

Mehr als gedruckt



Mit 26 cm Länge und einem Gewicht von 400 g passt Brother's PocketJet in jede Aktentasche.

Drucker haben sich in den letzten zehn Jahren dramatisch verändert. Das bedeutet eine **große Herausforderung** für Hersteller wie Brother.

Von Karin Legat aus Berlin

We live in a rapidly changing time«, eröffnet Richard Thomas, Leiter der Produktplanung, eine Pressekonferenz von Brother.

»Analoge Kopierer haben in der Bürotechnik ebenso ausgedient wie Schreibmaschinen und Overhead-Projektoren. Heute bestimmen Smartphone, iPad und Tablet unser Leben.« Brother hat auf die Veränderungen in der digitalen Welt reagiert und sieht weiteres Potenzial auch jenseits des Printbereichs. Seine Zielgruppe sieht das Unternehmen weiterhin im KMU-Bereich. Besonderes Augenmerk wird dem Trend zur Flexibilität im Berufsleben und der Arbeit im Small und Home Office geschenkt.

»Druck ist für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen nach wie vor sehr wichtig«, betont Chris Marshall, Senior Manager für den Bereich Printing Division. An Bedeutung gewinnt jedoch der Kostenfaktor. Vor diesem Hintergrund bietet Brother seit Anfang April 2012 Managed Print Services an und ermöglicht Fullservice-Leasing, speziell für KMU. Die entfallende Vorfinanzierung von Hardware und Verbrauchsmaterial bildet den Kern des Konzeptes. Tinte und Toner werden erst nach dem Verbrauch berechnet, die Hardwarekosten sind auf eine kontinuierliche Rate über die gesamte Laufzeit des Vertrags umgelegt. Zu den kostenrelevanten Punkten zählen ebenso technische Aspekte wie niedriger Energieverbrauch und höhere Druckgeschwindigkeiten, aber auch Personalaufwendungen.

Über Drucker hinaus

Mobiles Arbeiten verlangt nach praktikablen Geräten, nicht nur in der Bedienung, auch im Transport. Brother antwortet mit dem portablen Drucker PocketJet und einer innovativen Scan-Serie auf diese Herausforderung. Der PocketJet arbeitet mit dem Thermodirekt-druckverfahren. Damit ist kein Farbband bzw.

Toner erforderlich. Über USB, IrDA oder Bluetooth kann er mit einer Vielzahl an Geräten verknüpft werden.

Der Kernmarkt Drucker ist für Brother essenziell, »wir sind uns aber bewusst, dass wir nicht ewig Computerdrucker produzieren werden«, stellt Brother-Präsident To-shikazu Koike fest. Unter anderem wird an elektronischen Lesegeräten und Netzhaut-Bildschirmen gearbeitet. »Wir müssen uns vom Anbieter von Hardwarelösungen zu einem Serviceprovider wandeln.« Außerdem gilt es, auf das durch neue Kommunikationstechnologien geänderte Nutzerverhalten



Der Airscouter wird via Kabel ans Tablet angeschlossen. Die Datenbrille wird vorerst in der Industrie eingesetzt.

einzugehen. Den Weg hat Brother mit Produkten wie Apps für die User von Android-, Tablet-Systemen und Smartphones oder der Datenbrille Airscouter bereits eingeschlagen. Mit der kostenlosen App iPrint&Scan bietet Brother eine Lösung für die mobile Dokumentenverwaltung. Angebote, Rechnungen und Lieferscheine können im PDF-Format gedruckt und bei Bedarf eingescannt werden. Der Airscouter wiederum projiziert Bildanzeigen von PC oder Smartphone direkt vor das Auge des Nutzers. Vorerst soll die Datenbrille im industriellen Bereich eingesetzt werden und etwa die Arbeitseffizienz von Monteuren fördern. Arbeitsanweisungen können direkt über die Brille übermittelt werden. Via Kameraverbindung und Headset werden Spezialisten für Kontrolle und Hilfestellung in den Arbeitsablauf live eingebunden.

Das Stichwort »gemeinsam« findet sich auch in einem weiteren Projekt wieder. Mit OmniJoin bietet Brother hochauflösende skalierbare Webkonferenzen für Unternehmen aller Größen. Mit b-guard wiederum kehrt Brother zu seinem Kernmarkt zurück. Die Software dient der Überwachung und Steuerung sämtlicher Druckgeräte, die bei Brother erhältlich sind. □