



Neue Mendix-Studie: Unternehmen machen Kundenerfahrung zu einer Top-Priorität, um in der Digital-First Economy zu bestehen

- 88 % der Befragten halten die Realisierung einer hervorragenden Kundenerfahrung (CX) für ein wichtiges Ziel.
- 90 % der Befragten sehen sich Herausforderungen beim Vermitteln digitaler CX gegenüber, die zum Teil auf Silos und veraltete Technologien zurückzuführen sind.
- Fast die Hälfte erwartet eine Verbesserung der mobilen Erfahrung, was auf die Notwendigkeit von Omnichannel-Erfahrungen hinweist.

Frankfurt/Main – 9. März 2022 – [Mendix](#), Siemens-Tochter und weltweiter Marktführer in der Entwicklung von Unternehmensanwendungen, hat heute eine neue Studie veröffentlicht, die die anhaltenden Herausforderungen von Unternehmen erläutert, wenn sie versuchen, eine bessere digitale Kundenerfahrung (CX) zu schaffen. Die Studie spiegelt auch die zunehmende Verbreitung von Low-Code als Mittel zur Verbesserung der CX wider.

„Die Qualität der Kundenerfahrung ist für digitale Marken von entscheidender Bedeutung, da die Konkurrenz nur ein paar Klicks oder Wischbewegungen entfernt ist“, so Johan den Haan, CTO von Mendix. „Leider sind IT-Organisationen so stark mit technischen Schulden belastet – vor allem angesichts des Entwicklersmangels – dass einfach nicht genug Zeit für Innovationen und die Abarbeitung des Arbeitsrückstands bleibt. Mithilfe von Low-Code können Unternehmen Legacy-Apps leicht modernisieren und aufregende, neue Erfahrungen liefern, die die Vorteile von Augmented oder Virtual Reality, Hyper-Personalisierung und Hyper-Automatisierung nutzen.“

Die Studie wurde von Mendix in Auftrag gegeben und vom Marktforschungsunternehmen Reputation Leaders vom 19. November bis 17. Dezember 2021 durchgeführt. Sie basiert auf einer Umfrage unter 522 leitenden IT-Fachleuten in Deutschland, Belgien, Frankreich, den Niederlanden, Großbritannien und den USA. Knapp ein Viertel (23 %) der Teilnehmer bekleidet Positionen auf C-Level-Niveau.

Kundenerfahrung hat höchste Priorität

Sowohl die digitale Disruption als auch die Pandemie haben die Notwendigkeit der digitalen Transformation beschleunigt. Wenn Unternehmen digitaler werden, erkennen sie schnell, dass CX ein notwendiges Unterscheidungsmerkmal ist. Dementsprechend gaben 88 % der Befragten an, dass die Realisierung einer hervorragenden Kundenerfahrung ein wichtiges Ziel ist, 90 % sehen sich bei der Umsetzung aber auch vor Herausforderungen gestellt. Die beiden häufigsten Hindernisse sind Cybersicherheit (49 %) und Datenintegration (42 %).

Gleichzeitig sind Kunden frustriert über lange Warte- oder Reaktionszeiten (28 %) und ungelöste Probleme (27 %). Viele Unternehmen (63 %) versuchen deshalb, die Kundenkommunikation zu verbessern und die digitale Auswahl zu erleichtern, um die Kundenbindung und -treue zu erhöhen. Etwa 38 % der Befragten erwarten dadurch eine Steigerung des Umsatzes.

Das Kundenerlebnis wird intelligent und kanalübergreifend

KI und Automatisierung werden eingesetzt, um die Kundenzufriedenheit zu verbessern, indem sie schneller Antworten auf Kundenanfragen liefern.

Bereits 29 % der Befragten setzen Chatbots und virtuelle Assistenten ein. Beachtliche 93 % nutzen oder planen den Einsatz von KI. Einer der wichtigsten Anwendungsfälle für KI ist die Hyper-Automatisierung, die Gartner als „einen geschäftsorientierten, disziplinierten Ansatz“ definiert, „mit dem Unternehmen so viele Geschäfts- und IT-Prozesse wie möglich schnell identifizieren, überprüfen und automatisieren können“. Gartner [geht davon aus](#), dass Hyper-Automatisierung bis 2022 eine der drei wichtigsten Triebfedern für die Einführung von Low-Code sein wird.

Fast die Hälfte der Unternehmen erwartet, dass sie in diesem Jahr ihre mobilen Erfahrungen verbessern werden, was auf die Notwendigkeit hinweist, Omnichannel-Erfahrungen über alle Modalitäten hinweg anzubieten. Es wird erwartet, dass Personalisierung und prädiktive Analytik in den nächsten fünf Jahren zunehmen werden, da die Nachfrage nach maßgeschneiderten Online-Erlebnissen steigt. In Anbetracht der dafür erforderlichen riesigen Datenmengen und der Reaktionsfähigkeit der Anwendung, die für die Bereitstellung eines mobilen Erlebnisses notwendig ist, wird die Hyper-Automatisierung, die auf KI zur Analyse des Kunden und seiner Präferenzen setzt, erforderlich sein. Hyper-Automatisierung wird unabdingbar sein, um Hyper-Personalisierung zu ermöglichen, die die Kundenerfahrung auf den Einzelnen zuschneidet. Laut [Deloitte](#) ist „Hyper-Personalisierung die fortschrittlichste Art und Weise, wie Marken ihr Marketing auf den einzelnen Kunden zuschneiden können. Dies geschieht durch die Schaffung maßgeschneiderter und zielgerichteter Erlebnisse durch den Einsatz von Daten, Analysen, KI und Automatisierung.“

Das Kundenerlebnis wird auch immer immersiver. Obwohl Augmented oder Virtual Reality-Umgebungen von einem Drittel der Unternehmen genutzt werden, sind sie von fast der Hälfte geplant, was die Einführung von Omnichannel-Ansätzen zur Schaffung ganzheitlicher Erlebnisse fördert.

Low-Code hilft Unternehmen, mehr Wert zu schaffen

Viele Unternehmen sind mit veralteter Technologie konfrontiert, die nach wie vor geschäftskritisch ist. Beachtliche 80 % der Befragten gaben an, dass Low-Code eine effiziente Möglichkeit zur Neugestaltung von CX bietet, da mit weniger Ressourcen mehr erreicht werden kann.

Low-Code ist ein effektiverer Weg zur Modernisierung veralteter Legacy-Systeme, da es die Softwareentwicklung beschleunigt und die Kosten senkt. Wichtig ist, dass Low-Code eine Möglichkeit zur Integration mit Legacy- und anderen Systemen bietet, so dass neue Funktionen

zu veralteten Anwendungen hinzugefügt werden können, während die Integrität der Anwendung erhalten bleibt. Gegenwärtig geben 52 % der Unternehmen den Großteil ihres Budgets für die Wartung von Systemen aus, und nur 14 % räumen der Innovation als Budgetposten Priorität ein.

Ein Drittel nutzt bereits Low-Code, um die Anwendungsentwicklung zu skalieren, was eine entscheidende Fähigkeit für jedes digitale Unternehmen ist.

Leider sind nur wenige Unternehmen in der Lage, CX richtig umzusetzen. 94 % der Befragten berichten von mindestens einem Fallstrick, wobei der häufigste Fall CX-Silos sind (28 %), die eine teamübergreifende Zusammenarbeit verhindern und eine effektive Datennutzung behindern.

Der Entwicklerpool wird größer

Fast ein Drittel der Unternehmen hat Schwierigkeiten, Entwickler oder UX-Designer zu finden und zu halten, was ein Symptom des weltweiten Entwicklermangels ist. Die meisten Unternehmen planen, ihre CX-Ziele mit Hilfe von internen Mitarbeitern mit vorhandenen IT-Kenntnissen (61 %) und der Schulung ihrer bestehenden Mitarbeiter (48 %) zu verwirklichen. Dies deutet darauf hin, dass der Druck auf die IT-Abteilungen weiter zunimmt, da sich die digitalen Erlebnisse über Web- und Mobilplattformen hinweg weiterentwickeln.

Gartner [geht sogar davon aus](#), dass bis 2024 80 % der Technologieprodukte und -dienstleistungen von Personen entwickelt werden, die keine Technologieexperten sind.

„Die Unternehmen von heute lösen nicht nur punktuelle Probleme mit Low-Code. Sie bauen ihre Low-Code-Strategien aus, um eine bessere Kundenzufriedenheit zu erreichen, Entwicklungskosten und -rückstände zu reduzieren und effizienter zu arbeiten“, sagt den Haan. „Diese Studie zeigt, dass Low-Code ein strategischer Teil des Tech-Stacks eines jeden Unternehmens geworden ist.“

Zum Bericht

Laden Sie die vollständigen Umfrageergebnisse unter [Win with Customer Experience - A Survey](#) herunter.

Über Mendix

Automatisierungs- und digitale Transformationsprozesse haben sich in den letzten Jahren enorm beschleunigt. Low-Code gilt als richtungsweisende Technologie, dem hohen weltweiten Bedarf an neuen digitalen Anwendungen gerecht zu werden. Die Siemens-Tochter Mendix versteht sich als Motor einer vom „Digital First“-Ansatz geprägten Wirtschaft und betreibt eine branchenführende Low-Code-Plattform. Das umfassende Ökosystem von Mendix integriert die fortschrittlichsten Technologien, um leistungsstarke Anwendungen für zahlreiche Branchen und Industriezweige schneller und effizienter als bei klassischer Software-Entwicklung zu entwickeln sowie den IT-Stau zu beseitigen. Mendix steigert die Produktivität von Entwicklern drastisch und befähigt auch Mitarbeiter ohne Programmierkenntnisse, sogenannte „Citizen Developer“, Anwendungen zu erstellen, die sich an ihrem jeweiligen Fachwissen orientieren. Unterstützt werden sie dabei durch die in Mendix integrierten kollaborativen Funktionen und die intuitive visuelle Oberfläche. Die von Analysten als [branchenführend und visionär](#) anerkannte

Plattform ist Cloud-nativ, offen, erweiterbar, agil und hat sich weltweit als Alternative zur klassischen Software-Entwicklung bewährt. Von künstlicher Intelligenz und Augmented Reality bis hin zu intelligenter Automatisierung und Native Mobile-Anwendungen ist Mendix das Rückgrat digitalisierter Unternehmen. Die Low-Code-Plattform von Mendix wird von mehr als 4.000 führenden Unternehmen weltweit eingesetzt.

Pressekontakt DACH-Region

Oliver Salzberger / Monika Köhler / Oliver Sturz

Harvard Engage! Communications

Tel: +49 89 53 29 57 23, Email: mendix@harvard.de