



EHI reta award:

## Innovative Lösungen von EDEKA ausgezeichnet

- System f-Trace ermöglicht Rückverfolgbarkeit an der Fleischtheke
- Plattform FoodStarter vernetzt Start-Ups mit EDEKA-Kaufleuten

Hamburg / Düsseldorf, 28. Februar 2018. Moderne, IT-gestützte Systeme sind aus dem Alltag des Handels nicht mehr wegzudenken. EDEKA setzt hier auf Lösungen, die gleichermaßen Vorteile für Kunden, Kaufleute und Mitarbeiter mit sich bringen. Für zwei besonders innovative Projekte hat das EHI Retail Institute EDEKA nun mit dem retail technology awards europe (reta) ausgezeichnet: In der Kategorie „Best Instore Solution“ überzeugte ein von der f-Trace GmbH und EDEKA entwickeltes System, das ermöglicht, chargengenaue Angaben zur Herkunft von Fleisch oder Fisch sofort im Markt oder mobil abzurufen. Die Plattform FoodStarter ([www.foodstarter.edeka](http://www.foodstarter.edeka)) siegte in der Kategorie „Best Enterprise Solution“: FoodStarter bringt Start-Ups und EDEKA-Kaufleute mittels einer Online-Lösung schnell und unkompliziert zusammen.

### f-Trace schafft hohe Transparenz an der Fleischtheke

Immer mehr Verbraucher möchten ihre Lebensmittel nicht nur genießen, sondern auch wissen, woher sie stammen. Dies gilt insbesondere für sensible Produkte wie Fleisch oder Fisch. Als Vorreiter im Lebensmitteleinzelhandel bietet EDEKA nun eine digitale Rückverfolgbarkeitslösung für Bedientheken: Mit dem von der f-Trace GmbH und EDEKA entwickelten IT-gestütztem System können Kunden sich sowohl direkt an der Supermarkt-Theke an einem Touchscreen als auch über ihr Mobiltelefon oder am Computer nach Eingabe der Produktdaten über die Herkunft ihres Fleisches informieren. Neben den Verbrauchern profitieren auch die Mitarbeiter im Markt von der Lösung, denn alle Arbeitsprozesse rund um die Bedientheke sind nun mit f-Trace digitalisiert und somit im Kontrollfall leichter abrufbar. Aktuell wird die innovative Lösung in mehreren EDEKA-Märkten in ausgewählten Regionen erfolgreich getestet. Eine Ausweitung ist für die nächsten Monate geplant. Für die Umsetzung der f-Trace-Lösung wurde EDEKA gestern Abend mit dem reta award des EHI Retail Institute in der Kategorie „Best Instore Solution“ gewürdigt. Der Preis in dieser Kategorie richtet sich an Händler, deren Technologien „einen nachweislichen betriebswirtschaftlichen Mehrwert“ aufweisen.



## **Eigenmarken mit Herkunfts-Informationen**

Neben der Thekenlösung beschäftigen sich die EDEKA-Fleischwerke schon seit Jahren mit einer chargenbezogenen Herkunftsangabe und der damit verbundenen Rückverfolgbarkeit. Insbesondere bei Fleisch-, Wurst- und Fisch-Artikeln kann die Rückverfolgbarkeit mittels eines QR-Codes auf der Produktverpackung ausgelobt werden. Zudem hat auch hier der Kunde die Möglichkeit, sich online unter <http://herkunft.edeka.de/> nach Eingabe der GTIN- und LOT-Nummern über Ursprung und Verarbeitung seiner Produkte zu informieren. Aktuell ist dieser Service bei über 600 nationalen und regionalen Eigenmarken verfügbar und soll weiter ausgeweitet werden.

## **FoodStarter fördert Zusammenarbeit von Gründern und Einzelhändlern**

„Wir verbinden, was zusammengehört“ – unter diesem Motto bringt EDEKA Food-Start-Ups und selbstständige EDEKA-Kaufleute zusammen. Oft haben die Kaufleute nicht die Zeit, aktiv nach innovativen Produkten zu suchen. Auf der anderen Seite fehlen Start-Ups häufig die Ressourcen, ihr Produkt individuell in vielen verschiedenen Märkten vorzustellen. Die Plattform [www.foodstarter.edeka](http://www.foodstarter.edeka) bietet die Lösung: Sie bringt Produzenten und Händler schnell und unkompliziert zusammen. Mehr als 700 EDEKA-Kaufleute mit über 1.500 Märkten nutzen das Angebot bereits. Damit jedes Start-Up auch garantiert die entsprechende Aufmerksamkeit erhält, werden jede Woche nur vier bis fünf neue Produkte vorgestellt. Insgesamt sind bereits mehr als 160 Start-Ups mit rund 500 Artikeln vertreten. Die Fachjury des reta Awards aus Vertretern der Industrie, Universitäten und Forschungseinrichtungen lobte FoodStarter als „Innovatives Konzept, um neue Produkte auszuwählen und anbieten zu können.“

## **EDEKA – Deutschlands erfolgreichste Unternehmer-Initiative**

Das Profil des mittelständisch und genossenschaftlich geprägten EDEKA-Verbands basiert auf dem erfolgreichen Zusammenspiel dreier Stufen: Bundesweit verleihen rund 4.000 selbstständige Kaufleute EDEKA ein Gesicht. Sie übernehmen auf Einzelhandelsebene die Rolle des Nahversorgers, der für Lebensmittelqualität und Genuss steht. Unterstützt werden sie von sieben regionalen Großhandelsbetrieben, die täglich frische Ware in die EDEKA-Märkte liefern und darüber hinaus von Vertriebs- bis zu Expansionsthemen an ihrer Seite stehen. Die Koordination der EDEKA-Strategie erfolgt in der Hamburger EDEKA-Zentrale. Sie steuert das nationale Warengeschäft ebenso wie die erfolgreiche Kampagne „Wir ♥ Lebensmittel“. Von hier erfolgen die Impulse zur Realisierung verbundübergreifender Ziele wie beispielsweise dem Schaffen durchgängiger IT-Strukturen oder zur Entwicklung zeitgemäßer Personalentwicklungskonzepte für den Einzelhandel. Mit dem Tochterunternehmen Netto Marken-Discount setzt sie darüber hinaus erfolgreiche Akzente im Discountgeschäft und rundet so das breite Leistungsspektrum des Unternehmensverbands ab. EDEKA erzielte 2016 mit mehr als 11.200 Märkten und 351.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen Umsatz von 49,6 Mrd. Euro. Mit rund 16.600 Auszubildenden ist EDEKA einer der führenden Ausbilder in Deutschland.