

# MIT DEM KEYFOB KONFIGURATOR ZUM INDIVIDUELLEN ID-MEDIUM

**i** Weitere Informationen

AEG ID überträgt das weitverbreitete Konzept von Neuwagenkonfiguratoren erstmals in die RFID-Welt



**Simon Arch**

*verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung im Bereich Maschinenbau und Automatisierung. Seit 2007 ist er Marketing & Sales Director bei AEG Identifikationssysteme.*

**SIMON ARCH**

*Marketing & Sales Director bei AEG Identifikationssysteme, im Interview mit RFID im Blick*

Individualität liegt im Trend. Die Gestaltung von Produkten nach eigenen Vorstellungen und anschließender Visualisierung erzeugt eine Bindung zum Produkt. Was in der Automobilbranche bereits seit Jahren ein Quasi-Standard ist, findet heute zunehmend Anwendung in anderen B2C-Bereichen: Online-Produktkonfiguratoren. AEG ID hat diese Form von digitalisierten Geschäftsprozessen auf den RFID-Bereich übertragen. Mit wenigen Klicks in einem neuen Online-Konfigurator kann jeder Interessent sich individuelle RFID-Keyfobs zusammenstellen, anzeigen lassen und bestellen oder weitergehende Beratungen anfragen.

# DIE VISUALISIERUNG INDIVIDUELLER KEYFOBS IST EINE EFFEKTIVE KAUFENTSCHEIDUNGSHILFE

**Herr Arch, bislang sind RFID-Keyfobs Massenware. Kunden entscheiden sich für Farbe und Material und bestellen dann – wie verändert ein online RFID-Keyfob-Konfigurator diesen Prozess?**

Wir stellen bereits seit vielen Jahren individualisierte Keyfobs her, bei denen wir die Vorstellung der Kunden bei der Gestaltung einfließen lassen. Bisher war es aufwändig, Interessierten zu vermitteln, welche Optionen der Gestaltung bestehen. Und viel wichtiger: Ihnen zu zeigen, wie ihr individuell zusammengestellter Keyfob aussieht. Mit einem Online-Konfigurator schaffen wir die Umständlichkeit in der Kommunikation ab und jeder

Interessent kann unmittelbar das Ergebnis seiner Zusammenstellung sehen. Mit dem Online-Konfigurator auf der AEG ID-Webseite schöpfen wir die Möglichkeiten der Digitalisierung aus und schaffen einen intuitiv zu bedienenden Zugang zu einem im Grunde einfachen Produkt, das jedoch bei Mitarbeitern tagtäglich im Einsatz ist. Deshalb rückt die Gestaltung dieses Mediums vermehrt in den Fokus. Diesem Trend tragen wir jetzt Rechnung.

**Wie funktioniert der Konfigurator?**

Die Funktionsweise ist an die eines Neuwagenkonfigurators angelehnt. In der Auto-Bran-

che sind die Konfiguratoren wie ein weltweit gesetzter Standard. Ein Online-Konfigurator erfüllt gleich mehrere Aufgaben: 1. Kunden stellen sich ein Produkt nach ihren Vorstellungen zusammen – orts- und zeitunabhängig. 2. Beratung ist nicht notwendig aber möglich. 3. Die unmittelbare Visualisierung des individuell gestalteten Produktes unterstützt maßgeblich die Kaufentscheidung. Die Gestaltung eines individuellen Keyfobs erfolgt im AEG ID-Konfigurator in fünf Schritten. Im ersten Schritt wird das Material gewählt: Metall oder Kunststoff. Im zweiten Schritt steht die Entscheidung über die Farbe der Kunststoffteile an. Und

im dritten Schritt besteht die Möglichkeit, ein Logo hochzuladen. Das Logo kann in einer 3D-Veredelung, einfarbig oder mehrfarbig sowie beid- oder nur einseitig aufgebracht werden, zusätzlich ist der Aufdruck oder die Laserung einer Nummerierung möglich. Im vorletzten Schritt kann der Kunde seine gewünschten RFID-Chip oder Chip-Kombinationen eintragen. Benötigt er Beratung bei der Chip-Auswahl, kann diese per Häkchensetzen angefragt werden. Jeder Individualisierungsfortschritt wird parallel visualisiert. Der letzte Schritt ist dann die Anforderung des Angebotes.

**Die Chip-Auswahl ist der einzige Schritt in dem die persönliche Beratung in Anspruch genommen werden kann – wie häufig wird dieses Angebot genutzt?**

Der Konfigurator bestätigt die Erfahrung aus vielen Jahren: Rund 90 Prozent der Interessenten setzen auf Unterstützung bei der Auswahl des passenden RFID-Chips. An dieser Stelle der Individualisierung ist das technologische Know-how abseits des optischen Designs gefragt. Es gilt die technischen Spezifikationen zu klären, um die einzusetzende Technologie empfehlen zu können. An dieser Stelle bietet AEG ID eine umfassende Bandbreite an Herstellern und RFID-Technologien

auch mit Blick auf Speichergrößen und Kodierservices. Die RFID-Technologie steht klar im Fokus, es kommt aber auch vor, dass Kunden die Keyfobs ganz bewusst ohne integrierten RFID-Chip bestellen. Diese Keyfobs kommen dann nicht als Identifikationsmedium sondern als Werbegeschenk zum Einsatz. Nicht selten bestellen auch Sportvereine chiplose Keyfobs mit Vereinslogo als Geschenk für Mitglieder.

**Die Chip-Beratung ist ja eher ein "klassisches" Service-Feld. Wo liegt der Haupt-Benefit des Online-Konfigurators für den Kunden?**

Nutzer des Konfigurators sind hauptsächlich Planer, Einkäufer oder IT-Service-Mitarbeiter. Der Konfigurator ermöglicht, dass Sie, ohne Beratungsgespräch und Wartezeiten, unmittelbar einen digitalen Proof erhalten. Ob bei Maschinenanmeldungen oder als Medium für die Zutrittskontrolle – der Proof kann direkt an die zukünftigen Nutzer zur Ansicht weitergeleitet werden. Die Visualisierung des Keyfobs ist eine der effektivsten Entscheidungshilfen. Und hier schließt sich der Kreis im Vergleich zu den etablierten Neuwagenkonfiguratoren. Die Online-Services sind intuitiv zu bedienen und erzeugen auf kurzem Weg eine nahezu 1:1-Darstellung des gewünschten Produkts.

**Ist ein Online-Konfigurator auch für RFID-Karten denkbar?**

Theoretisch machbar wäre auch eine Karten-Konfigurator. Der Mehrwert wäre jedoch gering. Karten haben immer zwei gleich, vollkommen plane Oberflächen. Die Möglichkeiten der Individualisierung sind eingeschränkter und leichter vorstellbar. Bei Keyfobs überzeugen die unterschiedlichen Kombinationen eher die Notwendigkeit der digitalen Darstellung. Das bestätigen auch die Nutzerzahlen – obwohl erst seit wenigen Wochen online, sind die weltweiten Keyfob-Anfragen über den Konfigurator gestiegen.



„Mit dem Online-Konfigurator auf der AEG ID-Webseite schöpfen wir die Möglich-

keiten der Digitalisierung aus und schaffen einen intuitiv zu bedienenden Zugang zu einem im Grunde einfachen Produkt, das jedoch bei Mitarbeitern tagtäglich im Einsatz ist. Deshalb rückt die Gestaltung dieses Mediums vermehrt in den Fokus.“

Simon Arch,  
Marketing & Sales Director,  
AEG Identifikationssysteme