



**Die Zukunft der kreativen
Zusammenarbeit.**



The Drum.



Adobe

Inhalt.

Einführung	01
Methodik	03
Die wichtigsten Erkenntnisse	04
Kreative Zusammenarbeit als Wegbereiter der Zukunft	06
Sichtbare Ergebnisse	08
Höhere Produktivität, weniger Aufwand	10
Gründe für die Skepsis gegenüber Tools für Zusammenarbeit	12
Umwandlung der Skepsis in Optimismus und Blick in die Zukunft	14
Fazit	16

Einführung.

Kreative Zusammenarbeit ist heute Normalität.

Kreativität und Innovation sind heute nicht mehr auf den Arbeitsplatz beschränkt, sondern sind auch in unserem Alltag präsent. Inzwischen sollten wir in der Lage sein, immer und überall kreativ zu sein - egal, wann und mit wem wir zusammenarbeiten möchten. Da Teamwork für die meisten Kreativen zur täglichen Arbeitsroutine gehört, könnte man meinen, dass Technologie hierfür die gemeinsame Plattform bereitstellt. Doch obwohl die technologischen Voraussetzungen vorhanden sind, werden diese Studien zufolge noch viel zu wenig genutzt. Nur 36 % aller Befragten, die in der Kreativbranche tätig sind, setzen Tools und Technologien für kreative Zusammenarbeit ein und 23 % sagen, dass ihnen das nötige Wissen fehlt, um die richtige Technologieauswahl für sich zu treffen. Es ist also noch viel Aufklärungsarbeit von Nöten, bis Marketer Raum, Tools und Unternehmenskultur für den Aufbau einer wirklich zusammenarbeitsorientierten Technologieumgebung am Arbeitsplatz gefunden haben.

Die vorliegende Studie, die in Zusammenarbeit mit The Drum durchgeführt wurde, ist ein wichtiger Schritt in diese Richtung. Sie stellt weitverbreitete Tools für kreative Zusammenarbeit vor und zeigt sowohl Hindernisse bei der Einführung als auch Wege zu einer effizienteren Nutzung dieser Tools auf.

Wir bei Adobe glauben, dass der Zeitpunkt gekommen ist, sich ausführlicher mit den Herausforderungen und Chancen der kreativen Zusammenarbeit auseinanderzusetzen. Dafür sprechen mehrere Gründe:

- 1** Die digitale Beschleunigung führt zu mehr Vernetzung. Diese wiederum erhöht den Konsum von Content, da Anwender mehr Geräte als je zuvor für ihre Interessen nutzen.
- 2** In den meisten Organisationen nimmt die Bedeutung von Zusammenarbeit – auch auf abteilungsübergreifender Ebene – zu. Marketer müssen sich demnach vom Einzelkämpfer zum Teamplayer entwickeln.
- 3** Organisationen müssen mehr Content denn je erstellen und Methoden für eine konsistente Bereitstellung entwickeln. Und Kreativität liefert das notwendige Fundament, um mit diesem Wandel Schritt halten zu können.



Methodik.

Adobe hat in Zusammenarbeit mit The Drum die Zukunft der kreativen Zusammenarbeit untersucht. Ein besonderes Augenmerk galt dabei den Tools und Technologien, die zur Unterstützung des Kreativprozesses verwendet werden.

Befragt wurden über 166 Kreativprofis in leitenden Positionen. Auf den folgenden Seiten befassen wir uns mit der Bedeutung der Tools für kreative Zusammenarbeit, der Einstellung potenzieller Anwender gegenüber diesen Tools und den möglichen Auswirkungen von KI auf die Zukunft der Kreativität.

Die wichtigsten Erkenntnisse.

Obwohl die meisten der Befragten glauben, dass sie ihren Content mit Tools und neuen Methoden für kreative Zusammenarbeit verbessern könnten, verwenden nur

36 %

diese Tools aktiv in ihrem Unternehmen.

Besorgniserregend ist, dass

52 %

diese Tools überhaupt nicht einsetzen.

Während die meisten Studienteilnehmer wissen, dass Tools für kreative Zusammenarbeit ihnen zu besseren Arbeitsergebnissen verhelfen können, gab ein Teil der Befragten an, kostenlose oder geförderte Software zu verwenden.

16 %

betrachten mehr Effizienz und Produktivität als die größten Vorteile, die mit dem Einsatz von Tools für kreative Zusammenarbeit verbunden sind.

Unsere Studie hat ergeben, dass Kreative, die Tools für Zusammenarbeit eingeführt haben, in mehrfacher Hinsicht profitieren.

34 % sagen, dass ihre künftigen Designer mit diesen Tools mehr Zeit für die Erstellung von höherwertigen Inhalten haben.

31 % verzeichnen eine höhere Gesamtproduktivität.

29 % konnten ein besseres Datenfundament aufbauen und Workflows straffen.

27 % entwickelten ein umfassenderes Verständnis von Design und

25 % gewannen tiefere Erkenntnisse, die zu einer besseren Entscheidungsfindung beitrugen.

Ein kleiner Anteil der Befragten äußerte Bedenken in Bezug auf die Verwendung von Tools für kreative Zusammenarbeit.

14 %

denken, dass die damit erstellten Designs kalt wirken.

8 %

befürchten, dass durch die Automatisierung von Kreativprozessen Arbeitsplätze verloren gehen.

Kreative Zusammenarbeit als Wegbereiter der Zukunft.

Früher lag Marketing eher in der Verantwortung einzelner Personen anstatt ganzer Teams. Mit der digitalen Beschleunigung ist Zusammenarbeit am Arbeitsplatz heute allerdings so wichtig wie nie. Laut unserer Studie glauben 42 % aller Marketing-Experten, dass die Bedeutung von Kreativ-Content in den nächsten fünf Jahren für die Branche zunehmen wird. Kreativität wird demnach zu einer zentralen Fähigkeit fast aller Mitarbeiter werden.

Um Kreativität am Arbeitsplatz fördern zu können, sollten die technologischen Grundvoraussetzungen für eine organisationsweite Zusammenarbeit gegeben sein. Programme wie Adobe Creative Cloud, Slack und Figma ermöglichen Teams reibungslose Zusammenarbeit unabhängig von ihrem Standort. Projekte und Kampagnen werden automatisch synchronisiert, sodass die Beteiligten auf demselben aktuellen Kenntnisstand bleiben. Kreative können in Echtzeit Kommentare abgeben, sodass Feedback schnell implementiert werden kann. Alle Inhalte und die gesamte Kommunikation werden an zentraler Stelle gespeichert, um einen jederzeit nachvollziehbaren Projektverlauf und den Austausch von Berichten und Feedback zu gewährleisten. Der größte Vorteil ist, dass diese Tools im Hintergrund ausgeführt werden.

Das bedeutet, dass sich die Teams auf die kreativen Aspekte ihrer Arbeit konzentrieren können und gleichzeitig ihre Kommunikation verbessern.

In dieser Studie wurden 166 Kreativprofis in leitenden Positionen befragt. Wir wollten herausfinden, inwiefern ihnen Tools für kreative Zusammenarbeit nützen können, aber auch verstehen, warum manche Organisationen diese neuen Technologien nicht implementieren. Sie sollten uns auch mitteilen, wie die kreative Zusammenarbeit - und der Kreativprozess - ihrer Meinung nach in Zukunft aussehen werden. Sechs von zehn der befragten Führungskräfte wissen, dass Teams, die mit diesen Tools ausgestattet sind, effizienter arbeiten. Ganz eindeutig ist durch den offenen Kommunikationspfad die Arbeit schneller getan. Aufgrund des geringeren Lieferaufwands bleibt mehr Zeit für die Entwicklung.

Die Kreativen bestätigen die Erkenntnis, dass sich die Verwendung von Tools für kreative Zusammenarbeit bezahlt macht: 11,7 % sind der Meinung, dass Organisationen mit diesen Tools besseren Content erstellen können. Knapp 9,2 % glauben, dass sie die Kommunikation zwischen Teams effizienter machen. Andere erkannten den hohen Synergieeffekt, den diese Tools ermöglichen. 8,6 % der Befragten sagen, dass sie mit Tools für Zusammenarbeit kreativer arbeiten können. Und 7,4 % der Kreativen gefällt das Zusammengehörigkeitsgefühl, das die Funktionen für den direkten Austausch zwischen Team-Mitgliedern erzeugen.

Sichtbare Ergebnisse.

Bei der Kreativagentur VCCP zum Beispiel sind vor allem die gemeinsamen Bibliotheken in Adobe Photoshop, After Effects und Illustrator beliebt. „Mit den Tools können wir unser Kreativmaterial weltweit für verschiedene Studios bereitstellen und eine konsistente CI gewährleisten. So müssen wir uns keine Gedanken mehr darüber machen, ob unsere Designer das richtige Logo bzw. die passende Schrift oder Farbpalette verwenden“, berichtet Mik Shaw, Design Director bei VCCP CX. „Ein großer Vorteil ist, dass wir Änderungen an einem Logo sofort auf allen Workstations verfügbar machen können, indem wir das entsprechende Element einfach in der Bibliothek ändern.“

Abgesehen davon ist den Befragten aber auch das wirtschaftliche Potenzial von Tools für kreative Zusammenarbeit bewusst: 12,9 % denken, dass diese Tools zu Umsatzsteigerungen beitragen, wobei 4,3 % glauben, dass ihre Kunden zufriedener sind, seit sie diese Tools verwenden. 4,3 % haben den Eindruck, dass ihre Arbeit insgesamt konsistenter geworden ist.

Viele der Programme bieten Mitarbeitern weltweit die Möglichkeit, Ideen und Kreativelemente schnell und direkt untereinander auszutauschen. Ein weiterer Vorteil: Alle Tools sind an zentraler Stelle vereint, sodass sich Projekte leichter organisieren und Prozesse optimieren lassen. „Mit Tools für kreative Zusammenarbeit werden Distanzen zwischen Team-Mitgliedern überwunden“, so Karol Goreczny, Art Director bei Unit9. „Es ist, als wären alle Team-Mitglieder in einem Raum versammelt, obwohl sie eigentlich weit voneinander entfernt sind. Tools für kreative Zusammenarbeit kombinieren die Geschwindigkeit der Alleinarbeit mit den Vorteilen, die Teamwork im Schaffensprozess ermöglicht.“

Jon Bancroft, Associate Creative Director bei VCCP fügt hinzu: „Kreative Zusammenarbeit ist das Bindeglied, das uns zusammenhält. Sie ist

unverzichtbar, um aus einem Gedanken eine Idee werden zu lassen und aus dieser Idee ein Produkt zu entwickeln. Ohne Zusammenarbeit funktionieren wir als Unternehmen nicht. Kreativität und Produktion basieren bei uns auf einem gemeinsamen Denkprozess, damit wir unsere Aufgaben auf höchstem Niveau erfüllen können. Jeder einzelne Mitarbeiter weiß, was er von seinen Kollegen erwarten kann, sodass er sich auf seinen Beitrag am großen Ganzen konzentrieren und andere im Entwicklungsprozess inspirieren kann. Auf diese Weise wird agiles Arbeiten ermöglicht.“

Tools für kreative Zusammenarbeit beschleunigen auch Genehmigungsprozesse. Kreative können sich über verschiedene Funktionen mit den Kunden austauschen. VCCP zum Beispiel sendet seinen Kunden E-Mail-Designs direkt aus Adobe XD heraus, wartet auf ihr Feedback oder ihre Genehmigung und schickt das Design schließlich als Referenz oder Vorlage an externe Entwicklungs-Teams. Die Tools ermöglichen eine bessere Synchronisation, sodass alle Projektbeteiligten immer an der neuesten Version arbeiten.

“*Kreative
Zusammenarbeit ist
das Bindeglied, das
unser Unternehmen
zusammenhält.*“

Höhere Produktivität, weniger Aufwand.

Während sich Kreativität und Zusammenarbeit ihren Weg in unseren (Berufs-)Alltag bahnen, steigt auch die Nachfrage nach Content. Für viele Marketing-Teams wächst der Druck, effizienter arbeiten zu müssen, sprich, mehr zu leisten, und das bei ähnlichen Budgets und Terminvorgaben. Um produktiver sein zu können, ist sowohl die enge Zusammenarbeit mit Kollegen und Geschäftspartnern als auch der Einsatz der entsprechenden Technologie unumgänglich. Das belegen auch die Studienergebnisse.

Ein Drittel aller Teilnehmer ist der Meinung, dass Tools für Zusammenarbeit die Produktivität von Kreativ-Teams steigern, und 28 % finden, dass diese Tools ihre Workflows vereinfachen. Darüber hinaus sind 29 % der Kreativen davon überzeugt, dass moderne Tools in Zukunft mit einem erhöhten Datenumfang einhergehen werden und dass Kreative deshalb eine Möglichkeit brauchen, diese Daten effizienter zu nutzen. Ein Viertel aller Befragten ist der Meinung, dass Kreative mithilfe dieser Tools fundiertere Erkenntnisse gewinnen und davon ausgehend herausfinden können, was funktioniert bzw. was nicht funktioniert.

Die Zukunft der kreativen Zusammenarbeit ist in aller Munde. Oft wird darüber spekuliert, wie diese Zusammenarbeit aussehen könnte und wie sie Kreative vom Druck befreien könnte, in kurzer

“ Ein Drittel aller Teilnehmer ist der Meinung, dass Tools für Zusammenarbeit die Produktivität von Kreativ-Teams steigern.

Zeit immer mehr zu leisten. Eine wirklich vollständige Antwort darauf gibt es bisher nicht. Man kann nicht leugnen, dass der uneingeschränkte Einsatz von KI und Tools für Kreativität immer wieder auf Zurückhaltung oder sogar Widerstand stößt. Bis diese Technologien branchenweit akzeptiert und angenommen werden, ist es noch ein weiter Weg. Selbst wenn Kreative sich der positiven Effekte von Technologie bewusst sind, schrecken sie in der Praxis oft davor zurück.

Gründe für die Skepsis gegenüber Tools für Zusammenarbeit.

Immerhin 52 % aller Befragten gaben an, dass sie derzeit keine Technologien und Tools für kreative Zusammenarbeit in ihrem Unternehmen einsetzen, obwohl viele von ihnen die potenziellen Vorteile kennen. Warum investieren sie also nicht? Angesichts der Vielzahl an Tools für kreative Zusammenarbeit - von Adobe Creative Cloud bis hin zu Microsoft Teams, Slack, Figma, inVision, Google Drive, Spark AR Studio - wissen Unternehmen und Kreative oft kaum, welche Tools am besten für sie geeignet sind.

Die Frage, ob zu viele Tools auf dem Markt sind, wurde von 16 % mit einem Ja beantwortet. Weitere 23 % gaben an, dass die verfügbaren Informationen nicht ausreichen, um zu einer fundierten Kaufentscheidung zu gelangen. 7 % der Kreativen hingegen müssen sich in ihrem Job zu häufig mit neuen Tools vertraut machen, was schließlich dieselbe Konsequenz hat: Sie können nicht entscheiden, welche Tools am besten für ihre Zwecke geeignet sind. Besonders besorgniserregend ist die Tatsache, dass 20 % immer noch glauben, dass der Einsatz von Tools für Zusammenarbeit zu kompliziert ist. Die potenziellen Vorteile müssen also noch besser kommuniziert werden.

Die Marketing-Experten, mit denen wir gesprochen haben, sind allerdings auch der Meinung, dass sich das Bewusstsein für Technologien wie KI in den nächsten Jahren mit zunehmender Verbreitung verstärken wird. „Die Art und Weise, wie wir zusammenarbeiten, verändert sich durch die neuen Technologien und Produkte, mit denen wir Projekte schneller und produktiver umsetzen können“, so Karol Goreczny von Unit9. „In Zukunft werden sich manche Prozesse durch KI automatisieren lassen, sodass mehr Zeit und Raum für die Projekte selbst bleibt.“

Technologie und Kreativität wachsen immer mehr zusammen, und das sei auch gut so, versichert Goreczny und fährt fort: „Virtual Reality und Augmented Reality werden eine wichtige Rolle in der kreativen Zusammenarbeit einnehmen. Diese Technologien bringen Menschen in einem virtuellen Raum zusammen, wo sie sich abstimmen, Feedback im richtigen Kontext bereitstellen und Projekte iterieren können.“

Auch Jon Bancroft ist dieser Meinung. „KI wird Prozesse optimieren und Hindernisse beseitigen. Der automatisierte Prozess wird effizienter, flüssiger und als Methode der Zusammenarbeit angenommen werden“, erklärt er. „Technologie wird uns dazu verhelfen, Beziehungen zwischen Teams und Fachbereichen aufzubauen, sodass wir unser kreatives Spektrum erweitern können. Und später werden sich diese Tools für Zusammenarbeit mit KI und Design-Prinzipien sowie Stress-Tests weiter kombinieren lassen, sodass wir schneller agieren und sie besser machen können.“

Damon Ava, Creative Director bei Antoni, fügt hinzu: „Software wird oft völlig unterschätzt. Dabei handelt es sich um den Motor, mit dem wir unsere Ideen zum Leben erwecken. [...] Im Grunde brauchen wir Software wie der Künstler seine Stifte.“

Umwandlung der Skepsis in Optimismus und Blick in die Zukunft.

In der Studie wurden Bedenken über die Rolle von Technologie im Kreativprozess geäußert. Rund 14 % der Befragten befürchten, dass ein Design, das mit einer Maschine erstellt wurde, zu unpersönlich und emotionslos wirkt. 8 % glauben sogar, dass diese Tools menschliche Arbeitskräfte im kreativen Bereich ersetzen könnten. „Kunst, die mithilfe von KI erstellt wurde, betrachte ich mit Skepsis. Für mich wird Kunst durch Gefühle definiert, die nur wir Menschen haben, und das kann durch nichts ersetzt werden“, so Karol Goreczny. „Vielleicht wird KI in Zukunft so ausgereift sein, dass damit menschliche Entscheidungen (und Gefühle) simuliert werden können, aber das wird die ganze Welt verändern und möglicherweise außer Kontrolle geraten.“

„Ob kreative Problemlösung oder das Kreativ-Design an sich - Kreativität hat viele Gesichter. Dahinter stecken jedoch Ideen oder Gedankengänge, die jemand im Rahmen von persönlichen Erfahrungen entwickelt und definiert hat“, sagt Jon Bancroft. „Kann KI eine fesselnde Headline oder ein blaues Kaninchen erschaffen, das Betrachter in ein Wunderland von Live-Experiences lockt? Ich glaube nicht, dass die Technologie so weit entwickelt ist, und wenn es so wäre, würde ich mir große Sorgen um die Menschheit machen. Ich habe Terminator gesehen ...“

“Ob kreative Problemlösung oder das Kreativ-Design an sich - Kreativität hat viele Gesichter. Dahinter stecken jedoch Ideen oder Gedankengänge, die jemand im Rahmen von persönlichen Erfahrungen entwickelt und definiert hat.“

Fazit.

Technologie mag die Art und Weise verändern, wie Kreative arbeiten, aber das muss nicht unbedingt etwas Negatives sein. Tatsächlich sind nur 3,1 % der Befragten der Meinung, dass die Implementierung von Tools für kreative Zusammenarbeit am Arbeitsplatz keinerlei Vorteile mit sich bringt. Die anderen Studienteilnehmer nannten dagegen viele verschiedene Gründe, die für eine Einbindung dieser Tools in den Kreativprozess sprechen, zum Beispiel höhere Produktivität (16 %), mehr Umsatz (12,9 %), bessere Ergebnisse (11,7 %), effizientere Kommunikation (9,2 %), mehr Ideen (8,6 %), persönliche Zufriedenheit (7,4 %), Konsistenz (4,3 %), Kundenzufriedenheit (4,3 %) und Diversifikation (3,7 %).

Kreativen fehlt manchmal noch eine genaue Vorstellung davon, wie Organisationen von diesen Tools profitieren können. Diese Bedenken werden aber inzwischen immer häufiger durch die umfassende Beratung des Fachhandels ausgeräumt. Viele Kreative empfinden Technologie nicht als Bedrohung für ihren Kreativprozess, denn sie sind davon überzeugt, dass Technologie die menschliche Vorstellungskraft niemals ersetzen kann. Diese Bedenken sollten also nicht im Vordergrund stehen.

Diejenigen, die ihre Bedenken abgelegt haben und bereit sind, neue Tools auszuprobieren, werden mit Sicherheit positive Ergebnisse erzielen. In Bezug auf die Bedeutung von Kreativ-Design in den nächsten Jahren ist

“ Mit Tools können wir unsere Ideen zum Leben erwecken und unseren Horizont durch neue Möglichkeiten erweitern.

man gespaltener Meinung: 42 % der Befragten gehen davon aus, dass der Einsatz dieser Tools für Organisationen immer wichtiger wird, während 43 % glauben, dass sich im Vergleich zu heute kaum etwas ändern wird.

Angesichts der rasanten Entwicklung von Technologien und Machine-Learning-Systemen, auf die sich inzwischen immer mehr Unternehmen und Branchen verlassen, sollte man sich früher oder später mit den positiven Auswirkungen dieser Tools auseinandersetzen. Es ist wichtig zu wissen, dass sich damit Prozesse optimieren und wachsende Anforderungen erfüllen lassen, ohne dass die kreative Arbeit darunter leidet. Ohne vollkommen auf die gewohnten Vorgehensweisen verzichten zu müssen, sollten sich Kreativ-Teams und Organisationen auf neue Technologien einstellen, um mit ihnen zu wachsen. The Drum und Adobe haben es sich zum Ziel gesetzt, das Bewusstsein für die wachsende Bedeutung neuer Technologien und Tools für Zusammenarbeit zu schärfen, damit sich Marketer zur besten Version ihrer selbst entwickeln können.

„Mit Tools können wir unsere Ideen zum Leben erwecken und unseren Horizont durch neue Möglichkeiten erweitern“, so Damon Ava von Antoni. „Das ist die Zukunft, und wir müssen sie annehmen.“

Creative Cloud für Teams.

Mehr als 20 Programme für Einsteiger und Experten: Creative Cloud für Teams ist der Branchenstandard für Design, Web, Fotografie und Video sowie Services für bessere Zusammenarbeit.

Mit Tools für Zusammenarbeit, die in allen Kreativprogrammen integriert sind, lassen sich Design-Elemente sicher und zuverlässig speichern, mit anderen teilen und synchronisieren. So können kreative Meisterwerke von überall aus umgesetzt werden.

Weitere Informationen: www.adobe.com/de/creativecloud/business/teams/plans.html

