur Auskunft gegenüber Konsumenten oder Handelspartnern?	Sind wesentliche Auswirkungen auf die Lieferkette zu erwarten (z.B. wie das Produkt versendet, gelagert, vereinnahmt wird)?
Vordefiniertes Sortiment	JA	JA	JA

2.10 Preis auf der Packung

Der Begriff 'Preis auf der Packung' bezeichnet, dass ein Hersteller den Preis vorausgezeichnet als Teil der Verpackungsgrafik eingebettet hat. Dies wird nicht als Preisauszeichnung auf einem Klebeetikett, Hängeetikett, Aufkleber oder ähnlichem, angesehen, welche von der Packung oder dem Produkt entfernt werden könnten.

Jegliches Aufbringen, jede Änderung oder Entfernung eines Preises direkt auf der Produktverpackung (diese Vorgehensweise wird nicht empfohlen), erfordert die Zuweisung einer neuen GTIN.

Hierarchieebene der GTIN Vergabe

- Die GTIN wird auf Ebene der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben.
- Eine eigene GTIN muss auf jeder Ebene der Verpackungshierarchie über der Konsumenteneinheit / Grundeinheit vergeben werden.

Name der GTIN Regel	Neue GTIN auf Ebene der Konsumenten- oder Grundeinheit?	Neue GTIN für höhere Ebenen der Verpackung (z. B. Karton, Palette)?
Preis auf der Packung	JA	JA

Beispiele, die eine GTIN Änderung erfordern

- Der voraufgedruckte Preis auf der Packung wird von 3 Euro auf 2 Euro geändert.
- Ein Verkaufspreis von 8 Euro wird auf der Produktverpackung aufgebracht.
- Der vom Hersteller empfohlene Verkaufspreis wird auf Euro 2,15 festgelegt und ist im Verpackungsdesign enthalten.

Zusätzliche Information

- Es besteht die Gefahr, dass die Preisangabe für den Konsumenten (auf der Packung) unterschiedlich ist zu dem berechneten Preis (Preis im System des Einzelhändlers). Die Preisregulierung besagt, dass der angegebene Preis gleich (oder größer) sein muss, wie jener der dem Konsumenten verrechnet wird. Durch diese Herausforderungen wird mit Nachdruck empfohlen, dass kein voraufgedruckter Preis auf der Packung vorab angebracht wird.
- Lokale, nationale oder regionale Vorschriften / Gesetze können zu häufigeren GTIN-Änderungen führen. Diese Vorschriften / Gesetze haben immer Vorrang gegenüber den Regeln, die in diesem GTIN Management Standard beschrieben sind.

Relevante Grundprinzipien

Name der GTIN Regel	Wird von einem Konsumenten und/oder Handelspartner erwartet, dass er ein geändertes oder neues Produkt vom vorherigen/bestehenden Produkt unterscheiden kann?	Gibt es eine gesetzliche/ verpflichtende Auflage zur Auskunft gegenüber Konsumenten oder Handelspartnern?	Sind wesentliche Auswirkungen auf die Lieferkette zu erwarten (z.B. wie das Produkt versendet, gelagert, vereinnahmt wird)?
Preis auf der Packung			