



RFID-Technologie: Ein neuer Maßstab in der Textillogistik

RFID @Work

21. Februar 2012

Zahlen GERRY WEBER: Zusammenfassung

- Das Geschäftsjahr 2010/2011 (31.10.) war das erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte
- Konzernumsatz um 13,0% gesteigert auf 702,7 Mio. Euro bei einer EBIT-Marge von 14,2 Prozent
- In 2011/2012 weitere ca. 80 neue HoGW geplant
- Angestrebt für das GJ 2011/2012: 775 Mio. Euro / 14,8%
- Partner des Handels: 2.300 Shop-in-Shops im In- und Ausland

Die Marken

The logo for Gerry Weber, consisting of the words "GERRY WEBER" in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid black rectangular background.The logo for Gerry Weber Edition, featuring "GERRY WEBER" in a bold, white, sans-serif font above the word "EDITION" in a smaller, spaced-out, white, sans-serif font, all contained within a solid black rectangular background.The logo for Taifun, with the word "TAIFUN" in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid black rectangular background.The logo for Samoon, featuring the word "SAMOON" in a bold, black, sans-serif font, with "by GERRY WEBER" in a smaller, black, sans-serif font positioned directly below it.The logo for G.W., consisting of the letters "G.W." in a bold, black, sans-serif font, with a small square dot at the end of the "W".

- Klare Markenstrategien und -positionierungen
- Immer größere Sichtbarkeit der Marken durch Retail-Expansion
- Werbemaßnahmen wie Anzeigen in Frauen- und Lifestyle-Magazinen, TV Spots und Promotions
- Steigerung des Marken-Bekanntheitsgrades durch Events wie Tennis (GERRY WEBER OPEN), Handball, Boxen und Konzerthighlights wie Anna Netrebko im GERRY WEBER STADION

Houses of GERRY WEBER



**HOUSE OF
GERRY WEBER**

Hamburg, Jungfernstieg

- Mehr als 500 HOUSES OF GERRY WEBER weltweit, darunter u.a. Berlin, Hamburg, Dubai, Kairo, St. Petersburg, Moskau
- EDI-Verbindung der eigenen Flächen und mit 2.600 Kunden
- Tägliche Auswertung von Abverkaufszahlen unter Betrachtung verschiedener Einflussfaktoren
- Investitionen in RFID zur Nutzung entlang der kompletten Supply Chain sowie auf allen Verkaufsflächen

Das Gerry Weber Projekt

- Gerry Weber stattet seit August/September 2010 alle Teile direkt in der Produktion mit RFID-Tags aus.
- Die RFID-Tags sind mehrheitlich im Pflegeetikett angebracht
- Die Flächen erhalten seit Januar 100% der Vororderware getaggt
- Alle Handelspartner erhalten die RFID-Tags und die Daten kostenfrei
- In den eigenen HoGWs werden Wareneingang, Replenishment und Warensicherung per RFID durchgeführt
- Gerry Weber investiert 2,7 Mio Euro und erwartet einen ROI < 2 Jahre

What's new?

- Zusammen mit Partnern wurden Pflegeetikett, Warensicherung und elektronischer Produktcode direkt im Produkt vereint
- Gerry Weber ist der erste Hersteller in Deutschland,
 - der eingenähte RFID-Tags einsetzt,
 - der auf RFID als Warensicherung setzt und
 - der die textile Kette durchgängig von der Produktion bis zum POS mit RFID unterstützt
- Die Branche ist eingeladen mitzumachen:
 - Mitbewerber
 - Kunden
 - Lieferanten
 - Logistikdienstleister
 - Soft- und Hardwareanbieter für den Groß- und Einzelhandel

**Unsere Ware ist elektronisch
gegen Diebstahl geschützt**



Betreiber: Gerry Weber Retail GmbH
www.gerryweber.com/rfid

Schemadarstellung der Lösung „Warensicherung“



Verwendete Standards

- SGTIN-96 für die EPC-Codierung
- EDIFACT EANCOM D02B für die Datenübertragung GW → Backoffice
- ISO 18000-6 für die Funktechnik (UHF Gen 2, Frequenz ~868 MHz)
- WebService/XML für den Datenaustausch zwischen Sicherungsantennen und Backoffice Warenwirtschaftssystem
- DHCP/DNS für die Zuordnung von Antennen zum Backoffice (Plug-and-Play-Lösung)
- GS1-EPCglobal RFID-based Electronic Article Surveillance



RFID in der upstream Supply Chain

Ziel: Mehr Transparenz in der Supply Chain, Verbesserung der Logistikprozesse

- Herausforderung: Rollout an 240 Lieferanten weltweit
- Maßnahme: KEINE RFID Hardware bei den Lieferanten

- RFID Tags werden weltweit über Druckcenter zur Verfügung gestellt
- Erster Lesepunkt beim Logistik-Dienstleister in Fernost

- Globaler Rollout in 10 Wochen. Keine höhere Prozesskomplexität in der Produktion.

RFID in der DC-Logistik

Ziel: Verbesserung der Logistikprozesse

- Herausforderung: Die Logistik ist komplett outgesourct
- Lösung: Alle Partner erhalten einen Ergebnisanteil
- Offensichtlich: Verbesserung von Wareneingang und Inventur
- Weniger offensichtlich: Alle ausgehenden Sendungen werden zu 100% per RFID überprüft. Reduktion der Kulanzgutschriften um einen sechsstelligen Eurobetrag p.a.

RFID im Store - Prozesse

Ziele: höhere Effizienz, höhere Bestandsgenauigkeit, weniger out-of-stock

- Herausforderung: für die Mitarbeiter ist RFID "Voodoo"
- Lösung: Prozesse so wenig wie möglich ändern
- Offensichtlich: effizientere Prozesse (Wareneingang, Inventur)
- Offensichtlich: Wöchentliche Bestandserfassung erhöht die Datengenauigkeit auf 99%
- Weniger offensichtlich: Unsere Mitarbeiter haben mehr Zeit für die Kunden → mehr Umsatz

RFID im Store - Warensicherung

Ziel: Die Inventurdifferenz am Geschäftsjahresende senken

- Maßnahme: Einsatz von RFID Antennen statt RF Gates
- Offensichtlich: Höhere Genauigkeit in der Bestandsverbuchung (WE...)
- Weniger offensichtlich: neue Technologie schreckt Diebe ab
- Versteckt: Die wöchentliche Bestandsprüfung zeigt Auffälligkeit schon sehr früh. Schnelle Gegenmaßnahmen sind möglich und verhindern weiteren Diebstahl.

Status Februar 2012

- Produktion: aktiv und im eingeschwungenen Zustand
- Logistik: aktiv, noch Detailarbeiten
- Stores:
 - Warensicherung: Aktiv seit Januar 2011 (für neue Ware)
 - Wareneingang: Aktiv, Rollout des RFID-Prozesses in alle Filialen läuft
 - Bestandsaufnahmen:
 - Tägliche Mini-Inventur (alarmausgelöste Artikel): Aktiv
 - Wöchentliche Inventur: noch nicht aktiv
 - Jahresinventur: erster flächendeckender Einsatz in NL (per 31.12.2011)

Datenschutz – Situation in 2012

- Sommer 2009: Empfehlung der EU-Kommission zum RFID-Einsatz
- April 2011: Selbstverpflichtung der Industrie zu Datenschutz („PIA“)
- Betrifft jeden, der als „RFID Operator“ RFID einsetzt
- Die EU-Kommission hat eine marktbeobachtende Studie in Auftrag gegeben
- Ergebnis fließt in Rechtsnorm ab 2013/2014 ein

Datenschutz – Inhalt des PIA

- Beschreibung der Applikation
 - Inhalt, Zweck, Ziel, Datenströme intern und extern
- Identifikation der Bedrohungen („Threats“)
- Bewertung der Eintrittswahrscheinlichkeit und der Folgen
- Ermittlung des resultierenden Risikos
- Festlegung der Gegenmaßnahmen
- Ermittlung des verbleibenden Restrisikos

- Dokumentation des Prozesses im „PIA Report“
- Dieser geht an den betrieblichen Datenschutzbeauftragten

Datenschutz – Vorgehen bei PIA

- Erleichterung des PIA-Prozesses durch Technische Richtlinie (TR) des BSI und PIA-Tool von GS1
- Das GS1 PIA-Tool wurde am 23.11.2011 veröffentlicht
 - https://www.gs1-complete.de/login_form
- Die Technische Richtlinie des BSI wurde am 25.11.2011 veröffentlicht
 - <https://www.bsi.bund.de/ContentBSI/Themen/Elekausweise/rfid/PIA/PIA.html>
- Teile des PIA können durch Verweis auf bereits erfolgte Prüfungen (z.B. BSI Grundschutz) ersetzt werden

Reizwort „Tag-Deaktivierung“

- EU-Empfehlung von 2009: RFID-Tags sollten beim Verkauf deaktiviert werden
- Ausnahme möglich, wenn PIA kein relevantes Datenschutzrisiko für die Kundin ergibt

- Warum trotzdem deaktivieren?
 - 99% des Benefits liegen vor dem Kassiervorgang
 - Datenschutz nicht nur auf Basis-, sondern auf hohem Niveau
 - Nicht deaktivierte Tags verfälschen alle Inventur- und Zählvorgänge
→ „Whitelist“ greift nicht bei Jahresinventur!

Datenschutz – was erwartet die Kundin?

- Offenheit und Transparenz
 - keine versteckt eingenähten RFID-Tags
 - Keine versteckten RFID-Reader
 - Deaktivierung und Entfernbarekeit

- Klare Kommunikation
 - Hinweis auf Gebrauch vor Betreten des Stores
 - Möglichkeit, sich weitergehend zu informieren
 - Geschultes Personal

- Direkten oder indirekten Mehrnutzen

Datenschutz – Best Practice

- Deaktivierung der Tags an der Kasse
 - Möglich ab ca. Sommer 2012
 - Offen: „Kill-Passwort“-Übertragung per EDIFACT DESADV
- Keine RFID-Wiedererkennung der Kundin am Eingang
- Keine Profilbildung (Auslesen der Herstellerkennung fremder Tags)
- Veröffentlichung des PIA-Reports
- Zertifizierung des Datenschutzniveaus

Ausblick: Projektphase II

- Begleitung der Handelskunden bei der Einführung
- Integration der Lieferanten-Infrastruktur in das RFID-Netzwerk
- Ausweitung auch auf alle Lizenzprodukte
- Logistik PRO: Umstellung auf „**Pure RFID Operations**“
- Verbesserung der Warenversorgung im Store: Unterscheidung zwischen Out-of-shelf und Out-of-stock
- Verkaufsintegration: intelligente Umkleidekabine, Assistenzsysteme

**Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**

Kontakt:
Christian v. Grone
Gesamtleiter IT / Organisation
c.vongrone@gerryweber.de

