

Marc Oliver Hahndorf

Der Mehrwert von RFID als Optimierungsinstrument des Supply Chain Management für den Endkunden und das Unternehmen

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 2008 Diplomica Verlag GmbH
ISBN: 9783836621830

Marc Oliver Hahndorf

**Der Mehrwert von RFID als Optimierungsinstrument
des Supply Chain Management für den Endkunden und
das Unternehmen**

Marc Oliver Hahndorf

Der Mehrwert von RFID als Optimierungsinstrument des Supply Chain Management für den Endkunden und das Unternehmen

Marc Oliver Hahndorf

Der Mehrwert von RFID als Optimierungsinstrument des Supply Chain Management für den Endkunden und das Unternehmen

ISBN: 978-3-8366-2183-0

Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2009

Zugl. Euro-Business-College Düsseldorf, Düsseldorf, Deutschland, Diplomarbeit, 2008

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und der Verlag, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Diplomica Verlag GmbH

<http://www.diplomica.de>, Hamburg 2009

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	III
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangssituation	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit	1
1.3 Aufbau der Arbeit	2
2 Grundlagen des Supply Chain Management (SCM)	2
2.1 Entwicklung des SCM	2
2.2 Leitlinien und Prinzipien des SCM	4
2.3 Aufgaben und Ziele des SCM	6
2.3.1 Normativ	6
2.3.2 Strategisch	7
2.3.3 Operational	7
2.4 Motive	7
2.5 Potenziale des SCM	8
2.6 Risiken des SCM	9
3 Grundlagen der Radio-Frequenz-Identifikation (RFID) Technologie	9
3.1 Die RFID-Technologie	10
3.2 Entwicklungsgeschichte von der RFID	10
3.3 Technische Grundlagen	11
3.3.1 Aufbau und Funktionsweise	11
3.3.2 Bauformen von Transpondern	12
3.4 Abgrenzung RFID und Barcode	13
3.4.1 Der Barcode	13
3.4.2 RFID im Vergleich zum Barcode	14
4 Integration von RFID im SCM	15
4.1 Bedeutung von RFID im SCM	15
4.2 Einsatzmöglichkeiten von RFID im SCM	16
4.2.1 Warenlieferung im Markt	16
4.2.2 Lagermanagement	16
4.2.3 Tags auf Produkten	17
4.2.4 Bezahlung von Waren	17
4.2.5 Warenrückverfolgung	17