

RFID is géén hype

In het artikel 'Rfid vult barcode hooguit aan' (IT Executive 9, september) wordt gesuggereerd dat de aandacht voor radio frequency identification-technologie overdreven is. Deze conclusie is kort door de bocht en slecht onderbouwd, vindt Sander Merx, partner bij Mieloo & Alexander.

Rfid is momenteel nog volop in ontwikkeling. De prijs van de radiolabels blijft wel degelijk verder dalen. Ook nu al is een rfid-investering op redelijke termijn terug te verdienen. Nog niet ieder product in de supermarkt kan inderdaad met een rfid-label uitgerust worden. Dit zal inderdaad nog een daling van de prijs en verdere ontwikkeling vergen. Maar het doel is ook niet om barcode overal te vervangen. In veel toepassingen is de barcode niet goed bruikbaar. In fel zonlicht is een barcode met

een laser slecht leesbaar. Hetzelfde geldt voor barcodes achter bijvoorbeeld autoruiten. Daarnaast is barcode bijna vrijwel onbruikbaar in bijvoorbeeld de bouw of zware industrie. In dit soort omstandigheden kan een rfid-label in een beschermde coating een goede uitkomst bieden. De prijs van dit zendertje zal nooit gelijk worden aan de prijs van een barcode label, maar de mogelijkheden van rfid overstijgen die van barcode met een veelvoud. Gezien de stijgende prijs van arbeid en de dalende prijs van rfid-labels wordt het steeds interessanter om de tijdrovende handmatige barcode scans te vervangen door een automatische identificatie dichtbij de scanner. Daarnaast maakt een rfid-systeem geen leesfouten. Wij zien dat marketleiders in tal van segmenten wel actief en praktisch bezig zijn met rfid en zich zeker niet door een artikel in IT Executive in slaap laten sussen. ●

