



DHL und METRO Group starten größten RFID-Einsatz in Frankreich

- **Alle DHL-Lieferungen an Metro Cash & Carry Frankreich mit RFID**
- **Jährlich 1,3 Millionen Paletten mit RFID**
- **Projekt setzt Startschuss für flächendeckenden RFID-Einsatz in der Logistik**
- **METRO Group neuer Partner der DHL Innovation Initiative**

Bonn/Düsseldorf, 18. August 2008: DHL und die METRO Group starten Frankreichs ersten flächendeckenden Einsatz der Radiofrequenz-Identifikation (RFID). Ab Herbst 2008 wird DHL sämtliche Lieferungen an die 89 Metro Cash & Carry Selbstbedienungsgroßmärkte in Frankreich mit RFID-Transpondern ausstatten und entlang der Lieferkette auslesen. Pro Jahr werden dann rund 1,3 Millionen Paletten mit den Funketiketten bestückt, die eine berührungslose und automatisierte Kontrolle der Logistikkette ermöglichen. DHL und die METRO Group realisieren damit den größten RFID-Einsatz in der französischen Handelslogistik. Als erstes Handelsunternehmen tritt die METRO Group außerdem der DHL Innovation Initiative bei, der bisher überwiegend Technologieunternehmen angehören.

„Dieses Projekt ist zukunftsweisend für die gesamte Logistikbranche, da mit diesem Großeinsatz der RFID-Technologie die Zeit der Pilotprojekte endet“, so John Allan, Finanzvorstand der Deutschen Post World Net und im Konzernvorstand zuständig für den Bereich Global Business Services, der auch das DHL Technologie und Innovation Management des Konzerns beheimatet. „RFID ist reif für die Praxis.“ DHL erwartet, dass von dem Großprojekt Signalwirkung auf die gesamte Handelslogistik und andere Bereiche der Logistikindustrie ausgehen wird.

Die METRO Group treibt mit dem Projekt den internationalen Einsatz der Funktechnologie weiter voran. „Mit der Ausweitung des operativen RFID-Einsatzes

nach Frankreich beweist die METRO Group, dass die Vorteile der Technologie europaweit realisierbar sind“, so Zygmunt Mierdorf, Mitglied des Vorstands und CIO der METRO Group. Bei dem RFID-Einsatz werden in fünf DHL Lebensmittel-Logistikzentren alle Lieferungen an die Selbstbedienungsgroßmärkte mit Funketiketten ausgestattet. Beim Verladeprozess werden die RFID-Transponder ausgelesen und die Daten elektronisch an den jeweiligen Großmarkt übermittelt. Beim Empfänger angekommen, werden die Funketiketten im Wareneingang erneut ausgelesen und automatisiert mit der Bestellung verglichen.

Im Vergleich zur herkömmlichen Überprüfung mit Hilfe von Barcodes und Barcodescannern führt das berührungslose RFID-Verfahren zu einer höheren Verlade- und Entladegeschwindigkeit. Die automatisierte Auslesung steigert außerdem die Präzision in den Logistikprozessen, zugleich wächst durch die verbesserte Datenbasis die Sichtbarkeit und Überschaubarkeit der Logistikprozesse. Störungen können so schneller erkannt werden.

Enge Zusammenarbeit

Dieser RFID-Einsatz ist ein Ergebnis jahrelanger guter Zusammenarbeit der beiden Unternehmen mit dem Ziel, Technologieprojekte gemeinsam voranzutreiben und zum wirtschaftlichen Erfolg zu führen. Seit Juli 2008 ist die METRO Group als erstes Handelsunternehmen Mitglied der DHL Innovation Initiative. Projekte des DHL Technologie- und Innovationsmanagements können mit Industriepartnern und dem jeweiligen Unternehmensbereich der Deutschen Post World Net zielgerichtet entwickelt und zur Markteinführung getrieben werden. DHL seinerseits ist bereits seit 2004 Partner der METRO Group Future Store Initiative. Gemeinsam engagieren sich die beiden RFID-Anwender als Teilhaber des European EPC Competence Center (EECC) für die Weiterentwicklung und Zertifizierung der Funktechnologie.

Kontakt für Presseanfragen:

Deutsche Post World Net
Konzernkommunikation
Nicole Mommsen
Tel.: +49 (0)228 182 -9944
E-Mail: pressestelle@deutschepost.de

METRO Group
Unternehmenskommunikation
Antonia Voerste
Telefon: +49 (211) 6886-2869
E-Mail: voerste@metro.de

DHL ist weltweit führend bei internationalen, innovativen Express- und Logistik-Dienstleistungen aus einer Hand.

DHL bietet gebündeltes Know-how rund um Express- und Frachttransporte, Kontraktlogistik sowie internationale Briefsendungen, kombiniert mit globaler Präsenz und lokaler Kompetenz. Das internationale Netzwerk von DHL verbindet 220 Länder und Territorien weltweit. Rund 300.000 Mitarbeiter streben danach, mit schnellem und zuverlässigem Service die Erwartungen der Kunden jeden Tag zu übertreffen. DHL ist eine Marke im Konzern Deutsche Post World Net. Der Konzern erwirtschaftete einen Umsatz von mehr als 63 Milliarden Euro im Jahr 2007.

Die **METRO Group** zählt zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen. Sie erzielte im Jahr 2007 einen Umsatz von rund 64 Mrd. €. Das Unternehmen ist in 31 Ländern an über 2.200 Standorten tätig und beschäftigt rund 280.000 Mitarbeiter.

METRO Cash & Carry ist in 29 Ländern mit mehr als 600 Selbstbedienungsgroßhandelsmärkten vertreten. Mit weltweit mehr als 100.000 Mitarbeitern erwirtschaftete das Unternehmen 2007 einen Umsatz von 31.69 Mrd. Euro. Weitere Informationen unter: www.metrogroup.de.