

DVZ, Nr. BLOG - DVZ 17.10.2006 (wrh) www.gardeur.com

Von Wolf-Rüdiger Hansen, Geschäftsführer, AIM-Deutschland GmbH

Nutzen konsequent durchgerechnet

Funk-Etiketten (RFID-Tags) sind dabei, die Transparenz und Zuverlässigkeit der weltweiten Logistik und Warenwirtschaft zu steigern. Zwar ist der Einzelhandelssektor noch weit davon entfernt, RFID-Tags auf allen Supermarktartikeln einzusetzen, aber Kleidungsstücke profitieren bereits heute davon. Sie sind ideale Objekte für die Nutzung von Radiofrequenzidentifikation (RFID), weil sie den elektromagnetischen Wellen der RFID-Antennen keine Widerstände entgegen setzen.

Gardeur ist einer der Textilfabrikanten, der auf die Technik setzt. Der Hersteller hat seine Lager- und Fabriktore mit RFID-Antennen ausgestattet, so dass die Kleidungsstücke, die als Hängeware am Anfang und Ende der Transportrouten durch die RFID-Antennentore geschoben werden, sich auf einen Schlag identifizieren lassen. Die Lösung ist so überzeugend, dass selbst die Kaufhof AG, Tochter der Metro-Gruppe, Interesse an der RFID-Lösung hat.

Jedes Kleidungsstück, das **gardeur** produziert, wird mit einer Barcode-Nummer und einem RFID-Tag gekennzeichnet. Die Barcode-Nummern und die elektronischen Ident-Nummern der RFID Tags werden mit einem Handlesegerät gleichzeitig gelesen und im Warenwirtschaftssystem miteinander verknüpft. Zusätzlich wird die Barcodenummer (Standard EAN 13) auf dem RFID-Tag gespeichert. Im Anschluss fährt ein Mitarbeiter im Warenausgang die komplette Versandeinheit durch ein RFID-Antennentor - beispielsweise einen Rollkleiderständer mit 200 Hosen. Alle Tags werden dabei in Sekundenschnelle mit einer Zuverlässigkeit von über 99 Prozent identifiziert.

Sonderwünsche. **Gardeur** hat eine stark strukturierte, räumlich verteilte Produktion bei kleinen Losgrößen. Dabei gehört es zum Tagesgeschäft der Firma, auf die Sonderwünsche der Kunden mit spezifischen Ausstattungsvarianten einzugehen. Deswegen ist eine teilegenaue Erfassung der Aufträge an den Schnittstellen in der Produktion und in der Logistik wichtig. Die Software, an die die RFID-Antennen angeschlossen sind, dokumentiert und übermittelt den Warenaustausch - zum Beispiel als elektronischer Liefer-Avis - zwischen Fertigungsstätten, Zentrallager und Verteilzentrum. Jede ankommende Sendung wird automatisch über RFID-Reader identifiziert und mit dem Liefer-Avis verglichen. Fehl- oder überzählige Bestände erkennt das System sofort, so dass eine schnelle Klärung möglich ist. Die Software implementierte der BekleidungsHersteller in Zusammenarbeit mit der Grazer Firma RF-iT Solutions GmbH.

Marktvorteil. **Gardeur** ist eines der wenigen Unternehmen, das das Nutzenpotential der RFID-Infrastruktur einmal konsequent durchgerechnet, quantifiziert und veröffentlicht hat. Wie die Tabelle zeigt, hat der Hersteller zunächst noch kein Überschuss erzielt. Dieser zeichnet sich ab, sobald die RFID-Tags statt bisher 0,15 EUR nur noch 0,12 EUR kosten. Weiterhin ist zu berücksichtigen, dass die Umstellung auf RFID für alle Beteiligten im Unternehmen mit einem Lernprozess einher geht, der hier im Marktvergleich sehr frühzeitig durchlaufen wurde. So verschafft sich der Produzent einen Effizienz- und damit Marktvorteil gegenüber den Unternehmen in der Fashion-Branche, die sich erst später in die RFID- Nutzung einzusteigen trauen.

Der Textilfabrikant geht davon aus, dass die RFID-Tags auf Sicht in den anschließenden Lieferketten seiner Kunden weiteren Nutzen bringen werden. So hat zum Beispiel der Kaufhof Interesse daran, die Tags an den Kleidungsstücken zu belassen, um sie in der Lieferkette bis zum Warenhaus zu verwenden. Kaufhof strebe an, dass die RFID-Tags ihr Geld auf der gesamten Prozesskette verdienen. So hat sich ein Projektleiter der Future Store Initiative der Kaufhof Warenhaus AG bereits in der Presse geäußert.

Gegenleistung. Diesen Schritt will das Unternehmen aber nicht ohne Gegenleistung gehen. So erwartet der Hersteller vom Handel eine deutlich größere Transparenz über den Teil der Lieferkette, die sich bis zum Abverkauf im Warenhaus hinzieht. Dagegen gibt es aber immer noch große Vorbehalte. **Gardeur** sowie andere Fashion-Produzenten könnten jedoch in Kenntnis der täglichen Abverkaufsmengen die Produktions- und Lieferplanung deutlich verbessern und damit Nutzen für die gesamte Kette weiter steigern. Für den BekleidungsHersteller ist klar: Mit preiswerteren Tags und mit Transparenz über den Abverkauf des Handels ergäbe der Einsatz von RFID-Tags schon heute einen klaren Return on Investment.

Gardeur: Die **Gardeur** AG mit Sitz in Mönchengladbach hat in 2005 etwa 3 Mio. hochwertige Markenkleidungsstücke fabriziert, 90 Prozent davon Hosen und Jeans. Damit erzielte das 1920 gegründete Unternehmen einen Umsatz von 93 Mio. EUR. Der Exportanteil stieg erstmals auf über 50 Prozent. Von den derzeit rund 600 Shop-in-Shops und Corners befinden sich 264 im Ausland. Stärkste Märkte sind die deutschsprachigen Nachbarländer, Skandinavien, Großbritannien, Irland und Russland. Auch die ersten sechs Shops in China entwickeln sich gut. Die Mitarbeiterzahl im Konzern wuchs um 264 auf 1571. Die meisten Neueinstellungen gab es in Tunesien, wo der eigene Produktionsbetrieb inzwischen um eine Wäscherei erweitert wurde.

Ende des Textes. Die folgende Tabelle war Teil der Veröffentlichung:

RFID Business Case bei gardeur ag			
Kosten	Euro	Nutzen	Euro p.a.
IT-Infrastruktur: Hardware, Software, Dienstleistung	310.000	Optimierung der Prozesse	115.000
		Bessere Lieferquote	100.000
Finanzierungskosten dafür sowie Wartung p.a.	90.000	Weniger notwendige Rabatte	170.000
Beschaffung von 3 Mio. RFID Tags p.a.	400.000	Reduzierung von Schwund	30.000
Summe p.a.	490.000	Summe p.a.	415.000