

Das neue  
**WUNDERMITTEL**  
für Ihr Unternehmen

Design als Wettbewerbsvorteil

---

Juni 2015

# Der harte **WETTBEWERB** im digitalen Zeitalter

Es reicht heute nicht mehr aus, das beste Produkt anzubieten. Dasselbe gilt für den Kunden-Service. Die meisten Maßnahmen, mit denen sich Unternehmen bislang von ihrer Konkurrenz abhoben, funktionieren heute nicht mehr.

Technologie ist der große Gleichmacher, der für niedrigere Eintrittsbarrieren und eine neue Ära im Wettbewerb gesorgt – und den Markt somit grundlegend verändert hat. Dieser verschärfte Wettbewerb veranlasst die meisten Unternehmen, sich digital neu zu erfinden, um überleben zu können. Auch langjährige Marktführer werden nicht verschont.

Nehmen wir die Fortune 500-Unternehmen als Beispiel.

Eine Studie der John M. Olin School of Business der Washington University kommt zu dem schockierenden Ergebnis, dass 40 % der heutigen im S&P 500 gelisteten Fortune 500-Unternehmen in 10 Jahren nicht mehr existieren werden.<sup>1</sup>

Dieser Trend kann bereits beobachtet werden. So wirbelt Uber die Personenbeförderung mit hervorragend konzipierten Apps durcheinander, die sich intuitiv bedienen lassen und Fahrgäste per Mausklick mit Fahrern zusammenbringen. Airbnb mischt in ähnlicher Weise das Hotelgewerbe auf mit dem simplen Konzept von der weltweiten Zimmervermittlung im Gewand einer eleganten Website und App.

Diese Unternehmen sind mit Sicherheit sehr innovativ, aber sie verstehen es darüber hinaus, durch den Einsatz von hervorragendem Design und intuitiven Anwendererlebnissen Kunden zu gewinnen und das Ergebnis zu maximieren.

John Maenda, Design-Partner bei Kleiner Perkins Caufield & Byers, fasst den Stellenwert des Wandels zu einem Design-orientierten Unternehmen so zusammen: „Top-Unternehmen führen durch Design. Unternehmen, die vor Investitionen in Design zurückschrecken, weil sie davon ausgehen, dass die Ergebnisse sich nicht messen oder in Gewinn ausdrücken lassen, werden verlieren. ‚Business as usual‘ reicht heute einfach nicht mehr. Etablierte Branchen, die sich bisher auf die Maxime ‚Höher – schneller – weiter‘ konzentriert haben, müssen umdenken und Design als Unterscheidungsmerkmal in ihre Strategie einbeziehen.“

Sicher, der Wettbewerb ist hart. Doch es gibt immer noch Hoffnung. Schließlich haben viele Unternehmen inzwischen Design als das Wundermittel für sich entdeckt, um sich den entscheidenden Wettbewerbsvorteil zu sichern.

# DESIGN macht das Erlebnis

Ob es Ihnen bewusst ist oder nicht, Design beeinflusst Ihre Entscheidungen in jedem Augenblick. Es ist längst mehr als dekoratives Beiwerk. Design hat sich zu einem grundlegenden Konzept entwickelt, mit dem sich Unternehmen im hart umkämpften Markt von ihren Wettbewerbern abheben können.

Und damit nicht genug – Design macht Inhalte erst attraktiv. Hier liegt der Schlüssel zum Erfolg: Außergewöhnliches Design führt zu exzellenten Inhalten. Und wenn Ihre Inhalte Ihre Zielgruppe erreichen, entstehen nachhaltige Interaktionen. Diese tiefgehenden Erlebnisse erhöhen die Kundenbindung und steigern letztendlich den Gewinn.

Diese Aussage ist mehr als eine schöne Theorie. Unternehmen, die Design als ihre Kernkompetenz verstehen, werden mit Erfolg belohnt. Der Design Value Index des Design Management Institute (DMI) zeigt, dass Design-orientierte Unternehmen ihre Konkurrenz im S&P-Index in 10 Jahren um 219 % übertroffen haben.<sup>2</sup>

Und nach Erkenntnissen einer Forrester-Studie über die Auswirkungen von Kreativität auf den Gewinn haben Unternehmen, die Kreativität fördern, einen um den Faktor 1,5 höheren Marktanteil als ihre weniger kreativen Wettbewerber. Diese Unternehmen konnten ihrer Marktanteile deutlich weiter ausbauen als die Konkurrenz.<sup>3</sup>

Paul Nicholson, Senior Vice President für Print and Broadcast Production bei Showtime, sieht außergewöhnliche, personalisierte Inhalte als wichtigen Erfolgsfaktor. „Die Qualität unserer Inhalte im Bereich Print- und Fernsehwerbung – von Interstitials, Pressematerialien, Konsumentenwerbung bis hin zu mobiler Werbung, viralen Videos und interaktiven Web-Anzeigen – spielt eine wichtige Rolle, um uns als Premium-Sender und ideale Plattform für hochwertige Inhalte zu positionieren. Bei der Entwicklung konsistenter Kundenerlebnisse und dem Aufbau einer positiven Markenwahrnehmung dreht sich alles um Design.“

Die Verwandlung in ein Design-orientiertes Unternehmen erfordert hohes Engagement im Bereich Anwendererlebnisse. Dazu muss ein Unternehmen sich genau auskennen mit den vielen Kanälen, die Kunden zur Interaktion mit seiner Marke nutzen – von Websites und sozialen Netzwerken bis zu den sogenannten „Wearables“ – und zwar in jeder Form und für jedes Betriebssystem. Diese Erlebnisse sind mehr als eine bloße Interaktion mit Kunden. Sie dienen dem Aufbau und der Pflege tiefer Kundenbeziehungen. Damit diese persönliche Beziehung von Dauer ist, müssen Ihre Inhalte relevant und aktuell sein.

**Design-orientierte Unternehmen haben ihre Konkurrenz im S&P-Index in 10 Jahren um 219 % übertroffen.**

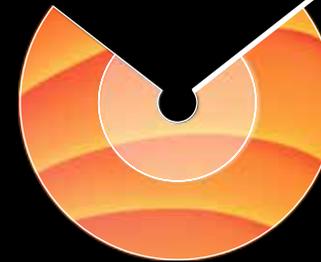
THE DESIGN VALUE INDEX

# Das richtige **ERLEBNIS** zur richtigen Zeit

Konsumenten sind leider ungeduldig. Sie erwarten beeindruckende Inhalte und einzigartige Erlebnisse auf ihren bevorzugten Geräten. Und sie erwarten sie jederzeit. Und wenn Sie sich die 3,1 Mrd. Konsumenten mit Internet-Zugang<sup>4</sup> weltweit vor Augen führen, bekommen Sie eine Vorstellung von den Herausforderungen, denen sich Unternehmen heute stellen müssen, um immer wieder aufs Neue wertvolle Beziehungen herzustellen.

Vor zehn oder selbst noch vor fünf Jahren hätten Designer Inhalte zunächst für Offline-Medien entworfen und dann ohne große Rücksicht auf notwendige Anpassungen auch für Online-Erlebnisse verwendet. Heute erwartet jeder einzelne dieser 3,1 Mrd. Konsumenten ein auf seine persönlichen Interessen, Bedürfnisse und Vorlieben zugeschnittenes Erlebnis. Wenn man diese Anforderung zur Personalisierung mit der explodierenden Anzahl an Kanälen und Formaten inklusive Social Media und mobilen Endgeräten multipliziert, dann wird schnell klar, dass die rasende Geschwindigkeit des Wandels jede Bemühung um konsistentes Design zunichte machen muss. Als Ergebnis begegnen wir immer wieder schlecht gesetzten Layouts und fehlerhaften Interaktionsfunktionen.

Für Kreative bedeutet diese Anforderung, kontinuierlich personalisierte Inhalte bereitzustellen, einen unglaublichen Druck. So berichten zum Beispiel 71 % der Unternehmen, dass sie heute zehnmal mehr Assets erstellen als noch vor wenigen Jahren. 85 % der Unternehmen sehen sich gezwungen, den Design-Prozess für Assets zu beschleunigen und mehr Kampagnen durchzuführen.<sup>5</sup>



**71 %** der Unternehmen berichten, dass sie heute zehnmal mehr Assets erstellen als noch vor wenigen Jahren.



**85 %** der Unternehmen sehen sich gezwungen, den Design-Prozess zu beschleunigen.

# Auf die **GESCHWINDIGKEIT** kommt es an



Wie kommen aber Unternehmen mit dieser unglaublichen Masse an Inhalten zurecht? Die meisten können sich den Luxus von mehr Personal nicht leisten, sodass vorhandene Kreativ-Teams mehr Inhalte in kürzerer Zeit erstellen müssen. Dabei bleibt die Qualität oft auf der Strecke.

Sehen wir uns zur Veranschaulichung einen typischen Kreativ-Workflow an: Morgen werden zahlreiche neue Assets gebraucht, die ein Designer einen halben Tag lang in einem gemeinsam genutzten Speicher suchen muss. Eine zentralisierte Verwaltung gibt es nicht, daher verliert das Team viel Zeit und Energie bei der Suche nach Design-Elementen, Stilvorgaben oder Logos. Je weiter das Projekt voranschreitet, desto schwieriger wird die Nachverfolgung der korrekten Dateiversionen. Hinzu kommt die Zeit, die mit der Suche nach den richtigen Schriften oder Fotos verstreicht oder die für Besprechungen mit der IT notwendig ist, um das Design für eine App anzupassen. Von der verpassten Inspiration in der Mittagspause ganz zu schweigen, die es nur deswegen nicht in ein Konzept schafft, weil die Verwendung von Design-Apps auf mobilen Endgeräten außerhalb des VPN nicht erlaubt ist.

Ganz offensichtlich ist dieser Beispiel-Workflow voller Probleme. Den Designern fehlen die richtigen Werkzeuge. Der Ablauf ist ineffizient. Der Prozess ist zu träge und hindert das Team daran, die notwendige Menge an Inhalten zu bearbeiten.

Und genau hier müssen wir ansetzen. Mehr Personal für die Erstellung und Verwaltung dieser Inhalte abzustellen, ist keine Lösung. Ein moderner Workflow dagegen schon. Sie müssen Inhalte schneller verarbeiten können.

Diese Forderung zieht den Einsatz von neuesten Plattformen und Prozessen nach. Dazu gehören zentral gespeicherte Assets sowie Workflows für die Zusammenarbeit, die Teams erlauben, Inhalte in Echtzeit zu erstellen und somit personalisiert und relevant zu halten.

Sehen wir uns diesen modernen Workflow mit effizienter Inhaltserstellung an. Wir starten mit denselben Voraussetzungen: Morgen sind zahlreiche Assets fällig.

Die Designerin beginnt ihr Projekt bereits auf dem Weg ins Büro, indem sie mit Kreativ-Apps auf einem mobilen Endgerät arbeitet. Sie hält eine Farbpalette fest und wandelt einige Bilder in Vektorformen und neue Pinsel um. Wenn Sie im Büro ankommt, befinden sich bereits alle Elemente in der Asset-Bibliothek des Teams. Sie öffnet die Bibliothek und hat sofort Zugriff auf die aktuellen Design-Elemente des gesamten Teams. Designs und Inhalte werden während des gesamten Tages über das gemeinsame System verarbeitet. Schriften, Fotos, Stilvorgaben und Dateien sind alle an einem zentralen Ort und vernetzt. Sobald ein Asset aktualisiert wird, wird die Änderung für alle Instanzen übernommen. Da alle Assets mit wenigen Klicks zu erreichen sind, kann die Designerin verschiedene Versionen für unterschiedliche Kanäle und Produkte erstellen. Falls im Zuge des Projekts eine App erstellt werden muss, kann sie vorhandene Assets und Layouts mithilfe integrierter Designtools wiederverwenden und ohne jeglichen

Programmieraufwand oder Unterstützung durch die IT eine App veröffentlichen. Auch für die App lassen sich neue Inhalte laufend neu entwerfen und einbinden.

Dank des neuen Workflows ist der Erstellungsprozess blitzschnell und völlig unabhängig von bestimmten Werkzeugen oder dem Erstellungsort. Teams können mehr Assets auf dem Desktop und in Apps noch einfacher verwalten und einsetzen. Sie genießen wahre kreative Freiheit, da Sie immer und überall arbeiten können, ohne von technischen Barrieren oder Ressourcenengpässen ausgebremst zu werden.

Stephen Gates – Designer, Markenentwickler, Blogger und Referent – ist Experte für die Schaffung von erfolgsfördernden Arbeitsumgebungen für Teams. „Exzellentes Design ist die Grundlage für mehr Geschäftserfolg. Vielleicht kann man den nicht sofort am ROI ablesen, aber er stellt sich langfristig ein. Daher ist eine der obersten Prioritäten, seinen Teams die geeignete Kreativplattform zu bieten, über die sie ihre Ideen für alle Geräte und Markenerlebnisse in die Tat umsetzen können. Durch die Entwicklung neuer Möglichkeiten für Kommunikation und Kundeninteraktion wird es immer wichtiger, schneller und kreativer arbeiten zu können. Auch die mobile Zusammenarbeit und Weitergabe von Inhalten ist ein wichtiger Faktor für nachhaltigen Geschäftserfolg.“

# Setzen Sie das **WUNDERMITTEL** ein

Bisher haben wir verschiedene wichtige Komponenten diskutiert, die einen Wettbewerbsvorteil durch Design ausmachen: der Wandel zum Design-orientierten Unternehmen, die Bedeutung der Personalisierung und die schnelle Verarbeitung von Inhalten.

Um daraus aber ein wirksames „Wundermittel“ für den auf Design basierten Erfolg zu machen, sollten Sie Ihren aktuellen Workflow genau untersuchen und die notwendigen Schritte zur digitalen Wandlung Ihres Unternehmens festlegen. Im Normalfall sollten Unternehmen Design, Personalisierung und schnelle Inhaltsverarbeitung in drei wichtige Bereiche integrieren: Umsetzung der richtigen Prozesse, Verwendung der richtigen Technologieplattformen und Anwerbung der richtigen Mitarbeiter.



## Vorteile durch Design brauchen schnellere Prozesse

Wirklich außergewöhnliches Design passiert nicht im luftleeren Raum. Design ist Team-Arbeit. Design entwickelt sich ständig weiter. Die Zusammenarbeit muss über rein lineare Methoden wie E-Mails, Filesharing und FTP-Austausch hinausgehen und nicht lineare Methoden, dynamische Cloud-Plattformen und In-App-Funktionen umfassen, die nahtlos ineinander greifen und sofort effektiv sind. Dank vernetzter Assets und Workflows für die Zusammenarbeit können moderne Teams schneller konsistente Erlebnisse für verschiedene Kanäle liefern.

Organisationen sollten diese Kreativ-Workflows durch den Einsatz von Design-Apps auf mobilen Geräten fördern. Dank dieser Apps können Kreativ-Teams eine Vielzahl von Aufgaben wie Erstellen von Illustrationen und Designs, Videoschnitt, Importieren von Bildern und Erfassen von Farbpaletten erledigen, wobei sie physische mit digitalen Arbeitsbereichen kombinieren können. Die gelben Notizzettel haben endlich ausgedient. Mitarbeiter können ohne Einschränkungen kreativ sein und den Design-Prozess überall dort beginnen, wo sie eine zündende Idee haben. Später wird die Arbeit im Büro oder zu Hause einfach fortgesetzt, denn alle Inhalte werden über die Cloud synchronisiert. Der gesamte kreative Prozess wird so erheblich beschleunigt.

## Vorteile durch Design brauchen Technologieplattformen

Designer sind erfolgreich, wenn sie sich auf Inhalte – und nicht auf Technologien – konzentrieren. Geben Sie Ihren Teams die Software und Ressourcen an die Hand, die sie für das Umsetzen ihrer kreativen Ideen in Designs für verschiedene Kanäle und Geräte benötigen. Sodass sie immer und überall gemeinsam an Ideen arbeiten können – ganz gleich, wo sie ihre Inspiration finden.

Bauen Sie mit einem DAM-System (Digital Asset Management) eine starke Grundlage für den Design-Prozess, bei dem alle Assets stets zur Verfügung stehen, jedoch jederzeit geschützt bleiben. Ermöglichen Sie Ihren Kreativ-Teams über Cloud-Dienste den Online-Zugriff auf alle benötigten Elemente wie Stock-Fotos, Videos und Schriften. Durch die unaufhaltsame Verbreitung mobiler Endgeräte werden Apps immer wichtiger. Dank Publishing-Lösungen können Designer ihre Kreationen schnell und ohne Programmieraufwand als ansprechende Apps veröffentlichen. Dabei werden die Konsistenz von Designs gewahrt, Veröffentlichungszyklen gestrafft und das regelmäßige Aktualisieren von Inhalten vereinfacht.

## Vorteile durch Design brauchen kreative Köpfe

Global operierende Organisationen brauchen Manager, die sich voll und ganz dem Erfolg eines Design-orientierten Unternehmens verpflichtet sehen. Diese Manager sind Design-Experten, die auch in anderen die Begeisterung für eine auf Design ausgerichtete Unternehmenskultur und deren Vorteile entfachen können. Sie inspirieren ihre Mitarbeiter und stellen ihnen die Ressourcen zur Verfügung, die diese für eine erfolgreiche Arbeit brauchen. Unternehmen sollten zudem in die Weiterentwicklung ihrer Kreativ-Teams investieren – talentierte Designer und Creative Directors einstellen, die die Projektarbeit forcieren und sich permanent weiterbilden.

Für Zeiten erhöhter Anforderungen sind auch Skalierungsspielräume einzuplanen. Ihre Teams müssen in der Lage sein, über geografische sowie Organisationsgrenzen hinweg schneller und effizienter zusammenzuarbeiten. Dies bedingt auch Prozesse, die die schnelle Einbindung von freien Mitarbeitern oder das Outsourcing von Projekten unterstützen.

John Maeda fasst die Bedeutung, die richtigen Positionen mit den richtigen Personen zu besetzen, in folgende Worte: „In 13 der Fortune 125-Unternehmen des Jahres 2014 ist Design in der Führungsebene angesiedelt oder gar durch den CEO repräsentiert. Der CEO von Nike ist ein Designer. Apple hat als einziges Unternehmen einen Senior Vice President für Design. Unternehmen, die von Designern gegründet wurden, sind inzwischen Milliarden Dollar wert, werden mit Kapital in Milliardenhöhe ausgestattet und wecken das Interesse von Risikokapitalgesellschaften an Design als wirtschaftlichem Erfolgsfaktor. Hier zeichnet sich ein Trend ab.“



# **VORTEILE** durch Design sind Ihre Vorteile

Im digitalen Zeitalter, das durch blitzschnelle Kaufentscheidungen geprägt ist, setzen führende Unternehmen auf Design als den zentralen Faktor eines Markenerlebnisses. Diese Erlebnisse sind so angelegt, dass sie auf allen Kanälen den Konsum von personalisierten Inhalten erhöhen. Innovative Organisationen haben den Einfluss von Design auf den wirtschaftlichen Erfolg erkannt und richten ihre digitalen Strategien daran aus.

Um bessere Erlebnisse bieten zu können, müssen Organisationen große Mengen von unverwechselbaren Inhalten, die ihre Kunden von ihnen erwarten, verwalten und verarbeiten. Ein Design-Ansatz, der von Synergien aus Prozessen, Plattformen und Mitarbeitern profitiert, ermöglicht Kreativ-Teams den ständigen Zugriff auf Assets und effizientere Zusammenarbeit. Mit diesem modernen System sind sie in der Lage, schnell und agil riesige Mengen an Inhalten zu produzieren.

**Diese schnelle Verarbeitung von Inhalten wiederum garantiert Erlebnisse, die Kunden überall und jederzeit zur Interaktion mit dem Unternehmen bzw. der Marke motivieren. Und das führt schließlich zu einer intensiveren Markentreue, die sich positiv auf den Gewinn des Unternehmens auswirkt.**

Unternehmen erstellen also nicht nur fantastisches Design. Sie setzen Design als Wundermittel ein.

# VORTEILE durch Design – mithilfe von Adobe

Da Sie das Wundermittel jetzt kennen, können Sie den Design-Vorteil für sich erlangen. Der Weg dahin ist nicht leicht, aber Adobe hat die passende Lösung.

Seit mehr als 30 Jahren unterstützt Adobe namhafte Unternehmen weltweit mit branchenführenden Kreativlösungen, die diese bei der Erstellung beeindruckender Inhalte einsetzen. Mit Integration mehrerer Lösungen wie der Adobe Creative Cloud für Unternehmen, dem Adobe Experience Manager und der Adobe Digital Publishing Solution bietet Adobe alles, was Sie zur Realisierung der Vorteile durch Design benötigen.

Diese Lösungen vereinen alle notwendigen Komponenten für einen modernen digitalen Workflow. Sie erhalten die gesamte Palette von Kreativapplikationen für Desktop-Computer und mobile Endgeräte sowie integrierte Schriften und Stock-Fotos. Ein System für die Verwaltung und Bereitstellung von Assets sorgt dafür, dass Inhalte stets aktuell und abrufbereit bleiben. Durch direkte Veröffentlichung lassen sich Designs in ansprechende Apps übertragen, die einfach aktualisiert werden können – ohne Programmieraufwand oder Unterstützung der IT. Alle Inhalte lassen sich in der Frequenz und Qualität veröffentlichen, um die hohen Erwartungen moderner Verbraucher und Kunden zu erfüllen.

Weitere Informationen erhalten Sie auf der [Adobe-Website](#) oder bei Ihrem zuständigen Adobe-Vertriebsmitarbeiter.

1. CNBC. *S&P Extinction*. 4. Juni 2015.
2. Design Management Institute. *The Design Value Index*. 2004 – 2014.
3. Forrester Consulting im Auftrag von Adobe. *The Creative Dividend: How Creativity Impacts Business Results*. August 2014.
4. Internet Live Stats, Daten der Internationalen Fernmeldeunion (International Telecommunication Union – ITU) und der Abteilung für Bevölkerungsfragen der UN (United Nations Population Division). [www.internetlivestats.com](http://www.internetlivestats.com). Juli 2015.
5. IDC-Kompaktinfo – gesponsert von Adobe. *Proving the Value of Digital Asset Management*. Juni 2015.



Copyright © 2015 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved.  
Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries.

