



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-Studie: Europäische CIOs sind Wegbereiter der neuen digitalen Wirtschaft

Eine neue Studie von Adobe zeigt: CIOs übernehmen neue Aufgaben und bauen engere Beziehungen zu CMOs auf, um Kunden- und Mitarbeitererfahrungen zu verbessern.

München — 23. April 2021 — Europäische CIOs stehen im Zentrum nahezu aller wichtigen geschäftlichen Initiativen der heutigen digitalen Wirtschaft, das zeigt eine neue Studie von Adobe. 76 Prozent der Befragten spüren den Druck, ihr Unternehmen durch die digitale Transformation zu führen. Mindestens drei Viertel der insgesamt 150 befragten CIOs aus ganz Europa geben an, dass sowohl ihr Aufgabenbereich als auch ihre Verantwortung in den vergangenen zwölf Monaten deutlich gewachsen sind und dass sie größeren Einfluss auf Führungsentscheidungen in ihrem Unternehmen haben.

„Der Verantwortungsbereich der CIOs ist deutlich gewachsen“, so Cynthia Stoddard, CIO bei Adobe. „Gemeinsam mit anderen Business Leadern stellen sie sich der Herausforderung, gestalten ihren zunehmenden Einfluss und arbeiten enger als zuvor mit Kolleg:innen aus allen Teams zusammen, um ihr Unternehmen in der neuen Digital-First-Realität zum Erfolg zu führen.“

Wegbereiter der Digital-First Economy

Die Studie zeigt auch, dass europäische CIOs Kundenerlebnisse in ihren Unternehmen maßgeblich mitgestalten. Für 67 Prozent der Befragten (Deutschland: 64 Prozent) gehört das Customer Experience Management (CXM) zu den Top-Prioritäten ihrer Arbeit – zusätzlich zu ihren üblichen Aufgaben.

„Digitale Kundenerlebnisse haben sich im vergangenen Jahr deutlich verbessert, sind aber auch komplexer geworden“, so Stoddard weiter. „CIOs müssen diese Angebote Technologie-seitig unterstützen, damit die entsprechenden Teams Kundendaten erfassen und die gewonnen Insights in immer personalisiertere Erlebnisse verwandeln können.“

Daten und Netzwerke sind der Motor jedes modernen Unternehmens. Als maßgebliche Autorität der datengetriebenen Entscheidungsfindung sind CIOs die zentralen Kräfte hinter vielen digitalen Initiativen, die Marken heute umsetzen. Höchste Priorität haben dabei Datensicherheit und Datenschutz, 36 Prozent der befragten europäischen CIOs

Europäische CIOs haben ihre Funktion ausgeweitet, um Unternehmen den Weg in die neue digitale Wirtschaft zu ebnen

(Deutschland: 31 Prozent) nennen Sicherheit und Datenschutz als einen Bereich, in den im Jahr 2021 verstärkt investiert werden soll.

CIOs und CMOs bilden ein starkes Duo

Da immer mehr Teams direkt an der Gestaltung der Customer Experience beteiligt sind, arbeiten CIOs regelmäßig mit ihren Kolleg:innen zusammen, um digitale Erlebnisse Wirklichkeit werden zu lassen. IT-Führungskräfte stehen deshalb in puncto CXM regelmäßig mit zwei oder mehr C-Level-Kolleg:innen in engem Austausch.

Die größte Schnittmenge haben CIOs mit CMOs. Laut der Studie ist die große Mehrheit der europäischen CIOs (90 Prozent) überzeugt, dass die Zusammenarbeit mit CMOs das Kundenerlebnis in ihrem Unternehmen verbessert (Deutschland: 81 Prozent). 86 Prozent beobachten zudem, dass eine enge Zusammenarbeit mit CMOs die Innovation fördert (Deutschland: 90 Prozent). Fast zwei Drittel (64 Prozent) der CIOs treffen sich inzwischen täglich oder wöchentlich mit ihren CMO-Kolleg:innen (Deutschland: 57 Prozent).

Faktoren für ein gelungenes Mitarbeitererlebnis

Neben Kundenerlebnissen hat das letzte Jahr einen weiteren Punkt auf die Prioritätenliste der CEOs gesetzt: Die neue „Work from anywhere“-Umgebung verschiebt die Gewichtung von Kunden- zu Mitarbeitererlebnissen. In Zusammenarbeit mit CMOs lernen CIOs, externe Customer Journey Management-Praktiken zu nutzen und die gleichen Prinzipien intern anzuwenden, um die Erlebnisse ihrer eigenen Mitarbeiter:innen zu verbessern.

Tatsächlich sehen sich 83 Prozent der europäischen CIOs (Deutschland: 86 Prozent) als Change Agents, die maßgeblich an der Optimierung der Unternehmenskultur mitwirken, drei Viertel der Befragten (Deutschland: 76 Prozent) fühlen sich unter Druck, die digitale Transformation ihres Unternehmens führend zu gestalten. Mindestens zwei von fünf CIOs (Deutschland: 8 Prozent) gehen davon aus, dass ihre Unternehmen zukünftig auf einen hybriden Arbeitsansatz setzen werden. Liegt der Fokus auf Produktivität statt Zeiterfassung, ermöglicht das flexible Arbeitszeiten für Mitarbeiter:innen.

„Es ist längst erwiesen, dass eine direkte Korrelation zwischen zufriedenen Mitarbeiter:innen und zufriedenen Kund:innen – und damit dem Unternehmenserfolg – besteht. Entscheidend ist deshalb, dass CIOs allen Systemen oder Geschäftsprozessen Priorität einräumen, die die Zusammenarbeit und das Mitarbeitererlebnis verbessern“, so Stoddard abschließend.

Methodik

Die Studie wurde von Advanis durchgeführt. Die europäische Stichprobe ist Teil einer globalen Studie mit 506 CIOs aus den USA, Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Indien, Australien und Singapur, die die Umfrage online ausgefüllt haben. Es wurden insgesamt 50 CIOs aus Deutschland befragt. Für die Studie berücksichtigt wurden CIOs aus Unternehmen mit mindestens 100 Mitarbeiter:innen. Die Umfrage wurde zwischen dem 18. Februar und dem 4. März 2021 durchgeführt. Die globalen Ergebnisse können hier nachgelesen werden [Link zum globalen Blog].

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.

###