



Presseinformation

Erstes Europäisches EPC-Kompetenzzentrum in Deutschland gegründet

Neben GS1 Germany sind Deutsche Post World Net, Karstadt und METRO Group die Gesellschafter des European EPC Competence Centers in Neuss

Köln, 16. Juli 2007. Als internationaler, branchenübergreifender Standard bildet der Elektronische Produkt-Code (EPC) künftig die Grundlage für den Einsatz der Radiofrequenztechnik für Identifikationszwecke (RFID) in den Warenwirtschaftsprozessen von Unternehmen. Um die Verbreitung dieses Standards und der RFID-Technologie in Europa zu fördern, haben GS1 Germany als deutsche Repräsentanz der Standardisierungsorganisation EPCglobal, die Deutsche Post World Net, die Karstadt Warenhaus GmbH und die METRO Group das European EPC Competence Center (EECC) in Neuss gegründet.

Das European EPC Competence Center unterstützt Unternehmen, die den Elektronischen Produkt-Code und die RFID-Technologie einführen wollen oder bereits den Roll-out planen mit zuverlässigen Messtests und einem vielseitigen Schulungsprogramm. Das EECC wurde im September 2005 als erstes europäisches Testlabor von EPCglobal als sogenanntes „EPCglobal Performance Test Center“ akkreditiert.

Zuverlässige Messungen sichern reproduzierbare Ergebnisse

Anwender und RFID-Dienstleister aus allen Branchen können im EECC die Leistungsfähigkeit von Transpondern auf unterschiedlichen Objekten testen lassen – etwa auf Versand- und Handelseinheiten, Pharmazeutika oder Fahrzeugteilen. Im Testlabor untersuchen Ingenieure dann die Lesbarkeit von „getaggten“ Objekten im komplexen Umfeld verschiedener Materialien wie Metall oder Flüssigkeiten.

Die Kunden können zwischen zwei verschiedenen Testmöglichkeiten wählen: zwischen den sogenannten statischen oder Applied Tag Performance (ATP)-Tests und den dynamischen Tests. Dabei wird die Leistungsfähigkeit der in den jeweiligen Warenwirtschaftsprozessen verwendeten Transponder und ihre optimale Platzierung auf dem Objekt geprüft.

Die ATP-Tests finden unter standardisierten Bedingungen in einem speziell abgeschirmten Testraum statt – eine entscheidende Voraussetzung, um eine konstant gute Performance in der realen Anwendung zu gewährleisten.

Die dynamischen Tests können an einem Warentor beim EECC oder auf Wunsch beim Kunden vor Ort durchgeführt werden. Dabei wird überprüft, wie sich die Kombination Transponder/Produkt in einer realitätsnahen Umgebung verhält. So erfahren beispielsweise Kunden aus der Konsumgüterindustrie, wie gut Tags gelesen werden können, wenn die getaggten Produkte eng auf einer Palette gepackt sind. Außerdem erhalten sie einen detaillierten Messreport.

Kommen – Lernen – Umsetzen

Vom Einsteiger über den Fortgeschrittenen bis zum Experten – im EECC können sich Unternehmensvertreter aus allen Branchen auch praxisnah schulen lassen, wahlweise in deutscher oder englischer Sprache. Das attraktive Schulungsprogramm besteht aus drei aufeinander abgestimmten Einheiten: dem EPC/RFID-Grundlagenwissen, den Erfolgsfaktoren der EPC/RFID-Einführung und einem Expertentraining für den Einsatz von RFID im Ultrahochfrequenzbereich (UHF). Anerkannte EPC/RFID-Experten vermitteln theoretisches und praktisches Fachwissen, so dass die Teilnehmer in ihren Geschäftsprozessen schnell gute Resultate mit der innovativen Technologie erzielen können.

Namhafte Gesellschafter

Jörg Pretzel, Geschäftsführer der GS1 Germany GmbH, betont: „Die Gründung des EECC bedeutet einen Meilenstein in der EPC/RFID-Strategie von GS1 Germany: Wir haben uns die Verbreitung und Implementierung des EPC-Standards in Deutschland zum Ziel gesetzt. Das EECC ist hierfür die ideale Plattform. Als neutrale Test- und Schulungseinrichtung unterstützt es Unternehmen bei der Umsetzung der EPC/RFID-Technologie.“

Dr. Keith Ulrich, Leiter des Technologie- und Innovationsmanagements bei Deutsche Post World Net, ergänzt: "Als weltweit führendes Logistikunternehmen hat RFID für uns eine herausragende Bedeutung. Dabei wollen wir zusammen mit unseren Kunden und Partnern standardisierte Lösungen entwickeln."

Karstadt beschäftigt sich seit 2006 aktiv mit der Umsetzung von EPC/RFID im Unternehmen. Für Dr. Jörg Rösner, Bereichsleiter IT-Organisation bei Karstadt, hat der Einsatz von EPC/RFID an einzelnen Artikeln große Bedeutung: „So können die Prozesse im Verkauf optimiert werden. Wir planen mit Hilfe von EPC/RFID die exakte und detaillierte Bestandsführung der Ware im Verkauf, die dann mit einer schnellen Aktualisierung einhergeht. Im Verkauf werden wir Artikel bei Preisveränderungen schneller lokalisieren können. Außerdem verläuft die Wareneingangskontrolle genauer und schneller, ebenso die Warenerfassung beim Filialwareneingang. Durch unser Engagement im EECC bleiben wir technisch immer auf dem neuesten Stand.“

Aus Sicht von Dr. Gerd Wolfram, Geschäftsführer der MGI METRO Group Information Technology, steigert die breite Unterstützung für das EECC dessen Bedeutung als Plattform, um die Konsumgüterindustrie bei der Umstellung auf die RFID-Technologie zu unterstützen, enorm. „Die professionellen Tests und Schulungen ermöglichen es den Unternehmen, in ihren eigenen Prozessen schnell gute Resultate mit der innovativen Technologie zu erzielen“, so Wolfram.

GS1 Germany

GS1 Germany ist das Dienstleistungs- und Kompetenzzentrum für unternehmensübergreifende Geschäftsabläufe in der deutschen Konsumgüterwirtschaft und ihren angrenzenden Wirtschaftsbereichen. Als Teil des Netzwerks von GS1 auf internationaler Ebene erarbeitet GS1 Germany weltweit gültige Standards und Rationalisierungsempfehlungen mit dem Ziel, den Daten- und Warenverkehr und die Organisationsabläufe zwischen Produktionsstätte und Verkaufsregal so effizient wie möglich zu gestalten. GS1 Germany ist die deutsche Repräsentanz der internationalen Standardisierungsorganisation EPCglobal Inc. mit Sitz in New Jersey (USA).

Kontakt:

GS1 Germany GmbH
EPC/RFIDSolutions
Myriam Hoffmann
Managerin Kommunikation EPC/RFID
Maarweg 133, 50825 Köln
Tel: +49 (0)221 94714-245
e-Mail: hoffmann@gs1-germany.de
www.eecc.info

Deutsche Post World Net

Deutsche Post World Net ist die weltweit führende Logistik-Gruppe. Mit der gebündelten Logistik-Kompetenz ihrer Marken Deutsche Post, DHL und Postbank bietet die Gruppe integrierte Dienstleistungen und maßgeschneiderte, kundenbezogene Lösungen für das Management und den Transport von Waren, Informationen und Zahlungsströmen durch ihr multinationales und multi-lokales Know-how und Netzwerk. Deutsche Post World Net ist zugleich führender Anbieter für Dialog Marketing sowie effiziente Outsourcing- und Systemlösungen für das Briefgeschäft. In 2006 wurde ein Konzernumsatz von 60 Milliarden Euro erwirtschaftet. Deutsche Post World Net beschäftigt rund 520.000 Mitarbeiter in über 220 Ländern und Territorien und ist damit einer der größten Arbeitgeber weltweit.

Das DHL Innovation Center dient dem Konzern Deutsche Post World Net als unternehmensweite Plattform für die Entwicklung neuer Technologien. Ziel des Forschungszentrums ist es, aus logistischen Zukunftstrends heraus neue, marktfähige Produkte mit hohem Innovationsgrad zu entwickeln.

Kontakt:

Deutsche Post World Net
Externe Kommunikation
Nicole Mommsen
Tel.: +49 (0) 228 182 99 44
e-Mail: pressestelle@deutschepost.de

Karstadt Warenhaus GmbH

Die Karstadt Warenhaus GmbH gehört zu 100 Prozent zur Arcandor AG mit Sitz in Essen. Das Unternehmen feierte im Jahr 2006 seinen 125. Geburtstag. Mit seinen 90 Warenhäusern, darunter auch die großen Luxuskaufhäuser „KaDeWe“ (Kaufhaus des Westens, Berlin), Alsterhaus (Hamburg) und Karstadt Oberpollinger (München) sowie 32 Sporthäusern ist Karstadt heute in vielen deutschen Innenstädten die Einkaufsstätte Nummer eins. Täglich besuchen im Durchschnitt 2,5 Millionen Besucher die Karstadt-Häuser, die sich nahezu ausnahmslos in besten Innenstadtlagen befinden. Karstadt erzielte im Geschäftsjahr 2006 einen Jahresumsatz von 4,9 Milliarden Euro und beschäftigte Ende des Jahres 2006 rund 36.000 Mitarbeiter.

Kontakt:

Arcandor AG
Konzernkommunikation
Martin Schleinhege
Pressesprecher
Telefon: +49 (0) 201 727 - 9667
e-Mail: martin.schleinhege@Arcandor.com

METRO Group

Die METRO Group zählt zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen. Sie erzielte im Jahr 2006 einen Umsatz von rund 60 Mrd. €. Das Unternehmen ist in 30 Ländern an ca. 2.400 Standorten tätig und beschäftigt rund 270.000 Mitarbeiter. Die Leistungsfähigkeit der METRO Group basiert auf der Stärke ihrer Vertriebsmarken, die selbstständig am Markt agieren: Metro/Makro Cash & Carry – Weltmarktführer im Bereich Selbstbedienungsgroßhandel, Real SB-Warenhäuser und Extra Verbrauchermärkte, Media Markt und Saturn – europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte – sowie Galeria Kaufhof Warenhäuser. Weitere Informationen unter: www.metrogroup.de.

Kontakt:

METRO AG
Unternehmenskommunikation
Albrecht von Truchseß
Pressesprecher
Postfach 23 03 61, 40089 Düsseldorf
Schlüterstraße 1, 40235 Düsseldorf
Tel: +49 (0) 211-6886-2947
e-Mail: truchsess@METRO.de