



# RFID

TASKFORCE  
FOODBRANCHE

# NIEUWS!

**INVENTARISATIE KANSEN  
RFID KETENBREED**

**MAATSCHAPPELIJKE  
ACCEPTATIE CRUCIAAL  
VOOR SUCCES RFID**

**KOOKBOEK**

**RFID: ONTDEKKINGSREIS**

**TAGS**

Heeft u vragen of wilt u reageren?

Mail dan naar [ingeborg.biemans@schuitema.nl](mailto:ingeborg.biemans@schuitema.nl)

## RFID TASKFORCE FOODBRANCHE WIL INZICHT IN MOGELIJKHEDEN RFID VERGROTEN

In 2004 is de RFID TaskForce Foodbranche opgericht. Deze stelt zich ten doel het informeren van de foodbranche over RFID-ontwikkelingen, het stimuleren van het opstarten van pilots en het communiceren van ervaringen uit de pilots. De RFID TaskForce Foodbranche bestaat uit vertegenwoordigers van ECR Nederland, CBL, FNLI en GS1 Nederland. Voorzitter is Jan Brouwer van Schuitema, co-voorzitter is Eugène Willemsen van Smiths Food Group.

Bedrijven kunnen met RFID 'real time' inzicht krijgen in goederenstromen, voorraden en zelfs de status van een individueel product. Hierdoor kunnen zij meer controle uitoefenen op bedrijfsprocessen waardoor deze efficiënter, veiliger en goedkoper worden. Als alle bedrijven in de foodsector willen profiteren van het gebruik van RFID dan is het volgens Jan Brouwer, voorzitter RFID TaskForce Foodbranche, zaak om RFID te omarmen. "Bedrijven kunnen op beperkte schaal RFID toetsen in hun eigen logistieke omgeving. Alleen dan kunnen ervaringen worden opgedaan, kinderziektes worden voorkomen en bedrijfseconomische voordelen worden behaald", aldus de voorzitter van de RFID TaskForce Foodbranche.



## INVENTARISATIE KANSEN RFID KETENBREED

ECR Nederland is gestart met een werkgroep RFID. De werkgroep inventariseert wat de mogelijkheden zijn voor bedrijven als zij RFID ketenbreed willen inzetten. Daarbij brengen zij toepassingsmogelijkheden, kosten en opbrengsten per schakel in de (logistieke) keten in kaart. Rob van de Wijngaard, technisch adviseur bij Schuitema NV en een van de leden van de werkgroep: "Als we met RFID aan de slag willen, moeten we alle processtappen inzichtelijk maken. Niet alleen de kosten, maar vooral de kansen voor optimalisatie en innovatie van de totale logistieke keten. Want uiteindelijk profiteren alle partners van de toepassing van RFID door de hele keten". De werkgroep bestaat verder uit vertegenwoordigers van Grolsch, Jumbo Supermarkten, Laurus, Masterfoods, Philips Lighting, Smiths Food Group en Vrumona. De resultaten van deze inventarisatie worden in de volgende Nieuwsbrief vermeld.

## MAATSCHAPPELIJKE ACCEPTATIE CRUCIAAL VOOR SUCCES RFID

Nederland moet de kansen van RFID benutten in plaats van mogelijke risico's te benadrukken. Goede voorlichting aan de consument en heldere regels voor het bedrijfsleven en de overheid zijn hiervoor noodzakelijk. Dit was de conclusie tijdens de e-business track van GS1 Nederland op het eNederland Congres op 10 november jongstleden, waar de maatschappelijke aspecten van RFID uiteen werden gezet.

### Mogelijkheden

RFID biedt nieuwe mogelijkheden maar daarbij komen bij de consument ook vragen naar boven. Wat betekent het de privacy, het milieu en onze gezondheid? Op nationaal en internationaal niveau wordt aandacht aan deze issues besteed. EPCglobal heeft een Public Policy Steering Committee opgericht. Deze houdt zich internationaal bezig met alle genoemde aandachtspunten en heeft privacy als eerste punt opgepakt en hiervoor gedragsregels gedefinieerd. De werkgroep Privacy & RFID van ECP.NL, platform voor eNederland, is het orgaan in Nederland waar aanbieders, gebruikers, consumenten, wetenschap en overheidspartijen samen werken aan het oplossen van mogelijke privacyvraagstukken rond RFID.

### Duidelijkheid en transparantie

Om de voordelen van RFID te kunnen benutten, is het belangrijk dat de techniek door de samenleving geaccepteerd wordt. En dat kan alleen als de aandachtspunten worden ondervangen door een duidelijk en transparant beleid, waaraan door meerdere partijen op dit moment wordt gewerkt.

Voor meer informatie: [www.epcglobalinc.org](http://www.epcglobalinc.org) en [www.ecp.nl](http://www.ecp.nl)

# KOOKBOEK

Op de EPCglobal website [www.epcglobalinc.org](http://www.epcglobalinc.org) is sinds kort het EPCglobal Implementation Cookbook beschikbaar. Dit Cookbook bevat praktische informatie die van belang kan zijn bij RFID-pilots en implementaties. De inhoud is onder andere gebaseerd op ervaringen van bedrijven, die actief zijn in de EPCglobal werkgroepen.

Het Cookbook begint met een inhoudsopgave van samenvattingen. Een groot deel van de documenten is voor iedereen toegankelijk (gemarkeerd met wereldbol), een aantal is alleen benaderbaar voor bedrijven die zich hebben aangemeld bij EPCglobal.

Voorbeelden van informatie in het Cookbook:

- de basisbegrippen over RFID en EPC op een rijtje;
- leerpunten uit pilots en implementaties.

**Het EPCglobal-netwerk is een set van standaards voor het toepassen van RFID in de logistieke keten en is een onderdeel van de wereldwijde GS1-standaards.**

**EPCglobal heeft tot doel het EPCglobal-netwerk te beheren, verder te ontwikkelen en uit te dragen. GS1 Nederland vertegenwoordigt EPCglobal in Nederland.**



## RFID: ONTDEKKINGSREIS

Volgens onderzoek van Ordina in 2005 is 12% van de Nederlandse bedrijven bezig met een business case of pilot op het gebied van RFID. 57% is zich op het onderwerp aan het oriënteren. Daarbij blijken er voor bedrijven vele vraagstukken. Hoe zit het met de standaard? Is de techniek al voldoende geschikt? En vooral: Wat levert het op? Het GS1 Themacongres 'EPCglobal. Uw RFID keuze!', op 27 september jongstleden gaf antwoord op deze vragen. De bedrijven die actief bezig zijn met RFID, lieten zien waarom het zo belangrijk is om nu praktijkervaring op te doen.

Uit de presentaties op het congres blijkt dat de mogelijkheden van RFID per bedrijf uniek zijn. Maar ook dat de technische ontwikkelingen razendsnel gaan. Daarom testen zij tegelijkertijd de technische mogelijkheden én de potentiële toepassingen. En volgen daarmee impliciet de aanbeveling op van de eerste spreker, Marcel van Trier, die zegt: "RFID gaat niet alleen over verbeteringen in uw huidige processen maar ook over hele nieuwe mogelijkheden. Bedenk daarom wat RFID op de lange termijn voor u kan betekenen en plan nu al de ontdekkingsreis op weg daar naartoe."

# TAGS

Het EPCglobal-netwerk is een set van standaards voor het gebruik van RFID in de hele keten. Een belangrijke mijlpaal daarin is de totstandkoming van het Generation 2 UHF protocol (Gen 2). Deze standaard bepaalt hoe tags en readers met elkaar 'praten' en op welke frequentie.

## NIEUWE GENERATIE TAGS BESCHIKBAAR

Gen 2 is de eerste standaard die is gedefinieerd door handel en industrie. Het resultaat onderscheidt zich in meerdere opzichten van de voorlopers: er kunnen nu meer tags tegelijkertijd worden uitgelezen en het werkt wereldwijd. Daarnaast is het een open standaard, wat betekent dat de tags door elk bedrijf gemaakt kunnen worden, volgens vaststaande specificaties. Dat verlaagt de prijzen.

Philips heeft in oktober 2005 de eerste Gen 2-tags op de markt gebracht (gecertificeerd door EPCglobal) en andere aanbieders zullen snel volgen. Handel en industrie kunnen nu gaan testen wat de technische mogelijkheden van de tags zijn. Dit is een revolutionaire stap: een wereldwijde standaard voor de logistieke keten die door alle bedrijven in de markt, wereldwijd, gesteund wordt.

Tot nu toe werd de hoge prijs van tags genoemd als een bezwaar voor een snelle implementatie van RFID. Voor grootschalig gebruik in de levensmiddelenbranche zou een tag onder de 5 cent noodzakelijk zijn. Met de huidige prijsdalingen komt deze magische '5 cent-grens' snel dichtbij.

Een relatief nieuwe sector waar RFID zijn weg vindt is de zorgsector. Ook hier vinden verschillende experimenten plaats. Doel van de experimenten is de meerwaarde van RFID toepassingen in de zorg aan te tonen.

## RFID ALS MARKETINGTOOL BIJ WALGREENS

Walgreens, een keten van apotheken in Amerika, gaat RFID inzetten om displays in de winkel in kaart te brengen. Samen met Walgreens' 15 grootste leveranciers van verpakkingen, is een systeem opgezet om te traceren waar en hoe lang een display in de winkel staat. Dit maakt het voor marketeers mogelijk om resultaten van promotionele activiteiten per winkel of demografisch cluster in kaart te brengen. Ook kunnen fabrikanten met dit systeem hun advertenties beter timen omdat ze weten wanneer de displays waar staan. Een ander voordeel is dat fabrikanten vertegenwoordigers naar een winkel kunnen sturen waar de display nog niet staat.

Bron: AdAge.com

## KPN BIEDT RFID AAN ALS NIEUWE TELECOMDIENST

Het nieuwste telecomproduct van KPN heet RFID. In 2006 wil het bedrijf zich in de markt zetten als belangrijke aanbieder van RFID-diensten. Om te laten zien wat ze kan op het gebied van RFID start het bedrijf in januari 2006 een groot-schalige pilot met mobiele telefoons in het logistieke proces. KPN maakt hierbij gebruik van EPCglobal-standaards.

De mobiele telefoons worden voorzien van een RFID-tag, waardoor ze voortdurend 'gevolgd' kunnen worden: van het moment dat een mobieltje het distributiecentrum van TNT Logistics binnenkomt totdat het apparaat in de winkels ligt voor verkoop. Andere partijen die betrokken zijn bij de pilot zijn KPN, TNT Logistics, Symbol Technologies en Zebra Technologies. De pilot duurt twee maanden.

Een uitbreiding van de KPN-business, zo noemt woordvoerder Oudhoorn de RFID-diensten. "RFID is een vorm van telecommunicatie. We maken gebruik van onze bestaande netwerken." Oudhoorn ziet hele grote kansen voor Radio Frequency Identification (RFID). "Alle bedrijven zijn potentiële klanten, want iedereen maakt onderdeel uit van een logistiek proces."

KPN heeft twee rollen in de pilot: de winkels en 'business centra' van het bedrijf zijn gebruiker/klant, terwijl het telecombedrijf zelf de zogenaamde 'RFID managed service' levert. In de rol van RFID-serviceverlener verzamelt KPN alle ruwe data van de RFID-tags in één van de zogenaamde CyberCenters en zet die om naar bruikbare informatie. Ook verzorgt KPN de beveiliging van deze gegevens. Volgens woordvoerder Oudhoorn hebben de 'stuk of vier' bestaande CyberCenters in Nederland voldoende capaciteit om de nieuwe RFID-diensten straks te verwerken.

Bron: Emerce.nl

Er zijn experimenten op Schiphol bij de bagage-afhandeling.  
Het betreft hier tags die opereren in het UHF-gebied.

## **NOG VERSERE GROENTEN VOOR DE C1000-KLANT**

Onder de naam Versschakel zijn Schuitema, KPN en Capgemini een pilot gestart om RFID technologie ketenbreed in te zetten. De RFID-chips worden aangebracht op CBL-krachten die met inhoud (pakjes versgesneden groenten) gevolgd worden in het hele logistieke proces. Ook de retourstromen van krachten wordt gevolgd.

Op een aantal locaties binnen het productiebedrijf en vrachtwagen van Heemskerk, het DC van Schuitema en enkele C1000 supermarkten wordt RFID leesapparatuur geplaatst. De leesgegevens worden via de vaste en mobiele netwerken van KPN verstuurd naar een centrale database in een cybercenter van KPN, waar alle partijen in de keten inzage in hebben. Op deze manier kan de bij Heemskerk gewassen en gesneden groente gevolgd worden tot ze in het schap van een C1000-winkel liggen. Rene Bakker, directeur Logistiek en IT van Schuitema en bestuurslid van RFID Nederland is initiatief van dit project. "We verwachten onze voorsprong in logistiek verder te kunnen uitbouwen. Met name bij verse groenten moet dit een merkbare kwaliteitsverbetering opleveren voor klanten van C1000-winkels", aldus Bakker.

## **OUT-OF-STOCK WAL-MART MET 16% GEDAALD DOOR RFID**

Wal-Mart werkt nu een jaar met RFID-tags op pallets en dozen. Uit onderzoek blijkt dat dit flinke kostenbesparingen heeft opgeleverd. Door de toepassing van RFID is de out-of-stock van producten in de winkel met 16 procent gedaald. Het onderzoek is in 24 Wal-Mart-winkels gehouden. In de helft van de winkels werd gebruik gemaakt van RFID. De winkels die RFID gebruikten, vulden effectiever hun voorraad aan dan traditionele winkels. Dit komt doordat de verkoop van ieder product met een RFID-tag dat langs de kassa gaat, automatisch wordt gecommuniceerd naar het magazijn. Hierdoor kan het schap sneller worden gevuld en kunnen de goederen sneller worden besteld. Verder concludeerden de onderzoekers dat producten uit een omdoos voorzien van een RFID-tag, drie keer minder snel uitverkocht zijn dan producten uit een omdoos zonder tag in dezelfde winkel.

Amerikaanse retailer Wal-Mart verplichtte in januari 2005 haar honderd belangrijkste leveranciers de goederen te voorzien van RFID-tags. Dit jaar gaan andere leveranciers hun pallets en dozen voorzien van de tags. Meer over de RFID activiteiten bij Wal-Mart leest u op [www.walmartstores.com](http://www.walmartstores.com)