

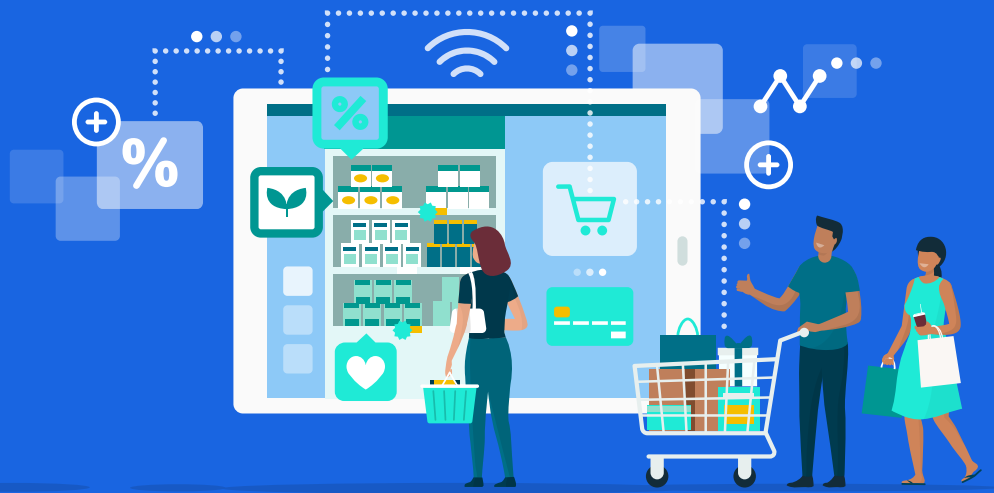


Technologie im Detailhandel

Der digitale Wandel in
Ihrem Unternehmen

Forschungsbasierter
Thought Leadership Report

www.brother.ch



Inhalt

Einleitung: Jetzt kaufen – die rasante Revolution im Detailhandel

Vorgehen und Ziele

Die Entwicklung im Detailhandel in drei Punkten

1) Der digitale Wandel im Detailhandel

- neue Technologien
- für einen effizienten Wandel

2) Sicherheit und Kundendaten

- So schützen Sie Ihr wertvollstes Gut

3) Nachhaltigkeit und Konsumbewusstsein

- Das Geheimnis des immergrünen Geschäfts
-

Von der Lieferkette auf die Verkaufsfläche

- Wo kann Drucken, Scannen und Beschriften dem Detailhandel helfen?

“At your side”

- Wie kann Brother Sie bei der digitalen Transformation unterstützen?

Zusammenfassung und wichtigste Erkenntnisse

Einleitung: Jetzt kaufen – die rasante Revolution im Detailhandel

Wir leben in einer zunehmend komplexen und schnelllebigen Zeit. Die Detailhändler müssen auf das veränderte Verhalten und die veränderten Erwartungen der Kunden reagieren. Die Zeit des Detailhändlers, der nur in seinem physischen Geschäft mit den Kunden interagiert und sich auf traditionelle, schwerfällige Lieferketten verlässt, ist definitiv vorbei. Seit der Entstehung des Internet-Shoppings hat sich der Detailhandel grundlegend verändert.

Dieser Fortschritt wurde nun durch eine globale Pandemie dramatisch beschleunigt.

Eines Tages wird die COVID-19-Pandemie vielleicht als die Zeit bezeichnet werden, in der der E-Commerce erwachsen wurde. Die Onlineverkäufe, die vor der Pandemie einem stetigen, wenn auch unspektakulären Aufwärtstrend folgten, sind sprunghaft angestiegen. Reine Onlinehändler florieren, während der traditionelle stationäre Handel den bereits eingeleiteten Wandel nun beschleunigen muss.

Der zugrunde liegende Trend bleibt derselbe: eine robuste Onlinepräsenz und eine schnelle Lieferung ist gefragter denn je.

Bereits vor der Pandemie haben die Verbraucher selbst nicht mehr zwischen dem Einkauf in einem stationären Geschäft und online unterschieden, sondern oft Online- und Offline-Kanäle miteinander kombiniert.

Das Omnichannel-Erlebnis ist daher das A und O, denn das Erfolgsrezept lautet Kundenzufriedenheit.

Wie dieser Forschungsbericht bestätigt, ist die Technologie der wichtigste Treiber für den Wandel im Detailhandel. Jedoch ist sie nur ein Teil eines grossen Puzzles.

Die Technologie öffnet weiterhin Türen zu neuen Grenzen, schafft aber gleichzeitig auch Herausforderungen, insbesondere im Bereich der Sicherheit. Detailhändler, die ihre Kunden Risiken aussetzen, laufen die Gefahr, dass sie bald gar keine Kunden mehr haben. Da immer mehr Kundendaten online gespeichert werden, riskieren Detailhändler, die kein Vertrauen vermitteln und ihre Ethik nicht unter Beweis stellen können, von den Kunden verlassen zu werden oder in einigen Fällen sogar mit DSGVO-Geldstrafen belegt zu werden.

Das Thema Nachhaltigkeit steht bei der Weiterentwicklung des Detailhandels ebenfalls ganz oben auf der Agenda. Konsumenten fordern mehr Transparenz und möchten verstehen, woher ihre Güter kommen, um die ökologischen Auswirkungen ihrer Einkäufe zu senken. Entsprechend florieren umweltfreundliche Innovationen auf dem Markt. Für Detailhändler ist die Wirtschaftlichkeit eine bedeutende Hürde und erfordert sowohl Fantasie als auch eine immer grössere Effizienz.

Auf praktischer Ebene sind technologische Geräte wie Drucker nach wie vor ein fester Bestandteil der Arbeitsabläufe von Detailhändlern in einer oft immer noch druckintensiven Umgebung. Auch mit der zunehmenden Digitalisierung in der Geschäftswelt wird der Druck-, Scan- und Kopierbedarf mit dem Wachstum des Detailhandels und der Vergrösserung des Kundenstamms weiter steigen.

Neue Technologien, Sicherheit, Nachhaltigkeit und Druck - all das läuft auf ein gemeinsames Ziel hinaus: Erfolg. Auf Basis aufschlussreicher Untersuchungen und des Fachwissens von Brother im Detailhandelssektor untersucht dieser Bericht, wie KMU ihre Arbeitsabläufe umgestalten können, um auch in der «neuen Normalität» zu wachsen und der Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein.

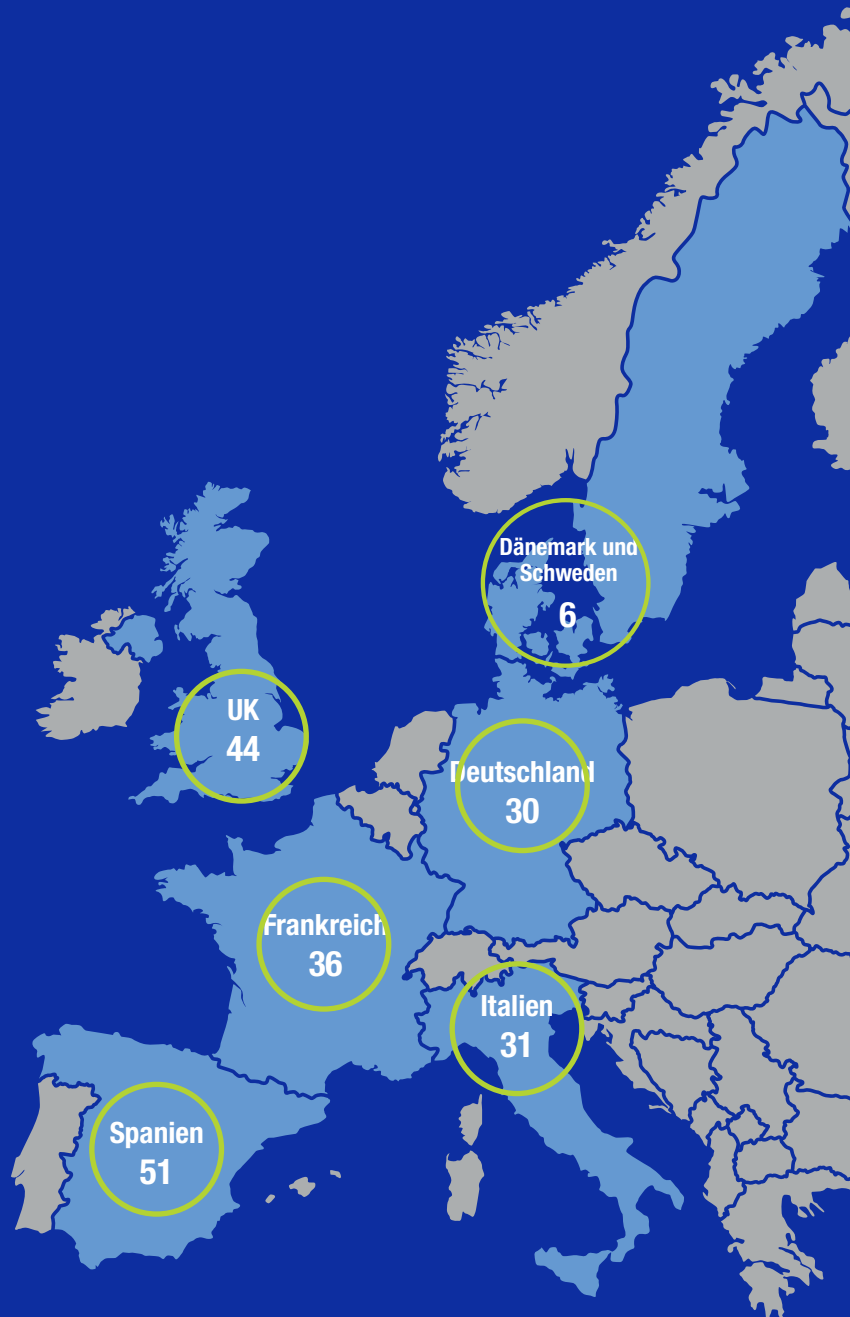
Unser Vorgehen

Dieser Forschungsbericht basiert auf 198 Umfragen mit strategischen und IT-Entscheidungsträgern von Detailhandels-KMU mit 10 bis 499 Mitarbeitern in westeuropäischen Ländern. Die Untersuchungen wurden 2019 und Anfang 2020 durchgeführt.

Die Interviews wurden mit Verantwortlichen für strategische Geschäftsentscheide (92) und solchen für IT-Entscheide (106) geführt, um ein ganzheitliches Bild zu erhalten.

Die Studien wurden von der unabhängigen Marktforschungsagentur Savanta durchgeführt und untersuchen die größten Herausforderungen, mit denen IT-Entscheidungsträger heute konfrontiert sind. Gleichzeitig bieten sie neue Perspektiven von unabhängigen Vordenkern zu den Themen digitale Transformation, Sicherheit und Nachhaltigkeit und anderen Bereichen.

Als Teil der Brother Serie zum Thema digitaler Wandel soll der Bericht zur Technologie im Detailhandel Detailhandelsunternehmen wie Ihnen dabei helfen, sich für eine Zukunft zu rüsten, die keine Anzeichen einer Verlangsamung zeigt.



Über Savanta:

Savanta ist ein auf die Datenerhebung, Forschung und Beratung spezialisiertes Unternehmen mit Sitz in London und New York City. Das Unternehmen entstand durch den Zusammenschluss zahlreicher spezialisierter Agenturen. Savanta bietet damit ein ganzheitliches Forschungsangebot, das eine Vielzahl von Sektoren und Regionen abdeckt.

Das Unternehmen arbeitet mit qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden, um Daten zu ermitteln und daraus zuverlässige, konkrete Erkenntnisse zu generieren. Mit seiner Arbeit möchte Savanta Veränderungen anregen und Kunden dabei helfen, faktengestützte Entscheidungen zu treffen.

Die Entwicklung im Detailhandel in drei Punkten

Der digitale Wandel im Detailhandel

– neue Technologien für einen effizienten Wandel

Detailhändler investieren in intelligente Lösungen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und ein nahtloses Kundenerlebnis zu unterstützen.

Der Detailhandel ist eine schnelllebige Branche. Mit Blick auf die «Ich will es jetzt»-Generation und die zunehmende Konkurrenz wird von den Detailhändlern erwartet, dass sie ihren Kunden ein schnelles, nahtloses Omnichannel-Erlebnis bieten, wenn sie nicht ins Hintertreffen geraten wollen.

So überrascht es nicht, dass Detailhandels-KMU als dritt wichtigstes Ziel nach dem Umsatz und der Produktivitätssteigerung die Investition in Technologielösungen nennt, die dabei helfen können, mühsame Aufgaben zu lösen und zu automatisieren.

Werden diese Lösungen richtig eingesetzt, sorgen sie dafür, dass die Mitarbeiter mehr Zeit für profitablere Aufgaben haben. Ausserdem schaffen sie ein nahtloseres Kundenerlebnis, indem sie schnellere Reaktionen auf Kundenanforderungen ermöglichen.



Die fünf wichtigsten Herausforderungen für Detailhandels-KMU bei der Erreichung ihrer Geschäftsziele:

1. Zeitverlust aufgrund doppelter Arbeit in verschiedenen Systemen 69%
2. Viele manuelle / langsame Prozesse, die automatisiert werden könnten 66%
3. Sicherstellen, dass das Unternehmen auf kosteneffiziente Weise nachhaltig ist 66%
4. Die notwendigen Ressourcen für die Investition in eine optimale IT-Sicherheit finden 65%
5. Sicherstellen, dass die Mitarbeiter im Homeoffice genauso effizient arbeiten können wie im Büro 63%



62% der Detailhandelsunternehmen geben an, dass ihre Arbeitsabläufe zunehmend digitalisiert werden

Die Ziele sind klar, aber wie erreichen wir sie?

Um diese Anforderungen zu erfüllen, müssen Detailhändler neue Technologien einsetzen, um ihr Geschäft zu digitalisieren und im heutigen Marktumfeld konkurrenzfähig zu bleiben. Rund zwei Drittel (62%) der Detailhändler in Westeuropa geben an, dass ihre Geschäftsabläufe zunehmend digitalisiert werden. Digitale Arbeitsabläufe werden in Zukunft immer wichtiger, da sich die Arbeitsweise der Detailhändler laufend ändert. Die Sicherstellung einer guten Grundlage sollte dabei aber stets im Zentrum stehen.

Es ist ein langer Weg und das wahre Potenzial der Digitalisierung ist noch lange nicht ausgeschöpft. Aktuell geben zwei Drittel (66%) aller Detailhandelsunternehmen an, dass sie verschiedene langsame, manuelle Prozesse haben, die automatisiert werden könnten – darunter die Ablage von Wareneingangsdokumenten und die Aktualisierung von Preisetiketten und Beschriftungen.

Gleichzeitig berichten mehr als die Hälfte (57%) der Detailhandels-KMU, dass sie zu viel Zeit für administrative Aufgaben wie Datenerfassung, Identifizierung und Ablage benötigen, die mit intelligenten Arbeitsplatzlösungen automatisiert werden könnten.

51% sagen, dass sie aufgrund verschiedener Systeme, die nicht miteinander kompatibel sind, oft den doppelten Aufwand haben. Es ist also klar, dass es hier noch viel Verbesserungspotenzial gibt.

Admin-Frustrationen als Wachstumsbremse für KMU

Die ineffiziente Nutzung von Ressourcen ist ein typisches Hindernis für die Umsatz- und Produktivitätssteigerung von Detailhändlern.



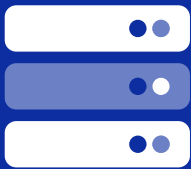
66%

haben manuelle / langsame Prozesse, die automatisiert werden könnten.



57%

verschwenden Zeit für administrative Aufgaben, die automatisiert werden könnten.



51%

erledigen aufgrund verschiedener IT-Systeme gewisse Arbeiten doppelt.



The key technologies that retailers are looking to invest in are:

1

Automatisierte Erkennung und Ablage von gescannten Dokumenten

3

Einführung von regelbasierten Szenarien (z.B. If This, Then That), die durch maschinelles Lernen und künstliche Intelligenz fortlaufend verbessert werden können

2

Zeichenerkennung in gescannten Dokumenten, damit diese bearbeitet werden können

4

Integrierte Drittsysteme wie digitale Assistenten

1. Automatisierte Erkennung und Ablage von gescannten Dokumenten

Die automatisierte Erkennung und Ablage von gescannten Dokumenten ist einer der Bereiche, in die KMU in den nächsten drei Jahren investieren möchten, damit sie viele ihrer physischen Dokumente wie Lieferscheine und Wareneingangsdokumente digitalisieren können.

Rund zwei Drittel (65%) haben bereits darin investiert oder möchten in den kommenden drei Jahren in diesen Bereich investieren.

Detailhandels-KMU geben an, dass die automatisierte Erkennung und Ablage von Dokumenten ihnen zahlreiche Vorteile bringt, die insgesamt zu einer beachtlichen Produktivitätssteigerung führen:

- Einsparung zahlreicher Stunden für manuelle administrative Arbeiten
- Reduktion von Fehlern
- Senkung der Betriebskosten

Ausserdem wird dadurch die Sicherheit verbessert und die Nachhaltigkeitsziele werden unterstützt, weil weniger gedruckt wird.

2. Zeichenerkennung in gescannten Dokumenten, damit diese bearbeitet werden können

Mit der Zeichenerkennungstechnologie ist der Nutzen des automatischen Scannens gar noch grösser. Multifunktionsdrucker und Scanner können damit gescannte Dokumente erstellen, die Mitarbeiter einfach bearbeiten können.

So wird nicht nur Zeit gespart, sondern es werden auch doppelte Arbeit und Fehler vermieden, und die Mitarbeiter können sich auf wertschöpfendere Bereiche konzentrieren und letztlich die Produktivität steigern.

Rund die Hälfte aller Detailhandels-KMU (53%) haben bereits in diese Technologie investiert oder erwarten, dass sie in den nächsten drei Jahren damit ihre Produktivität steigern.

3. Einführung von regelbasierten Szenarien und 4. Integrierte Drittsysteme wie digitale Assistenten

Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen sind neue Innovationsbereiche, welche die automatisierte Erkennung und Ablage von gescannten Dokumenten unterstützen. Die künstliche Intelligenz kann regelbasierte Szenarien nutzen, um Dokumente automatisch zu sortieren, während dann durch maschinelle Lernverfahren eine Analyse durchgeführt und die Sortierung laufend verbessert wird.

Durch die Einführung von regelbasierten Szenarien wie IFTTT (If This Then That), welche die Vernetzung Ihrer Apps und Geräte unterstützen, erfolgt ein weiterer Schritt Richtung intelligente Automatisierung Ihrer manuellen Geschäftsprozesse.

Maschinelle Lernverfahren können in Dritttechnologien wie digitale Assistenten integriert werden, um Arbeitsabläufe nahtlos zu gestalten. Dank künstlicher Intelligenz können digitale Assistenten monotone, zeitaufwändige administrative Arbeiten übernehmen und Mitarbeiter bei ihrer Tätigkeit unterstützen.

Alles in allem können digitale Assistenten Mitarbeiter entlasten und ihnen die Möglichkeit geben, sich auf wichtigere, produktivere Arbeiten wie den direkten Kontakt mit den Kunden zu konzentrieren.



Die Vorteile des Einsatzes von neuen Technologien

Da in den kommenden drei Jahren immer mehr Detailhandels-KMU in diese Technologien investieren werden, werden diejenigen, die dies nicht tun, ins Hintertreffen geraten.

Manuelles Scannen, Bearbeiten und Archivieren von Dokumenten gehört der Vergangenheit an. Fortschrittliche Detailhändler scannen nur noch und lassen den Rest von ihrem Multifunktionsdrucker oder ihrer Scannerlösung erledigen.



“Auch im administrativen Bereich werden wir zunehmend digitaler. Sei es für die Steuererklärung oder andere administrative Aufgaben: Die Menschen werden heute mehr und mehr dazu gedrängt, ihr tägliches Leben digital zu gestalten, weil dadurch Daten einfacher zu organisieren und zu speichern sind und automatisch abgelegt werden können.

Informationen befinden sich heute in einer Datenbank und müssen nicht mehr auf Papier von einer Person archiviert werden. Fehler und Verlust werden so minimiert.

In unserem unmittelbaren Umfeld ermöglicht uns die Digitalisierung, mehr Informationen über einen Kunden zu erhalten. So können wir beispielsweise auf Kassenbelegen in Geschäften personalisierte Angebote bewerben.

Wenn Belege per E-Mail gesendet werden, kann ich das ebenfalls tun und gleichzeitig eine engere Beziehung mit dem Kunden pflegen. Daher digitalisieren wir so viel wie möglich.”

Kindermodehändler, Frankreich

Sicherheit und Kundendaten – So schützen Sie Ihr wertvollstes Gut



Die Datensicherheit ist für Detailhändler ein grosses Risiko, denn sie betrifft ihre wertvollste, aber potenziell gefährlichste Ressource: die Kundendaten.

Die immer grösser werdenden Datenmengen und der Zugang dazu erfordert von den Detailhändlern eine grosse Sorgfaltspflicht. Sie müssen die Daten ihrer Kunden und ihre eigenen Daten schützen, um die DSGVO-Richtlinien zu erfüllen.

Detailhändler, die ihre Kunden Risiken aussetzen, laufen die Gefahr, dass sie bald gar keine Kunden mehr haben.

Jede neue Technologielösung muss daher sicher sein und die neusten IT-Sicherheitsnormen erfüllen.

Mit dem Aufkommen neuer Datenkonformitäts-Vorschriften wie der DSGVO rückt dieses Thema in den Vordergrund. Die Strafen für die Unterlassung von Massnahmen zum Schutz Ihres Systems werden immer höher - nicht nur finanziell, sondern auch weil einige Kunden das Gefühl haben, ihre Privatsphäre werde nicht ausreichend geschützt.

Detailhändler verarbeiten grosse Mengen an vertraulichen Kundendaten wie Wohnadressen für die Warenlieferung, Kontaktangaben und Zahlungsinformationen. Dabei müssen sie äusserst sorgfältig vorgehen, um sicherzustellen, dass es nicht zu kostspieligen Verstössen kommt, die ihre Kunden gefährden und deren Vertrauen zerstören könnten.

Was sind die wichtigsten Ziele für bessere Informationssicherheit?

In den kommenden Jahren wird es für alle Unternehmen wichtig sein, sicherere Prozesse einzuführen, und für diejenigen, die sich bereits auf einem guten Weg befinden, ihre Rechenschafts- und Prüfpfade aufrechtzuerhalten und zu verbessern.

Es gibt drei Schutzziele der Informationssicherheit, die mit der Abkürzung CIA zusammengefasst werden. Sie decken sowohl die Geräte- als auch die Datensicherheit ab:

1. Confidentiality (Vertraulichkeit) –

Vertrauliche Unternehmensdaten schützen, um sicherzustellen, dass sie nur an den vorgesehenen Empfänger weitergegeben werden. Um dies zu gewährleisten, müssen Authentifizierungs- und Autorisierungsmassnahmen angewendet werden, die dafür sorgen, dass Benutzer ihre Identität nachweisen und ihre Berechtigung bestätigen, bevor ein Druckauftrag freigegeben wird.

2. Integrity (Integrität) – Sicherstellen, dass die Geräte-Firmware sicher und widerstandsfähig gegen Hackerangriffe und andere externe Bedrohungen ist.

3. Availability (Verfügbarkeit) – Sicherstellen, dass das Gerät funktioniert und autorisierte Benutzer darauf wichtige Aufgaben durchführen können.

Das Erreichen dieser Ziele erfordert Investitionen und Verständnis



Eines der Haupthindernisse für Detailhandels-KMU sind die Ressourcen, die für Investitionen in die beste IT-Sicherheit benötigt werden. Die erforderliche Technologie muss durch ausgewiesene Spezialisten implementiert werden, damit Risiken minimiert werden.

Die Verwaltung der Sicherheit der IT-Infrastruktur ist eine Herausforderung, die umfassend angegangen werden muss. Drucker, Scanner und Kopierer müssen genauso sicher sein wie andere IT-Geräte. Wird dies übersehen, besteht das Risiko, dass diese Geräte Hackern eine einfache Hintertür ins Unternehmen bieten. Gemäss dem 2019 publizierten globalen Drucksicherheits-Bericht von Quocirca waren in den vorangehenden 12 Monaten 59% der Unternehmen mit mindestens einem druckbezogenen Datenverlust konfrontiert.¹

Die Datensicherheit wird als wichtigstes Kriterium für die Wahl eines Druckers genannt, und drei Viertel (71%) der Detailhändler geben an, dass es für sie wichtig ist, dass ihre Drucker, Scanner und Kopierer sicher sind - was angesichts der Menge an vertraulichen Kundendaten, die sie verarbeiten, nicht überrascht.

Das heisst nun aber, dass immer noch fast ein Drittel der Unternehmen (29%) die Bedeutung der Datensicherheit nicht anerkennt. Und gleichzeitig hat etwas mehr als die Hälfte (51%) das Gefühl, dass ihr Unternehmen nicht ausreichend in die Sicherheit der Drucker investiert.

Entsprechend fällt es nur etwas über einem Viertel (28%) der Unternehmen leicht, die geltenden Datenschutzgesetze rund um ihr Drucker-setup einzuhalten.

Welche Rolle spielt der Druck im Sicherheitsmix?



71%

der Detailhändler geben an, dass die Sicherheit ihrer Drucker, Scanner und Kopierer von zentraler Bedeutung sei.



49%

der Detailhändler glauben, dass ihr Unternehmen ausreichend in die Sicherheit der Drucker-Hardware investiert hat.



28%

finden es einfach, die geltenden Datenschutzgesetze rund um ihr Drucker-setup einzuhalten.

¹ Quocirca Global Print Security Landscape Report, Februar 2019

So schliessen Sie die Sicherheitslücke beim Drucken

Die Unternehmen scheinen also die Wichtigkeit von Investitionen in die Druckersicherheit erkannt zu haben. Aber wieso investieren sie trotzdem nicht?

Unsere Untersuchungen haben zwei klare Gründe aufgezeigt:



1. Unklare Zuständigkeit für die Druckersicherheit

Gerade in Detailhandelsunternehmen ist allzu oft ist nicht klar, wer für die Druckersicherheit zuständig ist. Und genau dies kann letztendlich kostspielige Risiken bergen. Leider scheint dies insbesondere im Detailhandel ein Problem zu sein.

Über die Hälfte der Detailhandels-KMU in Westeuropa (54%) berichten, dass die Zuständigkeit für die Druckersicherheit in ihrem Unternehmen nicht klar geregelt sei. Bei allen KMU liegt dieser Prozentsatz tiefer (48%).

Was bedeutet dies für Ihr Unternehmen?

Wo keine klaren Zuständigkeiten herrschen, leiden oft die Entscheidungsfindung und die Umsetzung der Druckersicherheit. Die Unternehmen bleiben entsprechend verwundbar.



2. Fehlendes Verständnis und Wissen im Umgang mit Sicherheitsnormen und deren Einhaltung

Aber nicht nur die Zuständigkeit ist ein Problem. Das Verständnis und Wissen in Bezug auf die Geräte- und Datensicherheit und die Einhaltung von Standards ist eine weitere Herausforderung.

Der Hauptgrund, warum Detailhändler mit der Einhaltung von Datenschutzrichtlinien zu kämpfen haben, ist die Unklarheit über die Anforderungen. Nur etwas mehr als die Hälfte (57%) geben an, dass sie sich gut mit den relevanten Sicherheitsstandards auskennen.

Was bedeutet dies für Ihr Unternehmen?

Verfügen IT-Fachleute nicht über ausreichende Kenntnisse der Sicherheitsrisiken, werden Unternehmen auch weiterhin Mühe damit haben, entsprechende Massnahmen umzusetzen, um sich selbst und ihre Kunden zu schützen.

Was können Unternehmen tun, um diese Zuständigkeits- und Wissenslücken zu schliessen?




Oft ist der Jargon schuld. Mehr als die Hälfte (57%) der KMU sagen, dass rund ums Thema Druckersicherheit viel zu viel Fachjargon verwendet wird. Druckpartner müssen die relevanten Sicherheitsstandards und -vorschriften besser erklären und dafür sorgen, dass Sie die beste Hardware-Lösung für ihr Unternehmen wählen. Und es ist ganz wichtig, dass diese sichere Technologie benutzerfreundlich ist, damit die Effizienz der Mitarbeiter nicht darunter leidet. Das Know-how und die Erfahrung der Geräteanbieter soll also unbedingt genutzt werden.

Die Bedrohung der inneren Sicherheit

Ist die Gerätesicherheit einmal gewährleistet, muss die Datensicherheit angegangen werden.

Aktuell geben die Hälfte aller Detailhändler (51%) an, dass sie wenig oder keine Kenntnisse darüber haben, wer Dokumente auf den Druckern ausdruckt oder dort abholt. So überrascht es nicht, dass fast neun von zehn Unternehmen (84%) von einem druckbezogenen Sicherheitsvorfall berichten. Diese Sicherheitsvorfälle hängen meist damit zusammen, dass vertrauliche Dokumente unbeaufsichtigt auf dem Drucker liegen, Ausdrücke nicht abgeholt werden oder Mitarbeiter vertrauliche Dokumente mitnehmen, die nicht ihnen gehören.

Auf welche Bereiche sollten sich Unternehmen konzentrieren?

-  Unbefugter Zugang zu gedruckten Dokumenten
-  Kein Abmelden nach dem Druck von vertraulichen Dokumenten
-  Fehlende Rückverfolgbarkeit des Zugriffs auf Dokumente auf dem Drucker

Detailhändler beginnen nun damit, Massnahmen zu ergreifen, um druckbezogenen Sicherheitsproblemen vorzubeugen, indem sie den Zugriff auf bestimmte Drucker einschränken oder ID-Karten/PIN-Codes einsetzen, um Druckaufträge für die richtigen Personen freizugeben.

Und die Mehrheit (79%) erachtet die Möglichkeit des rückverfolgbaren Zugriffs als wichtiges Kriterium für die Wahl eines neuen Druckers. Mit dem Ersatz alter Drucker wird dieser Prozentsatz wohl weiter steigen. Unternehmen sollten vor dem Kauf neuer Geräte mit ihrem Druckeranbieter abklären, ob entsprechende Funktionen verfügbar und aktiviert sind.



“Bei digitalisierten Dokumenten weiss ich, dass sie in der Cloud abgelegt sind, und alle Beteiligten können sehen, dass das Dokument erfasst und digitalisiert wurde. Ausserdem ist es auf einen Klick verfügbar.

Bei Papierdokumenten weiss man nie, wo sie gerade sind. Vielleicht haben Sie eines verloren, irgendwo liegen gelassen, falsch abgelegt. Mit digitalisierten Dokumenten sind also die Prozesse um einiges klarer und schneller.

Zudem stellen wir sicher, dass alles mit einem Passwort geschützt ist und niemand ohne Berechtigung darauf zugreifen kann. Dies ist wirklich wichtig. Wir schützen uns und unsere Kunden mit mehreren Sicherheitslevels und einem zuverlässigen Autorisierungsprozess.”

**Lebensmittel- und Haushaltswarenhändler,
Frankreich**

Wie kann Brother Unternehmen dabei unterstützen, ihre Sicherheit zu verbessern?



Die Brother Methode

Wir wissen, dass der Detailhandel sensible Kundendaten mit grösster Sorgfalt behandeln muss. Detailhändler müssen bei der Auswahl hochsicherer Druck- und Scangeräte unterstützt werden, die es ihnen ermöglichen, den Zugriff auf ihre vertraulichen Informationen einzuschränken und zu verfolgen.

Die wichtigsten Ziele der Informationssicherheit sind Vertraulichkeit, Integrität und Verfügbarkeit (CIA - Confidentiality, Integrity and Availability).

Seit vielen Jahren ist die gesamte Brother Firmware digital signiert, so dass die Integrität jeder Firmware-Aktualisierung gewährleistet ist. Zusätzlich hat Brother eine automatische Eindringungserkennung implementiert, was bedeutet, dass ein Gerät bei einer Bedrohung automatisch neu startet, um seine Integrität sicherzustellen.

Brother Geräte erlauben auch die gezielte Aktivierung oder Deaktivierung einzelner Kommunikationsprotokolle, was dem Netzwerkadministrator viele Möglichkeiten für die Anpassung der Konfiguration bietet.

Dieses Prinzip, die potenzielle Angriffsfläche auf ein absolutes Minimum zu reduzieren und dem Benutzer dennoch die Ausführung grundlegender Aufgaben zu ermöglichen, ist von entscheidender Bedeutung.

Brother implementiert auch routinemässig eine sicherere Version eines bestehenden Protokolls, wie z. B. das SMB-Protokoll (Server Message Block), das häufig für die Verbreitung von Ransomware-Angriffen verwendet wird.

Die neueste Version, SMBv3, gilt als wesentlich sicherer als frühere Implementierungen und ist seit 2019 auf Brother Geräten aktiviert.

Der Ansatz «At your side» von Brother bedeutet, dass wir anerkennen, dass Sicherheit für Detailhandelsunternehmen bei der Gestaltung ihrer Druckumgebung die höchste Priorität hat. Aus diesem Grund werden wir unsere bestehenden Sicherheitskapazitäten weiter ausbauen und gleichzeitig neue Verbesserungen an Produkten und Dienstleistungen untersuchen, um die Risiken in diesem Bereich weiter zu minimieren.

Nachhaltigkeit und Konsumbe- wusstsein

Das Geheimnis des
immergrünen Geschäfts

Umweltbewusstes Handeln ist nicht nur eine moralische Verpflichtung. Ihre Nachhaltigkeitsziele können dazu beitragen, mehr Aufträge zu generieren und auch Ihren Betrieb effizienter zu gestalten.

In einer Gesellschaft, die sich zunehmend für eine Reform der sozialen Gerechtigkeit einsetzt, ist die Ethik in den Mittelpunkt gerückt und hat wichtige Diskussionen ausgelöst.

Kunden erwarten heute auch von den Unternehmen, von denen sie etwas kaufen, positive Veränderungen.

Es gibt drei Hauptkomponenten, die Detailhändler als wichtig erachten, um sicherzustellen, dass sie sich ethisch korrekt verhalten:

1. Engagement für den Klimawandel

2. Reduktion von Abfall

3. Faire Behandlung, fairer Lohn und faire Chancen für alle Mitarbeiter

Nachhaltigkeit steht heute zuoberst auf der Agenda der Detailhändler. Die meisten Detailhandels-KMU glauben, dass sie verpflichtet sind, sich nachhaltig zu verhalten (68%) und dass ihr künftiger Erfolg von der Nachhaltigkeit ihrer Geschäftstätigkeit abhängt (64%). Dies zeigt, dass Unternehmen nun auch der sozialen Verantwortung eine hohe Bedeutung zumessen. Gemäss diesem Trend überwachen heute drei Viertel der Detailhändler (73%) ihre Nachhaltigkeitsleistung und versuchen, diese zu verbessern.

Die Digitalisierung spielt dabei eine grosse Rolle.



“Als Unternehmen, das sich zum Ziel gesetzt hat, klimaneutral zu sein, arbeiten wir mit Transportunternehmen zusammen, die uns dabei helfen, dies zu erreichen. Wir setzen uns für die Senkung des Kunststoffverbrauchs ein und verwenden nur recycelbares Papier. In unseren Fabriken arbeiten wir mit möglichst umweltschonenden Prozessen und Materialien.

Die Digitalisierung hat Auswirkungen auf die Umwelt, denn die Server stossen viel CO2 aus. Deshalb arbeiten wir mit Unternehmen zusammen, die den Code unserer Website optimieren, um unseren Fussabdruck zu verkleinern.

Wir werden also den Ressourcenverbrauch unserer Server reduzieren, um ökologischer zu sein, und die Geschwindigkeit unserer Website erhöhen. Und wir verwenden weniger Papier, indem wir beispielsweise keine Kataloge mehr versenden.”

Kindermodehändler, Frankreich

Mehr Nachhaltigkeit dank Digitalisierung

Viele Detailhändler haben bereits in die Digitalisierung investiert, um weniger zu drucken. Zwei von fünf (43%) digitalisieren physische Dokumente wie Lieferscheine bereits mit Scannern, um die Verwaltung und Ablage zu vereinfachen.



Fast die Hälfte (47%) der Detailhändler geben an, dass sie elektronische Belege einführen. Dadurch wird weniger gedruckt und der Abfall wird entsprechend reduziert. Die Nachhaltigkeit ist aber nur einer der Vorteile.

Detailhändler können dadurch auch ihre Kundenanalyse verbessern und so bessere Erkenntnisse darüber gewinnen, wer wann etwas kauft, indem sie Daten aus den Online-Recherchen der Kunden mit deren Einkäufen im Geschäft verbinden. So kann das Unternehmen nach dem Kauf mit dem Kunden interagieren und hilfreiche Informationen zur Rückgabe oder Verwendung eines Artikels bereitstellen. Zudem kann dadurch das Markenimage aufgebessert und so hoffentlich die Wiedererkennung sichergestellt werden.

Trotz der zunehmenden Digitalisierung sind die meisten Detailhändler auch heute noch druckbasierte Unternehmen.

In diesem Sektor gibt es eine Vielzahl von geschäftskritischen Druckanforderungen wie Regalbeschriftungen und Lieferetiketten, Wareneingangsbelege, Quittungen und Marketingmaterial.

Drei Viertel (76%) haben eine Nachhaltigkeitsrichtlinie, bei welcher der Fokus in der Regel auf das Recycling und die Effizienz der Hardware gelegt wird. Oft werden darin aber auch Themen wie Verpackung, Beschaffung, CO2-Bilanz und Verwendung von Kunststoffen angegangen.

Die Nachhaltigkeitsrichtlinien von Detailhändlern enthalten heute typischerweise die folgenden Punkte:



Recycling 69%



Geräteeffizienz 47%



Kunststoff-Verwendung 44%



Verpackung 43%



CO2-Bilanz 39%

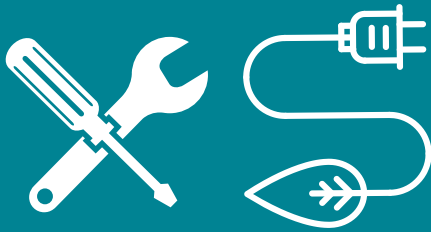


Beschaffung 30%

Der Drucker, der im Detailhandel fast universell eingesetzt wird, ist daher eines der wichtigsten technischen Geräte, das Unternehmen hinsichtlich Effizienz und im Einklang mit ihrer Recycling-Politik bewerten sollten.

Die Detailhändler müssen die Betriebseffizienz und die Emissionen entlang des gesamten Lebenszyklus ihrer Geräte betrachten und auch die Rezyklierbarkeit der Tintenpatronen und Tonerkartuschen prüfen.

Reparieren statt ersetzen



Die Nachhaltigkeit von Druckern kann durch eine längere nutzbare Lebensdauer verbessert werden, weil dann der Bedarf für die Herstellung neuer Drucker sinkt.

Eine der wichtigsten Möglichkeiten, die Nutzungsdauer zu verlängern und so Abfall zu reduzieren, ist die Durchführung modularer Reparaturen von Defekten anstelle des Ersatzes ganzer Geräte, die eigentlich sonst noch voll funktionsfähig sind. 76% der Detailhändler geben an, dass für sie die Möglichkeit, einzelne defekte Komponenten eines Druckers zu reparieren oder auszutauschen, ein wichtiges Kriterium für die Wahl eines Druckers ist.

Inwiefern hilft dies den Detailhändlern?

Dies hat nicht nur ökologische Vorteile, weil dadurch weniger neue Geräte produziert werden und weniger Rohstoffe verarbeitet werden müssen, sondern spart zusätzlich Kosten.

Wenn Detailhändler nun zunehmend eine längere Lebensdauer fordern, muss in der Druckbranche ein entsprechender Wandel stattfinden. Die Druckerhersteller müssen langfristig denken, anstatt auf kurzfristige Gewinne abzielen, und sicherstellen, dass ihre Drucker für eine Lebensdauer von bis zu zehn Jahren konzipiert werden.



Worauf sollten Detailhändler also achten?

Erreichen diese Drucker das Ende ihrer Lebensdauer, ist es wichtig, dass sie recycelt werden können. Drei Viertel (75%) der Detailhändler sind der Ansicht, dass Drucker am Ende ihrer Nutzungsdauer wieder aufbereitet werden sollten, da sie sich im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitspolitik zum Recycling verpflichten.

Wichtig ist eine starke Unterstützung der Kunden durch die Druckerhersteller beim Recycling der Geräte am Ende ihrer Nutzungsdauer und die Bereitstellung eines einfachen, unkomplizierten Recyclingsystems für Druckerpatronen und Tonerkartuschen. Unternehmen müssen mit Druckdienstleistern zusammenarbeiten, die die Bedeutung eines effizienten und nachhaltigen Managements des Druckparks sowohl aus kommerziellen als auch aus Corporate Social Responsibility-Gründen anerkennen.



Von der Lieferkette auf die Verkaufsfläche

Wo kann Drucken, Scannen und Beschriften dem Detailhandel helfen?

Neben der Schaffung von Grundlagen für zukünftige Technologien, Sicherheit und Nachhaltigkeit überprüfen viele Detailhändler auch ihre Backoffice-Systeme, um ihre Produktivität zu maximieren.



Beschriftung – das wesentliche Bindeglied zwischen Lager, Filialen und Erfolgsmanagement

Mit dem zentralen Druck von Beschriftungen werden standardisierte Preisetiketten erstellt. Der Hauptsitz des Unternehmens kann so seine Produkte effizient verwalten. Damit werden die Filialen entlastet und es müssen nicht unnötig mehrere Systeme unterhalten werden.

Ausserdem wird insbesondere bei der Verbindung mit anderen Systemen die Bestandesverwaltung unterstützt, weil so Informationen zum Bestand in Echtzeit verfügbar sind.



“Wir haben von Anfang an auf zentralisierte Beschriftungssysteme gesetzt. Wir haben mit einem Berater zusammengearbeitet, um herauszufinden, wie wir unsere Geschäfte möglichst effizient aufbauen. Wir sind ein relativ kleines Unternehmen mit sechs Filialen in ganz Deutschland und es wäre für uns schwierig, aufwändig und teuer gewesen, an jedem einzelnen Standort Etiketten zu drucken.

Das Setup war etwas komplex, aber es hat uns dabei geholfen, unsere Lieferkette zu optimieren. Und unsere Mitarbeiter können so die Beschriftungen nicht manuell ändern, was sicherer ist und einen effizienteren Prozess gewährleistet.”

Backwarenhändler, Deutschland



Drucken und Scannen - ein nahtloses Erlebnis dank neuester Technologie

Intelligente Drucklösungen steigern die Produktivität und geben den Mitarbeitern mehr Zeit, sich auf ihre Kunden zu konzentrieren. Gleichzeitig werden dadurch die Wachstumsziele der Detailhändler unterstützt.

Drei von fünf Detailhandels-KMU (59%) haben in Remote-Druck- oder -Scanlösungen investiert oder planen eine solche Investition. Diese können «mobile Kassen» unterstützen ein Trend, der von Apple ins Leben gerufen wurde und bei dem das Personal mit Hilfe eines Tablets oder Handys und eines mobilen Scanners überall im Geschäft Zahlungen entgegennehmen und einen Beleg ausstellen kann. So kann ein nahtloseres Kundenerlebnis geschaffen und die Wartezeit verkürzt werden, was letztendlich den Detailhändlern zugutekommt, da damit die Wahrscheinlichkeit eines verpassten Verkaufs sinkt. Andere Händler, vor allem im Lebensmittelsektor, haben Self-Scanning-Technologien eingeführt, die es Kunden ermöglichen, Artikel selbst zu scannen und zu bezahlen. Wie die mobilen Kassen vermeiden diese Technologien lange Warteschlangen und sparen Zeit, da nicht alle Artikel am Ende gescannt werden müssen. Auch für Detailhändler bedeutet dies, dass die Mitarbeiter mehr Zeit für andere Tätigkeiten haben, die einen Mehrwert schaffen und das Kundenerlebnis weiter verbessern, wie z. B. das Auffüllen der Regale für den nächsten Kundenandrang oder die Beantwortung von Kundenfragen.



“Wir haben bereits POS-Geräte, aber testen nun in einigen Filialen die Verwendung von iPads, die mit einem Terminal verbunden sind, damit die Kunden nicht so lange warten müssen. Sie können sich an einen Mitarbeiter wenden, der ihnen das Spielzeug vorführt, und es dann gleich an Ort und Stelle kaufen. Wir bewegen uns weg vom traditionellen Ablauf «Produkt auswählen, an der Kasse bezahlen». Damit verkleinern wir auch die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde auf dem Weg zur Kasse nochmals seine Meinung ändert.

Gerade am Wochenende, wenn die Stores zum Teil wirklich voll sind, können die Kunden so ohne Umstände die gewünschten Artikel kaufen. Am iPad ist ein kleiner mobiler Drucker angeschlossen, mit dem gleich ein Beleg für die Kunden ausgedruckt werden kann. Wir möchten sie nicht zur Kasse schicken, um den Beleg abzuholen, denn das macht es kompliziert und verfehlt unser Ziel.”

Spielwarengeschäft, UK

Mit Remote-Druck und -Scannen können ausserdem Etiketten schnell und einfach aktualisiert werden. So können beispielsweise Angaben zu Allergenen oder Verfallsdaten hinzugefügt oder Preise angepasst werden, um Artikel abzuverkaufen, die sich zu langsam verkaufen.

Bessere Kundenbeziehungen dank Digitalisierung

Einige Detailhändler gehen noch einen Schritt weiter, indem sie in voll elektronische Belege und Etiketten investieren. Wir werden in naher Zukunft einen starken Anstieg elektronischer Belege erleben. 91% der Detailhandels-KMU haben bereits darin investiert oder erwägen eine Investition in den nächsten drei Jahren.

Elektronische Belege können die Nachhaltigkeitsagenda unterstützen, aber die Kunden auch nach dem Kauf mit nützlichen Informationen versorgen und potenziell unhygienischen Austausch in einer Zeit vermeiden, in der die Pandemieprävention im Vordergrund steht.

Mit elektronischen Formaten lassen sich Kundendaten einfacher sammeln, und Detailhändler können einfacher verstehen, was ihre Kunden kaufen und das Marketing entsprechend zielgerichteter auf Basis der früheren Einkäufe gestalten.

Auch die elektronische Beschriftung wird zunehmend beliebter. Elektronische Etiketten können einfach und zentral aktualisiert werden, um Nachfrageschwankungen in Echtzeit widerzuspiegeln. Ausserdem können sie scanbare oder «intelligente» Eigenschaften haben, um Kunden während des Einkaufs mit wichtigen Informationen zu versorgen.

Die überwiegende Mehrheit der Verbraucher kauft mit ihrem Mobiltelefon ein. Detailhändler können dies nutzen, um ihre Zielgruppe besser anzusprechen.





Lebensmittel- und Haushaltwarenhändler, Frankreich

“Wir haben etwa vor einem Jahr Smart-Labels für unsere Produkte eingeführt. Mittlerweile haben wir keine Papieretiketten mehr in unserem Store. Alle unsere Etiketten sind heute elektronisch. Wir erhalten dadurch viele Informationen und finden diese Labels unglaublich nützlich, sowohl für uns selbst als auch für unsere Mitarbeiter und Kunden. Und zusätzlich sparen wir damit ganz viel Zeit!

Im Moment verwalten wir damit nur den Bestand im Geschäft und nicht im Lager, aber das bedeutet, dass wir wissen, welche Artikel eintreffen und was nicht geplant ist und wie hoch unsere Bestände sind. Ausserdem zeigen uns die Smart Labels den Preis, die Anzahl Produkte auf dem Regal, das Datum der letzten Lieferung, und bei einer Click & Collect-Bestellung können wir sehen, wo wir die Produkte finden können. So müssen wir nicht lange suchen und können sie schnell für den Kunden zusammenstellen.

In Zukunft kann ein Kunde dank Smart Labels auf seinem Handy Artikel bestellen und dann zu den Regalen gehen, die sein Handy ihm für die Abholung der entsprechenden Produkte anzeigt.

“Die Investition war nicht billig. Die Implementierung des Smart-Labeling hat rund 200'000 GBP gekostet, und momentan nutzen wir nur 5% dessen, was mit diesen Labels alles möglich wäre. Es wird wohl noch etwa 3 Jahre dauern, bis wir 100% nutzen. Innerhalb von 2 bis 3 Jahren sollten wir hoffentlich mindestens 80% der Möglichkeiten nutzen können. Das bedeutet zum Beispiel, dass wir automatische Bestellungen machen können, da uns alle Informationen (z.B. fehlende Lagerbestände) sofort zur Verfügung stehen und wir entsprechend sofort reagieren können.

Es ist wichtig, dass man in solche Technologien investiert.

Alles entwickelt sich so schnell weiter, man darf nicht den Anschluss verlieren.

Die Mitarbeiter müssen laufend weitergebildet werden, damit die neue Technologie akzeptiert wird.

Auch die beste Technologie der Welt bringt nur die gewünschten Vorteile, wenn sie von den Benutzern akzeptiert ist und sie es einfach finden, sie zu bedienen.”



Effizienzmessung als Schlüssel zum Wachstum

Sobald Unternehmen in diese Technologien investiert haben, muss die Effizienz des Druckers und der Abläufe überprüft werden. Dank analytischen Möglichkeiten für die Überprüfung der Effizienz der Drucker und Abläufe können Bereiche bestimmt werden, die nicht optimal funktionieren, und allfällige Mängel behoben werden.

Die möglichst effiziente Vereinfachung und Verbindung von Daten kann Zeit sparen und die Produktivität der Mitarbeitenden steigern.

“Wir möchten durch die Verwendung von Tools, mit denen wir den Informationsfluss vereinfachen können, unsere Kosten senken”

Haushaltwaren- und Lebensmittelhändler, Frankreich

Mithilfe von Analysen können Detailhändler ihren Mitbewerbern einen Schritt voraus sein, denn dadurch erhalten sie wichtige Daten, mit denen sie sehen, wann die nächste Lieferung fällig ist oder welche Artikel einen knappen Bestand haben und deshalb wieder aufgefüllt werden müssen.

Diese analytischen Möglichkeiten und ein nahtloser Informationsfluss können es den Detailhändlern auch ermöglichen, Kundendaten miteinander zu verknüpfen und so bessere Einblicke in das Einkaufsverhalten der Kunden zu gewinnen. Wenn Detailhändler ihre Kunden entlang der ganzen Customer Journey verfolgen und so mehr über sie lernen können, können sie besser voraussagen, für welche Produkte das Interesse am grössten ist. Folglich können sie die Kunden sowohl im Geschäft als auch online besser ansprechen und sicherstellen, dass sie die richtigen Produkte anbieten.

Maximaler Output, minimaler Effort

Der Drucker, ob zum Drucken, Kopieren oder Scannen, ist ein fester Bestandteil erfolgreicher Geschäftsprozesse und kann den administrativen Aufwand massgeblich reduzieren. Es ist daher ganz wichtig, dass ein Unternehmen in die richtigen Technologien investiert, um sicherzustellen, dass die eingesetzten Geräte und Dienstleistungen seine spezifischen Anforderungen erfüllen.

Neue Geräte sollten sich also leicht in die bestehenden Systeme integrieren lassen und die neueste Technologie enthalten.

Dies sind für Unternehmen neben den Kosten zwei der wichtigsten Kriterien bei der Wahl ihres Druckers.

Die wichtigsten Kriterien für die Wahl eines Druckers

- 1 Einfache Integration
- 2 Aktuellste Technologie
- 3 Datensicherheit
- 4 Cloud-Speicher
- 5 Möglichkeit, die Nutzung durch die Mitarbeiter zu überwachen

Mit dem Fortschritt der Technologie werden digitale Ökosysteme zunehmend komplexer. Oft erfordert die optimale Nutzung dieser Systeme spezifische Fachkenntnisse. Der Besitz der notwendigen Fähigkeiten für die Verwaltung verschiedener Systeme kann für Unternehmen jedoch eine Herausforderung darstellen und die Aufmerksamkeit von den Kernaufgaben des Unternehmens ablenken.

Wie Sie Ihr Druckdienstleister unterstützen sollte

Ihr Druckdienstleister sollte in der Lage sein, die Druckanforderungen Ihres Unternehmens genau zu analysieren und Ihnen das optimale Gerät und die optimalen Dienstleistungen für Ihre Bedürfnisse zu empfehlen.

Er kann ausserdem sicherstellen, dass komplexere Drucksysteme richtig gewartet werden. Denn je leistungsfähiger diese werden, desto komplexer wird ihre Wartung.

So halten Sie Ihren Drucker auf dem neusten Stand

Hat man die richtige Lösung gefunden, ist es heute immer schwieriger, auf dem neusten Stand zu bleiben, da neue Technologien schneller denn je auf den Markt kommen.

Während Unternehmen früher meist im Vorfeld in Hardware investierten und sich selbst um die Gerätwartung kümmerten, wünschen sich heute mehr und mehr Firmen ein Betriebskosten-Modell, bei dem die Hardware geleast und die laufende Wartung vom Lieferanten erledigt wird.

Anstatt ein sich schnell abnutzendes Gerät zu behalten, können KMU, die ihre Hardware leasen, von einem automatisch aktualisierten Gerät und somit immer von der besten Lösung profitieren.

Unsere Daten zeigen, dass über die Hälfte (54%) der Detailhandels-KMU zumindest einen Teil ihrer IT-Geräte leasen.

Diejenigen Detailhandels-KMU, die ihre Geräte leasen, sehen drei klare Vorteile in diesem Modell: grössere finanzielle Effizienz, Zeitersparnis bei den Arbeitsabläufen und eine optimale Lösung mit der sichersten, modernsten Technologie.

Die 10 wichtigsten Vorteile des Hardware-Leasings

Schont die Finanzen

1. Sie bezahlen nur für das, was Sie brauchen
2. Kostenersparnisse
3. Zahlungen können aufgeteilt und der Cashflow somit verbessert werden

Spart Zeit und Ärger

4. Sie sparen Zeit bei der Gerätwartung
5. Sie haben weniger Probleme bei der Gerätwartung
6. Sie werden bei Hardware-Problemen von Experten unterstützt
7. Sie können sich auf Ihr eigentliches Geschäft konzentrieren und andere Aufgaben auslagern

Garantiert die optimale Lösung

8. Fachkundige Beratung für die Wahl der besten Hardware für Ihre Bedürfnisse
9. Die Technologie wird automatisch aktualisiert, wenn neue Modelle auf den Markt kommen
10. Ihre Geräte sind mit den neusten Sicherheitsfunktionen ausgestattet



“In unseren Büros, die ans Lager angeschlossen sind, haben wir geleaste Drucker. Hier drucken wir unser POS-Material und sämtliches Werbematerial. Für unsere Geschäfte benötigen wir eine ausgezeichnete Qualität. Daher sind die Geräte komplexer und auch anfälliger.

Wir haben uns deshalb dazu entschieden, diese Drucker zu leasen. Da wir Point-of-Sale-Material und Werbematerialien drucken, brauchen wir etwas häufiger Unterstützung.

Die Managed Print Services erleichtern unseren Arbeitsalltag.”

Spielwarengeschäft, UK

“At your side” – Wie kann Brother Sie bei der digitalen Transformation unterstützen?

Von den drei Vierteln der Detailhandels-KMU (76%), die einen laufenden Vertrag mit ihrem Druckerlieferanten haben, erhalten die meisten nur einen Grundservice, der die Hardware, die Instandhaltung und/oder die automatische Nachlieferung von Tinte, Toner oder anderem Verbrauchsmaterial beinhaltet.

Letztendlich sorgen Sie mit der Analyse Ihrer Bedürfnisse durch Ihren Druckerlieferanten und der Wahl eines Managed Print Service dafür, dass Ihr Unternehmen den perfekt auf seine Anforderungen abgestimmten Drucker erhält und sie keine internen Ressourcen und Zeit für die laufende Wartung verschwenden.

Die meisten Detailhandelsunternehmen sind sich einig, dass die nahtlose Integration von Technologie und Prozessen einen wesentlichen Beitrag zur Erreichung von Effizienzzielen leistet.

36%

erhalten von ihrem Druckdienstleister eine Bedarfsanalyse.

83%

geben an, dass es für sie wichtig sei, dass ihr Drucker sich in bestehende Technologien integrieren lasse.

Jedoch erhält nur ein Drittel (36%) im Voraus eine individuelle Einschätzung, mit der sichergestellt wird, dass die genutzte Technologie perfekt zum Unternehmen passt und sich nahtlos integrieren lässt.

Dieser Faktor ist gemäss Brother gerade im Detailhandel enorm wichtig.

Mit einem vertrauenswürdigen Anbieter an Ihrer Seite, der die richtigen intelligenten, integrierten Workflow-Lösungen für Ihr Unternehmen bereitstellt, können Sie und Ihre Kollegen sich auf die Arbeit konzentrieren, die Ihrem Unternehmen den grössten Mehrwert bringt.

Die Brother Methode

Brother kann Ihrem Unternehmen integrierte Drucklösungen anbieten, die sich nahtlos in Ihre bestehenden Abläufe integrieren und darauf anpassen lassen, um Ihren Aufwand für administrative Aufgaben zu senken. Ihre Mitarbeiter profitieren dadurch von einem erfüllenderen, produktiveren Arbeitstag.

Brother bietet einen Multi-Solution-Ansatz, der die individuellen Anforderungen Ihres Unternehmens im Detailhandel erfüllt, sei es für Regalbeschriftungen, hochwertige POS-Materialien, den zentralen Etikettendruck oder den Hochvolumendruck für das Back-Office.

Die Managed Print Services-Methodik von Brother mit ihren drei Phasen sorgt dafür, dass Sie das richtige Gerät und die richtigen Dienstleistungen erhalten, wodurch ihre Prozesse vereinfacht werden und ihre Produktivität erhöht wird. In jeder Phase wird sichergestellt, dass der Service auf Ihre Bedürfnisse angepasst wird und stets Ihren Anforderungen entspricht.

Analysephase: Den perfekten Managed Print Service konzipieren

In der Analysephase geht es hauptsächlich darum, die Bedürfnisse Ihres Unternehmens und die Druckgewohnheiten der User zu verstehen. Ziel ist, eine nachhaltige, optimierte, massgeschneiderte Lösung zu konzipieren, mit der sichergestellt ist, dass in Ihrem Unternehmen die richtigen Drucker am richtigen Ort zur Verfügung stehen. Wir führen einen Asset-Audit durch, um die Benutzerproduktivität und die aktuelle Druckflotten-Infrastruktur zu bewerten.

In diesem Audit werden Elemente wie Gesamtbetriebskosten, Sicherheitsanforderungen und Druckrichtlinien, Benutzerproduktivität und Druckernutzung, CSR-Richtlinien und Nachhaltigkeitsziele untersucht. Auf Basis unserer Erkenntnisse entwickeln wir schliesslich eine Lösung, die genau auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt ist, die Effizienz in Ihrem Unternehmen maximiert und versteckte Kosten auf ein Minimum reduziert.

Übergangsphase: Alles vorbereiten

Wir verstehen, dass unternehmensweite IT-Veränderungen zu Problemen führen und Risiken bergen können. Für die Übergangsphase haben wir eine einzigartige Reihe an Dienstleistungen entwickelt, um sicherzustellen, dass Ihr Wechsel zu Brother MPS reibungslos, effizient und frei von solchen Risiken verläuft.

Unser Team kümmert sich um alles: von der Lieferung, Installation, Konfigurierung und Implementierung der Geräte bis hin zur Schulung der Mitarbeiter und Bereitstellung von zugehörigem Material. Ausserdem entsorgen wir Ihre alten Geräte gemäss den aktuellen gesetzlichen Bestimmungen und integrieren die MPS Service Desk-Prozesse in Ihren eigenen Service-Desk. So gewährleisten wir einen ausgezeichneten Projektablauf und eine reibungslose operative Umstellung auf Ihren Brother MPS im gesamten Unternehmen.

Optimierungsphase: Sicherstellen, dass alles einwandfrei funktioniert

In dieser Phase geht es darum, sicherzustellen, dass alles optimal aufgesetzt ist und funktioniert. Sie beinhaltet präventive und reaktive Unterstützung von Brother. Im Rahmen unserer periodischen Business Reviews überprüft unser Team gemeinsam mit Ihnen die täglichen Anforderungen und Bedürfnisse im Unternehmen.

Durch die laufende Analyse der Geräteverfügbarkeit, -kapazität und -nutzung stellen wir fest, ob Ihr MPS Ihnen den maximalen Nutzen bringt, auch wenn sich Ihre Bedürfnisse ändern. Mit der laufenden Überprüfung Ihrer Anforderungen sorgen wir dafür, dass Ihr MPS bei Vertragsende noch genauso aktuell ist wie bei Vertragsbeginn.



Zusammenfassung und wichtigste Erkenntnisse

Die Revolution im Detailhandel war schon im Gange, bevor eine Pandemie sie beschleunigte.

Durch diese weltweite Ausnahmesituation wurden nun die Detailhändler dazu gezwungen, technologisch aufzurüsten, um zu überleben. Digitaler Wandel, Sicherheit und Nachhaltigkeit müssen dabei gleichermassen berücksichtigt werden.

Jetzt ist der richtige Zeitpunkt für Detailhändler, in ihre Technologien zu investieren, um nahtlosere Abläufe zu schaffen und ihren administrativen Aufwand zu minimieren. Damit können sie ihre Produktivität steigern und ihr Potenzial voll ausschöpfen, um die Anforderungen der «Ich will jetzt»-Generation zu erfüllen und ein inspirierendes Kundenerlebnis zu schaffen.



Die wichtigsten Technologien, in die fortschrittliche Detailhändler investieren möchten, sind:

Automatisierte Erkennung und Ablage von gescannten Dokumenten

Detailhandels-KMU geben an, dass die automatisierte Erkennung und Ablage von Dokumenten ihnen zahlreiche Vorteile bringt, die insgesamt zu einer beachtlichen Produktivitätssteigerung, Zeitersparnissen bei administrativen Arbeiten, weniger Fehlern und tieferen Betriebskosten führen.



Zeichenerkennung in gescannten Dokumenten, damit diese bearbeitet werden können

So wird nicht nur Zeit gespart, sondern es werden auch doppelte Arbeit und Fehler vermieden, und die Mitarbeiter können sich auf wertschöpfendere Bereiche konzentrieren und letztlich die Produktivität steigern.



Integrierte Drittsysteme wie digitale Assistenten

Durch die Einführung von regelbasierten Szenarien wie IFTTT (If This Then That), welche die Vernetzung Ihrer Apps und Geräte unterstützen, erfolgt ein weiterer Schritt Richtung intelligente Automatisierung Ihrer manuellen Geschäftsprozesse.

Alles in allem können digitale Assistenten Mitarbeiter entlasten und ihnen die Möglichkeit geben, sich auf wichtigere, produktivere Arbeiten wie den direkten Kontakt mit Kunden zu konzentrieren. Neue Technologien reichen jedoch nur bis zu einem bestimmten Punkt. Kundendaten sind unglaublich wertvoll, bergen aber auch Risiken für den Datenschutz.



Es gibt drei Schutzziele der Informationssicherheit, die mit der Abkürzung CIA zusammengefasst werden.

Sie decken sowohl die Geräte- als auch die Datensicherheit ab:

- 1** Confidentiality (Vertraulichkeit) – Vertrauliche Unternehmensdaten schützen, um sicherzustellen, dass sie nur an den vorgesehenen Empfänger weitergegeben werden
- 2** Integrity (Integrität) – Sicherstellen, dass die Geräte-Firmware sicher und widerstandsfähig gegen Hackerangriffe und andere externe Bedrohungen ist
- 3** Availability (Verfügbarkeit) – Sicherstellen, dass das Gerät funktioniert und autorisierte Benutzer darauf wichtige Aufgaben durchführen können



Die Nachhaltigkeitsziele sollten ebenfalls nicht ausser Acht gelassen werden.

Es gibt drei Hauptkomponenten, die Detailhändler als wichtig erachten, um sicherzustellen, dass sie sich ethisch korrekt verhalten (und entsprechend von den Kunden bevorzugt werden):

- 1** Engagement für den Klimawandel
- 2** Reduktion von Abfall
- 3** Faire Behandlung, fairer Lohn und faire Chancen für alle Mitarbeiter



Abschliessende Gedanken

Neben der Schaffung von Grundlagen für zukünftige Technologien, Sicherheit und Nachhaltigkeit überprüfen viele Detailhändler auch ihre Backoffice-Systeme, um ihre Produktivität zu maximieren.

Allzu oft werden Drucker und Scanner als fester, aber einfacher Bestandteil des Büros angesehen. Die Investition in die richtige intelligente Drucklösung kann jedoch für ein Unternehmen gerade in den Bereichen Nachhaltigkeit und Sicherheit enorme Vorteile mit sich bringen.

Detailhandels-KMU müssen einen Druckpartner finden, der sich für den Schutz vor druckbezogenen Sicherheitsbedrohungen und die Sicherheit ihrer Unternehmens- und Kundendaten einsetzt und sie nachhaltig unterstützt, damit sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können.

Wie auch immer Sie sich an den Wandel im Detailhandel anpassen möchten: Brother ist stets «At your side».

brother
at your side

www.brother.ch

Brother (Schweiz) AG

Täfernstrasse 30, Postfach, CH-5405 Dättwil

Tel: 0844 484 111

info@brother.ch