

PRESSEMITTEILUNG

ConMoto-Studie:

Konsumenten wollen RFID als Diebstahlsicherung

Verbraucher akzeptieren höhere Preise für Produkte mit RFID-Chip

München, 21. Juni 2010. Deutschlands Konsumenten sind bereit für Produkte mit RFID-Technologie mehr Geld auszugeben. Bis zu fünf Prozent des Kaufpreises würden sie zusätzlich zahlen, wenn ein Produkt mit einem RFID-Chip ausgestattet ist. Das ist ein Ergebnis der repräsentativen Studie „Endkundennutzen der RFID Technologie“ der ConMoto Consulting Group in München.

Besonders ausgeprägt ist die Zahlungsbereitschaft für hochwertige Waren wie Laptops oder Uhren. 67 Prozent der Befragten befürworten für solche Wertgegenstände eine „Zusatzausstattung“ mit RFID-Chips. Diese Chips weisen zweifelsfrei die Herkunft eines Produktes aus und schützen so gegen Fälschungen, aber auch gegen Diebstahl, weil sie die Identität des Besitzers speichern können.

Laptops stehen ganz oben auf der Wunschliste, gefolgt von Mobiltelefonen, Fotoapparaten, Uhren und Handtaschen/Koffern – alles Gegenstände die typischerweise schnell abhanden kommen. Bei Markenkleidung ist der Einsatz von RFID dagegen weniger gefragt. „Die Konsumenten wollen vor allem solche Wertgegenstände, die sie bei sich tragen mit der RFID-Technologie gegen Verlust und Diebstahl sichern“, sagt Dr. Marc Heinisch, Studienleiter und Senior Partner bei der ConMoto Consulting Group in München.

RFID-Chips machen gestohlene Gegenstände als solche erkennbar: Bei Wartung oder Reparatur offenbart der eingebaute Chip die Herkunft der Ware und identifiziert den „wahren“ Besitzer. Diese „Alarmfunktion“ schreckt Diebe ab – aber nur, wenn die Wertgegenstände mit einem entsprechenden Hinweis auf die RFID-Sicherung gekennzeichnet sind. Für eine „eingebaute Diebstahlsicherung“ sind die Konsumenten bereit, mehr Geld auszugeben: Fast 70 Prozent der Konsumenten wollen für diese „Sicherheitsdienstleistung“ bis zu fünf Prozent vom Endpreis zu bezahlen. Bei einem Laptop zum Preis von eintausend Euro wären das eine Prämie fünfzig Euro. Beträge, mit dem Handel und Industrie die



Infrastrukturkosten für die Einführung der RFID-Technologie zumindest teilweise gegenfinanzieren könnten.

Denn in Wirtschaftlichkeitsvergleichen zwischen RFID-Technologie und Barcode sind die Infrastrukturkosten durch die erwartbaren Rationalisierungserträge eines RFID-Systems nicht auszugleichen. „Unsere Studie zeigt erstmals, dass die RFID-Technologie von den Endverbrauchern bereitwillig mitfinanziert wird“, sagt Heinisch. „Die Wirtschaftlichkeitsvergleiche haben nicht mit einer so hohen Zahlungsbereitschaft der Kunden gerechnet.“

Das gilt übrigens auch für viele Experten aus Handel und Industrie, die von ConMoto in qualitativen Interviews befragt wurden. Auf die Frage, ob der Kunde einen höheren Preis für die Nutzung eines RFID-Chips bezahlen würde, antwortete eine knappe Mehrheit (54 Prozent) mit „Nein.“

Ihr Ansprechpartner:

Dr. Marc A. Heinisch
Senior Partner

Tel.: +49 89 78066-158
Fax: +49 89 78066-101
E-Mail: heinisch@conmoto.de
Internet: www.conmoto.de

Über die ConMoto Consulting Group

Für die ConMoto Consulting Group GmbH und ihre Tochterunternehmen, die ConMoto Strategie und Realisierung GmbH und die Deutsche Gesellschaft für Mittelstandberatung (DGM) arbeiten rund 70 Berater an den deutschen Standorten München und Stuttgart und sowie bei den beiden ausländischen ConMoto-Tochtergesellschaften in Shanghai und Wien.

ConMoto wurde 1990 von Dr.-Ing. Ralf Feierabend gegründet. Der Schwerpunkt der Beratung lag zunächst in den Bereichen Produktion und Logistik. Mit dem Ausbau des Beratungsschwerpunkts Einkauf erweiterte das stetig wachsende Unternehmen seine Kompetenz auf alle Bereiche des Wertschöpfungsnetzwerkes.