

# Metro folgt dem Fisch ab Kutter

Neues Rückverfolgungssystem basiert auf F-Trace und soll Branchenstandard werden – Lidl und Kaufland haben getestet

Düsseldorf. Die Metro Group weitet ein neues Rückverfolgungssystem auf Basis von F-Trace aus. Demnächst werden die Lieferanten des Fisch- und Fleischsortiments aufgefordert werden, dabei mitzumachen. Der Konzern möchte die Lösung, die zusammen mit GS1, Lidl und Kaufland sowie Lieferanten entwickelt wurde, als globalen Branchenstandard etablieren.

Metro hat ein Jahr lang erfolgreich eine neue Rückverfolgbarkeitslösung getestet, die auf dem F-Trace-System von GS1 aufsetzt. Jetzt wollen die Düsseldorfer sie ausrollen. Zunächst auf weitere Fisch- und Fleischprodukte, aber auch auf alle 56 deutschen C+C-Märkte, weitere Vertriebslinien sowie international. Neue Warengruppe, etwa Obst und Gemüse sowie Nonfood stehen ebenfalls auf der Agenda der Düsseldorfer.

Weitere Händler sollen sich nach dem Wunsch der Düsseldorfer gerne anschließen. So waren die Vertriebslinien der Schwarz-Gruppe, Kaufland und Lidl, bei einem zweiten, von GS1 veranstalteten Test des Systems mit dabei und wollen die Lösung offenbar auch ausrollen. Sie funktioniert folgendermaßen: Vom Hersteller bis hin zum Händler erfassen alle Beteiligten der Lieferkette ihre Produktinformationen dezentral in eigenen Datenbanken, die dann online zusammengeführt werden. Über eine Suchmaschine und mittels eindeutiger Produktidentifikation ist es möglich, sich im Detail über einzelne Produktdaten zu informieren. F-Trace, ein ursprünglich von Tönnies entwickeltes Infor-



**Mehr Transparenz:** Die Kunden wollen wissen, wo und wie die Meeresfrüchte geerntet und die Lachse an Land gezogen wurden.

## Lieferanten im Test

Frischfisch: Ekofish, Icefresh,  
Tiefkühlfisch: Greenland Seafood, PTC  
Frischfleisch: Keinhörster, Tönnies

## Informationen

Details zu Herkunft und Lieferweg der Produkte, etwa Fanggebiet und Fangmethode bei Fisch, Herkunft bei Fleisch

mationssystem für Konsumenten, das inzwischen von GS1 übernommen wurde, ist die Basis. Eine Smartphone-App dient als Eintrittskarte in die dahinter liegende Informationswelt von F-Trace. Per Handy scannt der Kunde den Databar- oder den Data-matrix-Code an Regal oder Produkt und erhält sekundenschnell die gewünschte Information.

Bei einem Rundgang durch den C+C-Markt in Neuss zeigte Metro-Vorstand Heiko Hutmacher zusammen mit Britta Gallus, Abteilungsleiterin im Bereich Nachhaltigkeit, welche Informationen die Kunden beim Einkauf

erhalten. Die Scholle, angelandet in Dänemark etwa, wurde erst gestern von der „PD 147 Enterprise“ des Unternehmens Ekofish aus der Nordsee gezogen. Bei Fischen zeigt die App, in welchen Gewässern und mit welcher Methode diese gefangen wurde.

An dem Test der Lösung bei Metro nahmen sechs Fischlieferanten teil und die Fleischproduzenten Tönnies und Keinhörster. Neben dem Neusser C+C waren drei weitere Großmärkte sowie das Metro-Fischlogistik-Zentrum in Groß-Gerau einbezogen. Bis Ende 2014 sollen bereits 70 Prozent der Fisch- und Fleischlieferanten an dem

Tracking-System teilnehmen. „Sie benötigen lediglich einen Internetzugang“, so Alain Cappannelli, Mitglied der Geschäftsführung von Metro Cash & Carry Deutschland. Ein entsprechender Brief an die Lieferanten wird demnächst verschickt.

Der aktuelle Skandal wegen Sklavenarbeit bei der Garnelen-Produktion zeigt einmal mehr, wie wichtig Transparenz und Kontrolle für die Lebensmittellieferkette sind. Mit dem Tracking & Tracing wie Metro, GS1 und weitere Partner es entwickelt haben, ließe sich so etwas wohl nicht vermeiden. Aber, so Heiko Hutmacher: „Die teilnehmenden Unternehmen wissen genau, wo sich die Ware betroffener Hersteller in der Supply Chain befindet“. Das System ermöglicht den schnellen und gezielten Rückruf von kritischen Produkten.

Metro will sich und den Kunden außerdem die Möglichkeit geben, nachhaltig einzukaufen. Von Lieferantenseite erklärte in Neuss Louwe de Boer, Geschäftsführer der Ekofish Group, wie die Fangschiffe seines Unternehmens per Satellit kontrolliert werden, um sicherzustellen, dass sie nur dort fischen, wo es erlaubt ist. Ekofish nahm an dem Test teil, ebenso Icefresh und die Tiefkühlfisch-Anbieter Greenland Seafood und PTC.

Im Sommer plant Metro einen Pilotversuch im Obst- und Gemüsesortiment. Die Düsseldorfer wollen die Lösung mittelfristig auch für Nonfood nutzen. Damit das System es schafft Branchenstandard zu werden, müssten sich jedoch weitere große Händler beteiligen. Metro wirbt mit dem Argument geringerer Kosten und Komplexität dafür. *Birgitt Loderhose/lz 25-14*