

NEWS

#Studie #CIO #CMO #ExperienceBusiness

# Adobe CIOxCMO Barometer 2018: IT und Marketing machen im Experience Business gemeinsame Sache

Aktuelle Adobe Umfrage unter Deutschlands IT- und Marketing-Entscheider zeigt:

- IT und Marketing setzen im Erlebnis-Zeitalter auf eine intensivere Zusammenarbeit
- Mehr als jeder zweite Marketer sieht im CIO einen wichtigen strategischen Partner
- 55 Prozent der IT-Entscheider fühlen sich bei Investitionen in neue Marketing-Technologien zu spät abgeholt

München, 04. Juli 2018 – Der Konkurrenz immer ein Kundenerlebnis voraus: Nicht (nur) das Produkt entscheidet im digitalen Zeitalter über den Übernehmererfolg, sondern die Erlebnisse und Services, die es ermöglichen und anreichern. Davon sind Deutschlands IT- und Marketing-Entscheider gleichermaßen überzeugt: Bei 59 Prozent der ITler und 67 Prozent der Marketer genießt die Customer Experience inzwischen höchste Priorität. Diese Aufgabe lässt sich aber nicht alleine meistern: Daher sind sowohl die IT-Entscheider (95 Prozent) als auch die Marketer (97 Prozent) der festen Überzeugung, dass IT und Marketing das Experience Business nur gemeinsam erfolgreich vorantreiben werden.

Dies ist das Ergebnis des ersten „[CIOxCMO Barometer 2018](#)“ von Adobe, für das rund 175 deutsche IT- und Marketing-Entscheider befragt wurden. In der täglichen Praxis arbeiten demnach schon heute 63 Prozent der IT-Entscheider und 74 Prozent der Marketer eng mit dem jeweiligen CMO bzw. CIO ihres Unternehmens zusammen. Und das ist erst der Anfang: Neben der weiteren Schärfung des Kundenfokus (62 Prozent) und Technologie-Investitionen (56 Prozent) in der IT sowie der stärkeren Personalisierung (54 Prozent) und einer gesteigerten Kreativität (51 Prozent) im Marketing setzen beide Bereiche 2018 auf eine noch engere Zusammenarbeit, um möglichst begeisternde Kundenerlebnisse zu realisieren (IT: 50 Prozent, Marketing: 40 Prozent).

„Der Zusammenarbeit von IT und Marketing kommt im Experience Business eine immer bedeutendere Rolle zu. Sie bildet die Basis, um mit Hilfe moderner Technologien die Kontrolle über das Kundenerlebnis zu übernehmen. Dass IT- und Marketing-Entscheider heute enger zusammenrücken müssen, mag manch einer als Überschneidung der Kompetenzen und als möglichen Konflikt ansehen. Ich bin jedoch der festen Überzeugung, dass nur IT und Marketing künftig Hand in Hand in der Lage sein werden, noch interaktivere und besser abgestimmte digitale Erlebnisse zu schaffen“, so Hartmut König, CTO Central Europe bei Adobe.

#### CIO und CMO arbeiten immer mehr zusammen

Das Verhältnis zwischen IT- und Marketing-Abteilung war in der Vergangenheit nicht immer das Beste. Noch heute hat sich der CIO aus Sicht eines jeden dritten Marketers (29 Prozent) allein um den IT-Support zu kümmern. Und auch ein Viertel der IT-Entscheider (23 Prozent) werfen dem CMO weiterhin vor, ausschließlich in Kampagnen zu denken und nichts von IT zu verstehen.

Doch ein Umdenken hat eingesetzt: IT und Marketing finden immer mehr zusammen. Rund jeder zweite IT-Entscheider (45 Prozent) und Marketer (57 Prozent) sieht im jeweiligen CMO bzw. CIO seines Unternehmens inzwischen einen wichtigen strategischen Partner. Dass der CMO einen relevanten Beitrag zum Unternehmenserfolg leistet, bestätigen 45 Prozent der IT-Entscheider. Das Gleiche sagen 39 Prozent der Marketer über den CIO. Als Treiber erfolgreicher Kundenerlebnisse sehen sich die IT- und Marketing-Entscheider neben dem CEO vor allem selbst (CIO: 54 Prozent, CMO: 53 Prozent). Doch: Während die IT den CMO dabei nahezu auf Augenhöhe verortet (43 Prozent), fällt der CIO in der Einschätzung der Marketer noch immer ein wenig ab, wenn es um die Bereitstellung erfolgreicher Kundenerlebnisse geht (18 Prozent).

#### CIOs fühlen sich bei Tech-Investitionen zu spät abgeholt

In der täglichen Praxis scheint es in der Zusammenarbeit auch deshalb noch vielerorts zu hapern: Bei konkreten Investitionen in neue Marketing-Technologien fühlt sich mehr als jeder zweite IT-Entscheider (55 Prozent) nicht frühzeitig genug vom CMO an Bord geholt, um ihn bestmöglich beraten zu können. In rund jedem fünften Unternehmen zieht der CMO die IT erst bei der Implementierung heran (20 Prozent) oder arbeitet gleich mit externen Agenturen zusammen (17 Prozent). Aus Sicht der ITler ist der CMO zwar häufig der Ausgangspunkt für Technologie-Investitionen (25 Prozent), allerdings fehlt ihm ihrer Meinung nach das IT Know-how, um digitale Marketing-Projekte technologisch voranzubringen (27 Prozent).

## IT und Marketing machen im Experience Business gemeinsame Sache

Viele Marketing-Entscheider sehen die Zusammenarbeit der beiden Bereiche ein wenig anders: Mehr als jeder dritte Marketer (39 Prozent) gibt in der Adobe Umfrage an, dass der CIO von A bis Z in den Prozess der Technologie-Investitionen integriert ist. Die IT unterstützt das Marketing aus der Marketer-Perspektive insbesondere bei der Anbieter-Bewertung (32 Prozent) und der Bestimmung technischer Anforderungen (29 Prozent). Bei 14 Prozent der Unternehmen kommt der IT-Entscheider erst bei Implementierung der neuen Lösung ins Spiel.



Adobe #CIO #CMO Barometer 2018: #IT und #Marketing machen im #ExperienceBusiness gemeinsame Sache  
[www.adobe.ly/2tLXXFp](http://www.adobe.ly/2tLXXFp)



Der Konkurrenz immer ein Kundenerlebnis voraus: Nicht das Produkt entscheidet im digitalen Zeitalter über den Unternehmenserfolg, sondern die Erlebnisse und Services, die es ermöglichen und anreichern. Davon sind Deutschlands IT- und Marketing-Entscheider gleichermaßen überzeugt: Bei 59 Prozent der ITler und 67 Prozent der Marketer genießt die Customer Experience höchste Priorität. Völlig klar ist ihnen aber auch, dass sie diese Aufgabe nicht alleine schultern können. Sowohl die IT-Entscheider (95 Prozent) als auch die Marketer (97 Prozent) sind der festen Überzeugung: Nur gemeinsam werden IT und Marketing das Experience Business erfolgreich vorantreiben. Dies ist das Ergebnis des ersten „CIOxCMO Barometer 2018“ von Adobe: [www.adobe.ly/2tLXXFp](http://www.adobe.ly/2tLXXFp)

### Nützliche Links

- [Blog Post zu Adobe CIOxCMO Barometer 2018](#)
- [Infografik zum CIOxCMO Barometer](#)
- [Digitale Trends 2018 in der IT-Branche](#)
- [Warum Adobe Experience Cloud Ihre IT entlastet](#)
- [Whitepaper: Der Einstieg ins Experience Business für CIOs](#)

### Adobe-Blog & Social Media-Accounts

- [Adobe Digital Experience Blog](#)
- [Twitter](#)
- [Facebook](#)
- [YouTube](#)

### Pressekontakt

ADOBE SYSTEMS GmbH  
 Martin Moschek  
 Communications Manager, Central Europe

### FAKTOR 3 AG

Caroline Lambert  
 PR-Consultant  
 Tel: (0)40-67 94 46-6106  
 Fax: (0)40-67 94 46-11  
 E-Mail: [adobe\\_mc@faktor3.de](mailto:adobe_mc@faktor3.de)  
<http://www.adobe-newsroom.de>