



LISE-MEITNER-GYMNASIUM
IN KOOPERATION MIT DER

METRO Group

METRO

Inhaltsverzeichnis

1. Eyckeler & Malt AG – ein Zerlegebetrieb
2. Das Fleisch in der Metro
3. Kundenbefragung zum Produkt Fleisch

METRO

Eyckeler & Malt AG

Historie:

- 1958 Gründung einer exklusiven Metzgerei in Düsseldorf durch Karin und Heinrich Eyckeler
- 1963 Gründung der Eyckeler Fleisch GmbH
→ neue Handelspartner kamen hinzu
- 1974 Spezialisierung auf „Massenverarbeitung“ unter Leitung von Werner Gitschel
- 1976 Wachstum zu Experten; neuer Name: Malt GmbH
→ Handelsplätze in Übersee

METRO

Eyckeler & Malt AG

- 1987 Fusion von Eyckeler GmbH und der Malt GmbH
 - Name: Eyckeler & Malt AG
 - Gründung des Kühlhauses Hilden
 - Produzent und Lieferant von Fleischspezialitäten
- 2002 Neuformierung des Unternehmens
- 2004 Eyckeler & Malt AG beteiligt sich an der Metro Group Future Store Initiative → Silber Partner

METRO

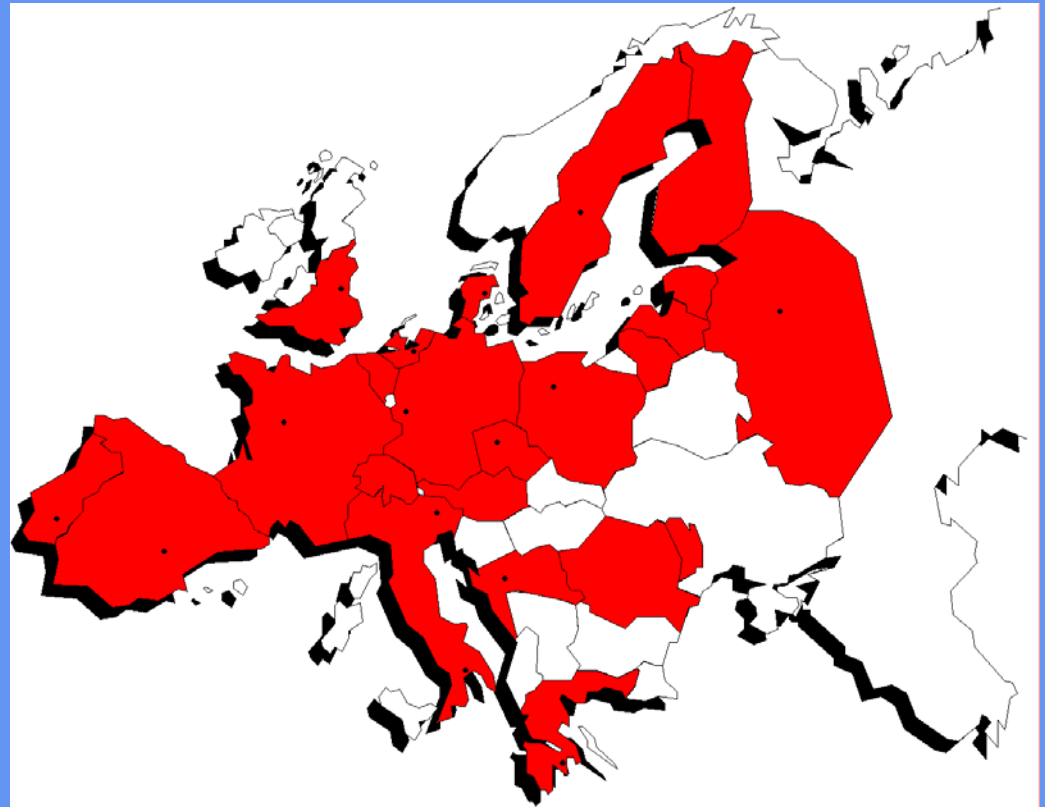
Eyckeler & Malt AG

Lieferbereiche:

- Belgien
- Dänemark
- Deutschland
- Estland
- Finnland
- Frankreich
- Großbritannien
- Griechenland
- Italien
- Kroatien
- Lettland
- Litauen
- Moldawien
- Niederlande
- Österreich
- Polen
- Portugal
- Rumänien
- Russland
- Schweden
- Schweiz
- Spanien
- Tschechische Rep.

Einzugsbereiche:

- Argentinien
- Brasilien
- Uruguay
- Neuseeland



METRO

Lise-Meitner Gymnasium

Leverkusen

Eyckeler & Malt AG

Unternehmensaufgaben

- Zerlegung:
 - Über 600 Mitarbeiter und modernste Maschinen verarbeiten das angelieferte Fleisch weiter
 - 4000 Schweinehälften werden täglich zerlegt
 - Tageskapazität für mehr als 5000 Rinder- und Kalbsviertel
- Verpackung:
 - Für die verschiedensten Lebensmittelketten wird das Fleisch verpackt
- Vertrieb:
 - Durch zahlreiche Tiefkühlhäuser kann das Fleisch überall in Europa geliefert werden

METRO

Eyckeler & Malt AG

- Lagerung:
 - Konservierung durch Tiefkühlung bei -18 °C
 - Durch Schockfrostern wird das Gewebe geschont, da keine Eiskristalle entstehen

Sortiment:

- Klassiker (Schweinefleisch, Rindfleisch, Kalbfleisch) für die Fleisch-Theke
- Grillfleisch und mariniertes Fleisch für die Selbstbedienungstheke
- Großes und abwechslungsreiches Sortiment in der Tiefkühlabteilung wie z.B.:
Hackfleisch, Lammsteaks und Schweinemedallions

METRO

HACCP

- Hazard Analysis and Critical Control Point – Konzept
- Hazard: Gefahren und Risiken, die eine nicht akzeptable Gesundheitsgefährdung hervorrufen können
- Hazard Analysis: Gefahren- und Risikoanalyse



METRO

Lise-Meitner Gymnasium
Leverkusen

HACCP

- Critical Control Point: Kritischer Kontrollpunkt bei der Herstellung von Lebensmitteln, der bei fehlender Überwachung zu einem Gesundheitsrisiko des Verbrauchers führen kann
- Control Point: Kontrollpunkt bei der Herstellung von Lebensmitteln, der bei fehlender Überwachung zu Qualitätsmängeln des Produktes führen kann
- Aufgabe des HACCP Konzeptes:
mikrobiologische, chemische und physikalische Fehler bei der Lebensmittelherstellung zu identifizieren und zu beseitigen

HACCP

- Qualität eines Lebensmittels ist vor allem abhängig von der Abwesenheit von Schadstoffen und Fremdkörpern
 - Auch von der mikrobiologischen Beschaffenheit, wenn die Gesundheit des Verbrauchers nicht beeinträchtigt wird
 - Dies kann nicht durch stichprobenartig durchgeführte Endproduktkontrolle erfolgen
- Muss durch zahlreiche präventive betriebshygienische und technische Maßnahmen gewährleistet werden

HACCP

Betriebshygienische Maßnahmen:

- Anforderungen an Produktions-, Lager-, und Personalräume
- Anforderungen an Gegenstände, Armaturen und Ausrüstungen
- Reinigung und Desinfektion

HACCP

Vorgehensweise

Vorbereitung (Teamzusammenstellung, Zeitplanung)

- (1) Risikoanalyse und Festlegung von Risikogruppen
(Identifizierung und Bewertung von Hazards)
- (2) Festlegung der CCP´s
- (3) Festlegung von Grenzwerten für CCP´s
(gemäß EU-Hygienerichtlinie)

HACCP

- (4) Festlegung von Kontrollverfahren für CCP's
- (5) Festlegung von Korrekturmaßnahmen bei Abweichungen von Grenzwerten
- (6) Dokumentation des HACCP-Konzeptes
- (7) Verifizierung des HACCP-Programms

Gütesiegel

- Basis auf genau definierten, strengen und nachvollziehbaren Kriterien
- Frist auf ein Jahr, wenn Voraussetzungen weiterhin erfüllt sind → Verlängerung um ein Jahr
- Unternehmen darf Gütesiegel Kunden zeigen bzw. damit werben

METRO

Gütesiegel

Vergabekriterien

- Unternehmen, die über Eigenkontrollsystem mehr als ein Jahr verfügen
 - Überprüfung und Bestätigung des Systems
 - In der Zukunft freiwillige und externe Überprüfung
- Vergabe des Gütesiegels

METRO AG

- Metro AG unter dem Dach der METRO Group verschiedene Groß- und Einzelhandelsunternehmen
- METRO Group hat ca. 270.000 Mitarbeiter, davon etwa 142.000 in Deutschland, Aktivität in 30 Ländern

Historie

1964 Otto Beisheim eröffnete Metro Cash & Carry-Markt, einen Abholmarkt für Gewerbetreibende

METRO

METRO AG

1996 Entstehung der METRO AG durch Verschmelzung der Handelsunternehmen Asko Deutsche Kaufhaus AG, Kaufhof Holding AG und Deutsche SB-Kauf AG

Börsengang am 25. Juli 1996

1998 Übernahme von 94 Allkauf SB Warenhäusern

1999 Die METRO AG verkaufte Einzelhandelsimmobilien

→ Spielraumgewinn

Ausbau der internationalen Präsenz:

→ 16 neue Metro Cash & Carry-Märkte

→ 10 Selbstbedienungs-Warenhäuser

→ 47 Nonfood-Fachmärkte

The logo for METRO, consisting of the word "METRO" in a bold, yellow, sans-serif font.

Allgemeines über die Abteilung „Fleisch“ der Metro

- Die Metro ist in 3 Bereiche für Fleischprodukte eingeteilt:
 1. Fleisch (1 Substitut und 3 Metzger)
 2. Wurst (1 Substitutin und 7 Angestellte)
 3. Tiefkühl (4 Angestellte)
- Nur die Substituten benötigen eine kaufmännische Ausbildung (+mehrere Seminare in 1-2 Jahren), bei den übrigen sollte Fachwissen vorhanden sein

METRO

Allgemeines über die Abteilung „Fleisch“ der Metro

Fleischsorten und Zulieferanten:

- Die Metro führt viele verschiedene Fleischsorten, unter anderem Rind, Schwein, Lamm, Geflügel, Hirsch, Reh, Kalb, etc.
- Nur die Hackfleischproduktion ist noch selbstständig
- Insgesamt hat die Metro 40 Zulieferanten von Fleischwaren, bei denen aber nicht immer zur gleichen Zeit bestellt wird, da manche die gleiche Ware anbieten

METRO

Allgemeines über die Abteilung „Fleisch“ der Metro

- Rind, Kalb und saisonbedingtes Wild bezieht die Metro von der Eyckeler & Malt GmbH und diese Partnerschaft besteht schon länger als 10 Jahre
- Für die übrigen Warengruppen gibt es bestimmte Zulieferanten (z.B.: 2 für Schwein, 1 für gewürzte Produkte, etc.)
- Die Zulieferanten werden vom Vorstand in Düsseldorf ausgewählt

METRO

Allgemeines über die Abteilung „Fleisch“ der Metro

Kontrollen innerhalb der Metro:

- Optische Warenkontrolle bei Ankunft der Lastwagen und zusätzliche Temperaturkontrolle der Ware und des Kühlraums im Lastwagen
- Wenn bei Ablauf der Mindesthaltbarkeit die vorherigen Kriterien nicht erfüllt werden oder wenn kein Etikett auf der Ware ist, wird diese nicht angenommen

METRO

Logistik

Fleisch

- Geschlossenes Liefersystem
 - jedes Stück hat seine eigene Nummer und ist in einer Computerdatenbank gespeichert
 - völlige Transparenz, Rückverfolgbarkeit bis zum Bauernhof

Nach dem Eintreffen des Fleisches mit den LKW von Eyckeler & Malt AG:

- Warenannahme in der Metro
- Temperaturkontrolle, optische Kontrolle

METRO

Logistik

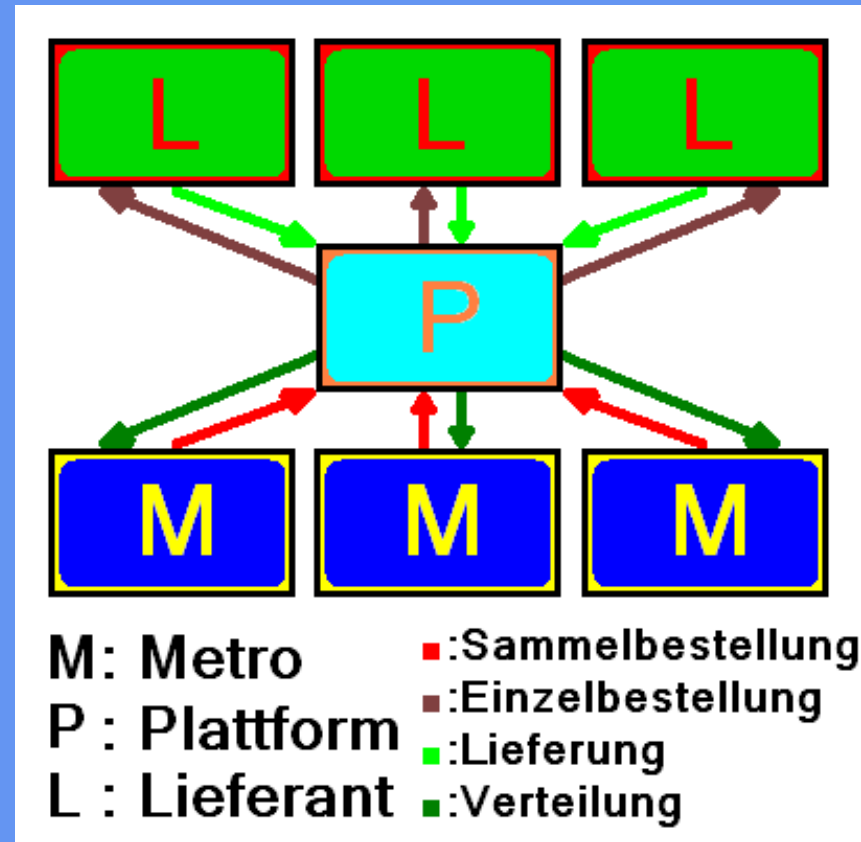
- Lagerung in den Kühlhäusern (0°C - 1°C)
- Nur Edelfleisch (3 Monate Haltbarkeit) bleibt eine längere Zeit in den Kühlhäusern
- Verteilung in die Regale
- Zwei Tage vor Ablauf des MHD (Mindesthaltbarkeitsdatum) → Sonderangebot (Preisnachlass)
- Ein Tag vor Ablauf des MHD → Die Ware wird aus den Regalen genommen und von darauf spezialisierten Firmen vernichtet bzw. zu Seife verarbeitet

METRO

Logistik

Wurst

- Vorhandenes Sortiment wird von Computern geprüft und eine Liefermenge vorgeschlagen
- Die Liefermenge wird vom AL Fleisch korrigiert/bestätigt und wird in eine Großbestellung für alle Metros eingebunden
- Lieferanten erhalten die Großbestellung und liefern die Ware zu einer Plattform in Essen
- Warenannahme in der Metro



METRO

Logistik

- Lagerung in den Kühlhäusern (0°-1°) *keine lange Lagerzeit möglich/ erlaubt*
- Verteilung in die Regale
- Fünf Tage vor Ablauf des MHD (Mindesthaltbarkeitsdatum)
→ Sonderangebot (Preisnachlass)
- Drei Tage vor Ablauf des MHD
→ Die Ware wird aus den Regalen genommen und von darauf spezialisierten Firmen vernichtet
- Bei der Plattform wird die Anzahl/ Qualität der Ware geprüft und an die Metros verschickt

METRO

Strategie/Marketing

Verhältnis zu den Kunden

- Metro wirbt pauschal
- Anwendungen (Akquise) erfolgt zielgerichtet
- Initiative „Deutschland positiv“ ermöglicht dem Großkunden Waren spezifisch zu sparen
 - Er kann sich zwei Warensorten aussuchen, auf die er bis zu 10% Preisnachlass bekommt (z.B. auf Fleisch, Süßwaren etc.)
- Kleinkunden werden nicht betreut
- Das Sortiment hat sich an Kleinkunden angepasst

METRO

Strategie/Marketing

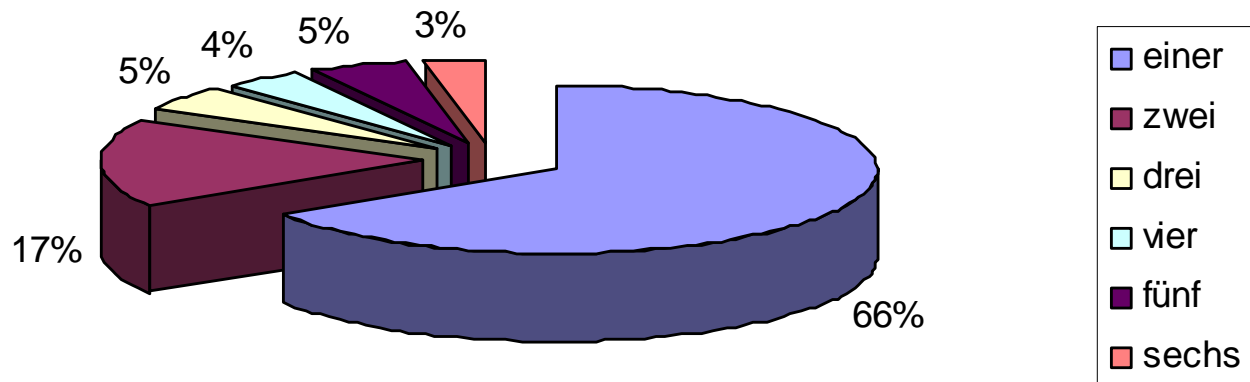
Blockbildung

- Einsortierungstechnik der Waren nach Typen
 - Einfacher Preisvergleich für den Kunden möglich
 - Kunden finden schnell das gesuchte Produkt
- Vergleich Firmenbindung (System beim Handelshof):
 - Waren sind nach Herstellern eingeordnet
 - Spricht Großkunden an (Erleichtert den Kauf ganzer Segmente)

METRO

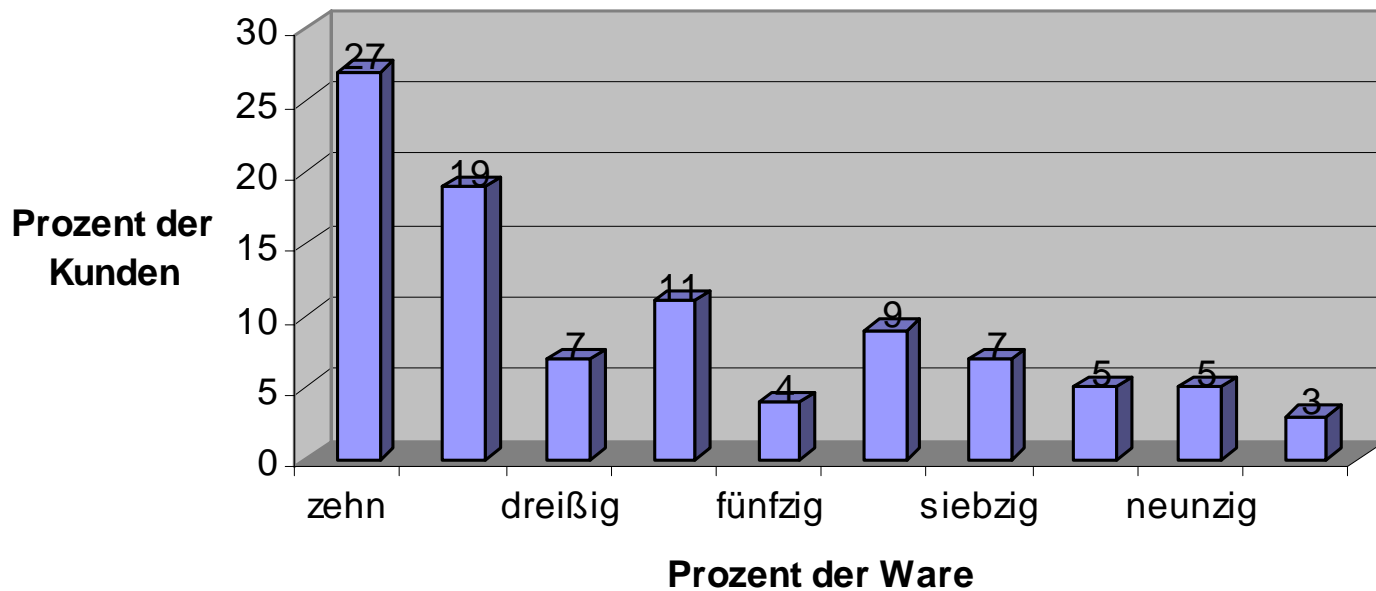
Kundenbefragung

Metro-Besuche pro Woche

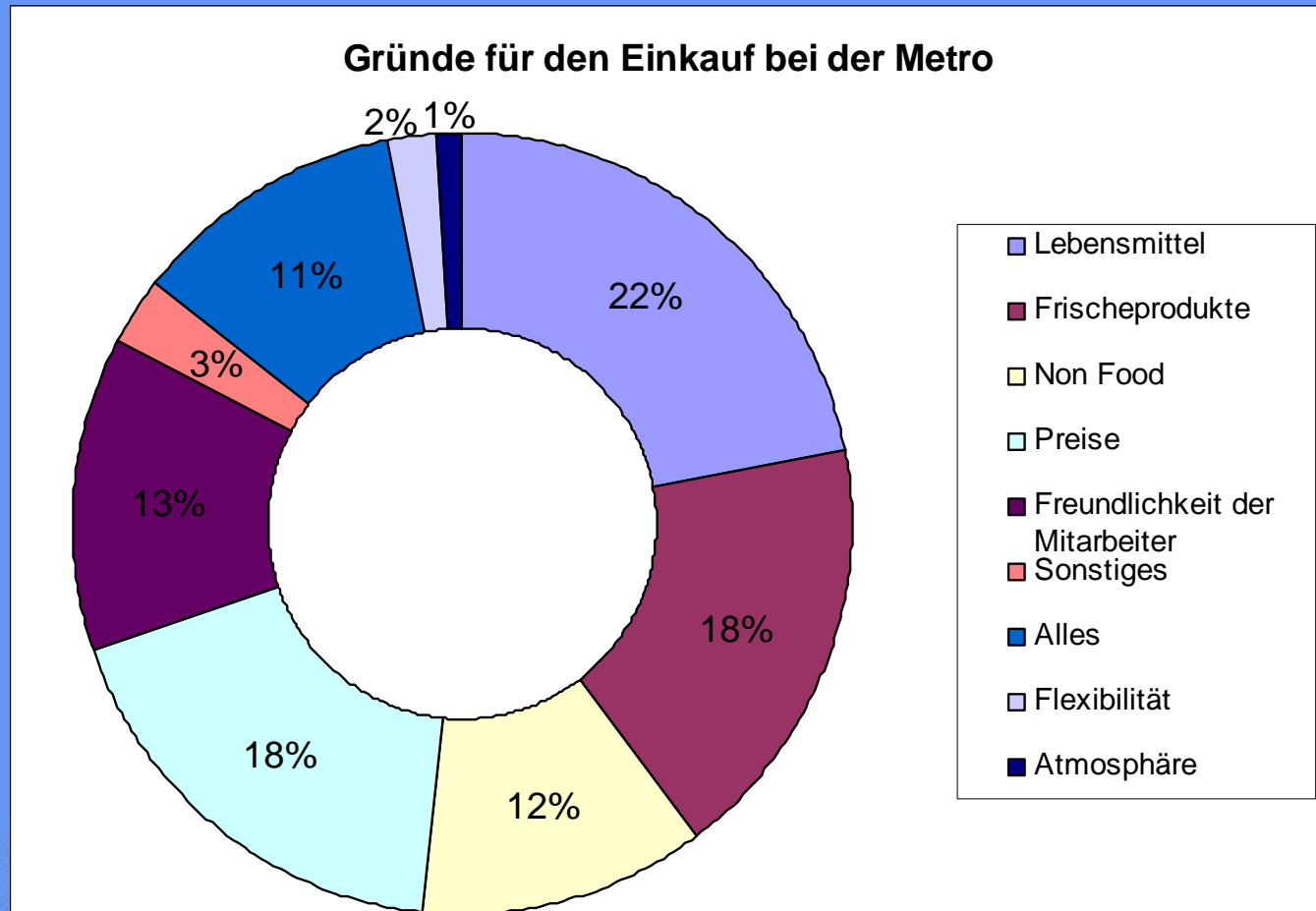


Kundenbefragung

Prozentualer Anteil der von der Metro bezogenen Produkte



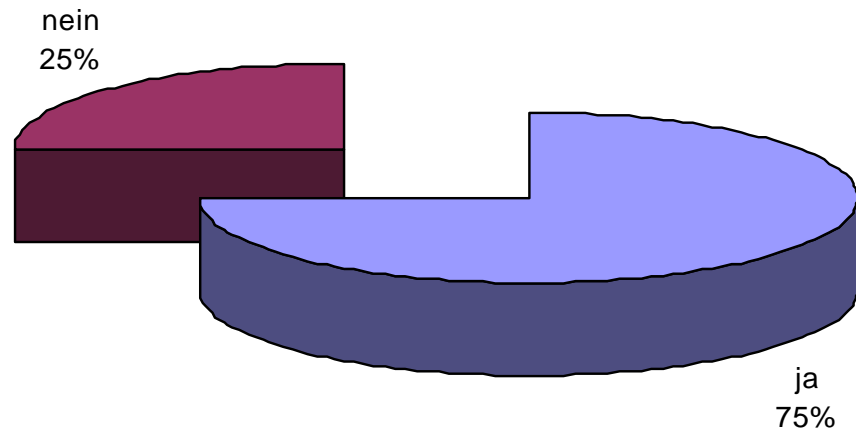
Kundenbefragung



METRO

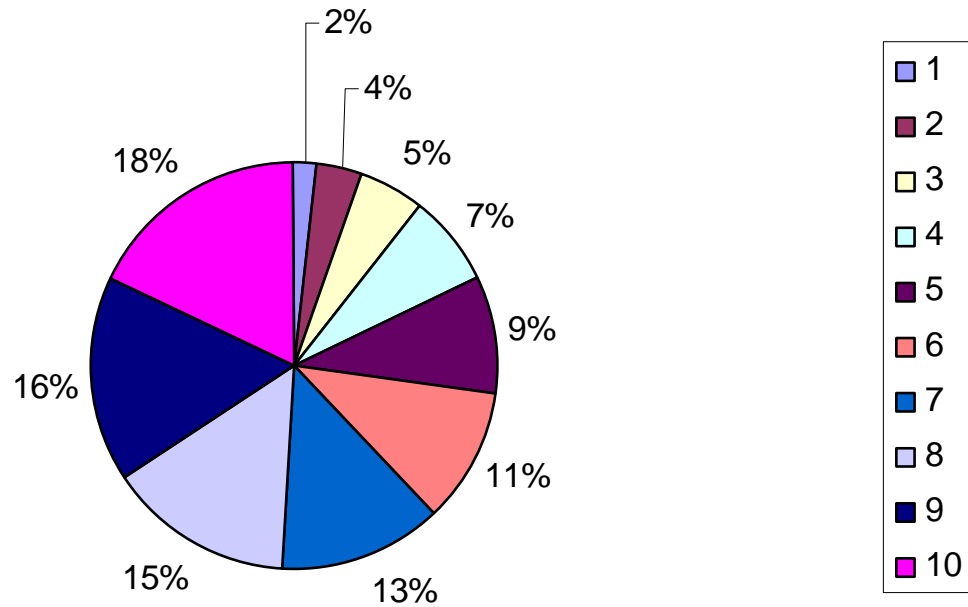
Kundenbefragung

Prozentualer Anteil der Kunden, die Fleisch kaufen



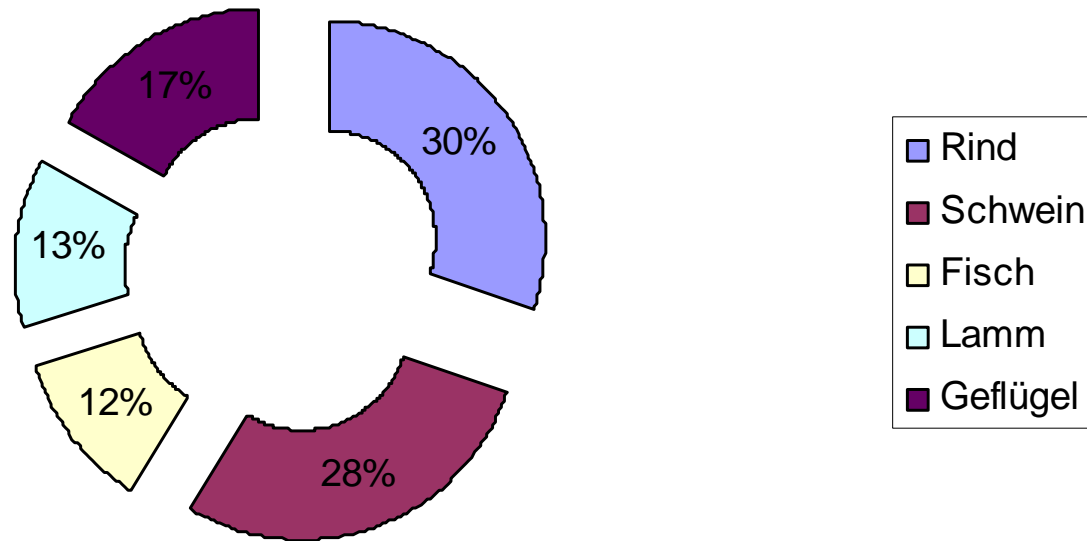
Kundenbefragung

Das Vertrauen in die Qualität des
Fleischsortiments in Punkten



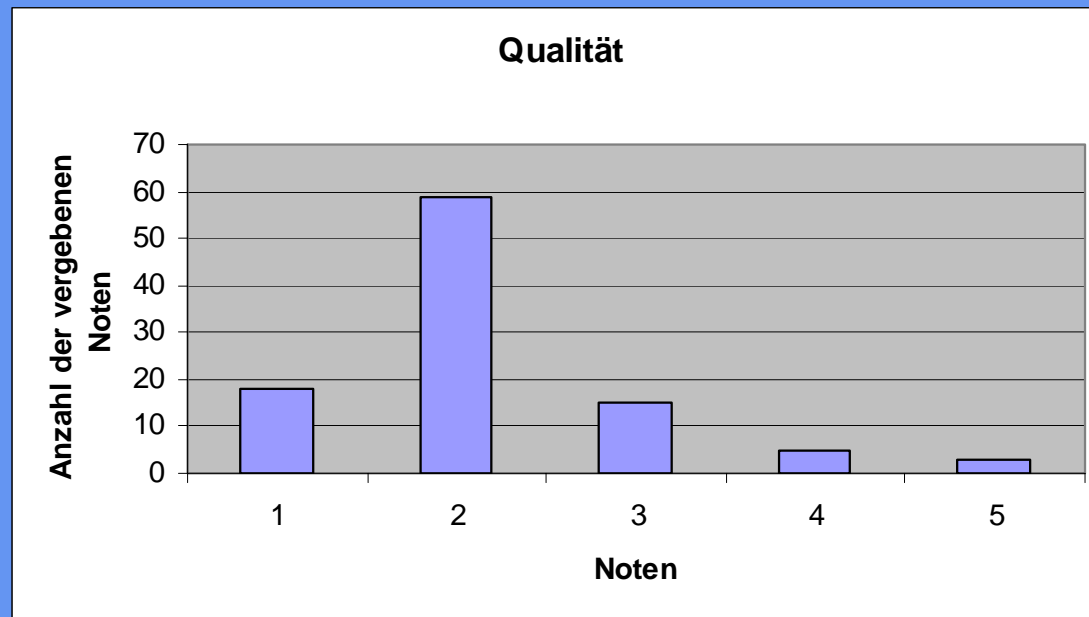
Kundenbefragung

Anteil der gekauften Fleischartikel

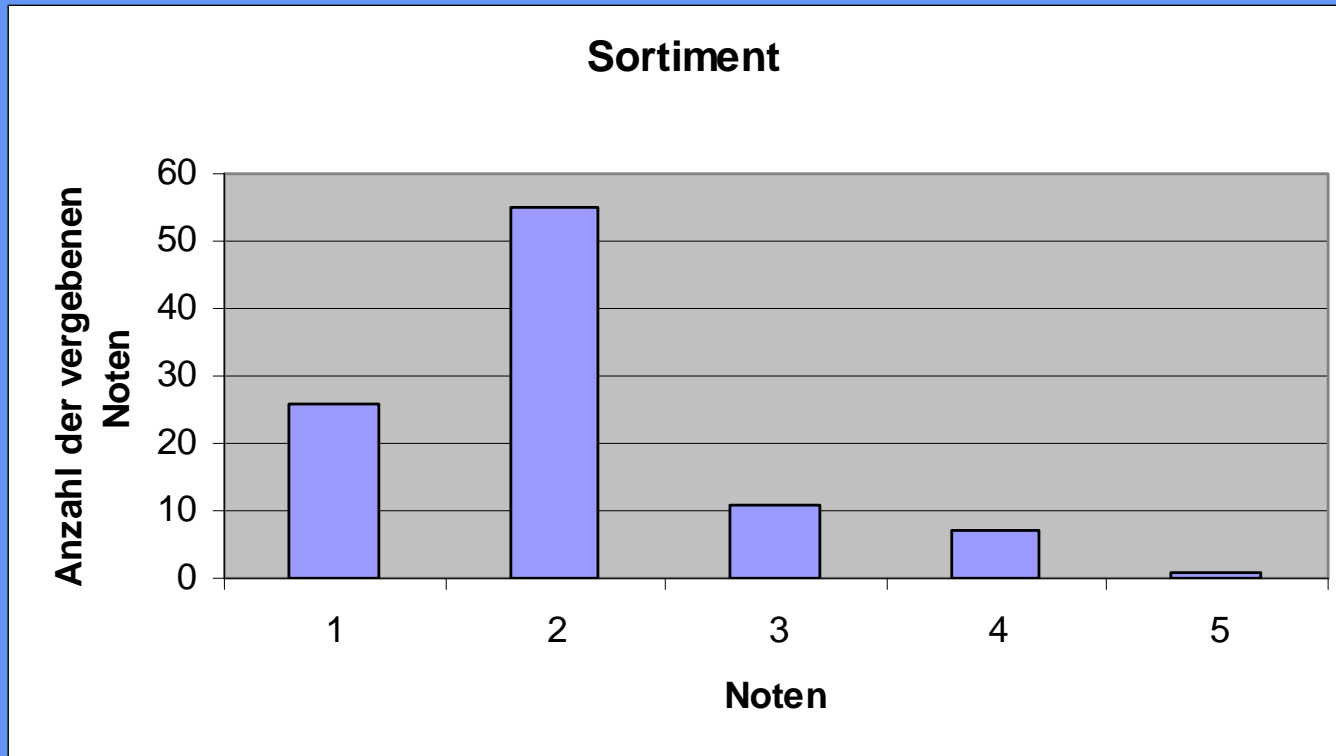


Kundenbefragung

Benotung der Qualität, des Sortimentes, des Preises und der Mitarbeiter:

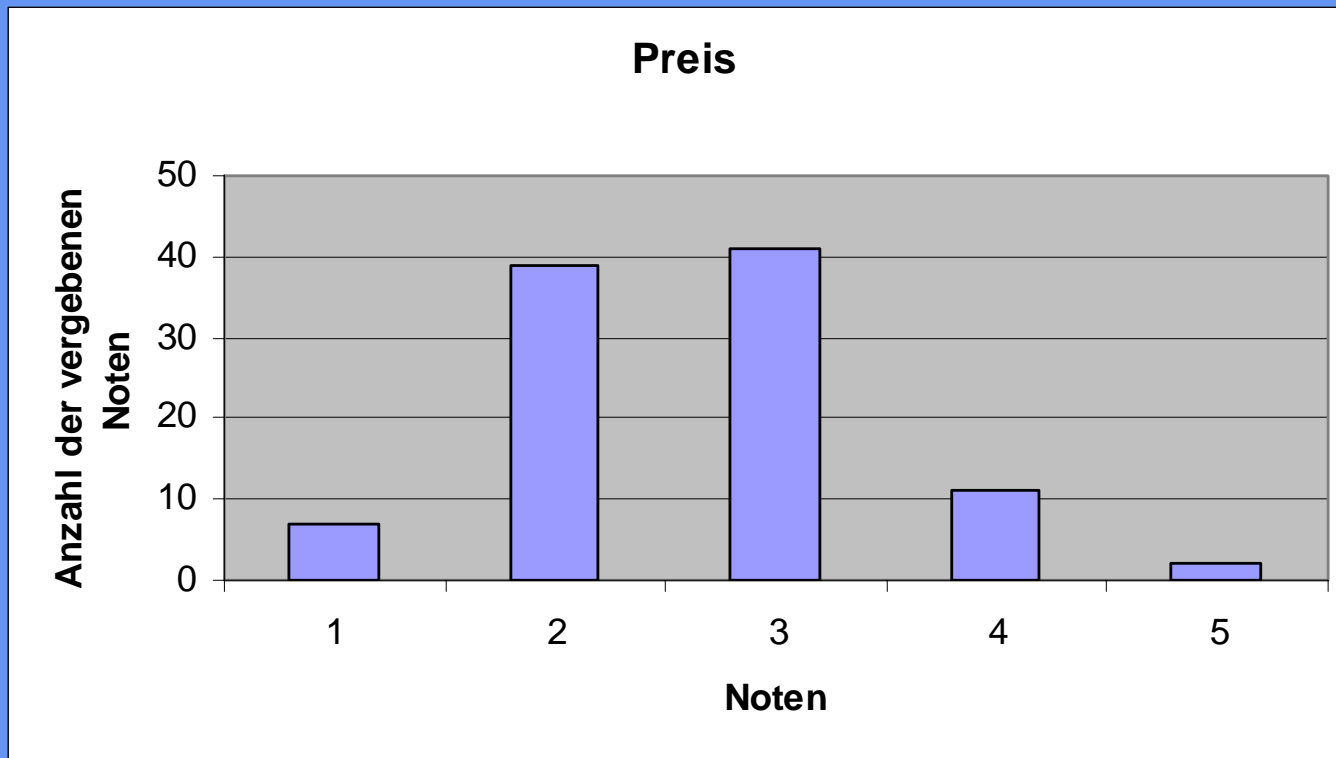


Kundenbefragung



METRO

Kundenbefragung



Kundenbefragung

