

Supply Chain Management mit RFID

Von Andreas Schneider und Helmut Gilbert, GCS mbH

Jede Zeit hat ihre Themen. Aktuell ist Supply Chain Management (SCM) ein heißes Thema. Trotz vieler Veröffentlichungen und Diskussionen auf TW-Foren geistert der Terminus aktuell leider eher etwas nebulös durch die Bekleidungslandschaft, das heißt, fragt man einmal, was bedeutet das konkret, bekommt man oft nur unsichere Antworten.



Galeria Kaufhof

Bevor ich auf den konkreten RFID-Bezug des heutigen Themas komme, erlauben Sie mir bitte kurz noch ein paar Worte zu Supply Chain Management. Wörtlich übersetzt wird Supply Chain Management als die Kontrolle und Steuerung der Wertschöpfungskette bezeichnet – laut Dr. Andreas Stockert von Hugo Boss „das Management der Waren-, Informations- und Zahlungsströme“. Der Part der Zahlungsströme wird allgemein, zu Unrecht, unterbewertet, dies soll hier jedoch kein Thema sein. Die Bereiche Waren- und Informationsströme bieten sich für RFID aber fast natürlich an.

Präzise Ist-Analyse bestehender Prozesse

Am Anfang aller Bemühungen stehen dabei ganz unspektakuläre Hausaufga-

ben wie die strukturierte Gestaltung des Supply Chain Umfelds. Konkret heißt das die Auswahl geeigneter Supply Chain Partner, die Definition und Abstimmung der gemeinsamen Ziele, die Auswahl und Implementierung geeigneter IT-Instrumente und eine kritische Überprüfung der eigenen Prozesse.

Seien wir aber doch mal ehrlich. Niemand hat heute in seiner täglichen Arbeit Langeweile. Ohne Not wird also niemand bestehende Prozesse kritisch hinterfragen und gerade im Mittelstand ist das Aufsetzen komplexer Supply Chain Management Projekte eher schwierig.

Planen Sie aber selbst ein kleines RFID-Projekt, ergibt sich der Zwang zur genauen Prüfung der Prozesse ganz von selbst. Es kann sich also alleine schon

deshalb sehr wohl lohnen, einen vielversprechenden Bereich einmal genauer auf RFID-Wirtschaftlichkeit zu untersuchen – welcher Bereich das in Ihrem Hause sein kann, wissen Sie am besten, schließlich kennen Sie Ihre Firma dazu gut genug. Neben der Kenntnis der betroffenen Prozesse ist die Messung der Performance der Partner in der Supply Chain eine elementare Grundvoraussetzung, denn wie wollen Sie etwas „managen“, was sie nicht messen können und wozu Sie keinerlei Daten haben. Nur so erhalten Sie objektive Fakten und die üblichen Diskussionen zwischen den Beteiligten verlieren ihren Nährboden. Alleine der Einsatz von RFID im Wareneingang und Warenausgang, eine der fast schon „klassischen“ RFID-Applikationen, liefert unbestechliche Daten, wann etwas genau passiert ist, ohne dass zusätzlicher manueller Aufwand nötig ist.

Ich fasse zusammen:

- RFID kann im Vorfeld helfen, sich detailliert mit den eigenen Prozessen zu beschäftigen,
- die eigenen Prozesse ohne Zusatzaufwand objektiv messbar zu machen und
- bei heute schon vorhandenen Prozessen, wie zum Beispiel im Wareneingang, beträchtlichen Aufwand zu sparen und gleichzeitig die Durchlaufzeit zu reduzieren.

Das ist aber noch nicht alles.

Optimierungspotenzial ausschöpfen

Es geht auch um die Qualität der Prozesse, die sich mit RFID beträchtlich steigern lässt. Die Kundenkommissionierung RFID getaggeter Ware lässt sich ohne teuren Scanaufwand so gestalten, dass Packfehler eliminiert und damit teure Nachbesserungskosten vermieden werden. Das sind zwar so genannte „weiche Benefits“, deren Wert nicht ohne weiteres quantifiziert werden kann. Jedoch haben nahezu alle RFID-Pioniere unisono berichtet, dass sie gar nicht wussten, wie schlecht ihre Prozessqualität beim Packen war und wie unerwartet und segenreich der RFID-Einsatz in diesem Bereich ist. Management heißt aber auch, sich nicht mit Bestehendem zufrieden zu geben, sondern Prozesse zu verbessern und bei Bedarf neu zuzuschneiden. Da „from Sheep to Shop“, die plakative Kurzformel von Supply Chain Management in unserer interessanten Branche, aber von Laos bis Albanien stattfindet, und komplexe Logistikprozesse nur funktionieren, wenn die Prozessqualität in den Ursprungsländern ausreichend gut ist, hilft RFID auch hier. Es mehren sich die Fälle von RFID-Anwendern, die lieber im Warenausgang ihrer Stammlieferanten RFID unterstütztes Packen installieren und dann Cross Docking machen, als teure Logistikkosten im Inland zu bezahlen.

Weiterentwicklung von RFID-Inlays

RFID-Inlays wachsen nicht auf dem Baum, sondern entstehen auch in eigenen Wertschöpfungsketten. Aktuell gibt es Entwicklungen, in diesen Prozessen die Anzahl der Schritte zu reduzieren und dadurch diese Supply Chains kürzer und effizienter zu machen. Im Ergebnis stehen wir deshalb aktuell vor einem weiteren Schritt sinkender Inlaypreise – und wie viel hängt davon ab, ob man alleine oder kollaborativ einkauft, wie beispielsweise die Mitglieder der Fashion Group RFID (www.fashiongroupRFID.com).

Glossar

Cross Docking: Warenumschlagsart bei der die Ware bereits durch den Lieferanten vorkommissioniert geliefert wird und lediglich an den Endkunden weitergeleitet wird.

EDI: Electronic Data Interchange – Sammelbegriff aller elektronischen Verfahren zum automatischen Versand von Nachrichten zwischen verschiedenen Anwendungssystemen.

Concessions: Durch den Lieferanten gemietete Flächen im Einzelhandel zu denen von Lieferantenseite eigene Kassensysteme und/oder eigenes Personal bereitgestellt wird.

SCM auf der Fläche

Da Supply Chain Management aber nicht beim Wareneingang des Händlers endet, sondern erst auf dem Regal vor der Nase des Konsumenten, erlauben Sie uns auch dazu noch ein paar Worte. Verfolgt man die Entwicklung der EDI-Verbindungen zwischen Industrie und Bekleidungshandel könnte man meinen, es sei in den letzten Jahren sehr viel passiert und alles sei in Ordnung. Fragt man aber bei Bekleidungsherstellern mit vielen Flächen-Systemen gezielt an, von denen, zu Recht, professionelles Flächenmanagement = Supply Chain Management erwartet wird, dann sehen die Realitäten sehr viel ernüchternder aus. Kaum jemand hat zeitnah Zugang zu seinen Daten, und die Bestandsdatenqualität lässt viele Wünsche offen – das gilt insbesondere bei Concessions. Um nicht von dem Thema zu sprechen, dass praktisch kein Händler zeitnah sagen kann, was auf dem Regal konkret liegt, da ein oder oft mehrere Reservelager den Bestand splitten und individuelle Umbuchungen unbezahlbar sind. Hier, an der letzten Station der Wertschöpfungskette, liegt der größte Nutzen von RFID für alle Beteiligten. Ich kann nicht „managen“ was ich nicht

kenne, das heißt was ich nicht messen kann. Ein türkischer Lieferant hat uns mal gesagt „ungefähr“ geht nicht in den Computer – und das beschreibt die Situation sehr zutreffend. Es ist für uns vor diesem Hintergrund und zunehmendem Kostendruck keine Frage, ob RFID im Bereich Supply Chain Management kommt, sondern wann? Es hilft aber nicht über SCM zu sprechen, man muss es konkret machen. Die nächste Runde der Inlaypreis-Abwärts-Spirale erlaubt auch im Volumenbereich wirtschaftlichen RFID-Einsatz. Die Entscheidung für UHF Gen 2 als Frequenz und die Standardisierung der Inlays erlaubt endlich kleinere RFID-Applikationen, einen schrittweisen Einstieg und vor allem die notwendige Investitionssicherheit.

Aber, um mit Konfuzius zu sprechen: „Auch die längste Reise fängt mit dem ersten Schritt an.“ Packen wir's an!



Die GCS Consulting, Gesellschaft für Consulting und Synergie mbH, ist eine Unternehmensberatung mit Sitz in München, die ihren Branchenfokus in der Textil-, Bekleidungs- und Schuhindustrie hat. Seit 2004 betreibt die GCS Consulting eine RFID Initiative namens fashion group RFID, in der sich „Early Mover“ aus Modehandel und Bekleidungsindustrie regelmäßig treffen, um Erfahrungen auszutauschen, gemeinsam Hardware einzukaufen und das Thema RFID im deutschen Fashionbereich auf der Basis bestehender Standards nach vorne zu bringen.

www.gcs-consulting.de
www.fashiongroupRFID.com



Helmut Gilbert,
Managing Partner
GCS Consulting



Andreas Schneider,
Managing Partner
GCS Consulting