



Das Potenzial generativer KI im Dokumenten-Management

Einschätzungen von Führungskräften im Digitalbereich



Research
Powered
Content

In Zusammenarbeit mit

Adobe



Inhalt

- 3 Zusammenfassung
- 4 Einführung
- 7 Ansichten gegenüber KI
- 10 Vorteile und Hindernisse
- 12 Fazit



Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Publikation darf ohne die vorherige schriftliche Genehmigung vom Herausgeber reproduziert oder elektronisch, mechanisch oder auf sonstige Weise weitergegeben werden, z. B. in Form von Fotokopien, Aufzeichnungen oder Dateien in einem Archivierungs- oder Datenverwaltungs-System.

Zusammenfassung

Führungskräfte weltweit befassen sich mit generativer KI und damit verbundenen Möglichkeiten, die Produktivität ihrer Mitarbeitenden zu steigern.

Im Auftrag von Adobe, einem Marktführer mit langjähriger Erfahrung in der Vereinfachung betrieblicher Kommunikation und Zusammenarbeit, hat London Research Vertreterinnen und Vertreter von Unternehmen zu den Vorteilen und Herausforderungen beim Einsatz generativer KI im Dokumenten-Management und zugehörigen Aufgabenbereichen befragt.

Die Ergebnisse zeigen, dass es in vielen Organisationen Vorbehalte gegenüber generativer KI gibt. Der überwiegende Teil der Entscheidenden sieht jedoch eine große Chance, die Produktivität von einzelnen Beschäftigten und dem Unternehmen insgesamt zu steigern.

Dieses Whitepaper untersucht die Haltung von Führungskräften im Digitalbereich – Chief Information Officers (CIOs), Chief Technology Officers (CTOs) und Chief Digital Officers (CDOs) – zur Rolle von KI bei wissensbasierten Aufgaben.

Mehr als 4 von 5 Befragten (83 %) geben an, dass ihre Organisation in Bezug auf den Einsatz von KI sehr oder insgesamt umsichtig ist. Ihre persönliche Einschätzung von KI bezeichnen dagegen fast alle (90 %) als sehr oder insgesamt positiv.

Weitere Ergebnisse aus der Umfrage:

- **Höchste Priorität für Organisationen haben Sicherheit (81 %) und digitale Transformation (80 %).** Etwa zwei Drittel der befragten Organisationen möchten durch den Einsatz von Technologie Kosten reduzieren und die Effizienz verbessern.
- **KI spielt dabei eine wichtige Rolle.** Die Hälfte der Befragten (50 %) stimmt voll und ganz zu, dass ihre Organisation mithilfe von KI die Personalproduktivität steigern will.
- **Zu den weiteren erhofften Vorteilen von KI gehört, dass sich die Beschäftigten besser auf Aufgaben mit höherer Wertschöpfung konzentrieren können, die Time-to-Knowledge verkürzt wird und die Content-Produktion skaliert werden kann.**
- **Die Mehrzahl der befragten Unternehmen setzt KI jedoch bisher gar nicht (24 %) oder lediglich auf Versuchsbasis (31 %) ein.** Nur 19 % geben an, dass die Technologie fester Bestandteil ihres Geschäftsalltags ist.
- **Die größten Hindernisse bei der Integration von KI sind Bedenken bzgl. der Sicherheit, ethische und rechtliche Fragen, mangelnde Kenntnisse von und mangelnde Erfahrung im Umgang mit dieser Technologie sowie unzureichende Budgets.**

Methodik

Dieser Report ist der erste in einer dreiteiligen Reihe, in der die Einschätzungen zum Einsatz generativer KI bei der Content-Erstellung und -Verwaltung in unterschiedlichen Geschäftsbereichen beleuchtet werden. Im Frühjahr 2024 wurden dafür 450 Führungskräfte von verschiedenen Management-Ebenen befragt. Die Teilnehmenden kamen zu gleichen Anteilen aus dem Vereinigten Königreich, Frankreich und Deutschland. Im vorliegenden Report wird die Perspektive von Führungskräften im Digitalbereich (CIOs/CTOs, CDOs und Digital Strategists) dargestellt.

Teil 1

Einführung

„Viele Führungskräfte stellen sich auf unruhige wirtschaftliche Zeiten ein. Neben geopolitischer Instabilität, schwankenden Rohstoffmärkten und steigender Inflation rechnen sie mit weiteren internationalen Gesundheitskrisen, häufigeren und extremeren Klimarisiken sowie tiefgreifenden Veränderungen bei der Nachfrage auf Verbraucher- und Industrieseite. Langfristig könnten diese Entwicklungen den Druck auf ihre Geschäftsmodelle erhöhen – und damit auch die Notwendigkeit für Resilienz.“

Diese Warnung stammt aus einem Artikel des Beratungsunternehmens [McKinsey & Company](#), der Ende 2022 veröffentlicht wurde. Die Ereignisse der letzten 2 Jahre haben diese Einschätzung nur bestätigt. Aber was bedeutet das für Knowledge Worker? Und welche Rolle spielt dabei digitale Technologie – insbesondere KI?

Dieser Report untersucht, welche Maßnahmen CIOs, CTOs und CDOs für nötig halten, damit ihr Unternehmen in diesem veränderten Umfeld bestehen kann. Wie die Befragung zeigt (*Abbildung 1*), wird die Entscheidung über den Einsatz von KI zur Steigerung der Personalproduktivität in den meisten Fällen von CIOs und CTOs getroffen (laut 59 % der Teilnehmenden). Wenn sie nicht selbst entscheiden, sind sie fast immer maßgeblich am Entscheidungsprozess beteiligt. 45 % der Befragten nennen CDOs als entscheidungstragend. Derselbe Prozentsatz bezeichnet sie als beeinflussend.

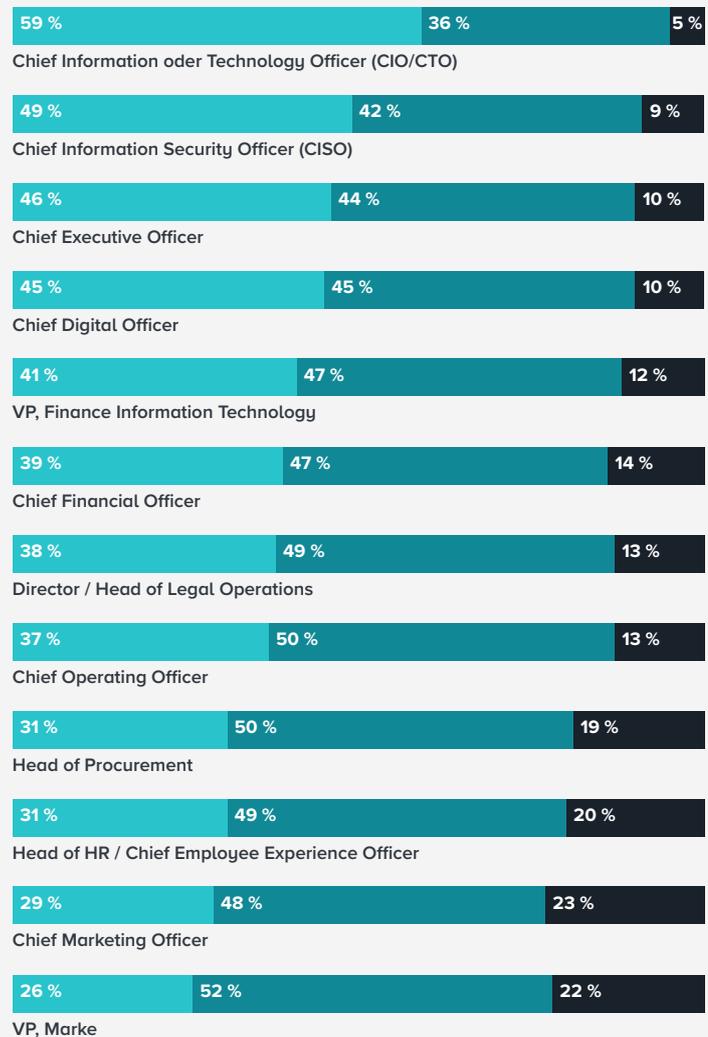
Laut vorab durchgeführten qualitativen Recherchen haben Führungskräfte im Digitalbereich folgende geschäftliche Prioritäten:

- den größtmöglichen Nutzen aus langfristigen IT-Investitionen sicherstellen und gleichzeitig die Time-to-ROI abteilungsübergreifend verkürzen
- die Customer Experience verbessern
- die Employee Experience verbessern
- neue Technologie (insbesondere KI) für klar definierte Zwecke/Use Cases nutzen

ABBILDUNG 1

Welche Führungskräfte in deiner Organisation entscheiden maßgeblich über den Einsatz von KI zur Steigerung der Produktivität?

- Entscheidungstragend
- Beeinflussend
- Nicht involviert



Die Ergebnisse der Umfrage belegen, dass die meisten dieser Ziele weiterhin relevant sind (Abbildung 2). Allerdings haben sich in den letzten 12 Monaten innerhalb der Rangliste auch einige Verschiebungen ergeben (Abbildung 3). 2024 sind die 2 wichtigsten Prioritäten für unsere Befragten Sicherheit (81 %) und digitale Transformation (80 %).

Der Fokus auf Sicherheit ist ebenso wenig überraschend wie die Tatsache, dass dieser Aspekt am stärksten zugelegt hat. Verantwortlich dafür sind zum Teil die steigenden Kosten durch Datenlecks. Laut IBM ist der internationale Durchschnittswert in den 3 Jahren bis 2023 um 15 % auf 4,45 Mio. US-Dollar pro Störfall geklettert. Diese Summe schließt die Kosten zur Aufdeckung des Datenlecks, die anschließenden Maßnahmen und die Benachrichtigung von Kundinnen, Kunden und Aufsichtsbehörden ein. Ebenfalls enthalten sind Kosten durch Geschäftsverluste – von Betriebsausfällen und Umsatzeinbrüchen aufgrund verlorener Kundschaft sowie Investitionen in die Kundenakquise bis zum Image- und Vertrauensschaden.

Das stärkere Augenmerk auf Sicherheit ist aber auch eine Folge der technologischen Entwicklung. Unternehmen arbeiten heute verstärkt mit Cloud-basierter Software (Abbildung 4). Der bereits erwähnte Report von IBM hat aber auch ermittelt, dass bei 82 % aller Datenschutzverletzungen im Jahr 2023 die betroffenen Daten in der Cloud gespeichert waren. Tatsächlich sieht mehr als ein Drittel der Teilnehmenden an unserer Befragung (36 %) Sicherheitsbedenken gegenüber der Cloud als wichtiges Hindernis für die Einführung von KI an (siehe Teil 3).

Und natürlich sind Unternehmen nicht die einzigen, die KI nutzen. Auch Cyber-Kriminelle suchen nach Möglichkeiten, KI für immer raffiniertere Angriffe zu missbrauchen.

71 %
der Führungskräfte im Digitalbereich sagen, dass Sicherheit für sie in den vergangenen 12 Monaten eine wichtigere Rolle gespielt hat.

ABBILDUNG 2

Welche Priorität haben folgende Themen in diesem Jahr für deine Organisation?

● Hohe Priorität ● Mittlere Priorität ● Niedrige Priorität

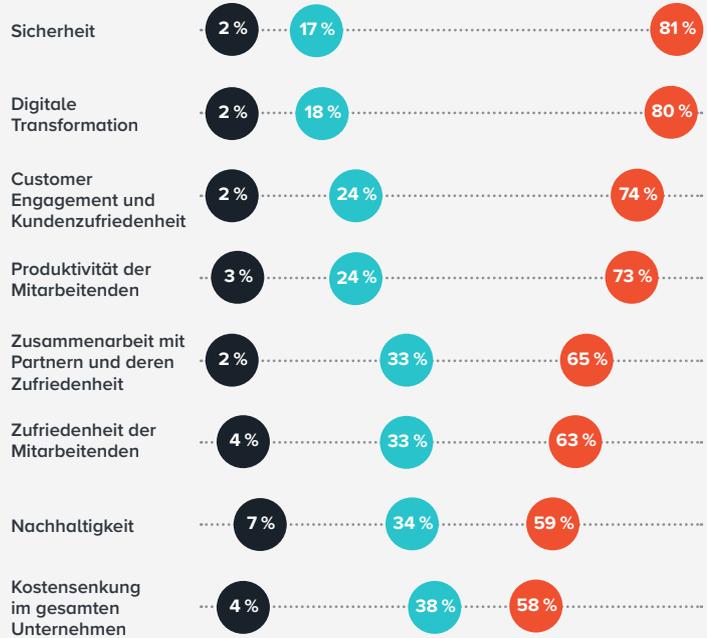
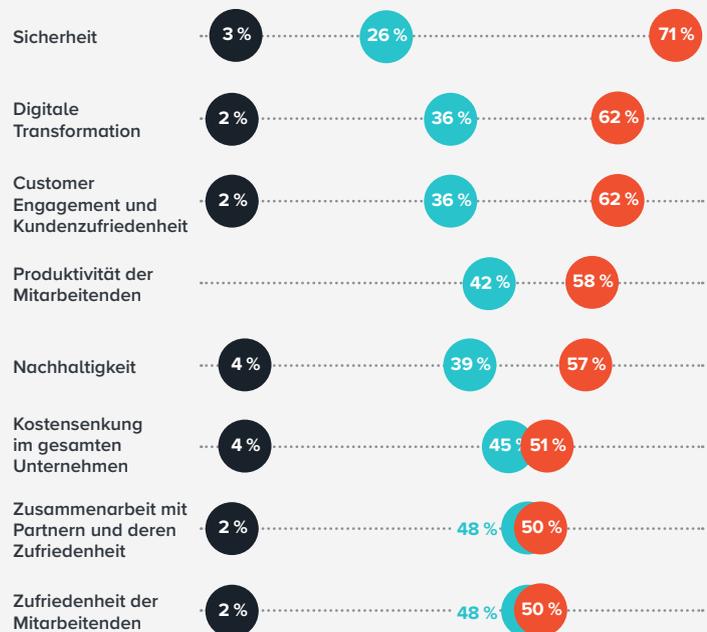


ABBILDUNG 3

Wie wichtig sind die folgenden Ziele für deine Organisation im Vergleich zum Vorjahr?

● Wichtiger ● Gleich wichtig ● Weniger wichtig



Digitale Transformation: ein nie endender Prozess

Die hohe – und gestiegene – Priorität der digitalen Transformation lässt sich nicht so einfach erklären. Vielleicht haben inzwischen einfach auch die zögerlichsten Unternehmen erkannt, dass sie bei der Digitalisierung keine Zeit mehr verlieren dürfen. Immer mehr Anzeichen deuten aber darauf hin, dass die digitale Transformation ein fortlaufender Prozess ist. Unternehmen müssen ihre digitalen Kompetenzen kontinuierlich ausbauen, wenn sie mit neuen Technologien, Veränderungen im Kundenverhalten und schnellleibigen Marktbedingungen Schritt halten wollen. Jede Initiative zur digitalen Transformation muss heute beispielsweise KI berücksichtigen. Noch vor wenigen Jahren war das nicht der Fall.

Vor dem Hintergrund der schwierigen Rahmenbedingungen, die der oben zitierte Report von McKinsey schildert, ist es umso erstaunlicher, dass nicht einmal zwei Drittel der Befragten (58 %) die unternehmensweite Kostensenkung als wichtige Priorität anführen. Nur für die Hälfte hat dieser Aspekt in den letzten 12 Monaten an Bedeutung gewonnen.

Die stärksten Business Trends für 2024: Kosten senken und Produktivität steigern

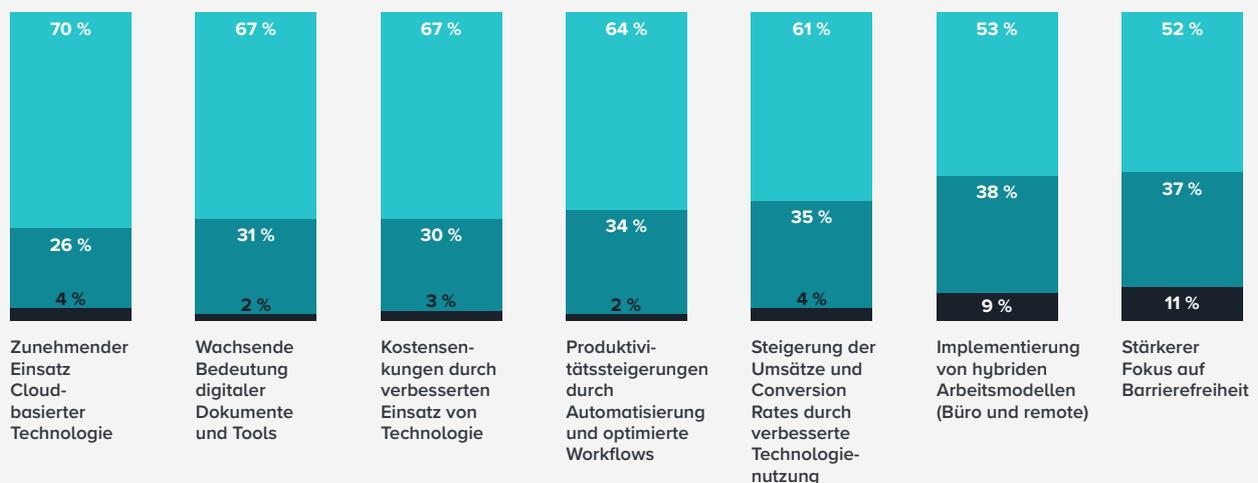
Abbildung 4 vermittelt ein nuancierteres Bild zur Motivation von Führungskräften, die die Effizienz in ihrem Unternehmen verbessern möchten.

Die Daten belegen, dass Unternehmen durch den besseren Einsatz von Technologie bereits erfolgreich Kosten senken konnten. Ähnlich sieht es bei der Steigerung der Produktivität durch Automatisierung und optimierte Workflows aus. Das dürfte zumindest teilweise der Grund für die gestiegene Priorisierung der digitalen Transformation sein (siehe Abbildung 3). Eine weitere Konsequenz ist der verstärkte Einsatz von Cloud-basierter Technologie sowie digitalen Dokumenten und entsprechenden Tools.

ABBILDUNG 4

Wie stark wirken sich deiner Meinung nach die folgenden Geschäfts-Trends auf deine Organisation aus?

- Starke Auswirkung
- Geringe Auswirkung
- Keine Auswirkung



Teil 2

Ansichten gegenüber KI

Eines der größten Hindernisse auf dem Weg zu mehr Effizienz ist die **Informationsüberflutung**. 4 von 5 Knowledge Workern weltweit sehen darin ein Problem. Sie verbringen durchschnittlich 8,2 Stunden pro Woche mit der Suche nach relevanten Informationen sowie deren Neuerstellung und **Weitergabe**. Das erklärt, warum die Verbesserung der Mitarbeiterproduktivität für Führungskräfte im Digitalbereich so große Bedeutung hat. Drei Viertel (73 %) weisen diesem Aspekt eine hohe Priorität zu. Für 58 % der Befragten ist er heute wichtiger als vor 1 Jahr (*Abbildung 2 und 3*).

Abbildung 5 bestätigt das Problem und den Wunsch nach einer Lösung. Mehr als ein Drittel der Befragten (37 %) stimmt uneingeschränkt zu, dass Mitarbeitende im Rahmen ihrer täglichen Arbeit immer häufiger durch die Informationsüberflutung beeinträchtigt werden. Weitere 40 % stimmen zum Teil zu. Ein ähnlich hoher Prozentsatz sieht dasselbe Problem auch bei sich selbst. Fast alle (89 %) sagen aber, dass ihre Organisation die Produktivität des Personals mithilfe von KI verbessern möchte. Mehr als die Hälfte (54 %) ist der Meinung, dass der verbesserte Einsatz von KI bereits Wirkung zeigt.

ABBILDUNG 5

Inwieweit stimmst du den folgenden Aussagen in Bezug auf deine Organisation zu?

- Trifft voll und ganz zu
- Trifft teilweise zu
- Trifft weder zu noch nicht zu
- Trifft eher nicht zu
- Trifft überhaupt nicht zu



89 %

der Organisationen wollen die
Produktivität ihres Personals
mithilfe von KI steigern.

(Fast) alle haben die Zeichen der Zeit erkannt

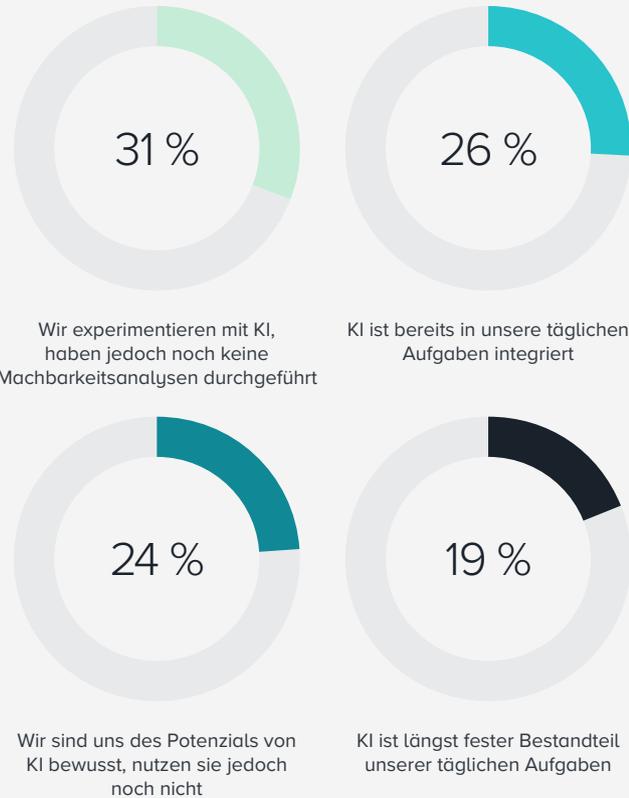
Wie verbreitet ist der Einsatz von KI also mittlerweile? 1 von 5 Befragten (19 %) bezeichnet den Einsatz von KI als festen Bestandteil der täglichen Aufgaben (*Abbildung 6*). Ein Viertel (26 %) hat KI bereits in die täglichen Aufgaben integriert. Knapp ein Drittel (31 %) setzt KI versuchsweise ein, hat aber noch keine konkreten Erfahrungswerte gesammelt. Und das verbleibende Viertel (24 %) hat zwar das Potenzial von KI erkannt, nutzt die Technologie bisher aber noch nicht.

Anders gesagt: In nicht einmal der Hälfte der befragten Unternehmen (45 %) wird KI täglich eingesetzt – und das, obwohl so gut wie alle an der Technologie interessiert sind.

Ein Grund dafür dürfte sein, dass nach wie vor Bedenken bestehen (*Abbildung 7*). Mehr als 4 von 5 Befragten (83 %) geben an, dass ihre Unternehmenskultur in Bezug auf die Nutzung von KI für Content-bezogene Aktivitäten sehr oder insgesamt umsichtig ist.

ABBILDUNG 6

Wie würdest du den aktuellen Status deiner Organisation in Bezug auf den Einsatz von KI im Rahmen Content-bezogener Aktivitäten beschreiben?

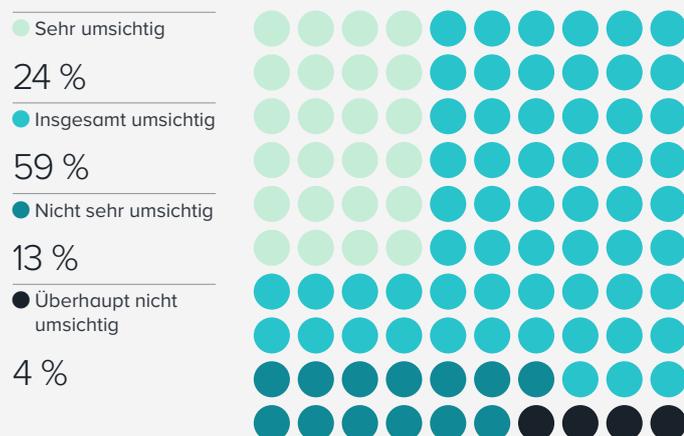


83 %

der befragten Organisationen haben Vorbehalte gegenüber der KI-gestützten Content-Erstellung.

ABBILDUNG 7

Wie würdest du eure Unternehmenskultur in Bezug auf den Einsatz von KI für Content-bezogene Aktivitäten beschreiben?

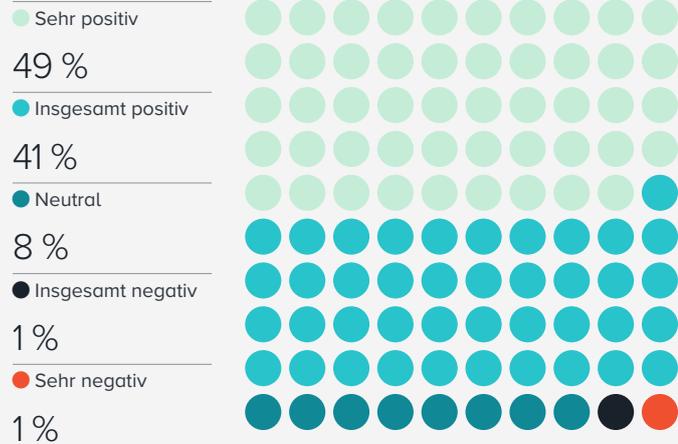


Auf individueller Ebene ist der Zuspruch zu KI dagegen groß (Abbildung 8). 9 von 10 Befragten schätzen den Einfluss von KI auf ihren Berufsalltag als sehr oder insgesamt positiv ein.

Fast zwei Drittel (61 %) sind von der Technologie begeistert. Knapp die Hälfte (47 %) ist zufrieden, und ein ähnlich hoher Anteil (44 %) empfindet Freude (Abbildung 9). Erst weit dahinter folgt die erste negative Emotion (Besorgnis) mit nur 16 %.

ABBILDUNG 8

Wie siehst du persönlich den Einfluss von KI auf deine berufliche Tätigkeit?

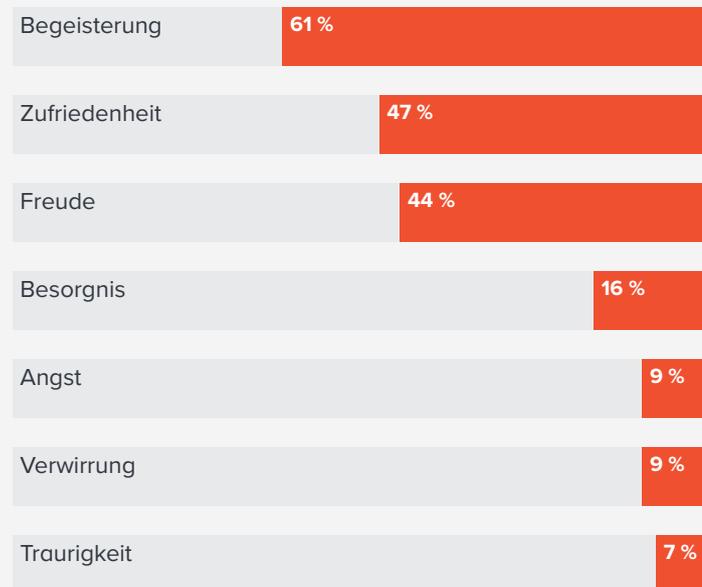


61 %

der Führungskräfte im Digitalbereich begrüßen die verstärkte Nutzung von KI bei ihren täglichen Aufgaben.

ABBILDUNG 9

Welche Emotionen verknüpfst du am ehesten mit der Vorstellung, dass KI eine größere Rolle in deiner beruflichen Tätigkeit spielen wird?



Teil 3

Vorteile und Hindernisse

Wie lässt sich – abgesehen von der in diesem Fachbereich zu erwartenden Begeisterung für digitale Neuerungen jeder Art – erklären, dass die Befragten dem Einsatz von KI am Arbeitsplatz so positiv gegenüberstehen?

Großen Anteil daran hat die potenzielle Produktivitätssteigerung im Team (*Abbildung 10*) und auf persönlicher Ebene (*Abbildung 11*). Über ein Drittel der Befragten (35 %) verspricht sich durch KI eine durchschnittliche Arbeitszeiterparnis von 2 bis 4 Stunden pro Woche und Person. Ein ähnlich hoher Prozentsatz (34 %) rechnet mit 5 bis 8 Stunden Zeitersparnis pro Woche. Ein Fünftel (21 %) erhofft sich sogar Einsparungen von mindestens 1 Arbeitstag pro Woche.

Das mag auf den ersten Blick unrealistisch erscheinen – es deckt sich aber mit den 8,2 Arbeitsstunden, die Knowledge Worker durchschnittlich pro Woche mit der Suche nach relevanten Informationen sowie deren Neuerstellung und Weitergabe verbringen (siehe *Teil 2*). Auch die Erwartungen an die eigene Effizienzsteigerung durch KI sind groß.

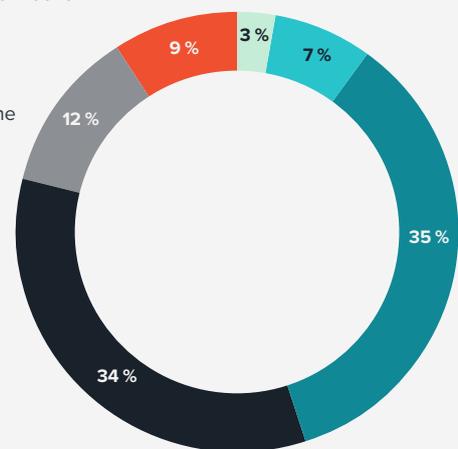
56 %

der Befragten glauben, dass sie persönlich durch den besseren Einsatz von KI mindestens 5 Arbeitsstunden pro Woche einsparen könnten.

ABBILDUNG 10

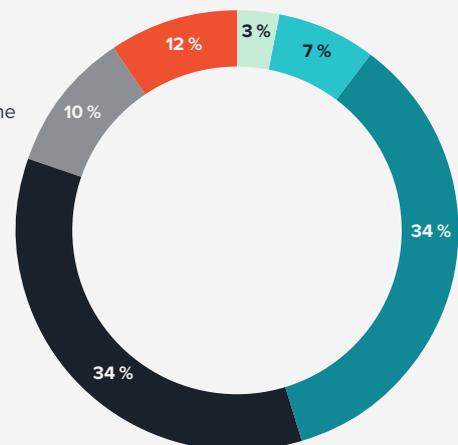
Wie viele Stunden pro Woche könnten deiner Meinung nach Mitarbeitende deiner Abteilung durch besseren Einsatz von KI-Technologie durchschnittlich einsparen?

- Weniger als 1 Stunde pro Woche
- 1 Stunde pro Woche
- 2-4 Stunden pro Woche
- 5-8 Stunden pro Woche
- 1 Tag pro Woche
- Mehr als 1 Tag pro Woche


ABBILDUNG 11

Wie viele Stunden pro Woche könntest du deiner Meinung nach selbst durch besseren Einsatz von KI-Technologie durchschnittlich einsparen?

- Weniger als 1 Stunde pro Woche
- 1 Stunde pro Woche
- 2-4 Stunden pro Woche
- 5-8 Stunden pro Woche
- 1 Tag pro Woche
- Mehr als 1 Tag pro Woche



Der Lohn: Produktivitätssteigerung

Auch bei Content-bezogenen Aufgaben (Abbildung 12) steht höhere Produktivität an erster Stelle der erwarteten Vorteile (61%). Hinzu kommen 2 Aspekte, die eng mit der Produktivität verknüpft sind. 2 von 5 Befragten (42%) sehen einen Vorteil darin, dass Beschäftigte sich besser auf Aufgaben mit höherer Wertschöpfung konzentrieren können. Ein ähnlich hoher Anteil (38%) glaubt, dass die Content-Produktion mithilfe von KI skaliert werden kann. Als zusätzlichen Vorteil erhofft sich mehr als die Hälfte der Befragten (56%) Kosteneinsparungen – ebenfalls eine Entwicklung, die Hand in Hand mit höherer Produktivität geht.

Ein Unternehmen mit 30.000 Beschäftigten würde bereits Arbeitsstunden im Wert von 15 Vollzeitkräften einsparen, wenn nur 1% des Personals (300 Angestellte) 2 Arbeitsstunden weniger pro Woche aufwenden müsste.

Interessanterweise rechnet nur ein Drittel der Befragten (33%) mit einer besseren Arbeitsmoral durch KI. Das könnte darauf hindeuten, dass Beschäftigte in niedrigeren Positionen die Effizienzvorteile durch KI weniger enthusiastisch sehen als ihre Vorgesetzten.

Hindernisse bei der Integration von KI

Was hält Unternehmen also von der Realisierung all dieser Vorteile ab? Wie Abbildung 13 zeigt, machen sich Führungskräfte im Digitalbereich in erster Linie Sorgen über die Sicherheit von KI-basierten Prozessen bzw. den unterstützenden Cloud-basierten Technologien. Ein etwas kleinerer Prozentsatz (33%) führt ethische und rechtliche Bedenken an.

Ein weiteres Drittel (33%) nennt mangelnde Kenntnisse über KI als großes Hindernis und ein Viertel (26%) unzureichende Budgets. Der letzte Wert korreliert mit den 24%, deren Organisationen zwar das Potenzial von KI erkannt haben, die Technologie bisher aber nicht nutzen (Abbildung 6). Die Bedenken zu fehlenden Ressourcen spiegeln sich auch in den 31% wider, die mangelnde Erfahrung im Umgang mit KI als wichtiges Hindernis bei der Einführung der Technologie anführen.

In dem Zusammenhang ist zu betonen, dass keiner der genannten Faktoren für mehr als 2 von 5 Befragten eine signifikante Hürde darstellt. Der Enthusiasmus für KI scheint die Bedenken deutlich zu überwiegen – zumindest in dieser Gruppe von Unternehmensvertreterinnen und -vertretern.

ABBILDUNG 12

Welche Vorteile hätte der Einsatz von KI in Content-bezogenen Aufgaben aus deiner Sicht?

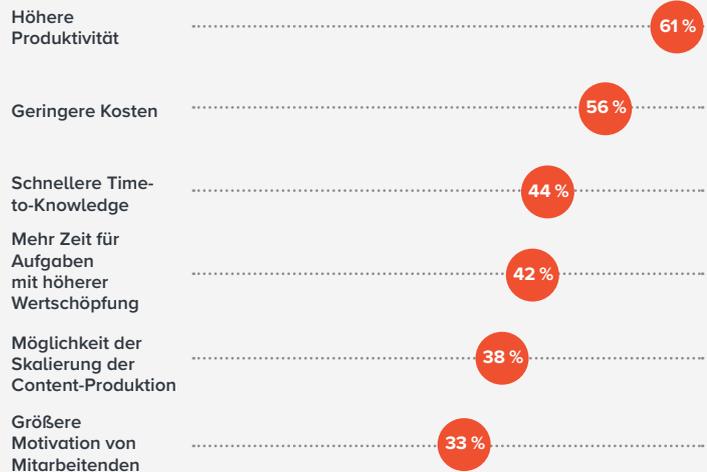


ABBILDUNG 13

Welche Umstände stellen ein Hindernis bei der Integration von KI-Technologie in Content-bezogene Aufgaben und Prozesse dar?

● Großes Hindernis ● Kleines Hindernis ● Kein Hindernis



Teil 4

Fazit

Die Ergebnisse aus diesem Report zeigen, dass generative KI auf breiter Basis als nächste transformative Technologie angesehen wird. Im Gegensatz zu vielen Neuerungen der letzten Jahre, die ebenfalls dazu beigetragen haben, die Mitarbeiterproduktivität zu steigern und Kosten zu reduzieren, dürften die Auswirkungen generativer KI jedoch tiefgreifender sein als bei jeder anderen neuen Technologie seit der Erfindung des Internets.

Eine überwältigende Mehrzahl der CIOs, CTOs und CDOs, die an dieser Umfrage teilgenommen haben, verspricht sich von generativer KI Vorteile bei der Skalierung und damit eine bessere Personalisierung, die heute auf Kundenseite erwartet wird. Von KI-gestütztem Dokumenten-Management erhoffen sie sich einen schnelleren und fundierteren Erkenntnisgewinn bei gleichzeitiger Beschleunigung der Time-to-Value und Time-to-Knowledge. Auf Organisationsebene rechnen sie damit, dass KI es ihnen leichter machen wird, schnell auf Änderungen bei Markt-, Nachfrage- und Mitbewerberverhalten zu reagieren.

Trotz alledem nutzt nicht einmal die Hälfte der Befragten (45 %) KI im Unternehmensalltag. Nur diesen Organisationen ist es bisher gelungen, Bedenken zur Sicherheit sowie zu den ethischen und rechtlichen Aspekten von KI auszuräumen und genügend Ressourcen bereitzustellen, um KI im Geschäftsbetrieb zu verankern. Sie sind auch die ersten, die bereits von den erhofften Vorteilen profitieren. Da sich die Entwicklung von KI nur weiter beschleunigen dürfte, sind sie für eine erfolgreiche Zukunft optimal aufgestellt.

Generative KI von Adobe für Knowledge Worker

Der KI-Assistent von Adobe Acrobat ist in englischer Sprache als Add-on für Adobe Acrobat Reader und Adobe Acrobat (Einzel- oder Unternehmens-Abo) für Desktop, Web, Smartphone und Tablet erhältlich. Die KI-gestützte Dialog-Engine ist eng mit Acrobat-Workflows verknüpft, lässt sich schnell und einfach bereitstellen und erhöht die Produktivität von Knowledge Workern im gesamten Unternehmen. Der KI-Assistent von Acrobat generiert hochwertige Einblicke und intelligente Quellenangaben, auf Basis dessen Mitarbeitende schnell E-Mails, Reports oder Präsentationen erstellen können. Die Funktionen des KI-Assistenten sind durch Datensicherheitsprotokolle reguliert. Zum Trainieren des LLM (Large Language Model) werden keine Kundeninhalte verwendet.

Millionen Userinnen und User nutzen die neuen KI-Funktionen von Acrobat bereits, um schneller und intelligenter mit Dokumenten zu arbeiten. Zu diesen Features gehören:

KI Assistant: Über eine intuitive, dialogbasierte Oberfläche beantwortet der KI-Assistent Fragen zum Inhalt von PDF-Dateien, Word-Dokumenten oder PowerPoint-Präsentationen oder schlägt auf der gleichen Grundlage Fragen vor.

Generative Zusammenfassung: Kurzübersichten in einem handlichen Format vermitteln schneller Einblicke in umfangreiche Dokumente.

Intelligente Quellenangaben: Eine eigene Attributions-Engine und proprietäre KI von Adobe generieren Quellenangaben, sodass die Herkunft der Antworten des KI-Assistenten einfach überprüft werden kann.

Intuitive Navigation: Über Links lassen sich benötigte Abschnitte in langen Dokumenten schnell auffinden, sodass der Fokus auf den wichtigen Informationen bleibt.

Überzeugender Content: Die mithilfe des KI-Assistenten gefilterten Informationen lassen sich als Takeaways und Text für E-Mails, Präsentationen, Blogs und Reports verwerten. Ein Kopieren-Button erleichtert die Verarbeitung und Weitergabe an Stakeholder und im Kollegenkreis.

Über uns



London Research produziert auf Forschungsergebnissen basierenden Content für den B2B-Markt. Zu unserem Kundenkreis zählen marktführende, internationale Technologieanbieter und Agenturen, die überzeugenden Content auf Basis von zuverlässigen und aufschlussreichen Daten bereitstellen möchten. Als Teil von Demand Exchange können wir unsere wertvollen Forschungserkenntnisse auch konsolidieren und Käuferinnen und Käufern in allen Phasen der Customer Journey fundiertere Entscheidungen ermöglichen.



Dokumente sind die Basis von Geschäftsabläufen. Teams von heute wollen von überall aus arbeiten können – mit vertrauenswürdiger Software, die sich gut an andere Lösungen anbinden lässt. Adobe Acrobat wurde vom Erfinder des PDF-Formats entwickelt. Damit erhaltet ihr ein umfassendes Toolset für die Arbeit mit PDF-Dokumenten und elektronischen Unterschriften an jedem Ort. Ihr erhaltet alles, was ihr für nahtlose Dokumentenprozesse braucht, mit einer einzigen Lösung von einer verlässlichen Marke.

Über die Autoren



Linus Gregoriadis

Director, London Research

Gregoriadis ist ein renommierter Analyst für die Technologiebranche mit über 20 Jahren Erfahrung bei der Erstellung von Content für Marktführer wie Adobe, Microsoft, Oracle und Salesforce. Er war bereits für mehrere Hundert rechnerbasierte Reports verantwortlich und ist ein gefragter Redner bei Webinaren und internationalen Veranstaltungen.



Michael Nutley

Journalist für Digital Media und Digital Marketing

Nutley ist Autor bei London Research und auf digitale Medien und digitales Marketing spezialisiert. Als Head of Content für Digital Doughnut (Schwestergesellschaft von London Research) von 2012 bis 2016 war er u. a. für den europäischen Kanal der CMO-Website von Adobe tätig.

Zuvor war er von 2000 bis 2007 als Redakteur und dann bis 2011 als Chefredakteur bei New Media Age beschäftigt, dem führenden britischen Nachrichtenmagazin für interaktive Medien. Nutleys Publikationen decken ein großes Themenspektrum ab. Er tritt regelmäßig als Sprecher in den Medien und auf Konferenzen auf. Am London College of Communications hat er Vorträge über die Zukunft von Werbung und Publishing gehalten.

