METRO GROUP macht Lieferkette für Fisch und Fleisch transparent

METRO GROUP macht Lieferkette für Fisch und Fleisch transparent

Die METRO GROUP setzt sich verstärkt für einen nachhaltigen Umgang mit sensiblen Produktgruppen ein: Das Düsseldorfer Handelsunternehmen präsentierte heute eine neue und bisher einzigartige Technologie, mit der die Herkunft von Fisch- und Fleischprodukten detailliert nachvollzogen werden kann. So können die Kunden der Großhandelstochter METRO Cash
 Carry ab sofort beim Fischeinkauf per Smartphone-App zum Beispiel nachverfolgen, in welchen Gewässern und auf welche Art der Fisch gefangen wurde. Auch bei zahlreichen Fleischprodukten sind künftig detaillierte Daten zur Herkunft, Verarbeitung, Qualität und Nachhaltigkeit der Ware abrufbar. Das Besondere an der neuen Technologie ist, dass sie allen Marktteilnehmern offen steht und damit erstmals die Möglichkeit bietet, zu einem vereinheitlichten Rückverfolgungssystem zu kommen.
Gemeinsam mit der Standardisierungsorganisation GS1 Germany und ihrer IT-Tochter METRO Systems hat die METRO GROUP in den vergangenen Monaten an dem neuen Rückverfolgungssystem gearbeitet. Das Besondere an der innovativen Lösung ist, dass vom Hersteller bis hin zum Händler alle Beteiligten ihre Produktinformationen dezentral in eigenen Datenbanken erfassen, die dann online zusammengeführt werden. Über eine Suchmaschine und mittels eindeutiger Produktidentifikation ist es dann möglich, sich im Detail über einzelne Produktdaten zu informieren. Während bisher oftmals große Datenmengen durch die Lieferkette geschleust wurden, bleiben die Informationen nun beim jeweiligen Eigentümer. Das System trägt auf diese Weise dazu bei, Datenredundanz zu vermeiden, Komplexität zu reduzieren und Kosten für alle Beteiligten zu senken.
Die neue Lösung basiert auf internationalen, unabhängigen GS1-Standards und ist somit um weitere Warengruppen und zusätzliche Datenbanken erweiterbar. Dadurch ist es mit der neuen Technologie erstmals möglich, ein System zu etablieren, an dem sich alle Marktteilnehmer entlang der Lieferkette weltweit beteiligen können. Bisher existieren international zahlreiche Standards und Systeme, die von den verschiedenen Herstellern und Händlern verwendet werden. Über die von METRO vorgestellte Lösung eröffnet sich die Möglichkeit, dieses Nebeneinander zu harmonisieren und damit zu einer effektiveren Rückverfolgbarkeit weltweit zu gelangen.
"Informationen zur Herkunft erwarten die meisten unserer Kunden heute so selbstverständlich wie einwandfreie Qualität und Sicherheit eines Produkts", sagte Heiko Hutmacher, im METRO-Vorstand für Nachhaltigkeit und Personal zuständig. "Das neue Rückverfolgbarkeitssystem funktioniert für Unternehmen aller Größen und Branchen sowie über alle Produktgruppen hinweg - ob Lebensmittel oder Nonfood. Zudem ermöglicht es uns, unser Engagement für eine nachhaltige Warenbeschaffung besser als je zuvor für unsere Kunden transparent zu machen und die steigenden gesetzlichen Vorschriften zur Rückverfolgbarkeit von Produkten zu erfüllen."
Über das neue Rückverfolgungssystem können die Kunden die wichtigsten Produktinformationen wie Tierart, Herkunft, Fang- bzw. Haltungsmethode oder Zeitpunkt der Verarbeitung bereits beim Einkauf per Smartphone-App abrufen. So kann mit der neuen Technologie einerseits der Verbraucher zum Beispiel nachverfolgen, aus welchem Fanggebiet ein Fisch stammt und andererseits können Fischbestände bestimmter Arten deutlich besser kontrolliert werden. Die Informationen sind zudem durch die Eingabe eines auf der Rechnung abgedruckten Zahlencodes auf www. ftrace.de verfügbar.
Mit dem Engagement für Transparenz und Nachhaltigkeit beimWareneinkauf sichert sich die METRO GROUP eine wichtige Geschäftsgrundlage für ihr Großhandelsgeschäft: "METRO Cash
 Carry ist Europas größter Vermarkter von Frischfisch", sagte Alain Cappannelli, Geschäftsführer Food und Nonfood bei METRO Cash
 Carry Deutschland. "Wir wollen unseren Kunden auch in Zukunft eine breite Palette an frischem Fisch und Meeresfrüchten anbieten. Rückverfolgbarkeit ist für uns der Schlüssel, nachhaltig einzukaufen sowie die Qualität und Sicherheit unserer Produkte zu erhöhen. Damit stärken wir langfristig das Vertrauen unserer gewerblichen Kunden in uns und unsere Produkte."
Mit ausgewählten Produkten aus den Sortimenten Frischfisch, Tiefkühlfisch sowie Fleisch hat die METRO GROUP das neue System in den vergangenen Monaten erfolgreich getestet. Neben dem METRO Cash
 Carry Großmarkt Neuss waren drei weitere Großmärkte sowie das METRO-Fischlogistik-Zentrum in Groß-Gerau in das Pilotprojekt einbezogen. Neben Fisch und Fleisch ist Obst und Gemüse eine weitere für das Geschäft mit Profikunden wichtige Warengruppe, die künftig über das neue System zurückverfolgt werden soll. Mittelfristig sollen auch Nonfood-Artikel integriert werden. Zudem will die METRO GROUP die neue Rückverfolgbarkeitslösung international ausrollen.
Die METRO GROUP zählt zu den bedeutendsten internationalen Handels-unternehmen. Sie erzielte einen Umsatz von rund 66 Mrd. ? im Geschäftsjahr 2012/13 (pro forma). Das Unternehmen ist in 31 Ländern an rund 2.200 Standorten tätig und beschäftigt rund 250.000 Mitarbeiter. Die Leistungsfähigkeit der METRO GROUP basiert auf der Stärke ihrer Vertriebsmarken, die selbstständig am Markt agieren: METRO/MAKRO Cash
 Carry - international führend im Selbstbedienungsgroß-handel, Media Markt und Saturn - europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte, Real SB-Warenhäuser sowie Galeria Kaufhof Warenhäuser.

METRO Group
Schlüterstraße 1
40235 Düsseldorf
Deutschland
Telefon: +49 (0211) 6886-0
Mail: kontakt@metro.de
URL: http://www.metrogroup.de/
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=567925" width="1" height="1">

Pressekontakt

METRO Group

40235 Düsseldorf

metrogroup.de/
kontakt@metro.de

Firmenkontakt

METRO Group

40235 Düsseldorf

metrogroup.de/
kontakt@metro.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage