
Zur sofortigen Veröffentlichung

Ricoh-Studie: 63 Prozent der europäischen Unternehmen befinden sich noch im „digitalen Mittelalter“

London, 15. Juli 2013 – Europäische Führungskräfte sind noch nicht ganz auf das digitale Zeitalter vorbereitet. 63 Prozent der Teilnehmer einer neuen, von Ricoh in Auftrag gegebenen Studie erklären, sie seien noch keineswegs für den digitalen Wandel gewappnet¹. Obwohl eine überwältigende Mehrheit der Teilnehmer (83 Prozent) der Ansicht sind, dass ihr CIO zwar alle Ressourcen besitzt, um den digitalen Wandel voranzutreiben, habe er aber (noch) nicht die Befugnis, wichtige Geschäftsbereiche zu verändern. So wird die Optimierung geschäftskritischer Prozesse als diejenige Aktivität genannt, die sich besonders positiv auf das Wachstum des Unternehmens auswirkt. CIOs könnten derzeit jedoch gerade in diesem Bereich die wenigsten Veränderungen herbeiführen: Nur neun Prozent glauben, die entsprechenden Vollmachten zu besitzen.

Die Studie zeigt deutlich, dass CIOs – sofern ihnen das Unternehmen die entsprechenden erweiterten Befugnisse überträgt – entscheidend dazu beitragen könnten, die digitale Strategie mitzugestalten und dem Unternehmen den Weg zu Wachstum zu ebnen. Nach Ansicht der Führungskräfte zeichnen sich erfolgreiche CIOs vor allem durch drei Eigenschaften aus: 1) Marketing-Erfahrung, 2) technisches Know-how und 3) Fachwissen zur Optimierung geschäftskritischer Abläufe. Doch nur wenige Teilnehmer gaben an, der CIO sei momentan autorisiert, Elemente einer erfolgreichen digitalen Strategie zu ändern – wie die Einbeziehung von Kunden (nur 13 Prozent) oder die Supply Chain (nur 14 Prozent).

Die aktuellen Projekte zum digitalen Wandel werden vorwiegend entweder vom CTO oder dem CIO (43 Prozent) geleitet, gefolgt vom CEO (30 Prozent). Der CIO überwacht derartige Projekte aber nur in 21 Prozent der Fälle. Darüber hinaus gaben weniger als die Hälfte der befragten Führungskräfte an, im Vorstand des Unternehmens sei auch ein CIO vertreten (46 Prozent).

Ian Winham, CIO und CFO von Ricoh Europe PLC, kommentiert diese Situation wie folgt: „Die Studie zeigt deutlich auf, dass die meisten Unternehmen noch im tiefsten digitalen Mittelalter stecken und noch nicht auf den digitalen Wandel vorbereitet sind. In einer Zeit, in der viele weitere technologiebedingte Veränderungen erwartet werden, müssen Unternehmen schnell auf neue Anforderungen von Kunden und auf eine geänderte Wirtschaftssituation reagieren können, um ihren Wettbewerbsvorteil zu halten. Der Wandel stellt Unternehmen vor neue Herausforderungen. Daher sollte das IT-Management nicht länger eine unterstützende

¹ Studie durchgeführt von Coleman Parkes Research, Mai-Juni 2013

Nebenrolle spielen. CIOs müssen mehr Befugnisse erhalten, um auf Geschäftsmodelle, die Interaktion mit Kunden und die Produktivität der Mitarbeiter Einfluss nehmen zu können.

Wenn sie bei geschäftskritischen Prozessen ansetzen – die von den Teilnehmern als wichtigste Aktivität für geschäftliches Wachstum eingestuft werden –, können CIOs technologisches Know-how mit Geschäftssinn verbinden. So befinden sie sich in der idealen Lage, herkömmliche Arbeitsweisen zu verändern. Dies zahlt sich nicht nur in Kosteneinsparungen aus. Das Unternehmen kann ein produktiveres und flexibleres Arbeitsmodell nutzen, das den Wissensaustausch von Mitarbeitern begrüßt und der Organisation hilft, besser auf Kundenbedürfnisse zu reagieren. Längerfristig kann sich der CIO auf einer solchen soliden Basis auf das Kerngeschäft konzentrieren und die Organisation erfolgreich in eine vielversprechende digitale Zukunft führen.“

Zeichen (mit Leerzeichen): 3.380

Bildmotiv

Pressebild: Ricoh_CIO_image_300dpi.jpg
2950 x 1181 Pixel (24,98 x 10 cm), 300 dpi

Bildunterschrift

63 Prozent der Teilnehmer einer neuen, von Ricoh in Auftrag gegebenen Studie erklären, sie seien noch keineswegs für den digitalen Wandel gewappnet.



| **Über Ricoh** |

Ricoh ist ein globales Technologieunternehmen, das sich auf Bürokommunikation, Produktionsdruck, Dokumentenmanagement und IT Services spezialisiert hat. Die Ricoh-Gruppe mit Hauptsitz in Tokio operiert in über 200 Ländern und Regionen. Im Geschäftsjahr 2012/2013 erzielte die Ricoh-Gruppe weltweit einen Umsatz von 1.924 Mrd. Yen (rund 20 Mrd. US-Dollar).

Den Großteil des Umsatzes erzielt das Unternehmen mit Produkten, Lösungen und Dienstleistungen, die das Zusammenspiel von Mensch und Information verbessern. Darüber hinaus stellt Ricoh preisgekrönte Digitalkameras und spezielle Industrieprodukte her. Ricoh ist bekannt für die Qualität seiner Technologie, seinen einzigartigen Kundenservice und sein Engagement für Nachhaltigkeit und Umweltschutz.

Unter dem Slogan *imagine. change.* hilft Ricoh Unternehmen dabei, ihre Arbeitsweise zu verändern und sich die kollektive Vorstellungskraft ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Nutze zu machen.

Weitere Informationen finden Sie auf:

www.ricoh.de

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

Ricoh Europe PLC

Janice Gibson

Tel: +44 (0) 20 7465 1153

E-Mail: press@ricoh-europe.com

Homepage: www.ricoh-europe.com

Besuchen Sie uns auf Facebook: www.facebook.com/RicohEurope

Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/ricoheurope

Registrieren Sie sich für das Ricoh-Mediencenter unter: www.ricoh-europe.com/press

RICOH DEUTSCHLAND GMBH

Mario Di Santolo

Tel.: 0511-6742-2940

Fax: 0511-6742-2640

E-Mail: Mario.DiSantolo@ricoh.de

Homepage: www.ricoh.de

Dörfer/Partner Kommunikations-Gesellschaft mbH

Christiane Chudaska

Tel.: 0211-52301-27

Fax: 0211-52301-30

E-Mail: chudaska@doerferpartner.de

Homepage: www.doerferpartner.de