



Erwin Krause stellte sein RFID-Projekt auch auf dem RFID-Kongress vor.



Permanente Modenschau im 'Krause Outlet': Eine Fördereinrichtung trägt die Ware durchs Schaufenster.



Bei Anruf Reservierung: Eine Kundin wählt die im Monitor sichtbare Telefonnummer, damit der Artikel für sie zurückgelegt wird.

Krauses Kunststück

Wer in Düren an Designermode interessiert ist, braucht sich an keine Öffnungszeiten zu halten: Im Schaufenster des Krause Outlet läuft eine permanente Modenschau, und wer möchte, kann sich das begehrte Teil reservieren oder es sofort mitnehmen. 'Erfinder' dieser futuristisch anmutenden Vertriebsform, die auch auf dem RFID-Kongress in Bonn (siehe linke Seite) vorgestellt wurde, ist Erwin Krause. Der Unternehmer ist seit rund 30 Jahren spezialisiert auf die Vermarktung von Marken- und Designer-Mode, die er überwiegend als Altware oder bei Insolvenzfällen aufkauft.

Und so funktioniert es im Detail: In seinem 3.000 qm großen Geschäft 'Krause Outlet' in Düren hat der Einzelhändler eine flexible und extrem leise laufende Einzelteil-Fördereinrichtung installiert. Mit individuell einstellbarer Transport-Geschwindigkeit und frei wählbarem Abstand werden Einzelteile auf Bügeln aus dem Lager durchs Schaufenster 'gefahren'. Jedes Einzelteil wird sowohl von hinten als auch von vorne präsentiert und bleibt jeweils einige Sekunden lang stehen. Währenddessen werden auf einem Monitor im Schaufenster die kaufrelevanten Informationen wie Marke, Größe, regulärer Preis und Outlet-Preis angezeigt. Alle diese Informationen sind in einem elektronischen Verwaltungssystem hinterlegt. Jedes Kleidungsstück ist mit einem RFID-Etikett inklusive Antenne ausgestattet, so dass an den

'Lesestellen' berührungslos die jeweiligen Produktinformationen abgerufen werden. Den Kunden wird auf dem Monitor zusätzlich ein leicht merkbarer vierstelliger Zahlencode eingeblendet sowie eine Telefonnummer, über die das Teil reserviert werden kann. „Sobald die angegebene Rufnummer plus Zahlencode angerufen werden, ist der Artikel reserviert und kann innerhalb von zwei Tagen abgeholt werden“, fasst Krause zusammen.

Das reservierte Teil wird an der nächsten RFID-Lesestelle erkannt und über eine Weiche automatisch auf die 'Reserviert'-Schiene geschickt. Die restliche Ware bleibt auf ihrer Schleife: Sie kehrt zurück ins Lager, bevor sie erneut durchs Schaufenster gefahren wird. Doch damit nicht genug: Die Kunden können das Teil, wenn gewünscht, auch direkt mitnehmen. Denn dank eines EC-Zahlungsautomaten und einer Schleuse hat Krauses 24 Stunden täglich geöffnet. „RFID macht es möglich“, so Krause. Statt auf ein 'Reserviert-Gleis' wird die Ware dann in eine Schleuse gefahren. Die Schleuse besteht aus einer Kammer mit zwei Glas-Automattüren. Hat der Kunde am Kassenautomaten gezahlt, erhält er Zugang zur Schleuse, wo sein Artikel bereits auf ihn wartet. **BR**

RFID à la Krause

Wichtig im 'Krause Outlet' ist die Verknüpfung von Artikelinformationen mit einem dazugehörigen Foto. Beides wird auf einem Monitor wiedergegeben. Vorher werden an einer RFID-Lesestelle die Signale des Funkchips, der an der Ware angebracht ist, entschlüsselt, so dass der Artikel eindeutig erkannt und ein entsprechendes Foto zugeordnet werden kann. Das RFID-Etikett dient ausschließlich der Identifizierung des Einzelartikels. Reservierung, Kauf sowie die Artikelverwaltung (Preisänderung etc.) laufen über die Datenbank ab. Erwin Krause bezeichnet die Entscheidung für den RFID-Einsatz als „goldrichtig“. Einziger Kritikpunkt seinerseits: Es gäbe bisher kaum einen Systemanbieter, der dem Mittelstand RFID-Lösungen im Paket und zu realistischen Preisen anbieten könne.