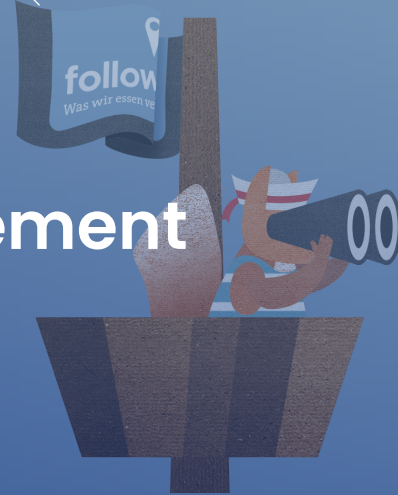


followfood: Mit effizientem Produktstammdaten-Management zu nachhaltigem Wachstum.



Das Unternehmen

Die Zerstörung unseres Ökosystems ist kaum noch abzuwenden und insbesondere die industrielle Lebensmittelproduktion hat weitreichende Auswirkungen auf unsere Umwelt. So kann es nicht weitergehen, dachten sich Jürg Knoll und Harri Butsch, Geschäftsführer der followfood GmbH.



Company

followfood GmbH



Industry

Sustainable food

2007 schufen sie die nachhaltige Foodmarke followfish, die innerhalb kurzer Zeit zur erfolgreichsten Tiefkühl-Fischmarke in Deutschland avancierte. Aus gutem Grund, denn auch jedes Produkt hinterlässt, wie wir Menschen, einen ökologischen Fussabdruck in unserer Klimabilanz. Dieser erstreckt sich über die gesamte Wertschöpfungskette: angefangen beim Fang des Fisches bis hin zum finalen Shopping-Erlebnis der Konsument:innen. Und genau hier setzt das Konzept von followfood an. Mittels Tracking-Code lässt sich der ökologisch einwandfreie Ursprung der Fisch-Produkte komplett zurückverfolgen.

Mit der Entwicklung dieses einzigartigen Tracking-Codes hat followfood Pionierarbeit geleistet. Er liefert Informationen über Herkunft, Anbau, Fang und Verarbeitung des Lebensmittels und gibt dem Konsument:innen somit volle Transparenz über die Auswirkung des Einkaufs auf unsere Natur.

Nachhaltig und transparent – damit trifft followfood den Puls unserer Zeit und liefert inzwischen rund 90 Tiefkühl-, Konserven- und Frische-Produkte an den deutschen Bio-Fach- und Lebensmitteleinzelhandel. Aber auch in Österreich, Belgien, Frankreich, Italien, der Schweiz und den Niederlanden sind die nachhaltigen Produkte von followfood erhältlich.

Die Herausforderung

followfood ist ein Unternehmen für ökologische und soziale Produkte und zugleich eine Bewegung für Nachhaltigkeit und Transparenz in der gesamten Wertschöpfungskette. Dieser Anspruch stellt besondere Anforderungen an das Produktstammdaten-Management, denn Ressourcenschonung heißt, Aufwände und Kosten zu reduzieren und Transparenz gegenüber den Konsument:innen ist ohne detaillierte und geprüfte Produktinformationen kaum möglich.

Zudem verlangt der Handel einen elektronischen Austausch der Produktstammdaten per GDSN (Global Data Synchronization Network). Und um diese Informationen dem Handel in Deutschland, Österreich und der Schweiz, also auf unterschiedlichen Zielmärkten mit einem z. T. abweichendem Attribute-Set bereitzustellen, kamen bei followfood gleich mehrere Datenpools zum Einsatz. So mussten beispielsweise bei Einführung neuer Produkte oder Ergänzung der Stammdaten sämtliche Informationen in mehreren Systemen aktualisiert werden. Eine mühsame und zeitaufwändige Lösung, für die eine moderne und vertrauensvolle Alternative gefunden werden sollte.



“atrify ist für uns der richtige Partner. Durch die Nähe zur GS1 werden Änderungen sehr schnell bekannt und kommuniziert. Das ermöglicht uns sehr schnell zu reagieren.”

Julius Palm

Leitung Strategie & Marke, Stellv. GF

Die Zielsetzung sah wie folgt aus

Für followfood stand die Stammdatenpflege und Prozessoptimierung absolut im Vordergrund: Alle Produktinformationen sollten zukünftig an einer zentralen Quelle, also in einem Datenpool gepflegt werden, um hierüber insbesondere den Bio-Fachhandel in Deutschland, Österreich und der Schweiz bedienen zu können. Die Lösung sollte ein effizientes Arbeiten ermöglichen und mit der Aufwand- und der Kostenreduktion ist die Ressourcenschonung selbstverständlich ein weiterer wichtiger Aspekt.

Zudem setzt followfood auf GS1 DQX: Denn diese manuelle Sichtprüfung verspricht dem Unternehmen signifikante Wettbewerbsvorteile, da der Handel dieses Siegel zunehmend fordert.

Die Lösung

Vertraut mit dem Thema “Zentraler Produktdatenaustausch per GDSN®” war der Datenpool von atrify dem Unternehmen bereits bekannt. Unsere Lösung, das atrify publishing, ermöglicht einen synchronen und elektronischen Datenaustausch per GDSN® und eröffnet followfood hierüber direkten Zugang zu weiteren Wachstumsmärkten: Das Team von followfood erstellt nun einfach eine Kopie des Attribut-Sets. Um weitere Zielmärkte wie beispielsweise Österreich und die Schweiz mit einem abweichenden Attribute-Set zu versorgen, ergänzt oder ändert das Team die Angaben und schon können diese Produktinformationen valide und GDSN® konform ausgetauscht werden.

Zudem setzt followfood auf die besondere Nähe zur GS1. Als 100%-Tochter der GS1 Germany ist atrify zeitnah und umfassend über alle Anforderungen des Handels und regulatorische Neuerungen informiert.

”

“Gemäß der GS1 DQX Prüfvorgaben durchlaufen die Produktstammdaten eine automatisierte Validierung sowie eine manuelle Sichtprüfung. Bei der manuellen Sichtprüfung werden GDSN® -Datensätze mit Produktbildern abgeglichen. So wird nachweislich eine höhere Qualität der Produktstammdaten sichergestellt. Nach den erfolgreichen Prüfungen erfolgt die elektronische Besiegelung der Daten.”

“

Wir sind begeistert von dem Pioniergeist und freuen uns sehr, mit followfood einen weiteren zufriedenen Kunden gewonnen zu haben. Wir wünschen dem gesamten Team von followfood weiterhin viel Freude und großen Erfolg mit ihrem nachhaltigen Sortiment!

Interesse geweckt? Mehr Infos unter: atrify.com/startup/