

# Doorbraak RFID realiseren door sterke business-case

Om een doorbraak te realiseren heeft RFID behoefte aan een sterke nieuwe business-case, die door zo veel mogelijk partijen wordt gedragen. Dat is een van de conclusies van de expertmeeting over RFID die het Nederlands Verpakkingscentrum organiseerde. De voor- en nadelen van RFID dienen beter voor het voetlicht gebracht te worden. Te veel partijen weten te weinig af van de kansen die de techniek biedt.



Ard Jan Vethman: "We hebben veel geleerd van pilots in het buitenland. Maar ik constateer wel een fors gat tussen de early adopters en de early majority".

"Verpakkingen in de Nederlandse supermarkten zijn zo gestandaardiseerd dat het een uitstekende randvoorwaarde is voor innovatieve toepassingen van de RFID-technologie". Dat zei Ard Jan Vethman, projectleider

der RFID Capgemini, tijdens de expertmeeting. Hij is betrokken bij internationale projecten waar RFID wordt toegepast. "In Nederland hebben we geen grote prestigieuze projecten. In Japan, de Verenigde Staten en Duitsland zien we wel grote projecten in de retail, zoals bij Walmart en de METRO-Groep. Daar staat tegenover dat de projecten die we in Nederland doen wel realistisch zijn". Vethman stelt dat van genoemde pilots veel geleerd wordt. "Maar ik constateer wel een fors gat tussen de early adopters en de early majority."

## Streepjescode

De deelnemers aan de expertmeeting hebben, ieder vanuit hun eigen ervaring, de mogelijkheden

## Deskundigen

Een tiental deskundigen op het gebied van RFID kwam bijeen in het meetingcentre MediaPlaza te Utrecht. Vertegenwoordigers uit de retail, IT-consultancy, en van belangenorganisaties als het RFID Platform Nederland bogen zich onder meer over de vraag of RFID de streepjescode in de toekomst gaat vervangen. De conclusie is dat dit nog wel enige tijd zal duren. Er is behoefte aan meer voorlichting die vooroordelen wegneemt. De deskundigen die aan de discussie mee deden zijn:

- Esther Laane, Media Plaza
- Hans Nouwens, Progress Software
- Ard Jan Vethman, Capgemini
- Yvonne de Waard, RFID-Platform
- Kees Pinggen, Heemskerk BV
- Jan Kroon, KPN
- Laurens ten Feld, CBL
- Peter van der Kolk, Super de Boer
- Mark Roelofs, Europool System
- Arthur van der Knaap, Europool System
- Ger Standhardt, NVC
- René de Wit, Supermarkt Actueel

aangegeven van de technologie. Veel ervaring is er opgedaan wat betreft de logistieke keten. Volgens Vethman en Jan Kroon kampt RFID met het probleem dat het een complex onderwerp is. Mark Roelofs meldt dat Euro Pool System, leverancier van kratten waarin onder meer versproducten worden vervoerd, voorzien heeft van tags en de RFID-technologie toepast om te weten waar EPS-kratten zich bevinden. Euro Pool System

werkt sinds september met dit systeem bij Delhaize. "Euro Pool System weet niet wat er vervoerd wordt. Wij weten slechts de keten van onze eigen assets te benoemen". Hans Nouwens benadrukt dat de technologie meer mogelijkheden biedt dan de traditionele barcode. "Ook de snelheid en efficiency zijn groter in vergelijking met het scannen". Kees Pinggen stelt dat de streepjescode zeker niet zijn beste tijd heeft gehad.



Mark Roelofs (tweede van links): "Delhaize werkt sinds september met ons systeem voorzien van RFID-tags. Wij weten niet wat er vervoerd wordt. Wij weten slechts de keten van onze eigen assets te benoemen".

## Wat is RFID?

Met Radio Frequency Identification technologie is het mogelijk om op een afstand informatie op te slaan en te lezen. De tags (informatiedragers) kunnen in objecten (onder meer verpakkingen) ter identificatie aangebracht worden. Bekend zijn de toepassingen van diefstalpreventie, tracking&tracing, het volgen van een object, bijvoorbeeld pakketpost.



Hans Nouwens: "Ook de snelheid en efficiency van RFID zijn groter in vergelijking met het scannen van traditionele barcodes".

### Nieuwe mogelijkheden

Vethman: "RFID biedt het voordeel boven andere identificatie-technologieën dat je iets kunt lezen, zonder het te zien. Als de tags meegedrukt kunnen worden in verpakkingen van producten kan daarmee extra informatie beschikbaar komen. De consument kan bijvoorbeeld met zijn eigen telefoon het product scannen en controleren of het geen ingrediënten bevat waarvoor hij of zij allergisch is". Peter van der Kolk benadrukt dat er wat betreft de logistiek naar de gehele keten gekeken moet worden en men zich af moet vragen aan

wie welke informatie beschikbaar gesteld wordt. "Ik heb het idee dat toeleveranciers nog belangrijke stappen moeten maken". Yvonne de Waard belicht de nieuwe mogelijkheden en verwijst naar een recent gestarte pilot bij de Belgische foodketen Delhaize: "Tags kunnen de temperatuur van versproducten aangeven en kunnen zo een indicatie geven van de houdbaarheid". Volgens Van der Kolk is veel informatie nu al beschikbaar via bijvoorbeeld EDI en de streepjescode, wel erkent hij dat de snelheid van RFID een voordeel is.



Yvonne de Waard wijst op een recent gestarte pilot bij Delhaize: "Tags kunnen de temperatuur van versproducten aangeven en kunnen zo een indicatie geven van de houdbaarheid". Kees Pingen (links) en Jan Kroon (rechts) luisteren mee.

### Walmart en Metro

Foodketens als Walmart en Metro verplaatsen met RFID hun aandacht van de logistiek in distributiecentra naar de winkel. In de Future Store wordt via flatscreens boven de schappen gerichte informatie aan de consument gegeven. Dat geldt ook voor zogenaamde intelligente paskamers waar informatie wordt gegeven over de combinatiemogelijkheden van aangeschafte kleding. Walmart heeft inmiddels haar toeleveranciers verplicht om chips aan pallets te bevestigen.



### Efficiency

Pingen onderstreept dat in vergelijking met de barcode waar handmatig gescand wordt, de efficiency met RFID toeneemt en kostenbesparingen worden bereikt in het logistieke proces. Ook Nouwens is van mening dat RFID breder toegepast kan worden. "RFID kan door food-retailers ingezet worden om de derving in de supermarkt tegen te gaan". Kroon ziet voor een organisatie als KPN wellicht een rol weggelegd als dienstverlener in de schakel tussen de door RFID-beschikbaar komende informatie en de mobiele telefoon van de consument. Volgens Kroon heeft de consument behoefte aan gerichte en betrouwbare productinformatie. "Men wil weten waar bijvoorbeeld de paprika geteeld is en hoe vers die is."

### Business-case

Al met al waren de deelnemers aan de expertmeeting het er over eens dat er behoefte is aan een breed platform en een sterke business-case waar betrokken partijen samen optrekken, de overheid zou daar zeker ook een rol bij moeten spelen. Samenwerking met partijen als

TNO is wenselijk. Een nieuwe business-case kan helpen om meer begrip en positieve beeldvorming voor RFID te krijgen en de invoering te versnellen. De elementen voor deze business-case zijn al voorhanden, maar omdat grootschalige invoering gezamenlijk moet gebeuren, moet de business-case gezamenlijk worden gedragen.

Frits van Wolveren

### Succes Schuitema vraagt om vervolg

Schuitema startte in 2005 het proefproject Vers Schakel. Doel van het project was om kennis en ervaring op te doen met RFID en om de kwaliteit van versgesneden groenten te verbeteren. Kleinverpakkingen met groenten werden voorzien van een RFID-tag. Met behulp van poorten op verschillende punten in de logistieke keten werden de kratten met kleinverpakkingen gevolgd. Parallel aan dit experiment werd een pilot uitgevoerd samen met de poolbeheerder van de kratten om de omloopsnelheid van de kratten te optimaliseren. Beide projecten zijn succesvol gebleken.