



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>

Adobe gibt Erweiterung seines Ökosystems mit neuen Partnern und Developer Tools bekannt

- **Solution-Partner erzielen 30 Prozent Wachstum im Vergleich zum Vorjahr und unterstützen die Skalierung von Adobe Experience Cloud.**
- **Neue Tools ermöglichen Entwickler*innen die erweiterte Nutzung von Adobe Experience Cloud zur Bereitstellung individueller Erlebnisse.**
- **Anaplan, Fedex, OneTrust, Paypal, Walmart sowie das IBM-Unternehmen The Weather Company schließen sich Adobes Technologiepartner-Ökosystem an.**

San Jose / München – 15. März 2022 – Im Rahmen des [Adobe Summit – The Digital Experience Conference](#) kündigt Adobe (Nasdaq:ADBE) eine Erweiterung seines Partner-Ökosystems an, die seinen Technologie- und Lösungspartnern sowie Entwickler*innen neue Möglichkeiten eröffnet. Die neuen Partnerschaften ermöglichen es, Millionen Menschen personalisiertere Erlebnisse anzubieten, Inhalte noch schneller zu veröffentlichen und nahtlose Customer Journeys zu gestalten.

Die neuen, durch die Integration neuer Technologiepartner entstandenen Funktionen von [Adobe Experience Cloud](#) sind ab sofort verfügbar. Kunden können so beispielsweise Online-Kauf und Click & Collect, kostenlosen Versand innerhalb von zwei Tagen sowie Zahlungsdienste einbinden. Im vergangenen Jahr haben Adobe und seine Solution Partner die Skalierung von Adobe Experience Cloud deutlich vorangetrieben. Diese konnten daraufhin im Jahresvergleich ein Wachstum von 30 Prozent verzeichnen. In der Zwischenzeit stellt Adobe Entwickler*innen neue Werkzeuge für die Erstellung und Bereitstellung von Cloud-basierten Anwendungen zur Verfügung, die nahtlos mit seinen Produkten zusammenarbeiten, etwa neue „Headless“-Werkzeuge, die die Flexibilität bieten, um eine personalisierte User Experience auf der Grundlage der Adobe-Technologie zu erstellen.

„Wir arbeiten daran, unseren Entwickler*innen sowie Technologie- und Solution-Partnern mehr Möglichkeiten für ihre Arbeit anzubieten“, so Justin Merickel, Vice President of Business Development bei Adobe. „Adobe konzentriert sich auf

den Ausbau und die Stärkung seines Ökosystems, um den Wert, den Adobe Experience Cloud-Kund*innen aus unseren Anwendungen ziehen, zu erhöhen.“

Im Februar hat Gartner das umfangreiche Ökosystem von Adobe in seinem [Gartner Magic Quadrant für Digital Experience Platforms verortet](#) und sieht Adobe führend in den Kategorien Ausführung und Vision. Neben den Kreativwerkzeugen von Adobe wurde insbesondere die Leistungsfähigkeit des Ökosystems hervorgehoben, zu dem Design-, Kreativ-, Marketing- und Werbeagenturen sowie Solution Partner gehören. Gartner lobte zudem, dass Adobe seinen Kund*innen viele Optionen für die Bereitstellung und Unterstützung seiner Produkte bietet.

Technologie-Partnerschaften bieten neue Funktionen in Adobe Experience Cloud

- **Anaplan:** Marketing-Teams können jetzt die Finanz- und Budgetierungswerkzeuge von Anaplan in ihre Arbeitsverwaltung und -planung mit Adobe Workfront integrieren. Durch die Kombination von Anaplan und den Werkzeugen von Adobe haben Marketingexpert*innen eine neue Möglichkeit, sowohl das Budget als auch den Zeitplan einzuhalten.
- **FedEx:** Händler*innen haben nun die Möglichkeit, Funktionen wie den kostenlosen Versand innerhalb von zwei Tagen, einfache Rücksendungen und eine nahtlose Kaufabwicklung in ihren Geschäften anbieten. Darüber hinaus erhalten sie Zugang zu logistischen Informationen nach dem Kauf.
- **OneTrust:** Dank der OneTrust Plattform für das Consent Management und Adobe Real-Time CDP können Marken ihren Kund*innen nun ein reibungsloses digitales Erlebnis bieten, indem sie die Art und Weise, wie Nutzer*innen ihre Zustimmung geben und ihre Präferenzen ausdrücken, vereinfachen und die Analyse und Umsetzung dieser Informationen optimieren.
- **PayPal:** Mit den Zahlungsservices für Adobe Commerce, die auf der Commerce-Plattform von PayPal basieren, können Händler*innen jetzt gängige Zahlungsmethoden akzeptieren, darunter Kreditkarten, Debitkarten und Venmo. Darüber hinaus können sie auf PayPal-Zahlungsinnovationen wie Kryptowährungstransaktionen und lokale Zahlungsmethoden zugreifen.
- **Walmart:** Händler*innen können jetzt in ihren eigenen Geschäften das Angebot "Online kaufen, in der Filiale abholen" nutzen. Außerdem können sie ihre Produkte über den Walmart Marketplace vertreiben und so neue Kunden erreichen.
- **The Weather Company, ein IBM Business:** Marken können jetzt Echtzeit-Wetterdaten des IBM-Unternehmens The Weather Company nutzen, um digitale Erlebnisse auf [Adobe Experience Platform](#) zu gestalten. Händler*innen können diese Informationen zum Beispiel nutzen, um Kund*innen an einem regnerischen Tag Regenschirme oder bei Schneefall Schneeschaufeln zu empfehlen.

Momentum mit Solution-Partnern

Adobes Partnerschaft mit globalen Agenturen skaliert Adobe Experience Cloud und unterstützt unsere Solution-Partner darin, ihr Geschäftswachstum deutlich zu steigern. Im vergangenen Jahr hat Adobe sein 4.000 Partner umfassendes

Netzwerk um mehr als 200 Partner erweitert. Insgesamt haben Adobes Solution-Partner dank ihrer Zusammenarbeit mit Adobe ein Wachstum von 30 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erzielen können.

„In der sich entwickelnden digitalen Wirtschaft ist Personalisierung der entscheidende Differentiator“, so Justin Ablett, Global Adobe Lead bei IBM Consulting. „Unsere Beziehung zu Adobe ermöglicht es uns, die digitale Transformation unserer Kund*innen zu beschleunigen und ihnen die Tools an die Hand zu geben, um ihre Kund*innen mit einzigartigen Erlebnissen zu begeistern.“

Neue Entwickler-Tools

Über 460.000 Entwickler*innen und Community-Mitglieder nutzen Adobe Exchange, Adobes Unternehmensmarktplatz mit Tausenden von Drittanbieter-Anwendungen, -Erweiterungen, -Plug-ins und -Skripten, um die Funktionalität von Adobe Experience Cloud zu erweitern. Die neuesten Tools von Adobe unterstützen Entwickler*innen darin, ihre Anwendungen für personalisierte Kundenerlebnisse anzupassen. Dazu gehören:

- **Neuer Adobe App Builder for Adobe Commerce und Adobe Experience Manager** gibt Entwickler*innen Werkzeuge an die Hand, mit denen sie Cloud-native Web-Anwendungen erstellen und bereitstellen können, um maßgeschneiderte Inhalte, Commerce- und Dokumenten-Erlebnisse zu schaffen, die nahtlos mit Adobe-Anwendungen zusammenspielen. App Builder for Commerce wird voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte verfügbar sein.
- **Neue Headless-Commerce-Funktionen** bieten Entwickler*innen die Flexibilität, ihre eigenen benutzerdefinierten Erlebnisse auf der Grundlage der Adobe-Technologie zu erstellen. So können Marken beispielsweise ihr eigenes, individuelles Erscheinungsbild erstellen, das auf den E-Commerce-Tools von Adobe basiert.
- **Neue Adobe PDF Services API-Integration mit Workfront Fusion** ermöglicht Entwickler*innen den Zugriff auf APIs, die die Automatisierung von Freigabe- und Signatur-Workflows erlauben, sowie einen zentralen Überblick über den Status von Dokumenten.
- **Neuer Adobe PDF Services-Konnektor für Microsoft Power Automate** unterstützt Entwickler*innen bei der Erstellung mehrstufiger, dynamischer Workflows für komplexe Dokumente in den Bereichen Verträge, Kunden-/Mitarbeiterneueinführung, Finanzberichte sowie Datenanalyse und -abruf.
- **Neue Source und Destination Software Development Kits (SDKs)** erleichtern Entwickler*innen und Partnern die Erstellung von Integrationen mit Adobe Experience Platform und Adobe Real-Time CDP, um die Time-to-Value für Kund*innen zu beschleunigen. Partner können Quell- und Zielkonnektoren oder Erweiterungen für Real-Time CDP Connections erstellen.

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.

###