

# Auswahl der richtigen Digital Asset Management (DAM) Plattform 2023

5 Schritte zur Auswahl einer Digital Asset  
Management Plattform

# Agenda

|   |    |
|---|----|
| <b>Einleitung</b> .....   | 03 |
| <b>1. Digital Asset Management und ihre Rolle</b> .....                       | 04 |
| <b>2. Herausforderungen verstehen - Das Bekannte und das Unbekannte</b> ..... | 07 |
| <b>3. Bewertung der DAM Anforderungen</b> .....                               | 08 |
| <b>4. Die DAM Funktionen</b> .....  | 10 |
| <b>5. Ihre DAM Reise</b> .....  | 13 |
| <b>Glossar</b> .....  | 16 |

# Einleitung

In der letzten Dekade ist die Anzahl von digitalen Inhalten (Digital Assets), die Unternehmen heute bedienen und verwalten müssen, exponentiell gestiegen. Dies schaffte wiederum eine Reihe von neuen und einzigartigen Herausforderungen denen sich Unternehmen stellen und angehen müssen.

Die Verwaltung dieser digitaler Assets - auch sogenannte **“Content Operations”** - ist keine leichte Aufgabe. Sie umfasst die Abstimmung von mehreren Teams, Geschäftsprozesse und Technologiepakete. Durch die kürzliche Umstellung auf das Remote Working (Heim Arbeitsplätze) wurde die Komplexität dieser Verwaltung und Bedienung weiter verstärkt.

Digital Asset Management (kurz: DAM) Plattformen wurden entwickelt, um diese Herausforderungen zu lösen: Abstimmungsschwierigkeiten und deren Umfang zu abstrahieren und Lebenszyklen von Digital Asset zu beschleunigen - mit einem **Single-Source-of-Truth** Ansatz.

Jedoch sind nicht alle DAMs gleich. In diesen boomenden Zeiten gibt es eine ständig wachsende Liste von DAM Lösungen mit jeweils leicht differenzierten Angeboten. Das Navigieren durch diese verschiedenen Angebote stellt bereits eine Herausforderung an sich dar. Damit dieser Auswahlprozess einfach und erfolgreich gestaltet werden kann, können Sie die hier dargestellten 5 Schritte nutzen.

Die nächsten Seiten sollen Ihnen dabei helfen, ein solides Verständnis für die typischen Herausforderungen - in Bezug auf Digital Assets und deren Prozesse - aufzubauen, **Ihre Anforderungen verstehen und entwickeln, um dann die richtige DAM Plattform für Ihr Unternehmen auswählen zu können.**



# 1. Digital Asset Management und Ihre Rolle

Bevor wir uns mit Anforderungen, Empfehlungen und Funktionen beschäftigen, befassen wir uns zunächst mit der Definition einer Digital Asset Management Plattform. Diese wird von Gartner wie folgt beschrieben:

“

*Die Digital Asset Management Plattform (DAM) speichert, verwaltet und visualisiert inhaltsreiche Medien, einschließlich Text, Grafiken, Fotos, Video und Audio. Ein DAM kann als Softwarelizenz oder als gehosteter Dienst (SaaS Lösung) verkauft werden.*

*In der Regel sind DAM Systeme so konzipiert, dass sie eine breite Palette von Akteuren unterstützen - von Kreativspezialisten über die allgemeine Produktion bis hin zu operativen und administrativen Rollen - sowohl innerhalb als auch außerhalb des Unternehmens, wobei häufig Agenturen und Vertriebspartner beteiligt sind.*

”

DAM fungiert als zentrales Repository und “Single-Source-of-Truth” für die Sammlung digitaler Assets eines Unternehmens. Es ist integraler Bestandteil des gesamten Lebenszyklus von Inhalten, einschließlich Upload, Verwaltung, Zusammenarbeit und erfolgreicher Verteilung.



## Wer nutzt DAM?

Basierend auf unserer Marktanalyse und Forschung von realen Anwendungsfällen von Kunden stellen wir fest, dass es 2 Haupttypen von DAM Nutzern gibt: **technische** und **nicht-technische**. Das folgende Bild stellt die Aufgliederung dieser Charakteristiken dar:

### Technische Nutzer



- Diese Rollen beinhalten:
  - Backend, Frontend und Fullstack Teams, sowie Web Entwickler
  - Software Engineers
- Verantwortlich für die Anbindung an 3rd Party Systemen, die mit dem DAM interagieren. Wie z.B. PIM und CMS Systeme
- Bevorzugen API Anbindungen, um die digitalen Medien und deren Lebenszyklen zu verwalten – auch bekannt als 'Headless DAM'

### Nicht-technische Nutzer



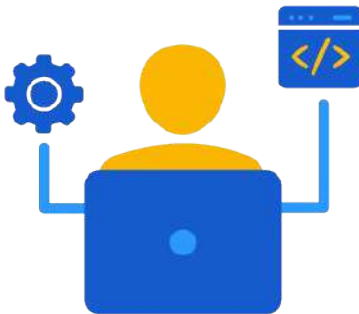
- Diese Rollen beinhalten:
  - Content, Marketing und SEO Teams
  - eCommerce Teams
- Zusammenarbeit an Medien ist vorausgesetzt und häufig erforderlich
- Verantwortlich für die Sicherstellung der korrekten Inhaltsdarstellung. Geliefert in einem "SEO-freundlichen" Format für die unterschiedlichen Kunden-Kanäle
- Bevorzugen grafische Benutzeroberflächen, um digitale Medien zu verwalten

## 2 Arten des DAM: Headless vs Collaborative

Wie bereits erwähnt, sind in der letzten Dekade Herausforderungen auf verschiedenen Ebenen im Zusammenhang mit Verwaltung digitaler Inhalte entstanden. Mit zunehmend unterschiedlichen Arten von Inhalten, die verschiedene Tools, Kanäle und die Interaktionen von technischen und nicht-technischen Teams während eines Lebenszyklusses umfassen, hat sich das Digital Asset Management weiterentwickelt, um mit diesen Anforderungen Schritt zu halten.

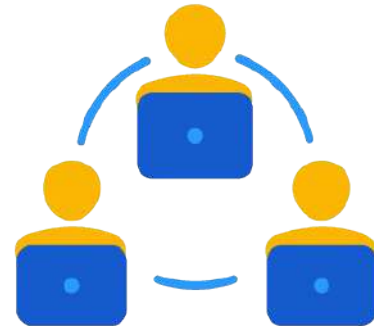
Heute haben DAMs in Unternehmen jeglicher Größe und Branche einen wichtigen Platz im MarTech Ökosystem. Es gibt 2 Arten von DAM Teams, um die unterschiedlichen Anforderungen von Unternehmen gerecht zu werden, die im Folgenden beschrieben werden:

### Headless DAM



- **Kein User Interface**, kommuniziert und teilt Inhalte mit Backend Applikationen via **APIs in einem Cloud-Netzwerk**
- **Entkoppelte** Architektur
- Implementation **erfordert technische Skills**
- Unterstützt **omnichannel** und **Plattform-übergreifendes** Teilen von Inhalten
- Anpassbar und flexibel, Frontend **agnostisch**
- **Einfache und sichere 3rd-Party Integration** mit **minimalen Unterbrechungen** im Einsatz
- Typischerweise für Entwickler und Product Owners

### Collaborative DAM



- Genießen Sie die Headless DAM's Funktionen  
+
- **Asset Hub** für front-office, interne Nutzer
- Konfigurierbares **Asset Hub Branding**
- Anpassbare Nutzersicht mit **Rollen-basierter Zugangskontrolle**
- Content operations Workflows (Genehmigung, Ablauf-Zeiten uvm.)
- Asset-History Nachverfolgung
- Eingeschränkter Upload-Zugang während die Asset-Freigabe für externe Benutzer
- Typischerweise für Marketers und Designers

Beide DAMs verfügen über leicht unterschiedliche Funktionen, wobei ihre Hauptattribute ihre Zielbenutzer unterstützen sollen. Dieses Whitepaper soll ihnen zusätzlich aufzeigen, welche DAM-Art die Anforderungen ihres Unternehmens am Besten erfüllt.

## 2. DAM Herausforderungen verstehen - das Bekannte und das Unbekannte

Es ist sehr wahrscheinlich, dass Sie sich der Herausforderung bei der Verwaltung von Medien Assets in einer global verteilten Organisation mit unterschiedlichen Teams bereits bewusst sind. Es ist jedoch von größter Bedeutung, eine ganzheitliche Sicht auf die Herausforderungen zu geben, denn nicht alle sind offensichtlich. Im Folgenden finden Sie eine Reihe von Herausforderungen, die in drei Bereiche unterteilt sind:



### Zusammenarbeit und Management

- Navigieren komplexer inhaltlicher Workflows;
- Gewährleistung optimalen, effizienten und einfachen Interaktionen mit verteilten und getrennten Teams;
- Sicherstellen der Einhaltung von inhaltlichen Rechten und relevanten Datenschutzgesetzen, z. B. DSGVO;
- Zeiteinsparung durch Automatisierung täglicher Aufgaben



### Geschwindigkeit und Zeit bis zur Erfüllung

- Digitale Assets an Kundentyp oder potenziellen Endbenutzer anpassen;
- Gewährleistung einer schnellen Bereitstellungs-geschwindigkeit für digitale Assets an jeden Kunden oder potenziellen Endbenutzer-unabhängig vom geografischen Standort;
- Zeiteinsparung und manuelle Aufwandsreduzierung durch Transformation und Optimierung digitaler Assets.



### Conversion und SEO (Suchmaschinenoptimierung)

- Verbesserung der technischen Suchmaschinenoptimierung (SEO) bei gleichzeitiger Steigerung des eingehenden Webverkehrs;
- Sicherstellen, dass alle Medien ordnungsgemäß angezeigt werden, um eine optimale Benutzererfahrung (UX) und verbesserte Konversion zu erzielen;
- Transparenz über die Produktivität digitaler Assets und deren Verbesserungsmöglichkeiten gewinnen.

Unternehmen nutzen Digital Asset Managements, um diese technischen Herausforderungen zu abstrahieren und die Leistungsfähigkeit visueller Inhalte freizusetzen, um wettbewerbsfähiger zu werden und Marktanteile zu gewinnen. **DAMs fördern die Zusammenarbeit, beschleunigen die Zeit bis zur Erfüllung sowie den Projektdurchsatz und bereichern damit das Online-Erlebnis für Kunden und Interessenten**, da optimierte Inhalte Endbenutzer schneller als je zuvor erreichen. Bevor Sie Bedürfnisse identifizieren und Anforderungslisten erstellen, ist es wichtig Zeit zu investieren, um die Herausforderungen zu verstehen, denen sich Ihr Unternehmen in Bezug auf Digital Asset Management gegenübersteht.

Dies sollte eine **Multi-Stakeholder-Initiative** sein und Vertreter aus den Bereichen IT, Marketing, Projektmanagement, sowie Digital und Kreativ Teams umfassen. Sobald Sie Ihre Herausforderungen verstanden haben, können Sie mit dem Aufbau Ihrer Anforderungen beginnen. Abschnitt 3 dieser Broschüre soll Ihnen dabei weiterhelfen.

### 3. Bewertung der DAM Anforderungen

Um Ihnen die Bewertung Ihrer Anforderungen zu erleichtern, analysiert diese Broschüre diese beiden Aspekte: nicht funktionale und funktionale Anforderungen.

#### A) Nicht funktionale Anforderungen

Dies sind grundlegende Kriterien, die den Unterschied von zwei Lösungen ausmachen, die theoretisch den gleichen Funktionsumfang und die gleichen Preise anbieten.

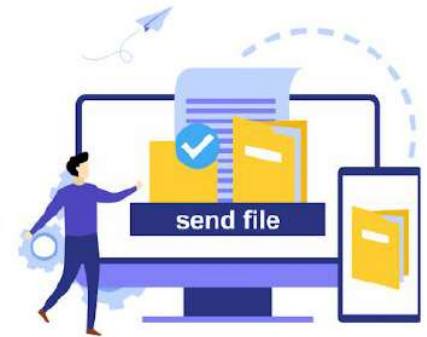


#### Benutzererfahrung

Wenn Sie das richtige DAM auswählen, wählen Sie die Plattform, die Ihr Team reibungslos an- und übernehmen wird. DAM ist Teil des Alltags vom Team, welches viel mit Online-Assets interagiert und kann dazu beitragen oder verhindern, dass der globale Prozess nahtlos verläuft. Optimierte Benutzererfahrung (UX) ist eines der entscheidendsten Elemente für die **Auswahl eines DAM Systems, wodurch die Effizienz und Produktivität verschiedener Teams gleichzeitig gesteigert wird.**

#### Produktivität

Ihr Digital Asset Management sollte die Mengen an Assets, die Sie verarbeiten möchten, sofort umsetzen. **DAM Lösungen bewältigen normalerweise schwere Lasten zur gleichen Zeit und überall auf der Welt.** Unter allen DAM Systemen empfehlen wir sich für cloud-basierte, weltweit verteilte und dynamisch skalierbare Systeme zu entscheiden, da diese Leistungsaspekte am wahrscheinlichsten sicherstellen.



#### Sicherheit & Einhaltung

Stellen Sie bei der Auswahl eines DAM Anbieters sicher, dass dieser vollständig den Sicherheitsstandards entspricht, die in Ihren internen Richtlinien, Anforderungen an Sicherheit und Skalierbarkeit enthalten sind. **Wählen Sie nur eine Lösung aus, die Ihren Anwendungen, Use Cases und Anforderungen am besten entspricht, um maßgeschneiderte Antworten zu erhalten** (Verfügbarkeit des Supports, professionelle Services, SLAs, Sprachunterstützung, Migrationsunterstützung usw.).





## B) Funktionale Anforderungen

Im Allgemeinen sind die funktionalen Anforderungen an ein DAM entweder technisch oder geschäftsbezogen, je nach Geschäftsbereich.

**Die IT** Anforderungen betonen hauptsächlich die Integrationsmöglichkeiten und die Skalierbarkeit der Infrastruktur bei gleichzeitig guter Leistung. Ihr Hauptziel: Effizienz und Kostensenkung. In der Zwischenzeit konzentrieren sich **die Marketing- und Produkt-Teams** darauf, die "Time to Fulfilment" zu verkürzen und damit eine hohe Qualität der digitalen Assets zu gewährleisten. Ihr Hauptziel: Leistung und Umsatzsteigerung. Schließlich konzentrieren sich die Erwartungen **der Content and Design Teams** darauf, den kreativen Prozess beim Abrufen, Bearbeiten und Genehmigen von Dateien zu optimieren. Ihr Hauptziel: Produktivität.

Die funktionalen Anforderungen können auf Basis des [Artikel von Gartner](#) in drei DAM Anwendungsfälle unterteilt werden:



Der Anwendungsfall **Basis** adressiert kleine Unternehmen, die klare interne Prozesse und geringe Asset Volumen haben.

Der Anwendungsfall **Mittel** betrifft mittelständische Unternehmen, wobei die Assets ein zentraler Bestandteil sind. Sie beschäftigen sich mit vielen digitalen Inhalten und haben mehr als 10 Personen, die mit ihnen täglich interagieren.

Der Anwendungsfall **Fortgeschritten** spricht Enterprise Unternehmen mit einem hohem Asset Volumen an, die sich mit Millionen visueller Elemente befassen und deren Aktivität von entscheidender Bedeutung sind. Ihr Projekt ist groß genug, um mehrere Drittanbieter einzubeziehen, was zu Komplexität im Projektmanagement führen kann.

Nachdem Sie die nicht funktionalen DAM Anforderungen definiert haben, die für Ihr Unternehmen von entscheidender Bedeutung sind, schlagen wir vor, **ein personalisiertes Arbeitsblatt auszufüllen**: Damit können die **DAM Funktionen auf Ihre speziellen** Anwendungsfälle angepasst: [DAM Bewertungsformular](#).

## 4. Die DAM Funktionen

Sobald Sie die im Bewertungsformular gestellten Fragen beantwortet haben, können Sie nun die richtige DAM Plattform auswählen - diejenige, die Ihre Geschäftsanforderungen löst und Prozesse optimiert. In diesem Abschnitt teilen wir die DAM-Funktionen in zwei Kategorien ein: **Kernfunktionen und erweiterte Funktionen**.

### Kernfunktionen:

Stellen Sie zunächst sicher, dass Ihre DAM Lösung die folgenden **5 DAM Kernfunktionen** beinhaltet. In den meisten Fällen sind die folgenden Funktionen entscheidend für die erfolgreiche Implementierung eines DAM-Systems in Ihren Teams und Organisation.

Zudem hört Ihre DAM-Reise nicht bei den Kernfunktionen auf. Weitere Problemlösungen stehen im Zusammenhang mit **internen und externen Kooperationen, einzigartiger Integration sowie Überwachung und Leistung der Assets**.



#### 1. Upload-Einrichtung

Importieren von einem oder mehreren Assets (Bilder, Audio, Dokumente, Video): manuell über Upload-Widget, der Admin-Konsole oder automatisiert via API, um Assets in EINEM zentralen Hub zu konsolidieren.



#### 2. Datei-Management

Organisieren Sie Assets nach Projekt, Ordner und einer Reihe von Metadaten - einschließlich automatischer Tags, um das Sucherlebnis (SEO) zu verbessern und Duplikate zu vermeiden.



#### 3. Medien-Transformation

Erstellen neuer Versionen (zuschneiden, Watermark, Größe ändern uvm..) mit einem Editor-Widget oder Nutzung dynamischer URL Transformationen. Transcodieren von Videos, um adaptives Streaming zu ermöglichen



#### 4. DAM-Plattform

Erstellen Sie rollenbasierte Benutzerberechtigungen, um Zugänge zu auf Projekt-Bibliotheken und Dashboards einzuschränken.



#### 5. Adaptive Medien-Kompressionen

On-the fly Medien-Optimierung sowie Nutzung von Kompressionen und CDN (Content Delivery Network), um weltweit schnelle und responsive Medien - für alle Gerätetypen - zur Verfügung zu stellen.

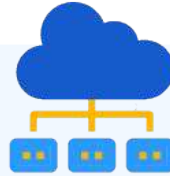
### Erweiterte Funktionen:

Dieser Abschnitt beleuchtet die **6 erweiterten Funktionen** von DAM, die auf Basis der Mittel und Fortgeschrittenen Anwendungsfälle aufbaut.



#### 1. Gruppenarbeit

Steigern Sie die Effizienz Ihrer Teams, indem Sie interne Genehmigungsprozesse in Ihrem DAM übernehmen, Bestätigungsschritte befolgen und spezifische Anmerkungen zum Inhalt jedes Assets hinzufügen.



#### 2. Freigabe von Assets mit externen Benutzern

Optimieren Sie die Zusammenarbeit Ihrer Teams mit externen Nutzern. Teilen Sie Assets aus Ihrem DAM mit Dritten oder ermöglichen Sie ihnen Dateien in bestimmte Ordner hochzuladen.



#### 3. Prozessoptimierung

Sparen Sie Zeit, indem Sie Aufgaben auf der Grundlage von Algorithmen und Regeln für künstliche Intelligenz, z. B. Wasserzeichen-Erkennung, Hintergrundentfernung verwenden und automatisieren.

#### Beispiel:

**Ihre Designagentur** teilt mit Ihrem Marketing-Team Bilder der neuen Produktkollektion. Sobald die Designagentur den neuen Packshot hochgeladen hat, müssen oft weitere Änderungen vorgenommen, bevor diese auf verschiedenen Kanälen produktiv geschaltet werden können. Ihr Marketing-Team wird umgehend benachrichtigt, sobald ein Bild kommentiert oder eine Anmerkung im DAM gemacht wird. Dabei werden mögliche Informationsverluste durch massive E-Mail Kommunikation vermieden. Das Bild kann dann von Ihrem Produktmanager genehmigt, im laufenden Betrieb optimiert und schließlich auf mehreren Kanälen veröffentlicht werden.

#### Beispiel:

**Ihr Marktplatz** fasst Hunderte von Anbietern auf der ganzen Welt zusammen und verteilt Millionen von Produkten über die Plattform. Um einen so großen Katalog zu strukturieren, sollte Ihr Produktteam alle Produktbilder an einem zentralen Ort sammeln. Externe Anbieter können ihre neuesten Inhalte zentral und bequem über eine einfache Drag-and-Drop Funktion hochladen - in für sie dedizierte Ordner, der ihrer Marke gewidmet sind. Für mehr Sicherheit kann dieser externe Uploader zeitlich begrenzt oder durch ein Passwort eingeschränkt und zusätzlich geschützt werden.

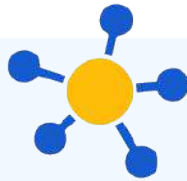
#### Beispiel:

**Ihre Online-Zeitung** sammelt monatlich Tausende von Bildern und Visualisierungen, die aus verschiedenen Quellen stammen (Reporter, offizielle Fotografen, kostenlose Aktien, Leser usw.). Automatisierte Workflow-Integrationen können dazu beitragen: diese visuellen Elemente zu vereinheitlichen und gleichzeitig zu harmonisieren oder zu große Bilder markiert und deren Größe verändert werden. Warnungen können getriggert werden, wenn ein Foto von geringer Qualität ist, Gesichtserkennung aktiviert - um das Zuschneiden zu automatisieren - oder wenn das Urheberrecht abgelaufen ist.



### 4. Datensicherheit

Stellen Sie sicher, dass Ihre DAM-Lösung Ihren internen Datenverarbeitungsrichtlinien entspricht. DAM Plattformen können Ihre Daten zwischen mehreren Rechenzentren und Anbietern replizieren, um das Verlustrisiko zu einzugrenzen.



### 5. Mandantenfähigkeit

Steigern Sie die Effizienz in der Zusammenarbeit Ihrer Teams, indem Sie Ihr Genehmigungsverfahren in Ihre DAM Lösung integrieren. Befolgen Sie dabei die Validierungsschritte und fügen kundenspezifische Anmerkungen ganz einfach hinzu.



### 6. Real-User Monitoring

Steigern Sie die Performance mit dieser leistungsstarken Funktion und geben Einblicke in alle Produktionsnahen Anlagen. Mit der Real User Monitoring (RUM) Funktion können Probleme schneller erkannt und Maßnahmen effizienter ergriffen werden, um negative Beeinträchtigungen bzgl. UX und Conversions zu vermeiden.

#### Beispiel:

Sollte Ihre Organisation strengere **Sicherheitsrichtlinien** verfolgen, z. B. DSGVO für EU-Unternehmen, müssten diese Regeln in Ihrem DAM widerspiegelt werden. Seitdem das EU-US Privacy Shield nicht mehr aktiv ist, muss Ihr Datenschutzbeauftragter sicherstellen, dass alle vom DAM verarbeiteten personenbezogenen Daten nicht außerhalb der EU gespeichert werden. Dies kann durch die Verwendung lokaler Speicheranbieter sichergestellt werden. Außerdem benötigen Sie höhere Sicherheitsstufen Wenn es um Zugänge (SSO, MFA), Datenschutz (Cloud Speicher-Replikation, kennwortgeschützte Freigaben) oder Produktionsressourcen (Whitelist für Domänen, URL-Signatur, URL-Aliase) geht.

#### Beispiel:

**Ihre Agenturen, Partner und Teams** bieten sehr weitreichende und unterschiedliche Services in den Bereichen Webhosting, Entwicklung, Design und Marketing an - und das für eine Vielzahl an Projekten. Von IT über Sales bis zu Marketing müssen möglicherweise Hunderte von Benutzern in das DAM eingebunden und integriert werden, um eine nahtlose, abgestimmte und gleichzeitig transparente Zusammenarbeit zu gewährleisten. Mandantenfähigkeit ist dabei der Schlüssel: Über Ihr Digital Agency-Konto können Sie neue Projekte erstellen und die richtigen Mitarbeiter - aus dem jeweiligen Team von Ihnen, Ihrer Agentur und Ihres Kunden - einbeziehen.

#### Beispiel:

Ihr Chief Performance Officer (CPO) weiß, dass digitale Assets einen enormen Einfluss auf die Leistung des gesamten Projekts haben, z. B. können Bilder durchschnittlich bis zu 70% der Ladezeit einer Seite ausmachen. DAM-Lösungen bieten zudem nützliche Erkenntnisse bzgl. der Anzeige von Assets in der Produktion, und das global. Ihr CPO sammelt diese DAM-Eingaben, um den Verkehrsursprung (Browser, Geräte, Standorte) dieser Assets besser zu verstehen, die Qualität der tatsächlich gelieferten Daten (TTFB, FCP, FMP) an den Endverbraucher zu kontrollieren und pro-aktiv benachrichtigt werden, wenn Ladezeiten langsam sind oder Fehler auftreten.

# 5. Ihre DAM-Reise

## Ihr Unternehmen ist etwas Besonders, Ihr DAM auch

Da jede Organisation einzigartige Anwendungsfälle hat, ist es wichtig, die Anforderungen Ihres Unternehmens zu bewerten und die Art des Geschäfts zu berücksichtigen, um herauszufinden, welche Funktionen Sie in Ihrem DAM benötigen und wie viel Kontrolle Sie haben wollen.

Wir haben die ersten 4 Schritten in dieser Tabelle zusammengefasst, was wir behandelt haben, damit Sie eine zuverlässige und sichere DAM-Lösung finden, die in die Umgebung Ihres Unternehmens passt.



## DAM erfolgreich aufsetzen

Die Organisation und Zugänglichkeit digitaler Assets für die richtigen Teammitglieder ist der Schlüssel zum Erfolg in einer neu etablierten digitalen Landschaft. Wir sind an einem Punkt angelangt, an dem Sie sicherstellen müssen, dass Sie mit Ihrer DAM-Lösung langfristig erfolgreich sein können!

Hier sind die 3 Schritte für Ihre DAM Reise, die Sie in Ihrer Auswahl berücksichtigen sollten:

### 1. Erstellen einer Roadmap



Ihre DAM-Roadmap sollte an der allgemeinen Strategie Ihres Unternehmens ausgerichtet sein. Erstellen Sie eine Roadmap, die Ihre aktuellen Anforderungen widerspiegelt, die derzeit nicht erfüllt sind. Sie können dabei unser [DAM-Bewertungsformular](#) verwenden, um regelmäßig den Fortschritt der Roadmap zu beobachten und zu messen.

Die Einführung eines DAMs erfordert zunächst eine sorgfältige Planung, einen internen Champion und klar vordefinierte Anwendungsfälle. KPIs sind notwendig, um die DAM-Ziele und deren Erfolg zu bewerten. Zusätzliche Schritte für weitergehende Anpassungen, die eine stringente Frist enthalten, sollten ebenfalls aufgenommen und dargestellt werden.

### 2. Erstellen eines Content-Operation-Ökosystems

Das Content-Operation-Ökosystem erfordert die Implementierung detaillierter Richtlinien in den Bereichen Marketing und Asset Management.

Nachdem Sie einen Lebenszyklus für einen speziellen Inhalt definiert haben, der Ihre Marke betrifft, besteht der nächste Schritt darin, Ihr Team zu schulen. Stellen Sie sicher, dass Ihr Team ein klares Verständnis dafür hat, wo und wie es auf die gewünschten Marken-Assets zugreifen und diese entsprechend hochladen kann. Richten Sie den Benutzerzugriff basierend auf dem spezifischen Benutzerprofil ein und geben Sie Ihrem DAM-Administrator eine festgelegte Rolle.



### 3. Ermittlung des Return on Investment (ROI)

Legen Sie wichtige ROI-Kriterien für eine erfolgreiche DAM-Bereitstellung fest. Damit erstellen Sie den wesentlichen Rahmen für die strategische Planung sowie Validierung Ihrer zukünftigen DAM-Lösung. Eine mögliche ROI-Messung wäre die Umsatzsteigerung, die durch die Erhöhung der Mitarbeiterproduktivität und -effizienz, sowie durch neue Einnahmequellen erzielt werden kann..



## Beschleunigen Sie Ihre Content Operations. Bieten Sie schnelle und ansprechende digitale Erlebnisse.

Mit Blick auf die beschleunigte Umstellung auf die Digitalisierung beobachtete unser Team eine echte Tendenz in den Bereichen Remote Work sowie Echtzeit-Zusammenarbeit und dem damit verbundenen Content-Operations Ökosystem. Die Anforderungen an der Darstellung von visuellen Assets steigen. Diese werden immer zahlreicher, reichhaltiger und müssen kanalübergreifend verfügbar gemacht werden.

Mit zunehmender Verbesserung digitaler Erlebnisse werden diese komplexer und stützen sich immer häufiger auf mehrere Plattformen (CMS, Hosting, Zahlung, Logistik, Analyse usw.).

Die Vision von Scaleflex lautet daher: Schritt halten und sich an diese schnelllebigen Zeiten anpassen. Das von Ihnen ausgewählte DAM **so flexibel wie möglich** sein, um Reibungsverluste bei der Integration in die anderen Plattformen Ihres Unternehmens zu vermeiden. **Skalierbarkeit** und **Flexibilität** sind Teil unserer DNA.

Erfahren Sie mehr über die Scaleflex [Digital Asset Management Plattform Filerobot](#)

## Über Scaleflex

Scaleflex ist ein weltweit führendes B2B-SaaS-Unternehmen, das die leistungsstärksten und skalierbarsten Lösungen für Digital Asset Management (DAM) und Medienoptimierung entwickelt. Unsere Mission ist es, alle Medieninhalte (Bilder, Videos, statische Dateien wie JS- und CSS-Dateien usw.) für Websites oder mobile Anwendungen zu laden, zu speichern, zu organisieren, zu optimieren, zu beschleunigen und zu veröffentlichen.

Mit mehr als 2 Milliarden verwalteten Brand-Assets pro Monat unterstützt Scaleflex über 1000 Unternehmen, darunter Michelin, St. Gobain, Toom, Printemps WhiteStuff, SeLogger, Knight Frank, Sotheby's Realty, um ihren Kunden ein ansprechendes und persönlicheres digitales Erlebnis zu bieten - und das weltweit.

Weitere Informationen finden Sie unter [scaleflex.com](https://scaleflex.com).

## Glossar

**Digitale Assets** - Bilder, Videos, PDFs, CSS, JS und andere Medien, die auf Websites, mobilen Apps oder in anderen von einem Unternehmen erstellten digitalen Inhalten verwendet werden.

**Digital Asset Management** - der End-to-End-Prozess zur Verwaltung digitaler Assets; von Uploads über Bearbeitungen bis hin zur Optimierung. Dieses Management erstreckt sich über verschiedene Teams und Abteilungen in unterschiedlichen Phasen des Lebenszyklus eines Digital Assets.

**Digital Asset Management Plattform (DAM)** - eine Softwarelösung, die in der Regel cloud-basiert (SaaS) ist und für alle Aspekte im Digital Asset Management entwickelt wurde, für den gesamten Lebenszyklus eines digitalen Assets.

**Projektdurchlaufzeit** - stellt die Effizienz des Projekts dar, die die Anzahl abgeschlossener Arbeitselemente pro bestimmter Zeiteinheit (z. B. Tage oder Wochen) berechnet.

**Time-to-Fulfillment** - Zeit zur Erfüllung, das Maß für die Produktivität, berechnet sich als die Zeit, die Marketing-Inhalte benötigen, um ihre Zielgruppe/ihren Zielkanal zu erreichen.

**Work-in-Process** - ein digitales Asset, das sich noch im kreativen Prozess befindet.