

Pressemeddelelse

8. november 2016

Ny rapport fra Adobe:

Kreative evner er lig med højere indkomst og gør dig til en bedre medarbejder

En ny global undersøgelse fra Adobe viser, at personer, der identificerer sig selv som kreative, har en højere indkomst end dem, der ikke gør. Et flertal på 69 pct. mener desuden, at man bliver en bedre medarbejder, hvis man er kreativ. Rapporten viser også, at Japan opfattes som det mest kreative land i verden. Se alle resultaterne her.

Adobes nye rapport 'State Of Create 2016' viser, at investeringer i kreativitet betaler sig i form af højere indkomst, bedre konkurrencedygtighed og øget produktivitet. Undersøgelsen blev offentliggjort i sidste uge på Adobe MAX i San Diego, der er verdens største konference for kreative.

Rapporten er lavet på baggrund af en undersøgelse blandt mere end 5.000 besvarelser fra personer fra USA, England, Frankrig, Tyskland og Japan. Den viser, at personer, der identificerer sig selv som kreative, har en 13 pct. højere husstandsindkomst end personer, der ikke identificerer sig selv som kreative. Desuden mener over 69 pct. at man bliver en bedre medarbejder, leder, forældre eller studerende ved at være kreativ.

"Vores undersøgelse understreger, at kreativitet og produktivitet går hånd i hånd, og derfor er en investering i kreativitet ofte en god beslutning. Men på trods af, at der er stigende fokus på kreativitet, har området stadig ikke den fornødne prioritet i mange virksomheder. Det er ærgerligt, for nøglen til økonomisk succes ligger i høj grad i at give sine medarbejdere værktøjerne og friheden til at være kreative," siger Klara Lundquist, nordisk marketingchef for Adobe Creative Cloud Enterprise.

Japanere er de mest kreative

Deltagerne i undersøgelsen blev også spurgt, hvilket land og hvilken by de ser som mest kreativ. 34 pct. af de adspurgte i undersøgelsen peger på Japan som det mest kreative land, efterfulgt af USA med 28 pct. Til sammenligning mener kun 11 pct. af deltagerne, at enten Frankrig, Tyskland eller England er det mest kreative land.

Undersøgelsen viser også, at hele 26 pct. mener, at Tokyo er den mest kreative by i verden - til sammenligning er der kun 7 pct., der mener, at Berlin er den mest kreative by.

Udvalgte resultater fra rapporten:

Kreativitet kvæles af uddannelsessystemet:

- 65 pct. mener, at kreativitet bliver kvalt af uddannelsessystemet, og kun 37 pct. føler, at regeringen opfordrer skolerne til at undervise eleverne i at være kreative.

Kreativitet betaler sig, men få udnytter deres kreative potentiale:

- Det betaler sig at være kreativ: baseret på respondenternes husstandsindkomst, tjener kreative 13 pct. mere end ikke-kreative.

- Kun 31 pct. af de adspurgte kreative føler, at de lever op til deres kreative potentiale.

Folk betaler mere for godt design – men på arbejdspladsen fremhæves produktivitet over kreativitet:

- 74 pct. af deltagerne mener også, at det er vigtigt for virksomheder at fokusere på godt design. Næsten halvdelen (45 pct.) af alle deltagerne har i løbet af det sidste år betalt mere for et produkt eller en service, der havde et godt design.
- De fleste deltagere i undersøgelsen mener, at virksomheder, der investerer i kreativitet, i højere grad vil skabe innovation (78 pct.), være konkurrencedygtige, få en bedre kundeservice (78 pct.), få tilfredse kunder (80 pct.) og være økonomisk succesfulde (73 pct.).
- 76 pct. af deltagerne mener også, at disse virksomheder vil have gladere medarbejdere og en øget produktivitet (78 pct.).
- 77 pct. mener, at der er et øget pres for at være produktiv, frem for at være kreativ på jobbet. Men samtidig mener 56 pct., at medarbejderne forventes at tænke mere kreativt.

Om undersøgelsen

Adobes 'State of Create 2016'-undersøgelse bygger på en online-undersøgelse blandt 5.026 personer i alderen +28 år i USA, England, Frankrig, Tyskland og Japan. Undersøgelsen blev gennemført i perioden den 19. september 2016 til 3. oktober 2016. Undersøgelsen blev udført af Edelman Intelligence.

Læs mere om undersøgelsen her: <http://www.adobe.com/go/stateofcreate2016>

For yderligere information

Adobe, kommunikationschef Jes Schyum, tlf. 26 70 46 70, e-mail: jschyum@adobe.com

Holm Kommunikation, konsulent Ida Brixtofte Nielsen, tlf. 50 60 14 69, e-mail: ibn@holm.dk

Om Adobe

Adobe ændrer verden igennem digitale oplevelser. For mere information, besøg www.adobe.com