

Neue Lösungswege auch für Spezialisten

Das Podium 3 während des 2. DOGK konzentrierte sich auf wichtige Informationen, neue Lösungen und Wege im weiten Feld der Logistik, wobei hier die Prozessoptimierung im Mittelpunkt stand. Das Fruchthandel Magazin hatte gemeinsam mit GS1 die Themen erarbeitet. Lesen Sie im Folgenden eine Zusammenfassung über die drei Veranstaltungen.

■ Nachhaltiges Wirtschaften, in Theorie und Praxis

„Wie viel Nachhaltigkeit, wie viel Produkttransparenz brauchen wir?“ – Leitfragen, die Heiner von Brachel (GS 1 Germany) den Gästen zum Auftakt des Logistik-Fforums mit auf den Weg gab. „Die Nachrichten der Klimakonferenz in Rio sind nicht gerade erfolgsversprechend“, so von Brachel. Dabei sei für alle Branchen eindeutig klar, dass es zum nachhaltigen Wirtschaften auf den Ebenen Ökonomie, Soziales und Ökologie keine Alternativen gebe. Dr. Christian Geßner vom ZNU erklärte darauf aufbauend, wie sein Institut in Witten/Herdecke seit zwölf Jahren im Themenfeld „Nachhaltiges Wirtschaften“ lehrt und forscht, und welche Vorzüge der dort entwickelte Standard für die Foodbranche den Unternehmen bieten kann. Ein ZNU-Partnernetzwerk mit Unternehmen aus Herstellern und Handel (u.a. Zentis, Dr. Oetker, Ültje, Bäro) ist entstanden. Ein vom TÜV Rheinland vergebenes Zertifikat solle die nachhaltigen Aktivitäten sichtbar machen. Die Pflicht zur Kommunikation und Transparenz gehöre zum Prozess der Zertifizierung, auf Produktebene werde eine Hot-Spot-Analyse gefordert.



Das Interesse an allen Podien war sehr groß und zeigte wieder einmal, dass die Diskutier-Freudigkeit im kleinen Kreis deutlich höher ist. Nach den Erfahrungen im letzten Jahr wurde der straffe Zeitplan sehr gut eingehalten.

Allgemein gesehen erhöhen Nachhaltigkeitsstrategien laut ZNU Motivation und Zufriedenheit der Mitarbeiter, damit auch die Innovationskraft des Unternehmens. Zusätzlich zur Zertifizierung bietet das Wittener Institut Unternehmen auch einen ZNU-Nachhaltigkeits-Check und Kompaktseminare zum „ZNU-Nachhaltigkeits-Manager Food“ an.

Eigene Wege in puncto Nachhaltigkeit geht im Lebensmitteleinzelhandel das Unternehmen tegut... von Thomas Gutberlet

mit Sitz im hessischen Fulda. Verena Gillner zeigte den Zuhörern in Düsseldorf, wie das Unternehmen mit seinen 322 Märkten den von Thomas Gutberlets Vater Wolfgang vor 30 Jahren eingeschlagenen Kurs fortsetzt, der dem heutigen Leitbild der Nachhaltigkeit bereits in den Anfängen sehr nahe kam. Rund 25% des Gesamt-Umsatzes erwirtschaftet das Unternehmen nach eigenen Angaben mittlerweile mit Bio-Produkten, in den Bereichen Obst und Gemüse machen sie bereits 49% des Umsatzvolumens aus. Biodiversität, Fairer Handel und Abfallvermeidung sind zentrale Elemente dieser Politik, die Gillner präsentierte. „Banelino“-Bananen heißt etwa eine Eigenmarke im fairen Handel, hier kommt das komplette Sortiment aus der Dominikanischen Republik. Ein Special sorgte im Forum für besondere Aufmerksamkeit: tegut... fördert seit 30 Jahren den ökologischen Landbau. Bewusstsein und Wertschätzung für Natur und Produkte soll mit „Saisongärten“ gefördert werden. Dazu vermietet tegut... zusätzlich 40 m² und 80 m² große Parzellen, in denen Kunden ihr eigenes Obst und Gemüse ernten können. Diskussionsstoff für das Forum, in dem der selbständige Edeka-Kaufmann Konrad Kreuzberg (Koblenz) aus Händlersicht den Sinn und Zweck dieses Garten-Angebots hinterfragte. An anderer Stelle wurde die Kritik schärfer, das Attribut „Gutmenschen“ werden Gutberlets Mitar-

Deutscher Obst & Gemüse Kongress

Kartoffeln – alles andere als Kellerkinder

Im Rahmen des 2. Deutschen Obst & Gemüse-Kongresses gewährte der selbständige Edeka-Händler Konrad Kreuzberg im Forum „Kartoffeln – alles andere als Kellerkinder“ einen Einblick hinter die Kulissen des Lebensmitteleinzelhandels. Speziell bei Kartoffeln böten seine Märkte auf rund 300 m² etwa 20 Sorten an. Für einen erfolgreichen Abverkauf der Produktgruppe seien genügend qualifizierte Mitarbeiter sowie eine ansprechende optische Gestaltung unerlässlich. Eine umfassende Übersicht über aktuelle Zahlen zum Kartoffelmarkt gab Christoph Hambloch, Marktanalyst der AMI GmbH. Er bestätigte den Trend in Deutschland, wonach der Konsum von frischen Kartoffeln in den vergangenen Jahren stetig abnahm. Wurden in den Jahren 1996/1997 noch 44,2 kg/Kopf konsumiert, waren es 2010/2011 nur noch 25,2 kg/Kopf. Hauptsächlich wurden die Knollen von den deutschen Konsumenten im Jahr 2011 mit einem Anteil von 43,4% bei Discountern gekauft. Es folgten Food-Vollsortimenter mit 19%, SB-Warenhäuser mit 16,8% und der Kauf direkt beim Erzeuger mit 8,5%. Wochenmärkte hatten im vergangenen Jahr lediglich einen Anteil von 4,9% am Kartoffeleinkauf, O+G-Fachgeschäfte nur 1,5%, so Hambloch.

Einen ausführlichen Artikel über das Forum „Kartoffeln – alles andere als Kellerkinder“ können Sie in unserer Ausgabe 28/2012 im Thema „Sommersaison in deutschen Regionen“ lesen. Außerdem lesen Sie in derselben Ausgabe über den Vortrag von Dr. Hans-Christoph Behr (AMI) zum Thema Exportchancen deutscher Produkte. nsc

Lesen Sie bitte nach den Fotoseiten weiter

beiter nicht zum ersten Mal gehört haben. Verena Gillner & Co. dürfte das nicht weiter stören. Ihr Unternehmen geht einen sehr konsequenten Weg.

■ GTIN – Eine Herausforderung für die Branche

Im Logistik-Forum zu Prozessoptimierung und Rückverfolgbarkeit waren die Spezialisten unter sich.

Strichcodes haben die Handelswelt verändert, Herausforderungen bringt der laufende Umstellungsprozess noch viele. „In der Prozessoptimierung darf sich Obst und Gemüse nicht von den anderen Sortimentsgruppen unterscheiden“, stellte Norbert Röhl von der Edeka-Zentrale gleich zu Beginn seines Vortrags fest. Klaus Förderer, Senior Projekt Manager von GS1 Germany, moderierte dieses Forum, in dem neue Empfehlungen für eine optimierte Wertschöpfungskette vorgestellt wurden. Dazu gehört auch ein Leitfaden von GS1. Titel: „Auf die richtige GTIN kommt es an.“

Ein kurzer geschichtlicher Abriss zur Entwicklung der elektronischen Datenaustausch-Nummern – von den Anfängen Ende der 1970er bis zum Übergang der EAN auf die globale GTIN – stand am Beginn von Norbert Röhl's Vortrag. Der Edeka-Experte zeigte, dass die Sortimente der Gegenwart ihre Vielfalt ohne die technischen Veränderungen nicht erreicht hätten. Auch von Obst- und Gemüselieferanten erwarten Handelsunternehmen wie Edeka den Einsatz von GTIN und die Umstellung auf elektronische Prozesse. Im Prozess mit vielen Zwischenstufen sieht die Edeka die Packer und/oder Absender in der Verantwortung, eine immer größer werdende Sondergruppe gibt es in diesem Zusammenspiel aber auch: Edeka, Rewe & Co. müssen sämtliche GTIN für ihre Eigenmarken selbst stellen, deren Anteil am Sortiment wächst stetig. Vertieft wurde das Thema Datenaustausch zwischen Handel und Produzenten anschließend vom Niederländer Harry Geelen (Frugicom & The Greenery BV), der den aktuellen Entwicklungsstand eines niederländischen Expertengremiums präsentierte, das auf Basis einer wöchentlichen Planung mehr Sicherheit für Produzenten bzw. Lieferanten schaffen will.

Das Verbraucher-Informationstool fTrace wurde abschließend von Mark Zwingmann (GS1) vorgestellt. Ausgangspunkt für die Entwicklung des Instruments ist die steigende Zahl von Rückrufaktionen, ausgelöst z. B. durch Dioxin-Skandal und EHEC. Das Ziel: Eine Steigerung des Verbraucher-



Mark Zwingmann



Norbert Röhl

trauens mittels moderner Technologien wie Barcode-Scan per Handy. Mit fTrace sollen vom Hersteller und Händler autorisierte Produktinformationen hinterlegt werden, neben der Rückverfolgbarkeit bietet fTrace laut Zwingmann weitere Möglichkeiten: Mobiles Marketing und Extended Packaging.

In der Fleischbranche und während der Anuga 2011 hat GS1 nach eigenen Angaben bereits viele positive Reaktionen auf fTrace erfahren. Für die Sortimente Fisch und Obst & Gemüse soll die Entwicklung jetzt verfeinert werden.

■ Intelligentes Behältermanagement: Klappsteigen und Holz

In Sachen Frische und Nachhaltigkeit spielt intelligentes Behältermanagement eine entscheidende Rolle.

Zu den europäischen Marktführern gehört Euro Pool System. Die stabilen grünen Klappsteigen aus diesem Haus sind in 15 Ländern unterwegs, Geschäftsführer Dr. Kurt Jäger bezifferte den Marktanteil bei einem Umsatz von 220 Mio Euro auf 41%. Zusammen mit Klaus Schnoor vom Kooperationspartner Doego stellte er den Zuhörern in Düsseldorf die Umstellung der Dortmunder Rewe von einem Einweg- zum Mehrwegsystem mit Klappsteigen vor. 242 Mitarbeiter beschäftigt die Doego, eine selbständige Tochtergesellschaft der Dortmunder Rewe. Mehr als 450 Märkte beliefert das Unternehmen, 36 Fahrzeuge sind von Dortmund aus an 304 Auslieferungstagen unterwegs. „Unsere Lagerverweildauer liegt nach der Einführung des neuen Systems nun bei 1,0 Tagen. Vorher waren

es 1,65 Tage“, berichtete Klaus Schnoor im Logistik-Forum. Das neue System ist eben jene Umstellung von Einweg auf Mehrweg, die Änderungen erarbeiteten Euro Pool System und Doego gemeinsam. Platzmangel, Entsorgungsaufwand und Entsorgungskosten

– das waren die Hauptprobleme, mit denen die Doego in ihren belieferten Märkten immer wieder zu kämpfen hatte. Mit der Umstellung wurde das Volumen deutlich begrenzt, die tägliche Abholung konnte auf einen Rhythmus von zwei bis drei Touren in der Woche gesenkt werden.

Ihre eigenen Bereiche haben auch die Holzverpackungen gefunden, weite Transportwege gehören dazu. Uwe Groll von der deutschen Niederlassung von Grow stellte im Forum die Vorzüge der Produkte vor. „Das Thema Nachhaltigkeit spielt für uns alle eine große Rolle. Wir leisten unseren Beitrag zum Erreichen der Klimaschutzziele mit intelligenter Holznutzung“, so Uwe Groll. Das schnell wachsende Pappelholz sei etwa bereits nach 15 Jahren nutzbar. Recyclingziele würden bereits jetzt erfüllt, da in Deutschland 90% aller Holzabfälle recycelt werden.

Aus Groll's Sicht ist es zu kurz gedacht, wenn das Thema Verpackung „lediglich im Sinne optimierter Logistik“ behandelt werde. Er stellte andere Qualitäten der Holzprodukte in den Vordergrund. Stabilität und Kühleffekt gehören dazu, auch in Sachen Hygiene sieht er klare Pluspunkte. „Durch den Schutz der Natur sterben Erreger innerhalb kürzester Zeit ab“, so Groll weiter. Generell zeigen Zahlen des Bundes für Umwelt und Naturschutz (BUND), dass auf Polyethylen nach bis zu 216 Stunden Bakterien nachgewiesen werden können, bei Holz sei dieses nach zwei Stunden nicht mehr der Fall. Groll: „Wir sind vor Ort, in den Anbaugebieten beheimatet, verwenden regionale Hölzer und haben schnelle Lieferzeiten.“ *tb*



Dr. Kurt Jäger



Uwe Groll



Klaus Schnorr