



Technologie im Einzelhandel

Whitepaper Serie zur
digitalen Transformation
Ihres Unternehmens



Inhaltsverzeichnis

Einführung: Sofort kaufen – die schnelle Revolution des Einzelhandels

Unsere Vorgehensweise

Die drei wichtigsten Themen bei der Entwicklung des Einzelhandels

1) Digitale Umgestaltung des Einzelhandels

– die neuen Technologien, die effiziente Veränderungen ermöglichen

2) Schutz der Kundendaten

– Ihr wertvollstes Gut schützen

3) Nachhaltigkeit und Verbraucherbewusstsein

– der Schlüssel zu anhaltendem Erfolg

Von der Lieferkette bis zum Verkaufsraum

– wo können Druck, Scan und Etikettierung dem Einzelhandel helfen?

„At your side“

– Wie kann Ihnen Brother bei Ihrer digitalen Umgestaltung helfen?

Zusammenfassung und wichtigste Erkenntnisse

Einführung: Sofort kaufen – die schnelle Revolution des Einzelhandels

Wir leben in einer Welt, die immer komplexer wird und sich rasant verändert. In dieser Welt spielen Einzelhändler eine Vorreiterrolle, indem sie auf die sich verändernden Verhaltensweisen und Erwartungen der Kunden reagieren. Die „Spezies“ des Einzelhändlers, der nur im Ladengeschäft auf seine Kunden trifft und sich auf die trägen Lieferketten der Vergangenheit verlässt, ist vom Aussterben bedroht. Denn seit dem Einzug des Onlineshoppings ist im Einzelhandel nichts mehr so, wie es einmal war.

Diese Veränderungen wurden durch eine globale Pandemie rasant vorangetrieben, die den Einzelhandel durch das Distanzgebot grundlegend revolutionierte.

Vielleicht wird die COVID-19-Pandemie eines Tages als der entscheidende Wendepunkt betrachtet werden, an dem der eCommerce seinen Kinderschuhen entwachsen ist. Dabei hatte der Onlinehandel schon vor der Pandemie zunehmend an Einfluss gewonnen, wenn auch in unspektakulärem Maße. Die Geschäfte von reinen Onlinehändlern florierten, und die Betreiber von traditionellen Verkaufsstätten kamen mit den nötigen Anpassungen kaum hinterher.

Auch wenn das Tempo inzwischen angezogen hat, bleibt der zugrunde liegende Trend derselbe, und eine solide Onlinepräsenz und kurze Lieferfristen sind wichtiger denn je.

Selbst vor der Pandemie unterschieden die Verbraucher nicht mehr zwischen dem Einkauf im Laden und im Internet; das heißt, sie nutzten für einen Kauf oft schon On- und Offline-Vertriebswege. So fing die Omnichannel-Erfahrung an, alles zu dominieren. Doch eines hat sich dabei nicht verändert: Die Kundenzufriedenheit ist nach wie vor der Schlüssel zum Erfolg!

Wie dieses Whitepaper zeigen wird, ist Technologie zwar die größte Triebkraft der Veränderung im Einzelhandel, aber nur ein Teil des Ganzen.

Technologie öffnet nicht nur neue Horizonte, sondern bringt auch einige Herausforderungen mit sich, wie etwa im Hinblick auf den Datenschutz. Einzelhändler, die ihre Kunden Gefahren aussetzen, könnten schon bald einen Großteil von ihnen verlieren. Da zunehmend mehr Kundendaten online gespeichert werden, könnten Einzelhändler, die kein Vertrauen erwecken und ihre hohen moralischen Werte nicht unter Beweis stellen können, von ihren Kunden verlassen und sogar mit erheblichen DSGVO-basierten Geldbußen belegt werden.

Aber auch die Nachhaltigkeit ist ein sehr wichtiger Aspekt der Veränderung des Einzelhandels. Die Verbraucher verlangen immer mehr Transparenz und wollen wissen, wo ihre Waren herkommen, um ihre eigene Klimabilanz schon beim Kauf zu verbessern. Deshalb greifen sie zunehmend nach umweltfreundlichen Innovationen. Für Einzelhändler ist die Wirtschaftlichkeit eine große Hürde, die sie mit Fantasie und Effizienzsteigerungen nehmen müssen.

In der Praxis nehmen Anlagen und Geräte wie etwa Drucker nach wie vor einen festen Platz im Alltag von Einzelhändlern ein, bei denen der Druck oft noch eine sehr große Rolle spielt. Selbst im Zeitalter der zunehmenden Digitalisierung der Geschäftswelt werden Einzelhändler weiterhin Druck-, Scan- und Kopierleistungen brauchen, während sie wachsen und ihren Kundenstamm erweitern.

Neue Technologien, Datenschutz, Nachhaltigkeit und hohe Druckqualität müssen für den Erfolg im Einzelhandel zusammenspielen. Auf der Basis von aufschlussreichen Forschungsergebnissen und Brothers großen Erfahrungen im Einzelhandel wird dieser Bericht die Frage beantworten, wie kleine und mittelständische Einzelhändler ihre Arbeitsabläufe so umgestalten können, dass sie Wachstumsgelegenheiten nutzen und der Konkurrenz immer einen Schritt voraus sein können, während die Welt zu einer „neuen Normalität“ zurückfindet.

Unsere Vorgehensweise

Dieses Whitepaper basiert auf 198 Befragungen von Entscheidungsträger*innen aus dem IT- und Geschäftsstrategie-Bereich, die in KMUs mit 10 bis 499 Angestellten auf verschiedenen westeuropäischen Märkten tätig sind. Die Umfragen wurden 2019 und Anfang 2020 durchgeführt.

Dabei wurden etwa gleich viele Entscheidungsträger*innen aus dem Bereich Geschäftsstrategie (92) und IT (106) befragt, um ein ganzheitliches Bild zu erhalten.

Die Studie wurde von der unabhängigen Marktforschungsagentur Savanta durchgeführt. Sie dient dazu herauszufinden, was die größten Herausforderungen sind, denen sich IT-Entscheidungsträger*innen heute stellen müssen, und neue Sichtweisen von unabhängigen Gedankenführer*innen zu aktuellen Themen wie der digitalen Transformation, dem Datenschutz und der Nachhaltigkeit aufzuzeigen.

Der Innovationsbericht Technologie im Einzelhandel, der zu Brothers Digital-Transformation-Reihe gehört, soll Einzelhändlern wie Ihnen helfen, sich für eine Zukunft zu rüsten, die wohl noch lange Zeit von rasanten Veränderungen geprägt sein wird.



Über Savanta:

Das Unternehmen mit Sitz in London und New York City hat sich auf Datenerhebung, Marktforschung und Unternehmensberatung spezialisiert. Es ging aus zahlreichen Agenturen verschiedener Fachbereiche hervor, die zusammenkamen, um ein ganzheitliches Forschungsangebot zu entwickeln, das ein großes Spektrum an Sektoren und Regionen abdeckt.

Savanta nutzt sowohl qualitative als auch quantitative Forschungsmethoden, um Daten zu erheben und fundierte, praxisrelevante Erkenntnisse zu erhalten. Das Hauptziel dieser Arbeit besteht darin, positive Veränderungen zu bewirken und den Kunden zu helfen, evidenzbasierte Entscheidungen zu treffen.

Die drei wichtigsten Themen bei der Entwicklung des Einzelhandels

Digitale Umgestaltung des Einzelhandels – die neuen Technologien, die effiziente Veränderungen ermöglichen

Einzelhändler investieren in intelligente Lösungen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und die Kunden zufrieden zu stellen.

Der Einzelhandel ist schnelllebig. Die Unternehmen, die in diesem Bereich tätig sind, müssen vieles gleichzeitig tun, um nicht abgehängt zu werden: Die Waren so schnell wie möglich liefern, dem zunehmenden Wettbewerbsdruck standhalten und ihren Kunden eine reibungslose Omnichannel-Erfahrung bieten.

Da verwundert es nicht, dass die drittwichtigste Aufgabe von KMUs im Einzelhandel (nach dem Umsatzwachstum und der Produktivitätssteigerung) darin besteht, in Technologielösungen zu investieren, die ihnen helfen können, lästige Aufgaben schneller zu erledigen und zu automatisieren.

Richtig angewandt, setzen diese Technologielösungen wertvolle Kapazitäten frei, indem sie die Mitarbeiter*innen befähigen, sich auf gewinnbringendere Aufgaben zu konzentrieren. Außerdem helfen sie die Kundenzufriedenheit zu erhöhen, indem sie die Reaktionszeiten verkürzen.



Die fünf Dinge, die Einzelhandels-KMUs am meisten daran hindern, ihre Geschäftsprioritäten zu erfüllen, sind:

1. Zeit durch doppelte Arbeit mit verschiedenen Systemen zu verschwenden **69 %**
2. Viele manuelle/langsame Prozesse zu haben, die automatisiert werden könnten **66 %**
3. Dafür sorgen zu müssen, dass das Unternehmen auf kosteneffiziente Weise nachhaltig ist **66 %**
4. Die Ressourcen zu finden, die nötig sind, um in die beste IT-Sicherheit zu investieren **65 %**
5. Gewährleisten zu müssen, dass die Angestellten an anderen Orten und zu Hause genauso effizient arbeiten können wie im Büro **63 %**



62% der befragten Einzelhändler sagen, dass ihre Arbeitsabläufe immer digitaler werden.

Die Ziele sind klar, aber wie kommen wir hin?

Um all diese Anforderungen zu erfüllen, müssen Einzelhändler neue Technologien einführen, um ihr Unternehmen zu „digitalisieren“ und auf den Märkten von heute bestehen zu können. Fast zwei Drittel (62 %) der befragten Einzelhändler in Westeuropa sagen, dass ihre Arbeitsabläufe immer digitaler werden. Auch wenn digitale Arbeitsabläufe immer wichtiger werden, wenn sich die Arbeitsgewohnheiten der Einzelhändler allmählich ändern, sollte man nie vergessen, die richtigen Voraussetzungen dafür zu schaffen.

Vor den Einzelhändlern liegt noch ein langer Weg, und das wahre Potential der Digitalisierung ist noch lange nicht ausgeschöpft.

Derzeit geben zwei Drittel (66 %) der Einzelhändler an, dass es in ihrem Unternehmen viele manuelle und langsame Prozesse gibt, die automatisiert werden könnten – wie etwa die Ablage von Wareneingangsdokumenten und die Aktualisierung von Preisschildern und Etiketten. Gleichzeitig sagt mehr als die Hälfte (57 %) der Einzelhandels-KMUs, dass sie Zeit an Verwaltungsaufgaben wie Datenerfassung, Zeichenerkennung und Archivierung verschwenden, die mit Hilfe intelligenter Arbeitsplatzlösungen automatisiert werden könnten.

Ohne solche Lösungen macht sich die Hälfte (51 %) der Firmen nach eigenen Angaben oftmals doppelte Arbeit mit mehreren Systemen, die nicht kompatibel sind. In diesem Bereich gibt es also ein klares Verbesserungspotential.

Administrative Schwierigkeiten hindern KMUs an ihrem Wachstum

Diese ineffiziente Nutzung von Ressourcen ist ein typisches Hindernis, das Einzelhändler auf dem Weg zur geplanten Ertrags- und Produktivitätssteigerung überwinden müssen.



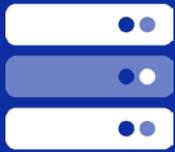
66 %

Haben manuelle/langsame Prozesse, die automatisiert werden könnten



57 %

Verschwenden Zeit an Verwaltungsaufgaben, die automatisiert werden könnten



51 %

Verrichten über mehrere IT-Systeme hinweg doppelte Arbeit



Das sind die Schlüsseltechnologien, in die Einzelhändler investieren wollen:

1

Automatische Erkennung und Archivierung gescannter Dokumente

3

Einführung regelbasierter Szenarien (wie etwa „wenn dies, dann das“), die mittels maschinellen Lernens und Künstlicher Intelligenz ständig verbessert werden können

2

Zeichenerkennung zur Umwandlung gescannter in bearbeitbare Dokumente

4

Integrierte externe Systeme wie digitale Assistenten

1. Automatische Erkennung und Archivierung gescannter Dokumente

Die automatische Erkennung und Archivierung gescannter Dokumente sind die zwei Aufgabenfelder, in die Einzelhandels-KMUs im Laufe der nächsten drei Jahre investieren wollen. Das soll sie in die Lage versetzen, viele ihrer Druckerzeugnisse wie Lieferscheine und Wareneingangsbescheinigungen zu digitalisieren.

Fast zwei Drittel (65 %) der Einzelhändler haben schon investiert oder wollen das in den nächsten drei Jahren noch tun.

Einzelhandels-KMUs sagen, dass mit der automatischen Erkennung und Archivierung viele Vorteile verbunden sind, die die Produktivität erheblich erhöhen, indem sie zum Beispiel:

- Unzählige Stunden manueller Verwaltungsarbeit einsparen helfen
- Die Fehlerquote erheblich verringern helfen
- Die Betriebskosten senken

Außerdem erhöhen sie die Sicherheit und helfen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, indem sie die Menge an Druckerzeugnissen reduzieren.

2. Zeichenerkennung zur Umwandlung gescannter in bearbeitbare Dokumente

Der Einsatz von Zeichenerkennungstechnologie ist die nächste Möglichkeit, das automatische Scannen noch produktiver zu machen. Dabei fertigen Multifunktionsdrucker und Scanner bearbeitbare Versionen von Dokumenten an, an denen Angestellte dann leicht arbeiten können.

Das spart nicht nur viel Zeit, sondern verringert auch die Fehlerquote und macht doppelte Arbeit unnötig. So können sich die Mitarbeiter*innen auf wichtigere Aufgaben konzentrieren und letztlich produktiver werden.

Etwa die Hälfte der Einzelhandels-KMUs (53 %) hat bereits in diesen Bereich investiert oder will es in den nächsten drei Jahren tun, um diese Gelegenheit zur Produktivitätssteigerung wahrzunehmen.

3. Einführung regelbasierter Szenarien und 4. Integrierte externe Systeme wie digitale Assistenten

Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen sind neue Innovationsfelder, die die automatische Erkennung und Archivierung gescannter Dokumente direkt unterstützen. Künstliche Intelligenz kann regelbasierte Szenarien dazu verwenden, Dokumente automatisch zu sortieren. Danach führt maschinelles Lernen seine eigene Analyse durch und verbesserte Sortierverfahren ein.

Die Einführung von regelbasierten Szenarien wie der IFTTT-Technologie („wenn dies, dann dass“), mit deren Hilfe Sie all Ihre Apps und Geräte miteinander verbinden können, ist ein weiterer Schritt auf dem Weg zur gewinnbringenden Automatisierung manueller Geschäftsprozesse.

Funktionen des maschinellen Lernens können in externe Technologien wie digitale Assistenten integriert werden, um die Arbeitsabläufe zu rationalisieren. Die Künstliche Intelligenz, die digitalen Assistenten zugrunde liegt, ermöglicht es Angestellten, Assistenten intuitiv anzuweisen, monotone und zeitaufwändige Verwaltungsarbeiten zu übernehmen. Außerdem geben die Assistenten ihnen gegebenenfalls nützliche Ratschläge.

Alles in allem kann man Angestellte durch den Einsatz digitaler Assistenten in die Lage versetzen, sich auf wichtigere und produktivere Aufgaben zu konzentrieren, wie zum Beispiel, mit ihren Kunden zu reden.



Die Vorteile der Verwendung neuer Technologien

Da immer mehr Einzelhandels-KMUs in den nächsten drei Jahren in diese Technologien investieren werden, werden die, die das nicht tun, sicher abgehängt werden.

Das manuelle Scannen, Bearbeiten und Archivieren von Dokumenten wird schon bald der Vergangenheit angehören. In der Arbeitswelt von morgen werden Einzelhändler, die über eine moderne digitale Ausrüstung verfügen, Dokumente nur noch einscannen und ihren Multifunktionsdrucker oder Scanner den Rest erledigen lassen.



„Wir digitalisieren immer mehr Dinge, selbst aus Admin-Sicht. Steuern und andere Dinge – die Leute werden mehr und mehr dazu angehalten, digitale Technologien in ihrem Alltag zu verwenden, da das bedeutet, dass Daten leichter zu ordnen und zu speichern sind, und dass sie automatisch archiviert werden können. Die Informationen werden in einer Datenbank abgelegt, statt wie bisher ausgedruckt zu werden. Früher war in der Regel nur eine Person dafür verantwortlich, so dass sich Fehler einschleichen und Dokumente verlorengehen konnten.“

In meiner unmittelbaren Umgebung kann ich dank der Digitalisierung mehr Informationen über einen Kunden erhalten. So kann ich zum Beispiel die Kassenbons im Laden dazu verwenden, Kunden Angebote zu unterbreiten, die sie interessieren könnten. Wenn Quittungen künftig per E-Mail verschickt werden, kann ich das auch tun und eine engere Beziehung zum Kunden aufbauen. Deshalb digitalisieren wir so viel wie möglich.“

Einzelhändler für Kinderbekleidung, Frankreich

Schutz der Kundendaten – Ihr wertvollstes Gut schützen



Datenschutz ist für Einzelhändler im Zeitalter der DSGVO ein ganz wichtiges Thema, da sie ihre wertvollste und potentiell gefährlichste Ressource schützen müssen: die Kundendaten.

Die scheinbar unbegrenzte Zunahme der Datenmenge und der Möglichkeiten, auf Daten zuzugreifen, verpflichtet Einzelhändler in noch höherem Maße, die Daten ihrer Kunden und ihre eigenen Daten zu schützen, wie die neue DSGVO belegt.

Einzelhändler, die ihre Kunden Gefahren aussetzen, könnten schon bald einen Großteil von ihnen verlieren.

Deshalb muss jede neue Technologielösung sicher und mit den jüngsten IT-Sicherheitsstandards konform sein.

Mit dem Aufkommen von neuen Datenschutzverordnungen wie der DSGVO tritt diese Anforderung in den Vordergrund, und wenn die Systeme nicht ausreichend geschützt sind, drohen empfindliche Strafen. Außerdem könnten die Kunden dadurch den Eindruck gewinnen, dass ihre Privatsphäre nicht ausreichend geschützt wurde.

Einzelhändler verarbeiten meist eine große Menge an vertraulichen Kundendaten wie etwa Lieferadressen, Kontaktdaten und Zahlungsinformationen. Da diese Daten so sensibel sind, müssen sie besonders gut geschützt werden, um hohe Geldbußen sowie negative Konsequenzen für die Kunden und den damit einhergehenden Vertrauensverlust zu vermeiden.

Was sind die Hauptziele, wenn es darum geht, die Informationssicherheit zu erhöhen?

In den kommenden Jahren sollten alle Unternehmen Prozesse einführen, die sicherer sind, und die Firmen, die sich bereits auf den Weg zu mehr Drucksicherheit gemacht haben, sollten ihre Verantwortungsstrukturen und Prüfpfade aufrecht erhalten und nach Möglichkeit verbessern.

Wahrer Informationsschutz hat drei Hauptziele, die als **CIA** abgekürzt werden. Sie umfassen sowohl den Geräte- als auch den Datenschutz:

1. Confidentiality / Geheimhaltung – vertrauliche Geschäftsdaten zu schützen, um sicherzustellen, dass nur die Menschen sie erhalten, für die sie auch wirklich bestimmt sind.

Der Schlüssel dazu sind Authentifizierungs- und Autorisierungsmaßnahmen, die von Benutzer*innen verlangen, ihre Identität und Berechtigung nachzuweisen, das zu tun, was sie tun wollen, bevor sie eine Druckfreigabe erhalten.

2. Integrity / Integrität – dafür zu sorgen, dass die Geräte-Firmware geschützt ist und Hackerangriffen und anderen externen Bedrohungen widersteht.

3. Availability / Verfügbarkeit – zu gewährleisten, dass das Gerät richtig funktioniert und befugten Nutzer*innen zur Erledigung ihrer wichtigen Aufgaben zur Verfügung steht.

Diese Ziele zu erreichen, verlangt Investitionen und Know-how

Eine der größten Schwierigkeiten für Einzelhandels-KMUs besteht jedoch darin, die Ressourcen zu finden, die nötig sind, um in die beste IT-Sicherheit zu investieren. Auch wenn Technologie die Lösung ist, verlangt ihre erfolgreiche Einführung ein sehr spezifisches Fachwissen und Erfahrungen, um das Risiko zu minimieren.

Die Sicherheit der IT-Umgebung zu gewährleisten, ist eine Herausforderung, die man ganzheitlich angehen muss. Das bedeutet, dass Drucker, Scanner und Kopierer genauso gut geschützt werden müssen wie andere IT-Geräte. Schließlich bieten sie Hackern einen leichten Zugang zu vertraulichen Geschäftsinformationen, wenn ihre Sicherheit vernachlässigt wird. Und tatsächlich erlitten laut Quocircas Global Print Security Landscape Report von 2019 stolze 59 % der Unternehmen mindestens einen druckbezogenen Datenverlust in den letzten 12 Monaten.¹

Datenschutz wird am häufigsten als „entscheidender“ Einflussfaktor bei der Wahl eines Druckers genannt, und drei Viertel (71 %) der Einzelhändler sagen, dass es außerordentlich wichtig ist, dass ihre Drucker, Scanner und Kopiergeräte ausreichend geschützt sind. Angesichts der großen Menge an vertraulichen Kundendaten, die sie verarbeiten, ist das nicht überraschend.

Das heißt aber auch, dass knapp ein Drittel der Unternehmen (29 %) noch immer nicht erkannt hat, wie wichtig der Datenschutz ist. Und gleichzeitig hat etwas mehr als die Hälfte (51 %) der befragten Einzelhändler nicht das Gefühl, dass ihr Unternehmen genug in die Druckerhardwaresicherheit investiert hat.

Dementsprechend findet es nur knapp über ein Viertel (28 %) von ihnen leicht, in ihrer Druckumgebung die Datenschutzgesetze und -vorschriften zu erfüllen.



Welchen Anteil hat der Druck am ganzen Sicherheitskonzept?

71 %



der Einzelhändler sagen, dass es enorm wichtig ist, dass ihre Drucker, Scanner und Kopiergeräte ausreichend geschützt sind.

49 %



der Einzelhändler sind der Meinung, dass ihr Unternehmen genug in den Schutz der Drucktechnik investiert.

28 %



finden es leicht, in ihrer Druckumgebung die Datenschutzgesetze und -vorschriften zu erfüllen.

Die Sicherheitslücken im Druckbereich schließen

Wenn Firmen wissen, dass sie in ihre Druckersicherheit investieren müssen – warum tun sie es dann nicht?

Laut den Ergebnissen unserer Studien gibt es zwei klare Gründe dafür:



1. Unzureichende Verantwortungsübernahme für die Druckersicherheit

Oft ist in Firmen, besonders im Einzelhandel, gar nicht genau geklärt, wer eigentlich für die Druckersicherheit verantwortlich ist. Das kann Gefahren hervorrufen, die Unternehmen teuer zu stehen kommen können. Leider ist das ein Problem, das den Einzelhandel mehr als andere Wirtschaftszweige betrifft.

Mehr als die Hälfte der Einzelhandels-KMUs in Westeuropa (54 %) sagen, dass die Zuständigkeit für die Druckersicherheit in ihrem Unternehmen nicht eindeutig geklärt ist. Das ist mehr als der Durchschnitt aller KMUs (48 %).

Was bedeutet das für Ihr Unternehmen?

Wenn aber niemand Verantwortung dafür übernimmt, leiden Entscheidungsfindung und Druckersicherheit darunter, und das Unternehmen wird angreifbar.



2. Unzureichende Kenntnisse und Erfahrungen im Hinblick auf Sicherheitsstandards und Compliance

Die größten Probleme sind nicht nur die mangelnde Verantwortungsübernahme, sondern auch das fehlende Know-how in Sachen Geräte- und Datenschutz und Gesetzeskonformität.

Der Hauptgrund dafür, dass Einzelhändler sich schwertun, die Datenschutzbestimmungen zu erfüllen, ist, dass sie die Anforderungen gar nicht genau kennen. Nur etwas mehr als die Hälfte (57 %) der Einzelhändler meint, mit den entsprechenden Sicherheitsstandards ausreichend vertraut zu sein.

Was bedeutet das für Ihr Unternehmen?

Wenn IT-Entscheidungsträger*innen die drohenden Gefahren nicht kennen, wird es Firmen weiterhin schwer fallen, die richtigen Maßnahmen zu ihrem eigenen Schutz und dem ihrer Kunden zu ergreifen.

Was können Unternehmen tun, um diese Schwachstellen in puncto Zuständigkeit und Know-how zu beheben?

Ein weiteres Problem scheint der Fachjargon zu sein. Mehr als die Hälfte (57 %) der KMUs sagen, dass im Drucksicherheitsbereich zu viel Fachjargon verwendet wird. Druckerpartner müssen mehr tun, um Ihnen zu helfen, die entsprechenden Sicherheitsstandards und Datenschutzbestimmungen zu entschlüsseln und so sicherzustellen, dass Sie wirklich die beste Hardware-Lösung für Ihr Unternehmen wählen. Und diese geschützte Technologie muss unbedingt so benutzerfreundlich sein, dass Ihre Angestellten weiterhin effizient arbeiten können. Aus diesem Grund sollten Sie auf die Kenntnisse und Erfahrungen unserer Hardwareanbieter zurückgreifen.

Die internen Sicherheitsbedrohungen

Sobald die Gerätesicherheit gewährleistet ist, muss mehr getan werden, um auch den Datenschutz zu erhöhen.

Derzeit sagt etwa die Hälfte (51 %) der Einzelhändler, dass sie kaum oder gar nicht nachvollziehen können, wer Dokumente in ihrer Druckumgebung ausdruckt oder abholt. **Da erstaunt es nicht, dass fast neun von zehn Unternehmen (84 %) angeben, schon einmal ein druckbezogenes Sicherheitsvorkommnis gehabt zu haben.** In der Regel bestand es darin, dass vertrauliche Dokumente unbeaufsichtigt auf dem Drucker liegen gelassen wurden, dass Ausdrucke nicht abgeholt wurden, oder dass Angestellte vertrauliche Unterlagen anderer Leute mitgenommen haben.

Auf welche Schwachstellen können sich Firmen konzentrieren?



dass Unbefugte auf Dokumente zugreifen



dass Nutzer*innen vergessen, sich nach dem Ausdrucken vertraulicher Dokumente vom System abzumelden



dass kaum nachvollzogen werden kann, wer auf welche Dokumente auf dem Drucker zugegriffen hat

Die Einzelhändler fangen langsam an, die Sicherheitslücken im Druckbereich zu schließen, indem sie den Zugang zu bestimmten Druckern beschränken oder ID-Karten/PIN-Nummern einführen, damit Druckaufträge nur von den richtigen Leuten ausgeführt werden können.

Die Mehrzahl (79 %) der Einzelhändler betrachtet derzeit die Möglichkeit, den Zugriff von Menschen auf die Druckumgebung überwachen und verfolgen zu können, als wichtiges Kriterium bei der Wahl eines neuen Druckers. Dieser Anteil wird wohl noch steigen, wenn die Einzelhändler anfangen, ihre alten Drucker durch neue zu ersetzen.

Unternehmen sollten sich bei ihren Druckgeräteanbietern erkundigen, ob solche Funktionen verfügbar und aktiviert sind.



„Wenn wir digitalisieren, wissen wir, dass das Dokument, das wir haben, richtig ist – es ist in meiner Cloud, und die Person, mit der Sie es zu tun haben, kann sehen, dass das Dokument erfasst und digitalisiert wird. Außerdem können Sie ein Dokument zum von Ihnen gewünschten Zeitpunkt freigeben, was wirklich wichtig ist.“

„Bei gedruckten Dokumenten wissen Sie nie genau, wo sie sind – da Sie sie verloren, verlegt oder falsch abgelegt haben könnten –, aber wenn Unterlagen digitalisiert werden, ist der Kommunikationsweg viel transparenter und kürzer.“

„Außerdem stellen wir sicher, dass alles passwortgeschützt ist und niemand darauf zugreifen kann, der das nicht sollte. Das ist wirklich wichtig. Wir haben verschiedene Sicherheitsebenen, denen ein solides Genehmigungsverfahren zugrunde liegt.“

**Lebensmittel- und Haushaltswarenhändler,
Frankreich**

Wie kann Brother Einzelhändlern helfen, ihr Unternehmen besser zu schützen?



Die Brother-Strategie

Wir wissen, dass Sie als Einzelhändler verpflichtet sind, geschäftskritische Kundendaten sorgfältig zu behandeln. Sie brauchen fundierte Informationen, um hervorragend geschützte Drucker und Scanner zu finden, die es Ihnen erlauben, den Zugang zu Ihren vertraulichen Daten zu beschränken und nachzuvollziehen.

Die wichtigsten anerkannten Einflussfaktoren in puncto Informationssicherheit, die ausschlaggebend dafür sind, ob Ihr Gerät wirklich ausreichend geschützt ist, sind Geheimhaltung, Integrität und Verfügbarkeit (CIA).

Seit vielen Jahren ist die Firmware von Brother digital signiert, so dass die Integrität der Firmware-Upgrades gewährleistet ist. Außerdem hat Brother die automatische Einbruchmeldung (Automatic Intrusion Detection) eingeführt, was bedeutet, dass ein Gerät automatisch neu startet, wenn es eine Bedrohung erkennt, um seine Integrität zu wahren.

Brother-Geräte erlauben es auch, individuelle Kommunikationsprotokolle auf genau definierten Ebenen zu aktivieren oder deaktivieren, und erleichtern es dem/der Netzwerkadministrator*in so, die Konfiguration detailliert anzupassen.

Dieses Prinzip, die angreifbare Oberfläche auf das absolute Minimum zu reduzieren, ohne Benutzer*innen daran zu hindern, wichtige Aufgaben zu erfüllen, ist von entscheidender Bedeutung.

Außerdem implementiert Brother auch routinemäßig eine sicherere Version eines bestehenden Protokolls, wie etwa das SMB-Protokoll (Server Message Block). Sie wird oft dazu verwendet, Angriffe von Verschlüsselungstrojanern (Ransomware) abzuwehren.

Die jüngste Version SMBv3 wird als wesentlich sicherer als frühere Versionen betrachtet und läuft seit 2019 auf Brother-Geräten.

Die „At your side“ Strategie von Brother bedeutet, dass wir Sicherheit als die höchste Priorität betrachten, die Einzelhandelsunternehmen haben, wenn es um ihre Druckumgebung geht. Dementsprechend werden wir fortfahren, unsere Fähigkeiten im Sicherheitsbereich auszubauen und uns nach neuen Möglichkeiten umzuschauen, Produkte und Dienstleistungen so zu verbessern, dass sich die Risiken im Druckbereich mit ihnen weiter reduzieren lassen.

Nachhaltigkeit und Verbraucherbewusstsein

Der Schlüssel zu anhaltendem Erfolg

Ihre Geschäfte umweltfreundlicher zu gestalten, ist nicht nur eine moralische Verpflichtung. Ihre Nachhaltigkeitsziele können Ihnen auch helfen, neue Geschäftsgelegenheiten zu ergreifen und Ihre Abläufe effizienter zu machen.

In einer Gesellschaft, die immer größeren Wert auf soziale Gerechtigkeit legt, rücken moralische Fragen zunehmend in den Vordergrund und regen wichtige Diskussionen an. Der Wunsch der Kunden nach positiven Veränderungen erstreckt sich nun auch auf die Marken, bei denen sie einkaufen.

Es gibt drei Hauptaufgaben, die Einzelhändler ihrer Ansicht nach erfüllen müssen, um ihrer sozialen Verantwortung gerecht zu werden:

- 1. Einen aktiven Beitrag im Kampf gegen den Klimawandel zu leisten**
- 2. Die Abfallmenge zu reduzieren**
- 3. Alle Mitarbeiter*innen gerecht zu behandeln und zu entlohnen und ihnen gleiche Chancen einzuräumen**

Wie die ersten zwei Prioritäten zeigen, muss die Nachhaltigkeit für Einzelhändler von heute ganz oben auf ihrer Tagesordnung stehen. Die Mehrzahl der Einzelhandels-KMUs ist der Ansicht, dass sie dazu verpflichtet sind, nachhaltig zu handeln (68%), und dass ihr künftiger Erfolg davon abhängt, wie gut es ihnen gelingt, ihre Geschäftstätigkeiten nachhaltiger zu machen (64%). Das beweist einmal mehr, dass die Wahrnehmung ihrer sozialen Verantwortung (CSR) für Unternehmen ganz wichtig ist.

Im Zuge dieser Entwicklung überwachen inzwischen schon knapp drei Viertel der Einzelhändler (73%) aktiv ihre Nachhaltigkeitsleistungen und versuchen sie zu erhöhen. Dabei spielt die Digitalisierung eine wichtige Rolle.



„Wir sind ein Unternehmen, das es sich zum Ziel gesetzt hat, CO₂-neutral zu werden, und arbeiten mit Transportfirmen zusammen, die uns dieses Ziel erreichen helfen. Wir arbeiten an der Verringerung des Kunststoffeinsatzes, verwenden nur recyclingfähiges Papier und setzen in unseren Fabriken Prozesse und Materialien ein, die so umweltfreundlich wie möglich sind.“

„Die Digitalisierung hat Folgen, da der Standort unserer Server bedeutet, dass wir viel CO₂ ausstoßen. Deshalb arbeiten wir mit Unternehmen zusammen, die den Quellcode unserer Website optimieren werden, um unsere negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren.“

„Im Zuge dessen werden wir unsere Serverressourcen so verringern, dass sie die Umwelt weniger verschmutzen, und dabei die Ladegeschwindigkeit unserer Website und damit unsere digitalen Leistungen erhöhen. Außerdem werden wir weniger Papier verbrauchen, indem wir zum Beispiel keine Kataloge mehr verschicken.“

Einzelhändler für Kinderbekleidung, Frankreich

Mehr Nachhaltigkeit durch Digitalisierung

Viele Einzelhändler haben bereits in Digitalisierung investiert, um weniger Druck-erzeugnisse zu produzieren. Zwei von fünf Einzelhändlern (43 %), mit denen wir gesprochen haben, nutzen bereits Scan-verfahren zur Digitalisierung von Druck-dokumenten wie etwa Wareneingangs-bescheinigungen, um sie leichter ordnen und archivieren zu können.



Fast die Hälfte (47 %) der Einzelhändler fängt an, elektronische Quittungen zu verwenden. Dadurch reduzieren sie ihre Druckaufträge und die mit ihnen einhergehende Abfallmenge. Die Nachhaltigkeit ist aber nur ein kleiner Teil der erzielbaren Vorteile.

Einzelhändler können die Digitalisierung auch nutzen, um besser nachvollziehen zu können, welcher Kunde was wo kauft, und Online-Browsing-Daten mit Verkaufsstellen-daten in Verbindung zu setzen. Dadurch können sie mit ihren Kunden auch nach dem Kauf in Kontakt bleiben, indem sie ihnen nützliche Informationen über Retouren oder den richtigen Umgang mit dem erworbenen Produkt zukommen lassen. Außerdem kann es ihnen helfen, das Markenbewusstsein der Verbraucher zu stärken und auf dem Markt präsenter zu werden.

Selbst im Zeitalter der zunehmenden Digitalisierung ist die Mehrzahl der Einzelhändler noch sehr stark druckorientiert. Da gibt es eine ganze Reihe von geschäfts-kritischen Druckerzeugnissen wie etwa Regal- und Lieferetiketten, Wareneingangs-bescheinigungen, Quittungen und Werbe-materialien.

Drei Viertel (76 %) der Einzelhändler hat eine Nachhaltigkeitsrichtlinie, die sich zwar hauptsächlich auf die Wiederaufbereitung und Effizienz von Hardware bezieht, sich aber meist auch auf die Verpackung, Beschaffung, den CO₂ Fußabdruck und den Einsatz von Kunststoffen erstreckt.

Folgende Aufgabengebiete sind oft in den aktuellen Nachhaltigkeitsrichtlinien enthalten:



Recycling 69 %



Hardwareeffizienz 47 %



Kunststoffeinsatz 44 %



Verpackung 43 %



CO₂ Fußabdruck 39 %

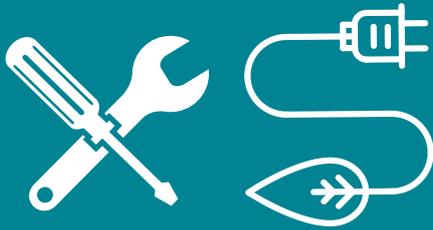


Beschaffung 30 %

Demnach ist der Drucker, der aus dem Alltag der meisten Einzelhändler nicht mehr wegzudenken ist, eines der Geräte, dem Firmen besondere Aufmerksamkeit schenken müssen, und zwar sowohl hinsichtlich seiner Effizienz als auch seiner Recyclingfähigkeit.

Das bedeutet, dass Einzelhändler nicht nur die betriebliche Effizienz und die Schadstoffemissionen ihrer Geräte über deren ganze Nutzungsdauer hinweg betrachten müssen, sondern auch die Recyclingfähigkeit der verwendeten Druckerpatronen und Tonerkartuschen.

Reparieren Sie Ihren Drucker, statt ihn auszutauschen



Drucker können nachhaltiger gemacht werden, indem man ihre Nutzungszeit verlängert und so das Druckerproduktionsvolumen reduzieren hilft.

Eine der besten Möglichkeiten, die Nutzungsdauer zu erhöhen und das Abfallvolumen zu verringern, ist, Geräte zu reparieren, statt sie durch neue zu ersetzen. 76 % der befragten Einzelhändler achten beim Kauf eines neuen Druckers besonders darauf, einzelne Bauteile gegebenenfalls reparieren oder ersetzen zu können.

Inwieweit hilft das Einzelhändlern?

Neben den klaren Umweltvorteilen, die eine Verringerung des Produktionsvolumens und der dafür verwendeten Rohstoffe mit sich bringt, würden sich für Unternehmen auch Kosteneinsparungen ergeben.

Die Druckindustrie muss sich langsam darauf einstellen, dass immer mehr Einzelhändler erwarten, ihre Drucker länger nutzen zu können. Das bedeutet, dass Druckgerätehersteller anfangen sollten, den langfristigen dem kurzfristigen Gewinn vorzuziehen, und dafür zu sorgen, dass ihre Drucker bis zu ein Jahrzehnt lang halten.



Worauf sollten Einzelhändler achten?

Die Drucker sollten am Ende ihrer Nutzungszeit recycelbar sein. Drei Viertel (75 %) der Einzelhändler sind – getreu ihrer Recyclingverpflichtung im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitspolitik – der Ansicht, dass Drucker am Ende ihrer Nutzungszeit generalüberholt/wiederaufbereitet werden sollten.

Entscheidend ist dabei die starke Unterstützung durch die Druckerhersteller, die ihren Kunden helfen können, ihre Geräte am Ende der Nutzungszeit zu recyceln, und die ihnen die Wiederaufarbeitung der Druckerpatronen durch ein praktisches Recyclingsystem weitestgehend erleichtern können. Unternehmen müssen mit Druckeranbietern zusammenarbeiten, die wissen, wie wichtig es ist, dass sie ihre Druckumgebung effizient und nachhaltig gestalten, um erfolgreich zu sein und ihrer sozialen Verantwortung gerecht zu werden.



Von der Lieferkette bis zum Verkaufsraum

Wo können Druck, Scan und Etikettierung dem Einzelhandel helfen?

Viele Einzelhändler legen derzeit nicht nur den Grundstein für moderne Anlagen, Sicherheitssysteme und Nachhaltigkeitstechnologien, sondern denken auch darüber nach, wie sie ihre Backoffice-Systeme produktiver machen können.



Etikettierung – die essentielle Verbindung zwischen Lager, Verkaufsstellen und Erfolgsmanagement

Der zentralisierte Etikettendruck schafft Vorlagen für den Druck standardisierter Preisschilder und versetzt die Firmenzentrale in die Lage, ihre Produkte effizient zu verwalten. Das kann die einzelnen Verkaufsstätten erheblich entlasten und verhindern helfen, dass man mehrere Systeme einrichtet, die sich ähneln und gar nicht nötig sind.

Außerdem erleichtert es das Bestandsmanagement – vor allem in Verbindung mit anderen Systemen, die Bestandsinformationen in Echtzeit liefern.



„Wir hatten von Anfang an zentralisierte Etikettendrucksysteme. Gemeinsam mit einem Consultant haben wir uns Gedanken darüber gemacht, wie wir unsere Verkaufsstellen am effizientesten einrichten können. Wir sind ein relativ kleines Unternehmen mit sechs Niederlassungen in Deutschland, und wir hatten das Gefühl, dass es schwierig, zeitaufwändig und teuer sein würde, Etiketten an den einzelnen Standorten zu drucken.“

„Das zentralisierte System war zwar nicht ganz leicht einzurichten, hat uns aber geholfen, unsere Lieferkette zu optimieren. Außerdem können die Angestellten die Etiketten nun nicht mehr manuell verändern, so dass die Etikettenherstellung sicherer und einfacher geworden ist.“

Backwareneinzelhändler in Deutschland



Drucken und Scannen – moderne Technologie für ein reibungsloses Kundenerlebnis

Intelligente Druckerlösungen erhöhen die Produktivität und versetzen die Angestellten in die Lage, sich auf ihre Kunden und die Wachstumsziele ihres Unternehmens zu konzentrieren.

Drei von fünf Einzelhandels-KMUs (59 %) haben bereits in Lösungen zum Ferndruck- oder -scan investiert oder wollen das in nächster Zeit noch tun. Solche Lösungen ermöglichen die Einrichtung von „mobilen Kassen“. Dank dieser Innovation, die von Apple ins Leben gerufen wurde, können Mitarbeiter nun überall im Geschäft Gelder entgegennehmen und Kassenbons ausstellen. Dazu brauchen sie nur ein Tablet oder Mobiltelefon in Verbindung mit einem mobilen Scanner. Das hilft Einzelhändlern, ihren Kunden das Einkaufen wesentlich angenehmer zu machen, weil sie sich nun nicht mehr an der Kasse anstellen müssen. Für die Unternehmer hat das den Vorteil, dass die Wahrscheinlichkeit sinkt, dass Kunden in letzter Minute vom Kauf zurücktreten.

Andere Einzelhändler, vor allem im Lebensmittelhandel, haben „Scan-as-you-shop“-Technologien eingeführt, die es den Kunden erlauben, die Waren zu scannen, zu bezahlen und ihrer Wege zu gehen. Dadurch verhindert man wie beim System der mobilen Kassen, dass sich die Leute anstellen müssen (was das Abstandhalten in Pandemiezeiten erleichtert), und dass sie am Ende ihres Einkaufs Zeit beim Scannen der Waren verschwenden. Auch die Einzelhändler bekommen so mehr Zeit, sich auf andere Dinge zu konzentrieren, die wertschöpfender sind und das Kundenerlebnis weiter verbessern können, wie etwa die Auffüllung der Regale oder die Beantwortung von Kundenanfragen.

Das Ferndrucken und -scannen kann Unternehmen auch dabei helfen, Etiketten schnell und leicht zu aktualisieren. So können sie zum Beispiel den Allergengehalt nachtragen, das Verfallsdatum ändern oder Preise herabsetzen, um den Verkauf von Ladenhütern anzukurbeln.



„Bislang haben wir stationäre Kassen verwendet, aber nun versuchen wir zur Bezahlung in einigen Läden ein iPad zu verwenden, das mit einem Terminal verbunden ist, damit sich die Kunden nicht mehr anstellen müssen. Sie können einfach einen Mitarbeiter ansprechen, der ihnen das Spielzeug vorführt, und es an Ort und Stelle kaufen. Wir kommen langsam vom herkömmlichen Verfahren ab, bei dem die Kunden die Ware aussuchen und an die Kasse bringen. Dadurch verringern wir die Wahrscheinlichkeit, dass sie es sich auf dem Weg zur Kasse noch einmal anders überlegen.“

„Wenn am Wochenende im Laden wirklich viel los ist, können sie das gewünschte Produkt problemlos kaufen, ohne Zeit zu verlieren. Und mit dem Gerät ist ein kleiner mobiler Drucker verbunden, der einen Kassenbon für sie ausdruckt. Schließlich wollen wir sie nicht an die Kasse schicken müssen, um eine Quittung zu holen, weil das den Einkauf verkompliziert und unsere Absicht durchkreuzt.“

Kinderspielzeughändler, GB

Wie Elektronik zu einer besseren Kundeninteraktion verhelfen kann

Einige Einzelhändler gehen noch einen Schritt weiter, indem sie in vollständig elektronische Quittungen und Etiketten investieren. In Zukunft wird die Zahl elektronischer Abrechnungsbelege erheblich zunehmen, da 91 % der Einzelhandels-KMUs bereits in solche Systeme investiert haben oder das in den nächsten drei Jahren tun wollen.

Elektronische Quittungen können den Unternehmen nicht nur helfen, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, sondern auch, den Kunden nach dem Verkauf nützliche Informationen zukommen zu lassen und aus hygienischen Gründen den direkten Kontakt zu vermeiden.

Elektronische Formate machen die Erhebung von Kundendaten viel leichter und geben Einzelhändlern wertvolle Einblicke in die Einkaufsgewohnheiten von Kunden und somit neue Gelegenheiten zur gezielten Vermarktung von Produkten.

Auch auf den Märkten wird die Zahl der elektronischen Etiketten zunehmen. Diese Etiketten können leicht und zentral aktualisiert werden, um Bedarfsschwankungen in Echtzeit Rechnung zu tragen, und mit scanbaren oder „intelligenten“ Funktionen ausgestattet werden, um Kunden beim Einkaufen nützliche Informationen zukommen zu lassen.

Da die meisten Verbraucher zum Einkauf ihr Handy mitnehmen, können sich Einzelhändler diesen Umstand zunutze machen, um ihre Zielgruppen noch besser zu erreichen.





Einzelhändler für Lebensmittel, Haushaltswaren und Freizeitartikel in Frankreich

„Wir haben für unsere Produkte vor etwa einem Jahr die intelligente Etikettierung eingeführt. Nun haben wir keine gedruckten Etiketten mehr im Geschäft, sondern nur noch elektronische. Das verschafft uns eine Menge an Informationen, und ich finde das unglaublich praktisch, sowohl für mich selbst als auch für meine Angestellten und Kunden. Und außerdem hat es uns unglaublich viel Zeit gespart!“

„Im Moment erstreckt sich das zwar nur auf unseren Warenbestand im Geschäft und nicht im Lager, aber wir wissen jetzt genau, welche Waren eintreffen werden, was nicht nach Plan läuft, und wie viele Artikel einer Sorte wir noch haben. Außerdem zeigt es uns den Preis und die Anzahl von Produkten an, die im Regal stehen, sowie das Datum der letzten Lieferung, und wenn es Click-and-Collect ist, wissen wir genau, wo die Produkte zu finden sind. So müssen wir nicht erst lange nach ihnen suchen und können sie dem Kunden direkt in den Warenkorb legen. Die Zukunft des intelligenten Etiketts sind die Bestellungen von Kunden auf ihren Handys. Sie müssen dann nur noch zum Regal gehen und sich von ihrem Handy sagen lassen, wo die Produkte sind.“

„Das war eine ganz schöne Investition. Es hat uns etwa 200.000 € gekostet, alle intelligenten Etiketten einzurichten, und derzeit schöpfen wir das Potential dieser Etiketten nur zu 5 % aus. Bis wir es zu 100 % ausschöpfen können, wird es wahrscheinlich 3 Jahre dauern, aber in den nächsten 2–3 Jahren werden wir sicher mindestens 80 % erreichen. Das bedeutet, dass wir zum Beispiel automatisch Nachschub bestellen können, und dass wir alle benötigten Informationen (wie etwa Bestandslücken) sofort bekommen und sofort darauf reagieren können.“

„Aber man muss in diese Arten von Technologien investieren. Die Dinge ändern sich so schnell, und man muss mit ihnen Schritt halten. Man muss seine Leute ständig weiterbilden, damit die neue Technologie auch wirklich angenommen wird. Sie können die beste Technologie der Welt einführen, aber die Leute, die Sie verwenden, müssen sie auch annehmen und leicht verwenden können, wenn Sie das Beste aus ihr herausholen wollen.“



Die Effizienzbestimmung ist der Schlüssel zum Wachstum

Sobald die Unternehmen in diese Technologien investiert haben, müssen sie die Effizienz des Druckers und der Arbeitsabläufe ermitteln. Diese Effizienz systematisch analysieren zu können, kann ihnen helfen, die Aufgabenbereiche zu erkennen, die optimierungsbedürftig sind, und Schwachstellen zu beseitigen. Daten zu vereinfachen und auf effizienteste Weise miteinander zu verbinden, kann Zeit sparen und die Belegschaft produktiver machen.

„Wir wollen die Kosten senken, indem wir Hilfsmittel verwenden, die uns in die Lage versetzen, den Informationsfluss zu vereinfachen.“

Lebensmittel- und Haushaltswarenhändler in Frankreich

Über analytische Fähigkeiten zu verfügen, kann Einzelhändlern helfen, den Informationsfluss am Laufen zu halten und anderen immer eine Nasenlänge voraus zu sein – indem sie die benötigten Daten immer gleich zur Hand haben und wissen, wann die nächste Lieferung ansteht oder wo es Bestandslücken gibt.

Diese analytischen Fähigkeiten und ein ununterbrochener Fluss nützlicher Informationen können Einzelhändlern auch helfen, Kundendaten miteinander zu verbinden und mehr über ihre Kunden zu erfahren. Wenn Einzelhändler die Handlungen ihrer Kunden über alle Vertriebskanäle hinweg verfolgen und mehr über sie lernen können, können sie besser voraussehen, welche Produkte sie als nächstes interessieren könnten. Dann können sie sie sowohl im Geschäft als auch online noch besser ansprechen und sicherstellen, dass immer genügend Waren vorhanden sind, um den Bedarf zu decken.

Maximale Ergebnisse bei minimalem Aufwand

Der Drucker ist – ob er nun zum Drucken, Kopieren oder Scannen verwendet wird – ein integraler Bestandteil erfolgreicher Geschäftsabläufe und kann den Verwaltungsaufwand erheblich verringern. Deshalb ist es sehr wichtig, in die richtigen Technologien zu investieren und sicherzustellen, dass das Unternehmen stets die Geräte und Dienstleistungen hat, die es braucht, um seine konkreten Verfahrensanforderungen zu erfüllen.

Das bedeutet, dafür zu sorgen, dass sie leicht in die bestehenden Systeme integriert werden können und technisch auf dem neusten Stand sind. Das sind die zwei Dinge, auf die Einzelhandels-KMUs bei der Wahl eines Druckgeräts besonders achten sollten, einmal abgesehen von den Kosten.

Die wichtigsten Kriterien bei der Wahl eines Druckers

- 1 Leichte Integration ins vorhandene System
- 2 Die modernste Technologie
- 3 Datenschutz
- 4 Cloud-Speicherung
- 5 Die Fähigkeit, den Grad der Nutzung durch das Personal in Erfahrung zu bringen

Im Zuge des technologischen Fortschritts werden digitale Umgebungen immer komplexer, und oft ist spezielles, eigenes Know-how nötig, um das Beste aus ihnen herauszuholen. Sich die Kenntnisse und Fähigkeiten anzueignen, die man braucht, um mehrere Systemanforderungen gleichzeitig zu erfüllen, kann für Unternehmen schwierig sein und sie von Arbeiten abhalten, die aus ihrer Sicht wichtiger sind.

Wie Ihr Druckeranbieter Ihnen helfen sollte

Ihr Druckgeräteanbieter ist wohl am ehesten in der Lage, eine umfangreiche Analyse der Druckanforderungen Ihres Unternehmens vorzunehmen und Ihnen die Geräte und Dienstleistungen zu empfehlen, die sie am besten erfüllen.

Außerdem kann er dafür sorgen, dass Ihre komplexen Drucksysteme richtig gewartet werden, denn je funktionsreicher Ihre Druckumgebung wird, desto anspruchsvoller wird auch ihre Wartung.

Ihren Drucker auf dem neusten Stand halten

Die Schwierigkeit besteht aber nicht nur darin, die richtige Lösung empfohlen zu bekommen, sondern auch, immer am Puls der Zeit zu bleiben, da neue Technologien schneller denn je auf den Markt gelangen.

Während Unternehmen früher gleich zu Beginn in ihre Hardware investiert und sich selbst um ihre Wartung gekümmert haben, schauen sie sich zunehmend Leasing-Angeboten um, bei denen Hardware gemietet wird und der Anbieter die laufende Wartung übernimmt.

Statt schnell veraltende Geräte warten zu müssen, können sich Einzelhandels-KMUs, die mieten, ihre Geräte automatisch aktualisieren lassen. So verfügen sie immer über die bestmögliche Lösung.

Unsere Daten zeigen, dass mehr als die Hälfte (54 %) der Einzelhandels-KMUs inzwischen mindestens einen Teil ihrer Technologie-Hardware mietet.

Die Einzelhandels-KMUs, die ihre Ausrüstung mieten, haben drei klare Vorteile davon: eine größere finanzielle Effizienz, Arbeitszeiterparnisse und den Besitz der optimalen Lösung mit der sichersten und aktuellsten Technologie.

Die 10 größten Vorteile des Mietens Ihrer Technology-Hardware

Finanzielle Vorteile

1. Nutzungsabhängige Abrechnung
2. Kostenersparnisse
3. Die Möglichkeit, die Zahlungen aufzuteilen, um den Kapitalfluss zu erleichtern

Zeit- und Arbeitersparnis

4. Zeitersparnis bei der Instandhaltung der Geräte
5. Wesentlich geringerer Wartungsaufwand
6. Zugang zu Fachleuten, die Ihnen bei Hardwareproblemen mit Rat und Tat zur Seite stehen
7. Die Fähigkeit, sich auf wichtigere Aufgaben zu konzentrieren und weniger wichtige an Dienstleister zu delegieren

Erhalt der optimalen Lösung

8. Zugang zu Informationen, die Ihnen helfen, die beste Hardware für Ihre Zwecke zu finden
9. Automatische Aktualisierung der Technologie, sobald neue Modelle herausgebracht werden
10. Der größtmögliche Schutz Ihrer Hardware nach den neusten Erkenntnissen



„In unseren Büros, die an das Lager angeschlossen sind, haben wir Drucker gemietet. Dort drucken wir all unsere Verkaufsstellenmaterialien einschließlich Werbeträgern. Sie müssen von wirklich hoher Qualität sein, um unseren Ansprüchen zu genügen, aber das heißt auch, dass die Geräte komplexer sind und mehr schief gehen könnte.“

„Deshalb haben wir uns entschieden, diese Drucker zu mieten. Im Grunde brauchen wir viel öfter Unterstützung, weil wir Verkaufsstellenmaterialien und Werbeträger wie etwa riesige Poster und ähnliche Sachen drucken.“

„Jetzt haben wir die gemieteten Geräte und den dazugehörigen Service, was alles so viel leichter macht.“

Kinderspielzeughändler, GB

„At your side“ – Wie kann Ihnen Brother bei Ihrer digitalen Umgestaltung helfen?

Obwohl drei Viertel der Einzelhandels-KMUs (76%) einen laufenden Vertrag mit ihrem Druckerlieferanten haben, bezieht die Mehrzahl von ihnen nur ein sehr begrenztes Spektrum an Leistungen, das sich auf die Hardwareversorgung, die Instandsetzung und/oder den automatischen Nachschub von Tinte, Toner oder anderen Verbrauchsgütern beschränkt.

Wenn Sie Ihren Druckeranbieter dagegen mit der Aufgabe betrauen, Ihre Bedürfnisse zu ermitteln und die Hardware für Sie zu mieten und zu verwalten, bekommen Sie den besten Drucker für Ihre Zwecke und verlieren keine Zeit und Mittel durch fortlaufende Wartung.

Ein wesentlicher Faktor bei den Bemühungen um größere Effizienz ist die nahtlose Integration von Technologie und Prozessen. Das ist etwas, worin sich die meisten Einzelhändler einig sind.

36 %

bekommen eine Bedarfsanalyse von ihren Druckerlieferanten

83 %

sagen, dass es wichtig ist, dass ihr Drucker in die bestehenden Technologien integriert werden kann

Dennoch erhält nur ein Drittel (36%) im Vorfeld eine persönliche Bedarfsanalyse zu dem Zweck, die richtige, nahtlos integrierte Technologie für ihr Unternehmen zu finden. In Brothers Augen ist eine solche Analyse jedoch ein entscheidender Faktor, der auch und gerade im Einzelhandel nicht vernachlässigt werden sollte.

Wenn Sie einen vertrauenswürdigen Anbieter damit betrauen, die richtigen intelligenten und leicht integrierbaren Workflow-Lösungen für Ihr Unternehmen bereitzustellen, werden Sie und Ihre Kolleg*innen sich in Zukunft auf die wertschöpfendsten Aufgaben konzentrieren können.

Brother Lösungen

Brother kann Ihrem Unternehmen integrierte Druckerlösungen zukommen lassen, die sich nahtlos in Ihre bestehenden Arbeitsabläufe einfügen und automatisch anpassen, um zu verhindern, dass Sie unnötig Zeit mit Administrationstätigkeiten verschwenden. Dadurch werden Ihre Angestellten ihre Arbeitszeit erfüllender und produktiver gestalten können.

Brother wird Ihnen eine Reihe von individuellen, gut aufeinander abgestimmten Lösungen zur Verfügung stellen, die alle Anforderungen Ihres Unternehmens erfüllt – von der Etikettierung am Regal über die Anfertigung professioneller Verkaufsstellenmaterialien bis hin zum zentralisierten Etikettendruck oder zum Massendruck für das Backoffice.

Brothers dreistufiges Modell der gemanagten Druckdienstleistungen sorgt dafür, dass Sie stets das richtige Gerät und den richtigen Service bekommen, Prozesse vereinfachen und Ihre Produktivität steigern können. Dabei ist jeder Abschnitt so konzipiert, dass der Service Ihren konkreten Anforderungen entspricht und sie dauerhaft erfüllt.

Beurteilungsphase: Ihren perfekten Managed Print Service entwickeln

In der Beurteilungsphase geht es darum, Ihre geschäftlichen Anforderungen und die Druckgewohnheiten der Benutzer*innen zu verstehen. Das Ziel besteht darin, eine nachhaltige, optimierte, anpassbare Lösung zu entwickeln, die gewährleistet, dass in allen Teilen Ihres Unternehmens die richtigen Drucker bereitstehen. Zu diesem Zweck werden wir Ihre vorhandenen Systeme und Geräte analysieren, die Produktivität der Benutzer*innen ermitteln und uns mit Ihrer derzeitigen Druckinfrastruktur befassen.

Dabei werden wir uns mit den verschiedenen Faktoren beschäftigen, die in diesem Bereich von entscheidender Bedeutung sind. Dazu gehören die Gesamtbetriebskosten (TCO), die Sicherheitsanforderungen und Druckrichtlinien, die Benutzerproduktivität, die Art der Druckernutzung sowie die CSR-Politik und die Nachhaltigkeitsziele. Am Ende werden wir all diese Informationen dafür verwenden, eine Lösung zu entwickeln, die Ihre Bedürfnisse erfüllt, die Effizienz soweit wie möglich steigert und versteckte Kosten beseitigt, so dass Ihre Druckstrategie ausgeglichener wird.

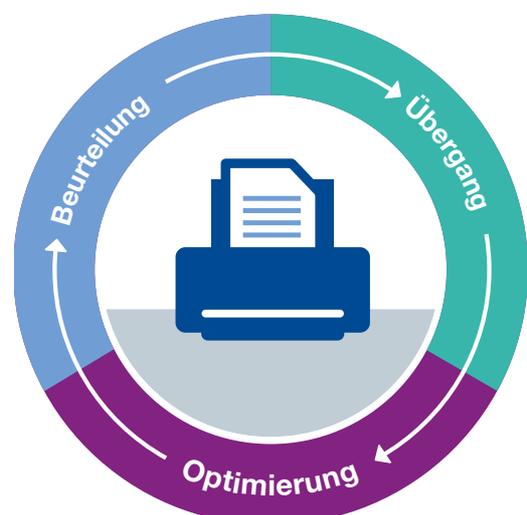
Optimierungsphase: Sicherstellen, dass alles perfekt funktioniert

Optimierung bedeutet, alles so gut zu machen, wie es nur sein kann. Dazu muss Brother sowohl präventive als auch reaktive Unterstützung leisten. Auf der Grundlage unserer regelmäßig stattfindenden Geschäftsbesprechungen mit Ihnen analysiert unser Team Ihre alltäglichen betrieblichen Bedürfnisse und Anforderungen. Indem wir die Geräteverfügbarkeit, die Kapazität und die Nutzung fortlaufend beurteilen, werden wir herausfinden, ob Ihr MPS sein Bestes für Sie leistet, selbst wenn sich Ihre Bedürfnisse ändern sollten. Das gehört alles dazu, wenn wir kontinuierlich Ihre Anforderungen prüfen und dafür sorgen, dass Ihre MPS am Ende der Vertragslaufzeit noch immer so nützlich für Sie sind wie am Anfang.

Übergangsphase: Alles an seinen richtigen Platz bringen

Wir wissen, dass eine firmenweite IT-Umstellung viele Probleme und Gefahren mit sich bringen kann. Deshalb haben wir eine außergewöhnliche Reihe von Dienstleistungen in unsere Übergangsphase integriert, mit denen wir sicherstellen, dass Ihr Übergang zu Brother MPS reibungslos, effizient und frei von solchen Gefahren abläuft.

Unser Team kümmert sich um alles – von der Lieferung und Montage über die Konfiguration und Implementierung bis hin zur Personalschulung und Bereitstellung der dazugehörigen Materialien. Außerdem werden wir Ihre Altgeräte vorschriftsmäßig entsorgen und die Prozesse des MPS-Servicedesks in die Ihres eigenen Servicedesks integrieren. Dadurch gewährleisten wir, dass das Transformationsprojekt professionell abläuft und der Übergang zu Ihren Brother MPS für alle in Ihrem Unternehmen reibungslos über die Bühne geht.



Zusammenfassung und wichtigste Erkenntnisse

Die revolutionäre Veränderung des Einzelhandels hat schon lange vor der Pandemie begonnen, die sie beschleunigt hat.

Aber es musste erst eine weltweite Krise kommen, um viele Einzelhändler davon zu überzeugen, wie wichtig es ist, ihre Technologien zu modernisieren, um mit dem Vormarsch des Onlinehandels Schritt halten zu können. Um diese Modernisierung gut über die Bühne zu bringen, müssen digitale Transformation, Datenschutz und Nachhaltigkeit zusammenkommen.

Nun ist es Zeit für Einzelhändler, richtig in ihre Technologien zu investieren, um effizientere Arbeitsabläufe entwickeln und ihren Verwaltungsaufwand minimieren zu können. Dadurch werden sie erheblich produktiver werden und auch die Wünsche der Generation erfüllen können, die alles sofort haben will, um am Ende alle Arten von Kunden gleichermaßen zufriedenzustellen.



In diese Schlüsseltechnologien wollen die KMUs dabei investieren:

Automatische Erkennung und Archivierung gescannter Dokumente

Einzelhandels-KMUs sagen, dass mit der automatischen Erkennung und Archivierung viele Vorteile verbunden sind, die die Produktivität erheblich erhöhen, indem sie zum Beispiel die Zeit verringern, die in manuelle Verwaltungstätigkeiten investiert werden muss, das Auftreten von Fehlern verhindern und die Betriebskosten senken.



Zeichenerkennung zur Umwandlung gescannter in bearbeitbare Dokumente

Das spart nicht nur viel Zeit, sondern verringert auch die Fehlerquote und macht doppelte Arbeit unnötig. So können sich die Mitarbeiter*innen auf wichtigere Aufgaben konzentrieren und letztlich produktiver werden.



Integrierte externe Systeme wie digitale Assistenten

Die Einführung von regelbasierten Szenarien wie der IFTTT-Technologie („wenn dies, dann dass“), mit deren Hilfe Sie all Ihre Apps und Geräte miteinander verbinden können, ist ein weiterer Schritt auf dem Weg zur gewinnbringenden Automatisierung manueller Geschäftsprozesse.

Alles in allem kann man Angestellte durch den Einsatz digitaler Assistenten in die Lage versetzen, sich auf wichtigere und produktivere Aufgaben zu konzentrieren, wie zum Beispiel, mit ihren Kunden zu reden. Neue Technologie ist aber noch nicht alles, was nötig ist. Datenschutz ist für Einzelhändler im Zeitalter der DSGVO ein ganz wichtiges Thema, da sie ihre wertvollste und potentiell gefährlichste Ressource schützen müssen: die Kundendaten.



Wahrer Informationsschutz hat drei Hauptziele, die als CIA abgekürzt werden.

Sie umfassen sowohl den Geräte- als auch den Datenschutz:

- 1** Geheimhaltung – vertrauliche Geschäftsdaten zu schützen, um sicherzustellen, dass nur die Menschen sie erhalten, die sie auch wirklich erhalten sollen
- 2** Integrität – dafür zu sorgen, dass die Geräte-Firmware geschützt ist und Hackerangriffen und anderen externen Bedrohungen widersteht
- 3** Verfügbarkeit – zu gewährleisten, dass das Gerät richtig funktioniert und befugten Nutzer*innen zur Erledigung ihrer wichtigen Aufgaben zur Verfügung steht



Ihr Engagement für mehr Nachhaltigkeit unter Beweis zu stellen, ist ebenfalls sehr wichtig.

Es gibt drei Hauptaufgaben, die Einzelhändler ihrer Ansicht nach erfüllen müssen, um ihrer sozialen Verantwortung gerecht zu werden (und die Verbraucher dadurch für sich zu gewinnen):

- 1** Einen aktiven Beitrag im Kampf gegen den Klimawandel zu leisten
- 2** Die Abfallmenge zu reduzieren
- 3** Alle Mitarbeiter*innen gerecht zu behandeln und zu entlohnen und ihnen gleiche Chancen einzuräumen



Fazit

Viele Einzelhändler legen derzeit nicht nur den Grundstein für moderne Anlagen, Sicherheitssysteme und Nachhaltigkeitstechnologien, sondern denken auch darüber nach, wie sie ihre Backoffice-Systeme produktiver machen können.

Leider werden Drucker und Scanner zu oft als integraler, aber eher banaler Bestandteil der Büroumgebung betrachtet. Dabei kann es enorme Vorteile für ein Unternehmen haben, in die richtige intelligente Druckerlösung zu investieren, wie etwa in puncto Nachhaltigkeit und Sicherheit.

Einzelhandels-KMUs müssen einen Druckpartner finden, der sie wirklich vor druckbezogenen Sicherheitsrisiken schützen will, der ihnen hilft, ihre Daten und die ihrer Kunden zu schützen und sie auf nachhaltige Weise unterstützt, so dass sie sich auf die wichtigeren Aufgaben konzentrieren können.

Wie auch immer Sie Ihr Unternehmen umgestalten wollen, um mit den Veränderungen im Einzelhandel Schritt halten zu können: Sie können sich sicher sein, dass Brother stets „At your side“ ist.

brother
at your side

www.brother.de www.brother.at

Brother International GmbH
Konrad-Adenauer-Allee 1-11
61118 Bad Vilbel
E-Mail: brother@brother.de
Telefon +49 6101805-0

Zweigniederlassung Österreich
Pfarrgasse 58
1230 Wien
E-Mail: office@brother.at
Telefon +43 1 61013-0