



Ganzheitliche Lösung für das Dokument

RICOH erwartet eine weitere Zunahme des digitalen Produktionsdruck und will zu einem maßgeblichen Anbieter in diesem Segment werden

Es ist also viel zu kurz gesprungen, denkt man, RICOH sei einfach nur einer der vielen Druckerhersteller. Denn erstens ist der japanischer Hersteller ein Gigant und zweitens vereint das Unternehmen aktuell unter einem Dach Drucker- und Kopierer-Know-how bedeutender Unternehmen, die ganz ohne Zweifel Geschichte geschrieben haben. Daraus wiederum zu schlussfolgern, es handele sich dabei nur um ein »zugekauftes Sammelsurium« ist ebenso abwegig wie anzunehmen, Ricoh spiele in der Druckindustrie keine Rolle.

Vor gut einem Jahr, am 1. Oktober 2008, entstand das schweizweit größte Unternehmen im Bereich Dokumentenmanagement und Office Solutions. Die RICOH Schweiz AG beschäftigt an 19 Standorten in der Schweiz fast 500 Mitarbeitende und bietet Lösungen für das Kopieren, Drucken, Faxen und Scannen sowie bei Software und Netzwerken. Der weltweit agierende Mutterkonzern unterhält an die 400 Standorte und beschäftigt über 70.000 Mitarbeiter. Der Konzernumsatz beträgt derzeit rund 22 Milliarden Dollar. Noch Fragen? Ja, die hatten wir – und trafen uns mit Stefan Ammann, dem Geschäftsführer der Schweizer Tochter.

RICOH Schweiz ist aus den drei Tochtergesellschaften Lanier, Celltec und Infotec entstanden. Alle drei Unternehmen wurden von der Muttergesellschaft in den Konzern integriert. Dies ist jedoch nur das Spiegelbild der Schweizer Organisation. RICOH selbst hat noch »ganz andere Kaliber« in den Konzern integriert (siehe unsere Grafik).

Breites Angebot im Office-Bereich

Dabei liegen nach der Integrationsarbeit in der Schweiz noch weitere Aufgaben vor dem Team. »Mit dem Zusammenschluss der drei Gesellschaften haben wir die Chance, eine noch stärker auf die Kundenbedürfnisse ausgerichtete Organisation aufzubauen«, erläutert Stefan Ammann. »Die drei Unternehmen ergänzen sich ausgezeichnet.« Dabei ist ihm wichtig, dass man den Kunden ein umfassendes Service- und Dienstleistungsangebot von der einfachen Office-Lösung bis hin zum Outsourcing von gesamten Produktions- und Druckumgebungen anbieten kann.

Das Angebot des Unternehmens reicht dabei von modernen Multifunktionsgeräten bis hin zu Produktionsdruckmaschinen für den digitalen Druck.

Es kommt ja gelegentlich vor, dass man ein Unternehmen – was seine Größe angeht – unterschätzt. Was ja weiter nicht schlimm ist, wenn man nicht gleichzeitig auch die Bedeutung des Unternehmens falsch einschätzt. Genau dabei haben wir uns ertappt, bis wir einmal genauer hingeschaut und die Historie des Unternehmens analysiert haben.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



In den Markt hineinwachsen

Während RICOH im Office-Bereich als Marktführer gilt, kann das Unternehmen aber auch in der grafischen Industrie mithalten. »Wir entwickeln unsere Lösungen rasant weiter, um den hohen Ansprüchen der grafischen Industrie Rechnung zu tragen und wollen auch hier Maßstäbe setzen«, so Stefan Ammann. Dass dies nicht nur Versprechen sind, zeigt sich an der Vertriebskooperation mit der Kodak Graphic Communications Group (GCG), die es RICOH ermöglicht, die Kodak Nexpress Farbproduktionsdrucksysteme und die Digi-master EX Schwarzweißdrucksysteme zu verkaufen, die Systeme zu liefern und auch direkte Supportleistungen zu bieten.

Zudem bietet das Unternehmen Lösungen für den variablen Datendruck. Dazu kooperiert der Druckerhersteller mit Objectif Lune, Anbieter für variablen Datendruck und Workflow, und zielt vor allem auf den Transaktionsdruck und Transpromo-Anwendungen. »Wir schätzen, dass der Markt für den digitalen Produktionsdruck bis 2013 auf 12,8 Milliarden

den Euro wächst. Unser Ziel ist es, unsere Marktanteile kontinuierlich zu erweitern und zu den führenden Anbietern zu gehören«, so Stefan Ammann. »Mit den flexiblen, digitalen Produktionsdrucklösungen, die sich in produktionsintensive Umgebungen integrieren lassen, sind wir für dieses Ziel gut aufgestellt.«

Die Strategie ist nach den Worten von Stefan Ammann so ausgelegt, dass man in den Markt hineinwachsen will. »Es gibt ja bereits Schnittmengen mit existierenden Kunden wie Banken oder Versicherungen.« Synergien sind also vorhanden. Vor allem aber sieht Stefan Ammann den Nutzen für grafische Betriebe in der IT-Kompetenz von RICOH. »Wir wollen nicht über den Preis verkaufen, sondern mit Hilfe technischer Mehrwerte.«

Dabei ist Farbe natürlich ein großes Thema, bei dem man vor allem großen Wert auf die Stabilität der Maschinen legt und mit dedizierten Teams Lösungen für die Branche anbieten will. »Wir haben uns seit längerem vom Box-Moving verabschiedet und sehen unseren Schwerpunkt vor allem in der Beratung.«

Managed Print Services und Outsourcing

Viele Unternehmen quer durch alle Branchen sind erfolgreich, weil sie sich auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren. Dafür werden mehr und mehr Prozesse, die nicht zum Kerngeschäft gehören, an spezialisierte Dienstleister ausgelagert. Dazu gehört auch das Document Management. RICOH übernimmt für solche Unternehmen die Verwaltung der Dokumenten-Infrastruktur: von der Bereitstellung, Schulung, dem Support der Mitarbeiter über die Gewährleistung eines reibungslosen Betriebs und der Finanzierung bis hin zur Ablösung ausgedienter Systeme.

Stefan Ammann, CEO der RICOH Schweiz AG, sieht die Stärken des Unternehmens vor allem in Beratungsleistungen.



RICOH'S PRÄSENZ IM MARKT DER DIGITALEN DRUCKSYSTEME

