



Pressekontakt
Martin Moschek
Communications Manager, Central Europe
ADOBE SYSTEMS GmbH

Christina Euripides
FAKTOR 3 AG
Tel: (0)40-67 94 46-6310
Fax: (0)40-67 94 46-11
E-Mail: adobe_mc@faktor3.de
<http://www.adobe-newsroom.de>

NEWS

Adobe Digital Trends: Neuer digitaler Kundentyp stellt Marken vor Herausforderungen

Aktueller „Adobe Digital Trends Report 2021“ zeigt:

- **Knapp jedes zweite Unternehmen verzeichnet den kometenhaften Aufstieg eines neuen Kundentyps.**
- **Marken müssen sich auf neuartiges Kaufverhalten und sinkende Loyalität einstellen.**
- **Unternehmen mit Fokus auf die Customer-Experience (CX) übertreffen ihre Wettbewerber in der zweiten Hälfte des Jahres 2020 mit einem signifikant besseren Ergebnis.**

München — 02. Februar 2020 — Die Ereignisse in 2020 haben einen neuen erlebnisorientierten, digital-affinen Kundentypen hervorgebracht. Dies ist das Ergebnis der aktuellen „Digital Trends 2021“, die das Marktforschungsinstitut Econsultancy im Auftrag von Adobe durchgeführt hat. Im Rahmen der 11. Ausgabe des Digital Trends Reports wurden über 13.000 Marketing- und IT-Experten weltweit befragt, um die weitreichenden Auswirkungen des Jahres 2020 auf alle Branchen besser zu verstehen und ihre Prioritäten für 2021 und darüber hinaus zu ermitteln. 44 Prozent der befragten Experten aus Europa, dem Nahen Osten und Afrika (EMEA) haben demnach den kometenhaften Aufstieg eines neuen Kundentypen festgestellt, von dem sie bislang nichts wussten. Die Kaufgewohnheiten dieser Kunden haben sich komplett ins Digitale verlagert, was nicht zuletzt eine völlig neue Erwartungshaltung an das von Marken bereitgestellte Kundenerlebnis mit sich bringt. Gefragt ist heute eine Customer Experience, die durchdachter, authentischer und personalisierter ist als je zuvor.

Zwischen neuartigem Kaufverhalten und sinkender Loyalität

Für das Marketing der Marken eine ganz besondere Herausforderung: Diese neue Art von Kunden ist nicht nur verstärkt digital unterwegs, sondern legen dabei auch ein völlig neues Kaufverhalten an den Tag. Außerdem zeigen sie sich deutlich weniger loyal gegenüber Marken und ihren Produkten. Hier die zentralen Merkmale des neuen digitalen Kundentypen auf einen Blick:

- **„Digital first“:** 64 Prozent der EMEA-Marken erleben ein signifikantes Wachstum der Kundennachfrage im digitalen Bereich.
- **Neuartiges Kaufverhalten:** Knapp die Hälfte der Marken in der EMEA-Region (47 Prozent) verzeichnen ein neues Kaufverhalten bei ihren Kunden – einschließlich Veränderungen bei der durchschnittlichen Warenkorbgröße und neuer Produktinteressen.
- **Sinkende Loyalität:** 30 Prozent der Befragten in EMEA berichten, dass Kunden heute weniger loyal gegenüber Produkten oder Marken sind. D. h. Marken müssen heute härter arbeiten, um Käufer zu gewinnen und zu binden.

Adobe Digital Trends: Auf den Spuren eines neuen digitalen Kundentypen

Schnelle Insights sind der Schlüssel zum neuen Kundentypen

Um die neuen erlebnisorientierten, digital-affinen Kunden und deren verändertes Kaufverhalten bestmöglich zu verstehen und das Marketing gezielt darauf anzupassen, gilt es für die Marken, wichtige Kundendaten schnell und präzise zu erfassen und in verwertbare Erkenntnisse umzuwandeln. In der Praxis hakt es jedoch genau an dieser Stelle: Nur 24 Prozent der Befragten in der EMEA-Region stufen ihre Fähigkeit, genaue Erkenntnisse zu sammeln und diese schnell umzusetzen, als „sehr stark“ ein. Marken, die Kundeninsights sehr schnell sammeln und verarbeiten können, investieren denn auch höhere Budgets ins Marketing (50 Prozent), die Kundenakquise (52 Prozent) und Kundenbindung (44 Prozent).

Kundenerlebnisse machen den Unterschied

Für die erfolgreiche Ansprache dieses neuen Kundentyps bieten begeisternde Kundenerlebnisse auf Basis der vorliegenden Erkenntnisse einen echten Wettbewerbsvorteil. Mehr als zwei Drittel (71 Prozent) der Unternehmen mit einem klaren Fokus auf die Customer Experience (CX) übertreffen ihre Branchen in der zweiten Hälfte des Jahres 2020 mit einem „signifikant besseren Ergebnis“. Darüber hinaus ist die Wahrscheinlichkeit bei Unternehmen mit starken Analysefunktionen (d. h. mit schnellen Einblicken in neue Journeys) mehr als doppelt so hoch als bei Unternehmen mit weniger Insights, dass die Kunden mit ihren digitalen Markenerlebnissen zufrieden sind (71 Prozent vs. 31 Prozent). Bis zum optimalen Kundenerlebnis scheint es in der Praxis dennoch ein weiter Weg zu sein: 59 Prozent der Befragten in EMEA geben zu, dass sie frustriert wären, wenn sie die CX ihrer eigenen Marke als Kunden erleben würden.

Marketing benötigt gerade jetzt Empathie

Die Adobe-Studie zeigt: Die Analyse und Anpassung an die Customer Journey ist ein wichtiger Fokusbereich für 2021. Zwar stehen die Kundenmotivation und damit verbundene Herausforderungen für viele Marken bereits während der Pandemie im Vordergrund, doch nur jedes fünfte Unternehmen in der EMEA-Region verfügt dabei über „signifikante Einblicke“ in die Customer Journey und die Denkweise der Menschen. Reibungspunkte treten auf, wenn eine Entscheidung oder Handlung getroffen werden muss, die alles Mögliche von Angst und Besorgnis bis hin zu Hoffnung und Aufregung auslösen kann. Die Fähigkeit, die Reibungspunkte während des gesamten Kundenerlebnisses zu verstehen, ermöglicht es Marken, ein besseres Verständnis ihrer Zielgruppe zu erlangen.

„Die Ereignisse des Jahres 2020 haben die digitale Transformation rasant beschleunigt“, so Alvaro Del Pozo, Vice President of International Marketing bei Adobe. „Trends und Technologien, die jahrelang nicht ernsthaft in Erwägung gezogen wurden, stehen nun ganz oben auf der Agenda, da die Unternehmen allesamt mit den gleichen Herausforderungen zu kämpfen haben: Remote Work, neue digitale Kunden und das Management des Wohlbefindens von Mitarbeitern und Kunden. Das Digitale ist in dieser neuen Ära zur Norm geworden – und das wird auch noch lange nach der Pandemie der Fall sein. Digital kann nicht länger nur eine Komponente des Marketings, des Kundenservices oder des Produkts sein, sondern muss als zentraler Treiber für das Kundenerlebnis und das gesamte Geschäftswachstum immer mitgedacht werden.“

Den vollständigen „Digital Trends Report 2021“ können Sie [hier](#) kostenfrei herunterladen.

Über den Digital Trends Report von Adobe und Econsultancy

Dies ist der 11. jährliche Digital Trends Report von Adobe und Econsultancy, für den mehr als 13.000 Marketing-, E-Commerce-, Kreativ- und Technologieexperten auf der ganzen Welt befragt wurden.

Über Adobe

Adobe verändert die Welt durch digitale Experiences. Weitere Informationen erhalten Sie auch unter www.adobe.de, www.adobe.at oder www.adobe.ch.

###