

Vom Feld bis zum Verbraucher

von Werner Bruckner,
freier Fachjournalist in Tübingen

Bei der Lebensmittelrückverfolgung nimmt der Gesetzgeber die gesamte Lieferkette in die Pflicht. Ihre Optimierung übernimmt dabei oft die Informations- und Kommunikationstechnik (ICT).

> Zu den am stärksten belasteten Obst- und Gemüsearten gehören Rucola, Paprika, Johannisbeere, Tafeltraube und Gurke, stellte das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) im aktuellen »Nationale Berichterstattung Pflanzenschutzmittelrückstände« fest. Der Deutsche Fruchthandelsverband (DFHV) hat schon im Februar mit dem ICT-Dienstleister T-Systems einen Vertrag über den Aufbau und Betrieb einer Rückstandsdatenbank unterzeichnet. »Wir beabsichtigen auf Basis dieser Lösung, noch in diesem Jahr die Möglichkeit der Rückverfolgung von Lebensmitteln und Waren entlang der gesamten Produktionskette im Obst- und Gemüsebereich zu schaffen. Damit gehen wir einen weiteren Schritt in Richtung Qualitätssiche-

rung«, betont Ulrich Boysen, der Geschäftsführer des Verbands.

Rechtliche Vorschriften

Seit 2005 fordert die EU-Verordnung 178/2002 die lückenlose Rückverfolgbarkeit bei Lebensmitteln. Die Basisverordnung verpflichtet die Lebensmittel- und Futtermittelunternehmen dazu, Systeme und Verfahren zur Feststellung der Unternehmen einzurichten, an die sie ihre Erzeugnisse geliefert bzw. von denen sie Erzeugnisse bezogen haben. Der DFHV befindet sich in bester Gesellschaft mit Ergebnissen der McKinsey-Studie und des gleichnamigen Buchs »Supply Chain Excellence im Handel«. Nach »Lean Production«



Für mehr Frischequalität

Der DFHV (Deutscher Fruchthandelsverband) vertritt als nationale Spitzenorganisation der Branche die Interessen von Unternehmen aus allen Handelsbereichen des Obst- und Gemüsesektors. Der Verband repräsentiert die Unternehmen der Direktvermarktung, des Import und Exports, des Großhandels sowie des Einzelhandels. Auf die DFHV-Mitglieder entfallen mehr als 80 Prozent aller Umsätze bei frischem Obst und Gemüse in Deutschland.

IM INTERNET: www.dfhv.de

komme ‚Lean Retailing‘ – ein effizientes Prozessmanagement, mit dem der deutsche Einzelhandel seine Profitabilität steigern wolle. »Bei konsequenter Umsetzung können Händler ihren Gewinn um bis zu 25 Prozent erhöhen«, weiß Klaus Behrenbeck, Direktor bei McKinsey & Company in Köln. Genau abgestimmte Aktivitäten in der gesamten Lieferkette vom Produzenten bis ins Verkaufsregal sollen das möglich machen.

Stufenübergreifende Rückverfolgung

Für die Warenrückverfolgung bietet der ICT-Dienstleister T-Systems eine zentrale Plattform an. »In das zentrale Rückverfolgungssystem Commodity Online Services (COS) pflegen alle Beteiligten ihre jeweiligen Daten selbst ein. Am Ende der Produktions- und Lieferkette stehen lückenlose Herkunfts- und Qualitätsinformationen online zur Verfügung«, betont Dr. Herbert Machill,

Senior Executive Vice President der Industry Line Services bei T-Systems (siehe auch Interview). Seit Februar bündelt der ICT-Dienstleister sein Know-how in der Warenrückverfolgung und etabliert die Lösungsfamilie COS im Unternehmen Transparent Goods GmbH.

Der Future Store der Metro Group in Rheinberg bei Duisburg startet nach der Warenrückverfolgung von Eiern in eine weitere Etappe, um den Kundenservice zu verbessern. »Das Eierterminal kommt hervorragend an. Wir haben jetzt vor, weitere Informationen aus der Warenrückverfolgung den Kunden über Kiosksysteme, Infoterminals oder persönliche Einkaufsberater zugänglich zu machen. Mehrinformationen für die Verbraucher sollen aber kein Selbstzweck sein, sondern



→ ihn im Einkauf unterstützen, diesen bequemer, komfortabler, schneller und sicherer machen«, hebt Dr. Gerd Wolfram, Geschäftsführer MGI Metro Group Information Technology und Leiter der Future Store Initiative, hervor.

Hierzu eröffnen modulare Lösungskonzepte wie In-Store Communications dem Handel neue kun-

denorientierte Geschäftspotenziale. Damit gelangen Marketing-, Werbe- und Absatzplanungs-Aktionen unmittelbar auf interaktiven Bildschirmen in die Verkaufsräume, also direkt an die Verbraucher. Eine zentrale Datenplattform versorgt dabei übers Internet oder Intranet jeden Bildschirm individuell mit Produkt- und Imagewerbung oder

INTERVIEW

Mit ICT-Lösungen alle Chancen ausschöpfen



IT-DIRECTOR sprach mit **Dr. Herbert Machill**, Senior Executive Vice President der Industry Line Services bei T-Systems, über Warenrückverfolgung und In-Store Communications.

IT-DIRECTOR: Sie wollen aus der gesetzlichen Pflicht zur Lebensmittelmückverfolgung eine Kür machen. Warum?

Dr. H. Machill: Unternehmen sollen alle Chancen ausschöpfen, die ihnen ICT-Lösungen bieten. Manuelle oder dezentrale proprietäre elektronische Systeme verlängern im Schadensfall die zügige Bearbeitung der Rückverfolgung. Sie machen die Qualitätssicherung teurer und ineffizienter. Zudem stellen solche Systeme keine Informationen über die Warenrückverfolgung

am Point of Sale bereit. Für solche Informationen interessieren sich aber nicht nur Verbraucher, sondern auch Hersteller und Händler.

IT-DIRECTOR: Brauchen die Einzelhändler also wieder einmal neue Systeme?

Dr. H. Machill: Nein. Wir stellen im Rahmen der COS-Lösungsfamilie eine zentrale Plattform für die Speicherung und Aufbereitung der Daten entlang der gesamten Produktions- und Lieferkette zur Verfügung. Daran können alle an der Lieferkette Beteiligten andocken. Produzenten, Handelsketten und Einzelhändler verwenden für ihre Warenwirtschafts- und Datenbank-Systeme standardisierte Schnittstellen. Diese ermöglichen zugleich den Zugang zur zentralen COS-Plattform. Für die Eingabe der Daten reichen schon ein Web-Browser und Internetzugang, Brief, Fax oder Telefon aus.

IT-DIRECTOR: Echtzeitunternehmen machen im Einzelhandel und in der Logistik von sich reden. Was können diese Unternehmen?

Dr. H. Machill: Diese Firmen treffen wichtige Entscheidungen in Echtzeit. Denn besonders in den Lieferketten führen verzögerte Reaktionen zu Engpässen. Unsere sich im Aufbau befindliche RFID-basierte Real Time Enterprise Services (RES) halten dafür standardisierte und modular aufgebaute Komponenten bereit. Sie erfassen kontaktlos, schnell und automatisiert Daten aus Produktion, Warenlogistik, Vertrieb und Service und bieten damit mehr Schutz vor Warenverlusten, Diebstählen und Fälschungen.

strahlt Zusatzinformationen beispielsweise zur Herkunft eines Produktes aus. Die ICT-Infrastruktur von In-Store Communications lässt sich auch für die direkte und zeitgleiche Information der Mitarbeiter vor Ort und für Schulungen einsetzen. Über ergänzende Multiservice Terminals können Unternehmen außerdem neue Services wie Lotto, Kundenkartenverwaltung oder Bilderdienste anbieten.

»Wir wollen in den kommenden Monaten die Rückverfolgung auch mit dem Kundenservice für Produktgruppen wie Obst, Gemüse und Fleisch eng verzahnen, also mit weiten Teilen des Frischebereichs«, erklärt Geschäftsführer Wolfram. Systeme wie Infoterminals, Selbstzahlerkasse und intelligente Waagen kommen dabei aus dem Future Store schrittweise in weitere Märkte.

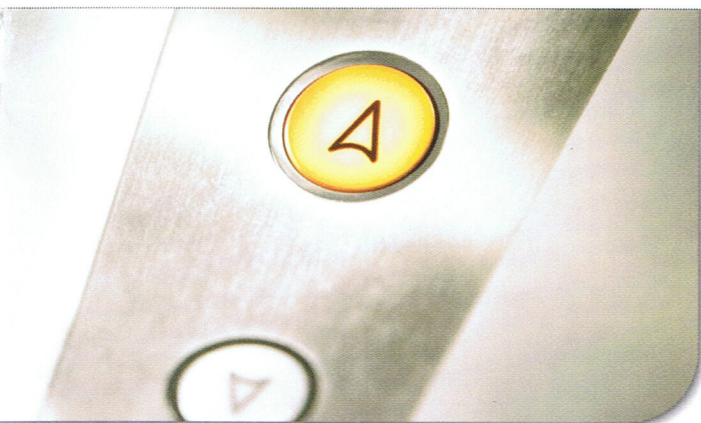
Echtzeitsteuerung

Über 120.000 Messegäste informierten sich auf der diesjährigen CeBIT am Stand der Future Store Initiative über RFID-Innovationen. Das berührungslose, automatische und mobile Erfassen von Waren mit RFID-Technologien bringt Unternehmen die Informationen, mit denen sie ihre Geschäftsprozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette in Echtzeit kontrollieren und steuern können: von den Herstellern über die



Distribution und den Handel bis hin zur Ladenkasse. Für solche Real Time Enterprise Services (RES) prognostizieren Analysten ein stark steigendes Marktvolumen in Europa.

Zwar geht laut McKinsey-Studie die flächendeckende Einführung von RFID langsamer voran als von vielen erwartet. Doch Kooperationen wie die zwischen Intel, dem größten Hersteller von Halbleitern, und T-Systems weisen auf die Dynamik dieses Marktes hin. So hat beispielsweise die Metro Group seit April schon einen Teil ihrer Gabelstapler mit Bordcomputern und integrierten Lesegeräten ausgestattet, die Informationen von mit RFID-Chips versehenen Waren verwerten. <



Wir bringen Sie auf die nächste Ebene in der Speichervernetzung

Storage Networking World (SNW) Europe ist die grösste unabhängige Konferenz ihrer Art, wo sich IT Manager und Speicherexperten versammeln.

Sie nehmen an Ausbildungsseminaren teil und haben interaktiven Zugang zu der breiten Palette von praxisnahen Lösungen – alles gefördert von der SNIA.

Sie haben auch die Möglichkeit Kontakte mit Ihresgleichen und technischen Fachleuten aus der Industrie zu pflegen, die sich täglich mit Speicherthemen beschäftigen.

SNW Europe 2006 findet dieses Jahr zum sechsten Mal statt und zeichnet sich durch über 50 Ausstellungspartner aus. Den Delegierten stehen nahezu 100 Vortragsreihen zur Auswahl.

Melden Sie sich heute an, um Ihren Platz an Europa's grösster herstellerunabhängiger Speicherkonferenz zu reservieren.

Platinum Sponsors



www.snweurope.com

