

# RFID on item level in de Fashion Supply Chain; Nederland toont interesse

2 maart 2011

Afgelopen maandag was er de drukbezochte business meeting van vLm Community Fashion Logistiek, speciaal georganiseerd voor logistiek en ICT professionals uit de Fashion branche. Binnen vLm is Frank Huele één van de initiatiefnemers van Community Fashion Logistiek en organisator van deze meeting. Het thema "RFID on item level" spreekt kennelijk een hoop mensen aan.

In elk kledingstuk een chipje, heeft grote voordelen. Het programma was ook ronduit interessant en boeiend. Uitgangspunt was: wat kunnen we leren van de ervaringen van collega's? Aan de hand van business cases van o.a. Marks & Spencer uit Engeland, Gerry Weber uit Duitsland en Van Vuuren Mode uit Nederland, werd duidelijk wat vandaag de status van RFID in de Fashion is en wat de mogelijkheden voor morgen zijn.

RFID is geen nieuwe technologie. Er wordt al een aantal jaren gewerkt aan toepassingen in de mode branche. Toch heerst er veel ongelof of de technologie er klaar voor is en of de invoering ervan uiteindelijk geld oplevert. Wat is de ROI van een RFID project? Welke voordelen zijn er te behalen? Welke kosten en baten betrek je in de business case? Kortom is het haalbaar en betaalbaar? Daarop kwam een positief antwoord deze avond.

## Voordelen RFID

De voordelen van "RFID on item level" zijn evident. Centraal voor de "claim to fame" is de sterk verbeterde voorraadnauwkeurigheid, met name in de winkels. Eén van de inleiders, Sander Merckx van Mieloo & Alexander, toonde aan hoe belangrijk een juiste, correcte voorraad is voor de bevoorrading en replenishment van de winkels. Een zeer hoge nauwkeurigheid van de voorraad op SKU niveau in de winkels wordt haalbaar met "RFID on item level". Volgens James Stafford, die projectleider was bij de invoering van RFID bij Marks & Spencer in Engeland, schommelt de voorraadnauwkeurigheid bij de meeste kleding retailers tussen de 60 en 85 %. Daardoor ontstaan fouten in de bevoorrading van de winkel met als gevolg een fors percentage gemiste omzet.

## RFID in de winkel

Sander Merckx: *"Door de winkels uit te rusten met RFID kan een veel betere customer service gegeven worden. Het percentage nee verkopen wordt aanzienlijk kleiner en de omzet gaat met 10 à 20 procent omhoog. Vuistregel is dat 1 à 3 procent vergroting van de omzet al voldoende is om break-even te spelen. De voorraadopname in de winkels is met RFID in 20 minuten te doen. Daardoor kan men dit ook vaker doen. Dat komt weer de nauwkeurigheid van de voorraad ten goede. Ook het zoeken naar een kledingstuk met die maat en die kleur wordt met RFID eenvoudig".*

Daarnaast zijn een aantal nieuwe toepassingen mogelijk voor promotie zoals de "magic mirror", narrow casting in de paskamer, getriggerd door een RFID tag in bijvoorbeeld de paskamer, en nieuwe manieren van cross- en upselling. RFID is ook bruikbaar voor beveiliging van de winkels. Ook diepgaande verkooppanalyse wordt mogelijk met RFID technologie in de winkel.

## RFID in de Supply Chain

De voordelen zitten niet alleen in de winkel. Als eenmaal de kleding is voorzien van een RFID tag bij de producent geniet de gehele Supply Chain van de snelle en correcte scanning van artikelen. Bij de controle van inkomende goederen bij een DC en de verdeling met een sorter van goederen naar de winkel zijn aanmerkelijke efficiency verbeteringen te behalen. Ook hier weer een vuistregel. Circa een kwart van de totale ROI wordt terug verdiend in de Supply Chain, drie kwart in de winkel!

## House of Gerry Weber

Het voorbeeld van de RFID roll-out bij de 160 winkels van House of Gerry Weber sprak tot de verbeelding. Christian van Grone, CIO, zegt: *"Sinds medio 2010 wordt in alle 25 miljoen kledingstukken van Gerry Weber een RFID label ingenaaid door circa 240 producenten. De RFID wordt gecombineerd met het label voor de wasinstructies. Gerry Weber investeert circa 2,7 mln. in de komende 5 jaar. Deze investering is in circa 2 jaar terugverdiend. Naast deze investering zijn er de jaarlijkse kosten voor de RFID tags. Circa 2 miljoen euro dit jaar, inclusief het innaaien door de producenten".*

Maar dan zijn ook alle inkomende goederenstroom- en de voorraadbeheerprocessen in de retail divisie en de eigen winkels door RFID ondersteund. En alle franchisenemers en alle klanten van de Wholesale divisie krijgen RFID tag in de kleding gratis. Die kunnen in hun eigen winkels de voordelen met RFID gaan realiseren. Christian van Grone: *"Voor het winkelpersoneel is RFID nog een beetje "voodoo", maar met een goede training (met veel plaatjes i.p.v. tekst) is dit te ondervangen".*

Gerry Weber kan nu met RFID een maximale transparantie creëren van de Supply Chain en zal het aantal pick fouten reduceren tot het minimum. Doordat Gerry Weber alleen maar breed geaccepteerde technologie standaarden heeft gebruikt en overtuigd is van de positieve business case, denkt men dat tegen het eind van 2013 de grote retailketens over zijn op RFID. Dat is voordelig voor de gehele branche omdat dan de kosten van scanapparatuur en tags naar beneden gaan.

## Van Vuuren mode

Opmerkelijk is ook de invoering van RFID bij Van Vuuren mode, een middelgrote kleding retailketen. Met een eigen DC distribueren zij meer dan een half miljoen kledingstukken van de bekende merken naar 25 eigen winkels. Het volume is een stuk minder dan bij Gerry Weber, toch zal hier ook de business case geld opleveren. Celestin Brouwer van IT-improvement, de partner voor het RFID project: *"ook voor dit MKB bedrijf zijn wij in staat om de kosten laag te houden,*

zodat het op deze schaal al loont om RFID in te voeren". Voor Van Vuuren mode is de voorraad beschikbaarheid in de winkels erg belangrijk. Naast reserveringen en bestellingen is er nu ook de verkoop via de webshop. Er is relatief veel inter-filiaal verkeer en retouren naar het DC waardoor RFID nog meer impact heeft. Celestin Brouwer: "de invoering van RFID op item level vraagt om een goede, degelijke voorbereiding en een lange termijn visie. De potentie van RFID is groot, zeker in combinatie met een cross channel aanpak".

#### **Marks and Spencer departement stores**

Als eerste in de Fashion branche heeft de Marks and Spencer departement stores in Engeland de RFID technologie geadopteerd. James Stafford: "We started in 2003 trials on clothing RFID and in 2005 we decided to roll-out. We used over 100 million tags per annum. Today the top 120 stores count stock with a mobile reader and automatically correct their inventory data. We will extend this to 200 stores and more departments. Over 150 factories in 20 countries apply RFID tickets and labels." The result is that replenishment from the DC is more accurate and stock sizes are now more available for customers. In 2011 we will convert to Gen 2 EPC standards". Het voorbeeld van Mark and Spencer laat zien dat "RFID on item level" in de praktijk werkt. Alle doelstellingen zijn gehaald. James Stafford: "we get accurate information on the stock position in each store, and keep it accurate! We improved the TRUE availability of sizes and colours to the customer. We increased customer satisfaction and reduced manual stock checking by staff. This all deliver increased sales and a rapid return on investment".

Tegenwoordig is James Stafford werkzaam bij Avery Dennison als Head of RFID adoption. Volgens James Stafford hebben smart retailers in Europa, UK en the USA bewezen dat een investering in RFID zich echt terugverdient. Wij vragen ons dan ook af waarom Nederland, met logistiek als speerpunt, steeds verder achter loopt bij met name Duitsland maar ook bijv. Frankrijk, bij de adoptie van innovatieve technologie zoals RFID. Call to action?

Tot slot was er een panel discussie met alle presentatoren, onder leiding van Mieke Damen, de vice-voorzitter van vLm. Op de vraag aan het panel en de deelnemers in de zaal of "RFID on item level" tegen 2013 op brede schaal in de mode branche is ingevoerd, stak het merendeel zijn hand op. De toekomst zal het uitwijzen. Bij de vorige meeting een jaar geleden was de horizon nog vijf jaar, er is dus duidelijk sprake van een versnelling!

#### **Wat vonden de sprekers van de bijeenkomst?**

##### **Sander Merx van Mieloo en Alexander**

Vooral het thought leadership en ondernemerschap van Gerry Weber en Marks & Spencer vond ik erg aansprekend. Het is duidelijk dat RFID in Fashion Retail in Duitsland echt momentum begint te krijgen. In Nederland missen we zulke voortrekkers helaas nog, ondanks onze focus op logistiek. Wellicht zijn we teveel met 'executie' bezig, en te weinig met 'supply chain planning' en 'effectiviteit'. Ik hoop dat we met deze bijeenkomsten en hele concrete cases in staat zijn ook Nederland wakker te schudden.

##### **Hielke van Oostrum van Noridic ID**

In general it was a very positive experience! More-over since all presenters focused on *solutions for the sector* rather than waving the corporate-flag. From European experience I'm underwriting the thesis of Sander Merx that the Netherlands are lagging behind in adoption of new technologies (such as RFID) in retail. Let's push ourselves to gain innovative momentum again. RFID is a proven technology that does bring rapid ROI and doesn't need cold-water-fear anymore.

##### **Christian von Grone van Gerry Weber**

I am very happy to see this level of interest on RFID. The Dutch RFID community is yet small but growing fast, and the meeting on Monday showed very clearly the growing interest in it. It was a very valuable meeting, and Gerry Weber will follow some of the leads we got that evening.