ZDNet IT-MANAGER
itmanager.zdnet.de

Sun: RFID produziert jede Menge Datenmüll

ZDNet traf sich zu einem Gespräch mit Andreas Slogar, seines Zeichens Manager Solutions Sales Web Services EMEA bei Sun Microsystems, über Suns Vision vom RFID-Einsatz über Systemgrenzen hinweg und den Stolpersteinen auf dem Weg dorthin. Besonders interessant war nicht zuletzt die Frage nach dem Datenschutz, der bei diesem Thema stets angemahnt wird.

13. April 2004 von Dietmar Müller, ZDNet Deutschland (www.zdnet.de)

ZDNet: Was präsentierte Sun auf der CeBIT zum Thema RFID?

Slogar: Auf der Messe waren wir mit einem Show-Case vertreten, den wir mit unserer Partnerfirma Alldata entwickelt haben. Damit wollten wir die Nutzung von RFID im Logistik-Bereich demonstrieren. Damit man das auch mal dreidimensional anfassen kann und Fragen beantwortet bekommt wie: "Welche Standards gibt es bei RFID?", "Wie funktioniert so ein Tag?", "Wie ist der Datenfluss zu sehen?", "Was ist der Unterschied zwischen mobiler und stationärer Erfassung?" und ähnliches.

ZDNet: Waren Sie auch mit konkreten Angeboten vor Ort?

Slogar: Ja, wir machten konkrete Angebote. Im Show-Case kamen unsere konkreten Produkte zum Einsatz, etwa unsere Software-Lösungen, die dem EPC Global-Spezifikationen entsprechen und diese umsetzen, also die ehemaligen Auto ID-Aktivitäten. Unsere Produkte decken die Integrationsschicht zwischen der Reader-Infrastruktur und den weiterverarbeitenden Systemen - SAP, Oracle, etc.

ZDNet: Wo finden sich diese Produkte denn im konkreten Einsatz?

Slogar: Wir haben sie in vier Piloten in Europa im Einsatz. Wir haben mit den Kunden jedoch vereinbart, erst im Mai eine offizielle Verlautbarung zu launchen. Das Betrifft die Bereiche Luftfahrt, Chemieindustrie/Pharma und Logistik, Textil sowie Konsumgüter.

Suns Vision von RFID

ZDNet: Wie heißen denn die eingesetzten Lösungen?

Slogar: Wir haben zwei Kernprodukte: Einen Event-Manager mit dem Namen "Savant-Server", das ist der Teil in der EPC-Prozesskette, der die Daten vom Reader übernimmt und erstmal weiterleitet, per XML über SOAP. Zum anderen die eigentliche Verbindungsschicht

zwischen der RFID-Welt und den angeschlossenen Systemen wie der Warenwirtschaft. Des Weiteren kommt der Identity-Server zum Einsatz, der die Authentifizierung der gesamten Zugriffe feststellt. Ist ein Service überhaupt autorisiert, mit mir zu kommunizieren? Die nächste Schicht stellt der IPC Information Server dar.

ZDNet: Klassische Web Services also.

Slogar: Genau, das ist der Bereich, wo sich das ganze hinbewegt. Darum fällt RFID bei uns in den Bereich der Web Services hinein.

ZDNet: Welches Verfahren kommt denn zum Einsatz für die Authentifizierung?

Slogar: Liberty.

ZDNet: Ist Liberty nicht speziell für Browser-basierte Kommunikation ausgelegt?

Slogar: Ja, aber die Entwicklung in den Standards geht dahin, dass sich damit auch Systeme in einer Kommunikation authentifizieren lassen. Im jetzigen Zustand ist Liberty sehr User-basiert, für manuelle Zugriffe, aber das geht auch des Weiteren in der Kombination mit digitalen Zertifikaten. Das ganze Thema Identity-Server ist bei Sun stark mit Liberty verknüpft, schließlich wäre es ein Unding, wenn wir als Initiatoren das nicht selber nutzen würden.

All die genannten RFID-Produkte werden wir Ende April oder Ende Mai mit Preisen publizieren. Sie stehen bereits jetzt zur Verfügung und sind fertig entwickelt. Jetzt kommt das ganze Marketing, der Aufbau der Supportstruktur, etc. Für Pilotprojekte stehen sie also zur Verfügung, nur die Namensgebung kann sich noch ändern.

Die EAI-Schicht dient der Anbindung der Informationen, wie sie EPC definiert hat, an die gesamte EDV-Welt. Die gewachsenen Strukturen in großen Unternehmen sind ja gar nicht darauf vorbereitet, mit RFID-Daten ohne weiteres umzugehen. Schließlich haben die ihre jeweils eigenen Geschmacksrichtungen an Formaten, die sie für ihre Arbeit benötigen. Diese Transformation wird von uns abgedeckt, aber auch das Modellieren der Prozesse über die Systemgrenzen, also mit einem Partnerunternehmen, oder über die eigene Systemlandschaft hinweg.

EAI-Unternehmen wenden sich RFID ganz natürlich zu

ZDNet: IBM hat erst vor kurzem angekündigt, dass es Trigo Technologies aufkaufen und dessen Produkte in sein Websphere-Middleware-Portfolio integrieren will. Trigos Lösungen entsprechen vermutlich dem, was Sie mir gerade zu erklären versuchen.

Slogar: Für Unternehmen im EAI-Bereich ist die Hinwendung zu RFID wohl eine natürliche Entwicklung. Es handelt sich um eine EAI-Lösung mit spezieller Ausprägung für RFID.

ZDNet: Sie selbst haben im November 2003 das Startup Waveset übernommen, das spezialisiert ist auf so genannte Identity-Management-Software, die den Zugang zu Unternehmenscomputern und -daten steuert. Sie haben angekündigt, dass sie diese Technik in Ihr Portfolio integrieren werden, darunter auch in den RFID-Bereich. Wo fand sich die übernommene Lösung in Ihrem Show-Case?

Slogar: Die wurde auf der CeBIT noch nicht angeboten, denn durch die Übernahme haben wir eine ganze Reihe von funktionalen Überlappungen, die wir noch auflösen müssen. Das ist eine Frage der Roadmap, die bis Ende April abgeschlossen sein soll. Bis Mitte April sollen uns unsere Gruppen in den USA die offizielle Waveset Lighthouse-Roadmap vorlegen, auch mit der neuen Namensgebung, und anschließend kommen dann diese Produkte auf den Markt.

ZDNet: Sie wollen Waveset im Sun Java Systems Identity Server, der in Ihrer RFID-Lösung zum Einsatz kommt?

Slogar: Ja, das wird darin integriert werden beziehungsweise darauf aufbauen. Das ganze Thema des User Provisioning, also die Sachen, die die Stärke von Lighthouse ausmachen.

Hindernisse für RFID

ZDNet: Generelle Frage: Wo sehen Sie denn die größten Hindernisse für RFID?

Slogar: Was wir auf Workshops mit Kunden beobachten ist: Der Streit um Standards und Tags ist eigentlich nur ein Nebenkriegsschauplatz. Das eigentliche Problem stellt die Komplexität in der Implementierung des ganzen dar. Wenn ich mir als Unternehmen das Ziel setze, RFID für mich zu nutzen, dann kann das ja nicht nur Selbstzweck für die internen Prozesse sein. So kann ich anfangen, um zu lernen und Erfahrungen zu sammeln, aber irgendwann muss ich Unternehmensgrenzen überschreiten. Sie wollen Partner und Kunden einbinden, sonst würde das ja ad absurdum geführt. Die Komplexität dieser Integration wird dieser Tage noch unterschätzt. Erst wenn sich eine Firma damit auseinandersetzt wird ihr bewusst, wie hoch die Investitionen eigentlich sind, wie genau man auf das Investitionsvolumen achten muss – oft stellt sich die Frage, ob es den RFID wirklich sein muss oder ob nicht der Barcode ausreichend ist. Wo kann man also RFID wirklich gewinnbringend einsetzen? Man will dadurch wettbewerbsfähiger sein, Kosten einsparen, Standzeiten verkürzen – all das muss von Kunden reiflich überlegt werden. Da liegt das eigentliche Problem. Es kommen ja unglaubliche Mengen an Daten auf einen zu und es stellt sich weiter die Frage, wann ich denn welche Informationen wirklich brauche. Ich brauche ja nicht alle Daten zu einem Produkt über die gesamte Lieferkette hinweg, da fällt jede Menge Datenmüll an, mit dem ich mich belaste. Das sind die eigentlichen Probleme.

ZDNet: Ihre Wettbewerber haben uns gegenüber die Integration sowie die Kosten als Haupthindernisse genannt.

Slogar: Das freut mich, mit der Integration haben wir nämlich gar keine Schwierigkeiten. Was die Kosten betrifft: Im Lebensmittelbereich mögen die Kosten durchaus eine Rolle spielen, wenn ich mir aber beispielsweise den Konsumgüter- oder den Pharma-Bereich ansehe, in dem wir unter anderem zu Gange sind, dort wo hochwertigere Waren zum Einsatz kommen, da lohnt sich RFID auch schon heute. Die Proportion zwischen Tech-Kosten und dem Warenwert, etwa eine Injektionslösung, ein teures Schmerzmittel etwa führen dazu, dass sich das lohnt. Wenn ich den Tag in die Ampulle integrieren kann und damit sicherstelle, dass der Patient sie erhält, dann sind diese Kosten mehr als gerechtfertigt. Die Verhältnismäßigkeit spielt hier eine große Rolle.

"Am besten mit dem TÜV zusammensetzen"

ZDNet: Der Datenschutz und die Befürchtungen weiter Teile der Bevölkerung sind kein Thema für Sie? Sehen Sie das nicht eventuell als Hindernis an? RSA machte auf der CeBIT ja mit einem so genannten Blocker-Chip für RFID Furore.

Slogar: Das Thema Datenschutz ist ein sehr wichtiges im Konsumgüterbereich. Dort erhitzen sich die Gemüter am meisten. Unser Empfehlung ist es, und das werden wir auch in einem White Paper festhalten, dass man sich am besten mit dem TÜV zusammensetzt und sich die implementierten Systeme, um mit RFID zu arbeiten, von den Datenschützbeauftragten des Bundes und der Länder absegnen lässt. Aus meiner persönlichen Erfahrung weiß ich, dass die Datenschützer – unglaublich wichtige Leute, die sich auch sehr kooperativ verhalten - dazu gerne bereit sind. Mit dem Kunden und mit uns zusammen sollten sie das Projekt besprechen und sich ganz offen über die Möglichkeiten und Gefahren aussprechen. Je offener ich mich mit dem TÜV und Datenschutzbeauftragten über ein Projekt austausche, desto größer ist die Gewähr, dass ich keine Fehler mache. Dann kann man sich auch gegenüber den Konkurrenten hinstellen und sagen: Ich habe bestätigt bekommen, dass ich vertrauenswürdig mit meinen Daten umgehe. Das ist ja für viele Firmen etwas ganz neues: Warum hätte sich der Handel etwa mit Fragen des Datenschutzes auseinandersetzen sollen? Klar, man hatte erste Berührungspunkte Anfang der 80er Jahre, als man erste Bon-Analysen vorgenommen hat. Da fand man heraus, dass Babywindeln und Bierdosen im Supermarkt am besten nebeneinander gestellt werden sollten, das ist so ein Klassiker. Und dann erst kam es zu Begriffen wie "der gläserne Bürger" und so weiter. Um sich vor dahingehenden Vorwürfen zu schützen ist eine offene und glaubwürdige Informationspolitik entscheidend. Das ist ganz nahe liegend.

ZDNet: Könnten Sie verstehen, wenn die Konsumenten eine Blockade-Haltung einnehmen und beispielsweise einen Blocker-Chip einsetzen?

Slogar: Aber woher kommen denn dieser Blocker-Chip und die Motivation, ihn zu nutzen? Aus meiner Sicht aus mangelnder Informationspolitik. Und aus mangelnder Integration dieser Stellen, die die Glaubwürdigkeit bereits haben und ein Zertifikat ausstellen können. Der Blocker-Chip trägt aber nicht zur Klärung der eigentlichen Frage bei.

ZDNet IT-Manager (www.zdnet.de/itmanager)

Der **IT-Manager Channel** von ZDNet ist speziell auf die Informationsbedürfnisse von Business- und IT-Entscheidungsträgern in Unternehmen zugeschnitten. Fundierte Analysen von Trends und Tendenzen im IT-Sektor liefern eine wichtige Grundlage für strategische Entscheidungen. Case Studies informieren anhand von Fallbeispielen über den praktischen Einsatz neuer Produkte und Lösungen in Unternehmen, IT-Whitepapers bieten wertvolle Hintergrundinformationen für Technologie-Investionen. Interviews mit führenden Köpfen der Branche sowie Management- und Karrieretipps runden das inhaltliche Angebot ab.

Der **IT-Manager Newsletter** informiert im Wochenrhythmus über alle neuen Inhalte des Channels, wahlweise im Text- oder HTML-Format. Jetzt kostenlos abonnieren: (reg.zdnet.de)

Copyright © 2004 CNET Networks Deutschland GmbH bzw. CNET Networks Inc. Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung im Ganzen oder in Teilen ist ohne ausdrückliche Genehmigung von CNET in jeglicher Form auf jedem Medium verboten. ZDNet und das ZDNet-Logo sind Warenzeichen der CNET Networks, Inc. ZDNet ist nicht verantwortlich für die Inhalte externer Websites.