

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/16952/1569373/unternehmerischer-wandel-wichtiger-denn-je-zuvor-unabhaengig-von-krisenzeiten> abgerufen werden.



Unternehmerischer Wandel wichtiger denn je zuvor - unabhängig von Krisenzeiten

01.03.2010 - 10:38 Uhr, Capgemini

Berlin (ots) - Die aktuelle Wirtschaftskrise hat weniger Einfluss auf den Umfang von Transformationsprojekten in westeuropäischen Unternehmen als angenommen. Zwar beeinflussen die wirtschaftlichen Bedingungen die Art der Business Transformation, nicht jedoch deren Anzahl oder Volumen. Dies ergibt die von Capgemini Consulting durchgeführte Umfrage "Trends in Business Transformation 2009" bei über 300 Spitzenkräften westeuropäischer Unternehmen mit mehr als 10.000 Mitarbeitern. Inzwischen bezeichnen 82 Prozent der Führungskräfte unternehmerischen Wandel als integralen Bestandteil ihrer tagtäglichen Arbeit.

"Transformationsprojekte sind nicht mehr die anlassbezogene Konsequenz veränderter Bedingungen, sondern vielmehr ein kontinuierliches Thema auf der alltäglichen Agenda der Manager", so Herbert Hensle, Leiter Strategy & Transformation bei Capgemini Consulting in Zentraleuropa.

Restrukturieren und optimieren im derzeitigen Fokus der Unternehmen

Obwohl im Rahmen von Restrukturierungen, Unternehmenskäufen und -verkäufen sowie Offshore-Outsourcing noch die meisten Veränderungsprojekte stattfinden, haben sich die folgenden Maßnahmen in den letzten drei Jahren mit einem durchschnittlichen Wachstum von circa 15 Prozent am stärksten entwickelt: Restrukturierungsprogramme zur Effizienzsteigerung und Kostenreduzierung; funktionsübergreifende Projekte, die die allgemeine Leistung über Teams und Abteilungen hinweg verbessern sollen und Transformationsprojekte mit dem Ziel, die Wertschöpfungs- und Betriebskette zu optimieren.

Befragt nach den wichtigsten Einflussfaktoren auf ihre Geschäftstransformationen in den kommenden Jahren, nennen die Führungskräfte in erster Linie die Verschiebungen der globalen Märkte und das Thema Nachhaltigkeit. Herbert Hensle bekräftigt und fügt hinzu: "Neben Themen wie der Verschiebung der Wirtschaftsmächte und Nachhaltigkeit bzw. dem vielfach zitierten Going Green, werden Einflussfaktoren wie Digitalisierung, verändertes Konsumentenverhalten, die neue Generation der Arbeitnehmer - auch bezeichnet als Generation Y - Unternehmen zukünftig maßgeblich beeinflussen". Maßnahmen zum Umweltschutz sieht die Mehrheit dabei als Chance und nicht als Einschränkung. Gewandelt hat sich der Blick auf Entwicklung und Einfluss der Schwellenländer, die von immerhin 40 Prozent der Befragten als treibende Kraft für Innovation eingeschätzt werden.

<http://www.de.capgemini.com/presse/studien/>

Pressekontakt:

Diane Notbohm
069 9515 1202
diane.notbohm@capgemini.com

Originaltext:

Capgemini

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/16952/capgemini>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_16952.rss2