



Pressekontakt

Martin Moschek
Head of Communications, 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: Für mehr als 7 von 10 Führungskräften ist Content Management entscheidend für den unternehmerischen Erfolg

Aktuelle Studie „Content Management als Enabler der digitalen Transformation“ von Adobe und techconsult zeigt:

- Rund 74 Prozent der befragten Schweizer und deutschen Unternehmen sehen im Content Management einen wichtigen Hebel zur Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit.
- Doch: Nur 55 Prozent verfügen bislang über eine definierte Content-Management-Strategie.
- 47 Prozent bemängeln die Personalisierungsmöglichkeiten ihrer aktuellen Content-Management-Lösung.

München — xx. xx 2022 — Immer mehr Schweizer und deutsche Unternehmen erkennen den strategischen Wert von Content Management für die Digitalisierung und den Geschäftserfolg: Rund 74 Prozent sehen im Content Management inzwischen einen wichtigen Hebel zur Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit, wenn es um die Steigerung der Kund:innenbindung und die Neukund:innengewinnung geht. In der Praxis bleibt das große Potenzial des Content Managements jedoch häufig ungenutzt: Nur 55 Prozent der Unternehmen verfügen über eine definierte Content-Management-Strategie. Dies ist das Ergebnis der aktuellen Studie „Content Management als Enabler der digitalen Transformation“, die das Marktforschungsinstitut techconsult im Auftrag von Adobe durchgeführt hat. Im Rahmen der Studie wurden jeweils 100 Anwenderunternehmen in der Schweiz und in Deutschland zu ihren Digitalisierungsstrategien und den Herausforderungen und Trends im Bereich Content Management befragt.

Bei der strategischen Ausrichtung ihrer Content-Aktivitäten stehen die befragten Unternehmen demnach vor allem vor einer technologischen Herausforderung: Auf Basis ihrer bisherigen Lösungen sehen sie sich nicht in der Lage, einen komplett kund:innenorientierten Ansatz zu realisieren. Nahezu jedes zweite Unternehmen (49 Prozent) ist dabei mit dem konsistenten Einsatz der eigenen Content-Management-Lösung über alle Unternehmensbereiche unzufrieden. 47

Adobe-Studie: Für mehr als 7 von 10 Führungskräften ist Content Management entscheidend für den unternehmerischen Erfolg

Prozent bemängeln die Personalisierungsmöglichkeiten ihrer aktuellen Content-Management-Lösung (CMS). 46 Prozent kritisieren insbesondere die Geschwindigkeit bei der Content-Veröffentlichung.

Moderne Content-Management-Systeme entwickeln sich zum Wettbewerbsvorteil

Insgesamt wird es für Unternehmen immer schwieriger, die relevanten und immer anspruchsvolleren Kund:innensegmente direkt anzusprechen und sich von der Konkurrenz abzuheben. Content Management, das skalierbare Personalisierungsmöglichkeiten erlaubt, übernimmt an dieser Stelle unterschiedlichste Aufgaben. Für 64 Prozent steht dabei vor allem die Vertrauensbildung über maßgeschneiderte Inhalte im Fokus. Wird der individuelle Informationsbedarf der Konsument:innen vollständig abgedeckt, stärkt diese positive Customer Experience (CX) auch das Vertrauen ins Unternehmen. Neben der effizienten und zielgerichteten Distribution der digitalen Inhalte spielt nicht zuletzt der Umgang mit direkten Kund:inneninteraktionen eine große Rolle: 63 Prozent der Unternehmen geben an, dass sie bereits einen vollständigen Überblick über sämtliche Kund:innenkontakte haben. Um diese Interaktionen mit den Kund:innensegmenten zu erfassen und die Reaktionen auf die Inhalte in ein begeisterndes Kund:innenerlebnis zu übersetzen, setzen 63 Prozent verstärkt auf Cloud-basierte Content-Management-Lösungen, die ihnen ein hohes Maß an Agilität und Flexibilität bieten.

„Angesichts der immensen Potenziale, die Content Management heute bietet, besteht in vielen Unternehmen dringender Nachholbedarf. Bei einer konsequenten Customer Centricity ist relevanter Content längst das Herzstück nachhaltig erfolgreicher Unternehmensstrategien. Content Management muss dabei ganzheitlich gedacht werden und hört nicht beim Asset Management auf. Vielmehr sollte es auch in anderen Bereichen der Customer Experience, wie dem Kampagnen-Management, im Commerce-Shop oder in der Personalisierungsstrategie, integriert sein“, so Christoph Kull, Vice President und Managing Director Adobe Central Europe bei Adobe. „Moderne Content-Management-Systeme übernehmen hier zunehmend die Rolle des Differentiators im Wettbewerb, indem sie vielfältige Kosten- und technologische Vorteile bieten und das digitale Markenerlebnis auf ein neues Level heben.“

Unternehmen profitieren von reduzierten Kosten und steigenden Umsätzen

Bei der Wahl künftiger Content-Management-Lösungen legen die befragten Unternehmen großen Wert auf eine breite Palette unterschiedlicher Funktionalitäten. Im Fokus stehen für sie vor allem die Kostenreduzierung (84 Prozent), die Steigerung der Produktivität (79 Prozent) sowie ein weiteres Umsatzwachstum (78 Prozent), die durch moderne Content-Management-Lösungen erreicht werden sollen. Die Top 10 der geforderten CMS-Eigenschaften reichen von mobilen Einsatzmöglichkeiten, geringem Wartungs- und Supportaufwand, flexiblen Betriebs-/Preismodellen, umfassenden Personalisierungsmöglichkeiten und der Integration von innovativen Technologien bis hin zu einer hohen Anzahl an vorkonfigurierten Tools/Funktionen/Workflows und umfassenden Funktionen zur Analyse und Optimierung von Kundenerlebnissen. Diese Features werden allesamt jeweils von über der Hälfte der Befragten als wichtig oder sehr wichtig eingestuft. Als zukünftige technologische Herausforderungen sehen die befragten Entscheider:innen hingegen unter anderem den Einsatz innovativer Technologien wie Künstliche Intelligenz (56 Prozent), das Erstellen und Aktualisieren von Content für sämtliche Kanäle (55 Prozent) und die skalierbare Bereitstellung personalisierter Inhalte (54 Prozent).

Über die Studie

Die Studie „Content Management als Enabler der digitalen Transformation“ wurde von der techconsult GmbH im Auftrag der Adobe Systems GmbH konzipiert und durchgeführt. Im November 2021 wurden hierzu je 100 Unternehmen in der Schweiz und in Deutschland ab 150 Mitarbeiter:innen aus den verschiedensten Branchen zu ihren Digitalisierungsstrategien und den Herausforderungen und Trends im Bereich Content Management befragt. Die daraus resultierenden Ergebnisse sind in dem vorliegenden Studienbericht beschrieben.

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.

Adobe-Studie: Für mehr als 7 von 10 Führungskräften ist Content Management entscheidend für den unternehmerischen Erfolg

###

© 2020 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.