



Citrix-Studie: Innovationen erhöhen Umsatz um mehr als eine halbe Billion US-Dollar

Aktuelle Studie von Citrix zeigt, dass neue Technologien und Arbeitsweisen im vergangenen Jahr branchenübergreifend zu einem Umsatzplus von 678 Milliarden US-Dollar geführt haben

#

- Twitter: [@CitrixCE](#)
- Facebook: [CitrixCE](#)

München, 02. November 2021 – Innovation ist der Motor der Zukunft – und wenn die jüngste Vergangenheit ein Indikator ist, sieht diese rosiger aus: Laut „[The Era of Hyper Innovation](#)“, der neusten Studie von Citrix, haben Investitionen in neue Technologien und flexible Arbeitsmodelle im letzten Jahr weltweit zu einem Umsatzanstieg von 678 Milliarden US-Dollar über alle Branchen hinweg geführt. Damit sind die Weichen für weiteres Wachstum gestellt.

„Wenn die COVID-19-Pandemie eins gezeigt hat, dann, dass Innovation überall stattfinden kann“, meint Tim Minahan, Executive Vice President of Business Strategy bei Citrix. „Nach anfänglicher Skepsis wissen Führungskräfte inzwischen um die [Vorteile von hybriden Arbeitsmodellen](#) und sind dabei, diese schnell umzusetzen. Dafür setzen sie auch auf Tools und Prozesse, die es ihren Mitarbeitern ermöglichen, unabhängig von ihrem Standort kreativ und innovativ zu arbeiten.“

Beschleunigte Innovationen

In der Vergangenheit waren erfolgreiche Innovationen von der persönlichen Zusammenarbeit abhängig – der technologische Fortschritt hat dies geändert.

- In den Augen von fast neun aus zehn Führungskräften (89 Prozent) hat die Einführung und Verwendung neuer Tools als Folge der Pandemie die Art und Weise, wie Mitarbeiter und Teams miteinander agieren, erheblich verbessert.
- Auch erwarten mehr als acht von zehn Befragten (82 Prozent), dass ihre Organisation in den nächsten zwölf Monaten eine hochinnovative Phase durchlaufen und infolgedessen mehr Ideen denn je entwickeln wird.

Kollaboration neugedacht

In Ermangelung persönlicher, direkter Kommunikationswege haben Mitarbeiter neue Möglichkeiten gefunden, um sich auszutauschen. Laut den Teilnehmern der „The Era of Hyper Innovation“-Studie haben diese die Zusammenarbeit zwischen einzelnen Mitarbeitern und Teams stark verbessert und führen zu mehr Innovationen.

- So glaubt die Mehrheit der Befragten (92 Prozent), dass mehr unterschiedliche Stimmen aus dem gesamten Unternehmen gehört werden und eine größere Bandbreite an Ideen zum Vorschein kommt, weil sie stärker über digitale Wege zusammenarbeiten.
- Fast neun von zehn (88 Prozent) geben zudem an, dass ihnen während der Pandemie mehr kreative Ideen eingefallen sind, da sie mehr Zeit zum Nachdenken hatten.

Wachstum fördern

Waren früher traditionelle Mechanismen wie der Gewinn neuer Kunden, die Expansion in neue Märkte oder zusätzliche Marketingaktivitäten die wesentlichen Wachstumstreiber, führen die im Rahmen der Studie befragten Unternehmen mehr als die Hälfte (56 Prozent) ihres Wachstums im letzten Geschäftsjahr auf verschiedene Innovationsfaktoren zurück. Insgesamt nennen sie insbesondere folgende Aspekte als Wachstumstreiber:

- Einführung neuer Technologien – 20 Prozent
- Neue Arbeitsweisen – 19 Prozent
- Neue Produkte und/oder Dienstleistungen – 17 Prozent
- Zusätzliche Marketingmaßnahmen – 11 Prozent
- Neue Kunden/Kundenakquise – 10 Prozent
- Eintritt in neue Märkte – 9 Prozent
- Neue Partnerschaften – 8 Prozent
- Merger and Acquisitions – 5 Prozent

Um von diesem Trend zu profitieren, verlagern Führungskräfte ihren Schwerpunkt zunehmend auf neue Produkte und Dienstleistungen. Von den Befragten planen knapp zwei Drittel (63 Prozent) ihre Investitionen in Forschung und Entwicklung in den nächsten zwölf Monaten zu erhöhen, während 34 Prozent das derzeitige Niveau beibehalten und nur drei Prozent Kürzungen vornehmen wollen.

„Innovation geschieht nicht zufällig“, ergänzt Minahan. „Unternehmen, die ihre Mitarbeiter befähigen, ihre beste Arbeit zu leisten, unterstützt durch die richtigen Technologien und Arbeitsmodelle, können von den Vorteilen profitieren, die unsere Studie aufzeigt.“