

Business IT Logistik

RFID-Etiketten - gewebt und gewirkt

Projekt wirbt für Einsatz der Funktechnologie - Auftakt einer Veranstaltungsreihe für den Mittelstand

Noch immer gibt es beim Thema Radiofrequenztechnik zu Identifikationszwecken (RFID) in vielen Betrieben Wissenslücken und Unsicherheiten. Um dem Thema zu mehr Bekanntheit zu verhelfen, hat an der Hochschule Niederrhein der Workshop "RFID in der Textilwirtschaft" stattgefunden.

Kleine und mittlere Unternehmen aus dem Euregio-Gebiet, der deutsch-niederländischen Grenzregion, waren eingeladen, um Erfahrungen auszutauschen und zu ermitteln, wo Aufklärungsbedarf besteht. Die Veranstaltung fand im Rahmen des Projektes RFID-NRW-NL statt und war der erste von sechs Workshops. Die folgenden Veranstaltungen thematisieren RFID in den Branchen Gesundheit, Ernährung, Agrar und Entsorgung.

Zunächst hörten die Teilnehmer in Mönchengladbach Erfahrungsberichte, unter anderem von Uwe Quede, Abteilungsleiter Logistik bei der Kaufhof Warenhaus AG. Quede sprach über die Einführung der Ultrahochfrequenz (UHF)-Technologie in der Essener Galeria Kaufhof-Filiale und gab Beispiele für den Einsatz am POS.

Rund einen Monat nach dem Start zeigte er sich mit der Entwicklung zufrieden. Auch von den Kunden werde die Technik bereitwillig angenommen. "Die meisten Kunden verzichten darauf, das RFID-Tag nach dem Einkauf entfernen zu lassen", sagte Quede. Wichtig sei es, offen mit der Thematik umzugehen und einen Zusatznutzen zu vermitteln statt Verunsicherung zu erzeugen. In Datenschutzfragen entstünden durch die elektronische Erfassung der Ware keine Probleme, betont Quede, da die über RFID generierten Daten nicht mit Kundendaten verknüpft würden.

Im Anschluss präsentierten Francisco Speich und Jörg Müller vom Schweizer Schmaltextil-Hersteller Jakob Müller aus Frick den Stand der Entwicklung von textilen Transpondern, also gewebten beziehungsweise gewirkten Etiketten mit integriertem RFID-Chip. Anschaulich wurde es, als Speich und Müller die Funktionalität der funkenden Labels an gestapelter und hängender Ware demonstrierten.

Andreas Schneider vom Münchner Beratungshaus GCS wies auf die schnelle Entwicklung von RFID hin. In Zusammenarbeit mit GS1 Germany habe man wichtige Fortschritte bei der Standardisierung erzielt, was es Unternehmen deutlich erleichtere, mit RFID zu starten. Außerdem wies er auf die hohe Anzahl an Abschlussarbeiten hin, die an der Hochschule Niederrhein jedes Jahr geschrieben werden und das Thema von verschiedenen Seiten aus beleuchten.

Später sammelten die Teilnehmer RFID-Themen, bei denen sie den größten Informationsbedarf sahen. Fünf Schwerpunkte wurden dabei gesetzt: die Optimierung des Supply Chain-Managements durch RFID die Potenziale von RFID am POS, RFID und Diebstahlsicherung, Entwicklung textiler Transponder sowie Kundennutzen und Verbraucherschutz. td

Bildunterschriften:

Jörg Müller (Jakob Müller AG), Uwe Quede (Kaufhof Warenhaus AG) und Andreas Schneider (GCS mbH, von links) sprachen beim Workshop in Mönchengladbach über ihre Erfahrungen und Zukunftspläne mit RFID in der Modebranche.

Autor: Dörpmund, Tim