

Revolutionieren Sie Ihr Content-Management mit Wedia: *Weit mehr als eine Digital Asset Management Lösung*

Verschaffen Sie sich einen Wettbewerbsvorteil, indem Sie die Erstellung, Speicherung, Verteilung und Nachverfolgung Ihres Contents optimieren.



Ein E-Book von

 **wedia**

Einführung

Die Art und Weise, wie Verbraucher mit Marken interagieren, hat sich in den letzten Jahren erheblich verändert. Kunden geben sich nicht mehr mit einem einfachen Einkaufserlebnis zufrieden, sondern möchten eine vernetzte Omnichannel-Interaktion mit ihren Lieblingsmarken. Da der durchschnittliche User etwa **sieben verschiedene soziale Netzwerke pro Monat nutzt**, müssen die Inhalte, die eine Marke beispielsweise auf LinkedIn veröffentlicht, anders sein als die auf Instagram, um ihre Follower wirklich anzulocken und sinnvolle Interaktionen zu erschaffen.

Dies hat natürlich zur Folge, dass Marken eine beträchtliche Menge visueller Inhalte produzieren müssen, die auf die verschiedenen Plattformen und Zielgruppen angepasst und zugeschnitten werden können. Ob Videos, Infografiken, Podcasts oder visuelle Elemente – Marken müssen jetzt mit dem Appetit der Verbraucher auf neue Formate Schritt halten. Das Erstellen, Speichern, Verteilen und Tracken dieser digitalen Assets ist keine leichte Aufgabe, und Marketing- und Kommunikationsfachleute greifen hier gerne auf verschiedene Softwaretools zurück, um sie bei ihren täglichen Aktivitäten zu unterstützen. Tatsächlich ist es für Ihren Erfolg von größter Bedeutung, die richtigen Tools zur Unterstützung Ihrer Content-Strategien zu finden.

In diesem E-Book beleuchten wir detailliert die Performance eines Digital Asset Management (DAM)-Systems und untersuchen, wie es für Marketing- & Kommunikationsteams zu einem wichtigen Verbündeten werden kann, wenn sie sich von der Masse abheben möchten.



Louise McNutt

*Content Marketing Manager,
Wedia*

- 01 — Was genau ist *ein DAM*?
- 02 — Das Wedia *DAM-Angebot*
- 03 — Die Module: *Weit mehr als ein Standard-DAM*
- 04 — Wissenswertes: *Der perfekte DAM-Partner*
- 05 — Den richtigen *DAM-Anbieter auswählen*

Was genau ist *ein* *DAM*?

- 01 - Die DAM-Grundlagen: Definition
- 02 - Kommt es auf die Größe an? Verschiedene DAM-Typen im Überblick
- 03 - Die Geschichte des DAM: Von der Mediathek zum fortschrittlichen Content-Management-System
- 04 - Was kann ein DAM konkret für Sie tun?



01 Die DAM-Grundlagen: Definition

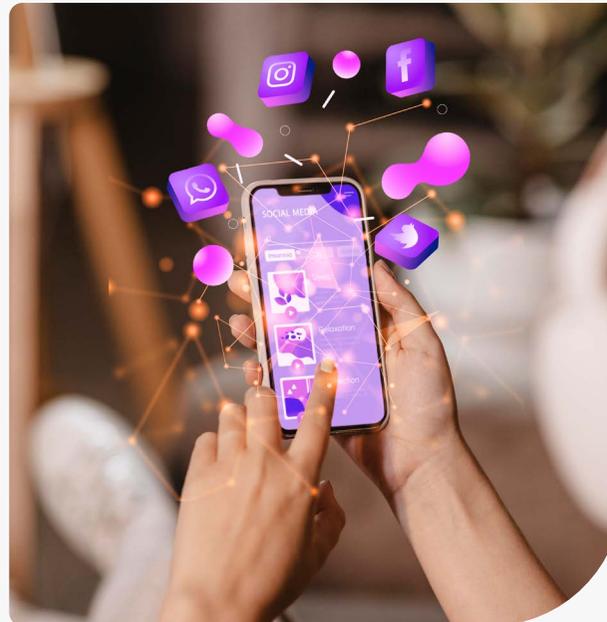
Wir haben in den letzten Jahren eine exponentielle Explosion der von Marken weltweit veröffentlichten Inhalte erlebt. Angesichts der Vielfalt an Kanälen und Plattformen, die Verbrauchern zur Verfügung stehen – von E-Commerce-Sites bis hin zu Social-Media-Plattformen – haben Verbraucher die Qual der Wahl, wenn es darum geht, ihren bevorzugten Kommunikationskanal auszuwählen.

Marken reagieren auf das anhaltende Wachstum der Kommunikationskanäle, indem sie immer fortschrittlichere Inhalte veröffentlichen und das Repertoire an Formattypen erweitern, von animierten Videos bis hin zu Podcasts. Dies ist natürlich nicht ohne Herausforderungen, da die für diese Content-Ausgabe verantwortlichen Marketing- und Kommunikationsteams nicht nur deren Produktion verwalten, sondern auch sicherstellen müssen, dass sie effektiv gespeichert, referenziert, geteilt und analysiert werden.

Hier kommt eine DAM-Lösung als beeindruckendes Tool zur Unterstützung der Inhalts- und Marketingstrategien eines Unternehmens ins Spiel. Sie vereint eine Reihe spezifischer Funktionen, die über eine bloße Medien-Speicherplattform hinausgehen.

Unternehmen können das robuste Content Repository einer DAM-Plattform nutzen, die künstliche Intelligenz (KI) für optimiertes Meta-Tagging und Indexierung verwendet. Darüber hinaus ermöglicht das DAM es, eine Vielzahl von Mediendateien, darunter Bilder, Videos, Audioaufnahmen, 3D-Dateien und Video, zu verwalten, zu verteilen und zu tracken.

Dieses umfassende Leistungsspektrum macht es zum perfekten Partner für den B2C-, B2B- oder B2B2C-Bereich.



Erhalten Sie einen vollständigen Überblick darüber, wie ein DAM-System aussieht

[MEHR ERFAHREN >](#)

02 Kommt es auf die Größe an? Verschiedene DAM-Typen im Überblick

Bei der Auswahl eines DAM-Systems, das an die Bedürfnisse eines Unternehmens angepasst ist, stellt man schnell fest, dass nicht alle DAMs über die gleichen Funktionen verfügen. Von Basisangeboten zur einfachen Zentralisierung von digitalen Assets bis hin zu viel fortgeschritteneren Tools, die Teil der digitalen Transformationsstrategie eines Unternehmens sind, muss die Auswahl des richtigen Systems sorgfältig überlegt werden.

Schauen wir uns die verschiedenen Formen und Größen an:

Grundlegende DAM-Funktionen : Geeignet für kleine bis mittelgroße Unternehmen, die ihr Asset-

Die DAM-Grundlagen: Definition

Management mit Funktionen wie Mass-Edits, , Tagging & einfachen Transformationen zentralisieren möchten.

Moderate DAM-Funktionen : Richten sich an mittlere bis große Unternehmen und bieten erweiterte Funktionen wie die Integration mit Marketingtools, abteilungsübergreifenden Workflows und Cloud-nativen Anwendungen.

Erweiterte DAM-Funktionen : Dieses DAM-System ist besonders vorteilhaft für Organisationen mit mehreren Produkten, mehreren Marken oder mehreren Regionen und unterstützt das Streben einer Organisation nach digitaler Transformation mit Funktionen wie globaler Bereitstellung, KI-gesteuerten Tagging und Multichannel-Verteilung in Echtzeit.



Finden Sie heraus, welches DAM-System das Richtige für Sie ist

MEHR ERFAHREN



03 *Die Geschichte des DAM: Von der Mediathek zum fortschrittlichen Content-Management-System*

Wir konnten im Laufe der Jahre beobachten, wie sich DAM-Lösungen seit ihrer Einführung weiterentwickelt haben. Sie spiegeln die Art und Weise wider, wie Unternehmen ihre digitalen Assets speichern, organisieren und verteilen.

Die ersten Versionen von DAM-Systemen kamen bereits Ende der 1980er Jahre auf, als Unternehmen ein System zur Speicherung digitaler Medien benötigten. Zu diesem Zeitpunkt waren die Systeme, die heute als DAM 1.0 bezeichnet werden, sehr einfache Repositorien, die lediglich zum Speichern von Dateien wie Bildern, Videos und Dokumenten verwendet wurden.

Als die Zahl der Inhalte und Formate zunahm und das World Wide Web 1993 der breiten Öffentlichkeit zugänglich wurde, bestand ein erheblicher Bedarf an DAM-Technologie, um mit dieser Entwicklung Schritt zu halten. So entstand Ende der 1990er und Anfang der 2000er Jahre DAM 2.0. In dieser Version wurden Metadatenverwaltung, Versionskontrolle und Workflow-Automatisierung integriert, wodurch Unternehmen digitale Assets besser organisieren, gemeinsam bearbeiten und verteilen konnten.

Mit dem Internet in vollem Gange gewann digitales Marketing ständig an Bedeutung und Mitte der 2000er Jahre kam DAM 3.0 ins Spiel. In dieser Phase von DAM konnten Benutzer von verbesserter Interoperabilität und Integration mit anderen digitalen Marketingtools und -plattformen wie Content-Management-Systemen (CMS), Customer-Relationship-Management-Systemen (CRM) und Social-Media-Plattformen profitieren.

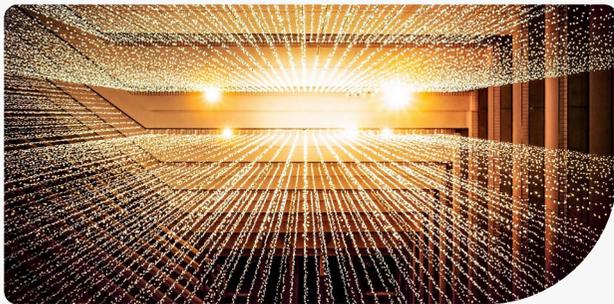
Cloud-Computing und Software-as-a-Service (SaaS)-Lösungen brachten dann einen Umbruch in die DAM-Branche, da die Systeme cloudbasiert wurden, was bedeutete, dass DAMs eine viel größere Skalierbarkeit, Zugänglichkeit und Flexibilität bieten konnten. Marken konnten ihre digitalen Assets daher effizienter und wesentlich kostengünstiger verwalten.



Die DAM-Grundlagen: Definition

In der aktuellen Phase integrieren DAM-Lösungen neue technologische Errungenschaften wie KI und maschinelles Lernen. Das bedeutet, dass diesen hochentwickelten Systemen erweiterte Funktionen wie Auto-Tagging, Gesichtserkennung und Inhaltsanalyse hinzugefügt werden. Die Art und Weise, wie Assets nun kategorisiert und verteilt werden können, ist daher unglaublich präzise geworden.

Da DAM-Systeme mit den neuesten Innovationen Schritt halten, um das Unternehmenswachstum voranzutreiben, werden stetig viele neue Funktionen hinzugefügt, wie z. B. Generative AI, um die Erstellung von Assets innerhalb eines DAM-Systems zu erleichtern, sowie detaillierte Analyse-Tools. Tatsächlich ist der DAM-Bereich ein Bereich, der sich ständig weiterentwickelt und in ständiger Bewegung ist, da er Unternehmen dabei unterstützt, ihre digitalen Assets effektiv zu verwalten und zu nutzen.



04 Was kann ein DAM konkret für Sie tun?

Ein DAM-System ist eine umfassende Lösung, die mehrere Teams nutzen können und verschiedene Bedürfnisse und Anforderungen erfüllt. Eine ihrer Stärken ist die Fähigkeit, die Zusammenarbeit zu fördern, indem sie Teams mit unterschiedlichen Fähigkeiten für ein Marketingprojekt zusammenbringt: Sie bietet einzigartige Funktionen für unterschiedliche Kompetenzen innerhalb einer Organisation.

So können verschiedene Personen eines Marketing- und Kommunikationsteams von einer DAM-Plattform profitieren:

Markenspezialisten und CMOs : Markenspezialisten oder Chief Marketing Officers (CMO) sind auf der Suche nach einem Tool, das das nahtlose Auffinden aller Assets sowie die Konsolidierung eines gesamten MarTech-Stacks ermöglicht.

Durch die Verwendung eines DAM-Systems werden alle Marketingmaterialien und Kampagnen an einem Ort zusammengeführt. So lässt sich kontrollieren, ob sie die von einem Unternehmen festgelegten Markenrichtlinien einhalten.

Darüber hinaus sind durch die Funktion als SSOT

sämtliche Änderungen an Assets in Echtzeit sichtbar – auf der gesamten DAM-Plattform. So sind alle Benutzer über sämtliche Änderungen auf dem Laufenden und haben die volle Kontrolle über die von Teams im gesamten Unternehmen vorgenommenen Änderungen

Kreativ- und UX-Teams: Für Kreativ- und UX-Teams kann Zeit verloren gehen, wenn sie wiederkehrende Anfragen zur Asset-Produktion bearbeiten müssen, bei denen nur kleine Anpassungen vorgenommen werden müssen. Mit einer DAM-Lösung können Kreativ- und UX-Teams freigegebene Templates erstellen, die dann von Teams im gesamten Unternehmen dynamisch angepasst werden können. Dank der Web-to-Print- und InDesign-Integration können Markenkonsistenz und Kontrolle über jede Vorlage gewahrt werden.



Die DAM-Grundlagen: Definition

Kreativ- und UX-Teams haben mehr Freiraum für die Arbeit an kreativen Projekten. Gleichzeitig wird durch die gemeinsame Nutzung genehmigter Vorlagen, die an sprachliche oder kulturelle Anpassungen angepasst werden können, sichergestellt, dass die Markenkonsistenz gewahrt bleibt.

Produktmanager: Für E-Merchandising-Produktmanager ist die E-Commerce-Site von zentraler Bedeutung. Kunden, die die Website besuchen, müssen daher eine optisch ansprechende und voll funktionsfähige Plattform vorfinden.

Wie lässt sich das erreichen? Mit hochwertigen, optimierten Bildern. Durch die Arbeit mit einer DAM-Lösung bringt der Produktmanager Packshots, Kampagnen-Materialien und Produktbeschreibungen an einem Ort zusammen. So haben alle Teams Zugriff auf dieselben Materialien, die dann problemlos über die verschiedenen Kanäle einer Marke verteilt werden können.

Unabhängig davon, ob ein Kunde eine E-Commerce-Site auf einem Telefon, Tablet oder Computer aufruft, bleibt die Customer Experience unverändert, was ihm eine konsistente Interaktion mit der Marke ermöglicht

Performance-Marketing: Performance-Marketing-Spezialisten legen ihren Schwerpunkt darauf, dem

Kunden das bestmögliche Erlebnis zu bieten. Das bedeutet, ihnen optimale Inhalte bereitzustellen und nachverfolgen zu können, wie der Kunde damit interagiert.

Mit einem DAM-Tool können Performance-Marketing-Experten ihre Content-Projekte von einer Plattform aus erstellen, interne und externe Teams zusammenführen und die volle Kontrolle über die Erstellung, Verteilung und Nachverfolgung ihrer Assets behalten. Das DAM fungiert als **Single Source of Truth (SSOT)** und veröffentlicht ein Asset auf mehreren Plattformen, sodass alle Kampagnen von einem zentralen Hub aus verwaltet werden. Mit integrierten Analysen können Performance-Marketing-Experten die Leistung jedes Assets genau überwachen und die erforderlichen Anpassungen vornehmen.

IT: IT-Teams müssen sicherstellen, dass die von ihrem Unternehmen verwendeten digitalen Tools optimiert und sicher sind.

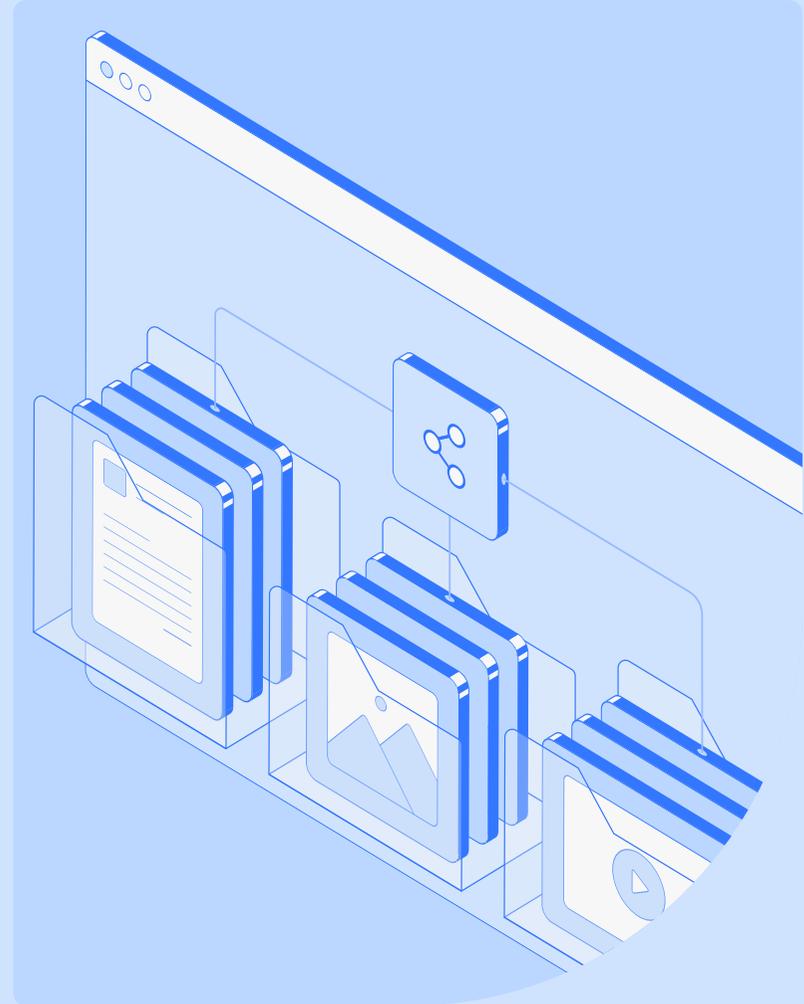
Ein DAM-System wie das von Wedia bietet ein Single-Tenant-Bereitstellungsmodell, was bedeutet, dass Leistung, Sicherheit und Wartung im Vordergrund stehen.

Bei der Auswahl einer DAM-Lösung muss diese in den aktuellen MarTech-Stack eines Unternehmens passen, und das ist etwas, worauf IT-Experten achten werden. Ein ausgereiftes DAM-System bietet daher eine vollständige Integration des Marketing- und Technologie-Stacks und lässt sich gleichzeitig anpassen, um maßgeschneiderte Lösungen für Verbindungs-Tools anzubieten.



Das Wedia *DAM-Angebot*

- 01 - Wie ist das Wedia-DAM aufgebaut?
- 02 - Die Summe aller Teile: die Hauptmerkmale des Wedia-DAM



Das Wedia DAM-Angebot

Das DAM von Wedia ist eine Komplettlösung, die alle Herausforderungen im Content-Marketing abdeckt. Hier sehen wir uns die verschiedenen Komponenten des DAM im Detail an und wie sie zusammen ein System bilden, das den sich ständig weiterentwickelnden Anforderungen unserer Kunden gerecht wird.

01 *Wie ist das Wedia-DAM aufgebaut?*

Das Wedia-DAM ist ein leistungsstarkes Tool, das einen sorgfältig zusammengestellten Satz von Funktionen umfasst, der es Unternehmen ermöglicht, ihre digitalen Assets zu organisieren, zu speichern und freizugeben.

Das Wedia-DAM unterstützt Content-Marketing-Strategien in einer Reihe verschiedener Unternehmen und Branchen und ermöglicht es Nutzern, Mediendateien wie Bilder, Videos, Audioaufnahmen, 3D-Dateien und Videos zu verwalten. Die DAM-Lösung fungiert als SSOT und lässt sich mühelos in den vorhandenen MarTech-Stack eines Unternehmens einfügen. Sie verbessert die Erstellung, Verteilung und Nachverfolgung von Inhalten, fördert die Zusammenarbeit und reduziert die Anzahl verteilter Tools zur Verwaltung von Inhalten.

Case Study: Engie nutzt Wedia, um seine Assets auf einer einzigen Plattform zu zentralisieren.

ENGIE, der drittgrößte Energiekonzern der Welt, bedient weltweit 24 Millionen Kunden mit 151.000 Mitarbeitern in 70 Ländern. Das Unternehmen konzentriert sich auf kohlenstoffarme Stromerzeugung, Energieinfrastruktur und Kundenlösungen.

Zuvor nutzte ENGIE mehrere Content-Management-Plattformen, die den Anforderungen des Unternehmens, insbesondere der Markenkommunikation, nicht gerecht wurden. Diese Plattformen waren umständlich, veraltet, langsam und lieferten häufig ungenaue Suchergebnisse. Darüber hinaus boten sie nur

begrenzte, komplexe statistische Ansichten und litten unter Kompatibilitäts- und Leistungsproblemen.

Um diese Herausforderungen zu meistern, suchte ENGIE nach einer zentralisierten Content-Management-Lösung, die seinen internationalen Anforderungen gerecht wird, alle Inhalte auf einer einzigen Plattform sammelt, leistungsstarke Suchfunktionen bietet und die vollständige Kompatibilität zwischen dem DAM-System und der Office-Suite gewährleistet. ENGIE erkannte, dass die DAM-Lösung von Wedia die ideale Wahl ist.



Das Wedia DAM-Angebot

Die skalierbare Enterprise-Lösung von Wedia bietet:

- Fünf verschiedene Benutzerprofile (Administrator, Validierer, Mitwirkender, externe Agentur und Benutzer im Beratungsportal).
- Die Möglichkeit für ENGIE, alle Nutzer vorab zu prüfen und zu autorisieren, die Inhalte in das DAM hochzuladen.
- Unterstützung für alle Mediendateitypen, unabhängig von der Größe (Fotos, Videos, Audiodateien, Dokumente usw.).
- Nahtlose Kompatibilität zwischen DAM und CMS, mit Assets, die direkt vom CMS über den Wedia Content Picker (Pro Edition) zugänglich sind.

Mit Wedia's DAM zentralisierte ENGIE seine Inhalte und richtete eine SSOT für seine Tochtergesellschaften und Geschäftseinheiten in 70 Ländern ein. Diese Lösung verbesserte die Koordinierung der Kommunikationsaktivitäten weltweit. Durch die Integration des Wedia-DAMs mit den 2.700 Websites von ENGIE und den Wedia-APIs können Benutzer Tausende von Ressourcen weltweit problemlos teilen, verwalten und verteilen und so ein beispielloses digitales Erlebnis bieten.

Warum wurde das Wedia-DAM auf diese Weise aufgebaut?

Die Reise von Wedia begann im Jahr 2010 und seitdem hat das Unternehmen mit einer Reihe internationaler Unternehmen aus verschiedenen Branchen zusammengearbeitet, darunter Decathlon, Bayer und Total Energies.

Im letzten Jahrzehnt hat Wedia es sich zum Ziel gemacht, die Herausforderungen und Probleme aktueller und zukünftiger Kunden zu verstehen. Aus diesem Grund hat Wedia ein DAM-System entwickelt, das neben den Kernfunktionen ständig weiterentwickelt wird, um neue Technologien, Innovationen und Marktveränderungen zu berücksichtigen.

Die größten Herausforderungen für die Kunden:

Content-Volumen steigt stetig: Inhalte in all ihren Formen nehmen zu, da Verbraucher zwischen Plattformen wechseln und Videos, Podcasts und Infografiken konsumieren, um mit Marken zu interagieren.

Unternehmen müssen mit der Entwicklung Schritt halten, immer größere Mengen unterschiedlicher Inhalte verwalten und diese schnell und effizient auf ihren Märkten bereitstellen.

Multi-Touchpoint-Customer-Experience: Kunden nutzen heute verschiedene Kommunikationskanäle mit Marken. Ob es sich um eine Interaktion im

Geschäft oder das Ansehen eines TikTok-Videos handelt, sie möchten überall und jederzeit das gleiche Erlebnis mit einer Marke haben.

Dies bedeutet, das Markenimage durch klare Markenrichtlinien zu schützen und einen nahtlosen Ansatz für die Veröffentlichung von digitalen Assets über verschiedene Kanäle hinweg zu verfolgen.

Schutz vor Compliance-Problemen: Für bestimmte Branchen wie Pharma, Finanzen und alkoholische Getränke gelten klare Compliance-Vorschriften, die eingehalten werden müssen. Alle von ihnen veröffentlichten Inhalte müssen sorgfältig überprüft werden, um sicherzustellen, dass sie den gesetzlichen Richtlinien entsprechen. Diese Branchen müssen daher Inhalte in einer streng kontrollierten Umgebung erstellen.

Mehr und mehr digitale Tools: Um den wachsenden Anforderungen der Verbraucher an digitale Interaktionen gerecht zu werden, müssen Unternehmen in eine Reihe unterschiedlicher Tools und Software investieren: CMS, CRM, PIM und mehr.

Die Verwaltung dieser Tools kann nicht nur zeitaufwändig, sondern auch mühsam sein, insbesondere wenn mehrere Benutzer beteiligt sind. Daher ist ein System erforderlich, das eine nahtlose Integration ermöglicht.



02 Die Summe aller Teile: die Hauptmerkmale des Wedia-DAM

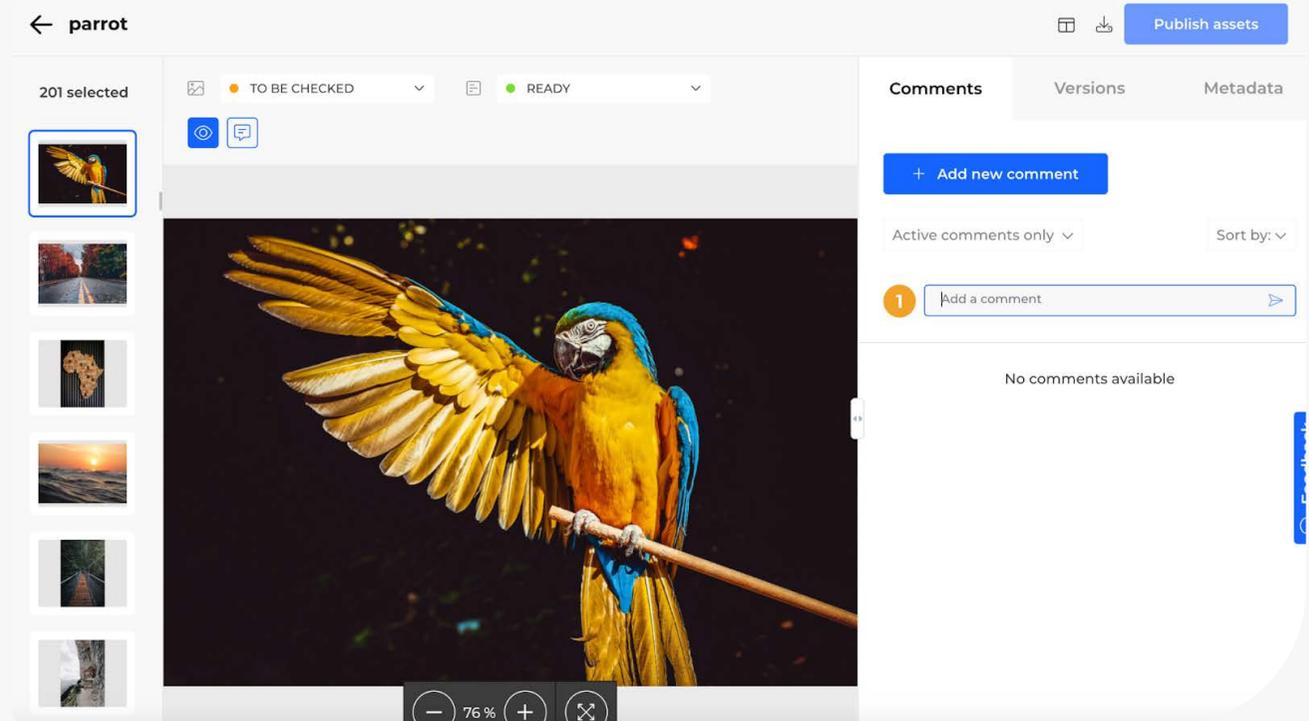
Wedia hat daran gearbeitet, eine DAM-Lösung aufzubauen, die eine breite Palette an Funktionen umfasst, die die Anforderungen von Unternehmen aus verschiedenen Branchen perfekt ergänzen. Was also genau macht das Wedia-DAM aus?

Erstellen Sie Ihre Content-Projekte von Grund auf

Die Funktion „Creative Workflow“ fördert die Zusammenarbeit, indem sie allen Mitgliedern eines Projektteams (intern und extern) den Zugriff auf einen dedizierten Projekt-Workflow ermöglicht. Digitale Assets können hochgeladen, geändert, kommentiert und genehmigt werden, wobei die entsprechenden Teammitglieder einen klaren Überblick über den Projektstatus haben. Darüber hinaus können Teams die

Wedias Creative Workflow Feature

MEHR ERFAHREN >



WEDIAS CREATIVE WORKFLOW FEATURE

Erstellung ihrer Inhalte optimieren und fertiggestellte, genehmigte Medien direkt in ihrem DAM veröffentlichen.

Maßgeschneidertes Content-Repository für die Feinheiten jeder Organisation

Das robuste Inhalts-Repository von Wedia ermöglicht Unternehmen die Verwaltung ihres ständig wachsenden

Portfolios an Medienressourcen wie Bildern, Videos, Dokumenten und 3D-Dateien. Dank der KI-gestützten Such- und Klassifizierungstools können Benutzer die gesuchten Assets schnell & einfach finden. Über einen sicheren und zentralen Hub zum Speichern von Medien müssen Teams nur auf eine Plattform zugreifen und verschwenden keine Zeit mit dem Senden von Links oder Anhängen.

Müssen Sie eine große Menge an Assets organisieren?

MEHR ERFAHREN >



Eine Lösung zum Schutz Ihrer digitalen Inhalte

Für Unternehmen, die über verschiedene Märkte, Standorte und Marken verteilt sind, kann es schwierig sein, die Nutzung von digitalen Assets durch verschiedene Benutzer zu kontrollieren. Mit der DAM-Lösung von Wedia ist die Personalisierung der Segmentierung des Systems intuitiv. Benutzerberechtigungen und -rechte können für verschiedene Profile (Mitarbeiter, Geschäftseinheiten, Partner oder Wiederverkäufer) festgelegt werden, sodass jeder Benutzer nur die für ihn relevanten Medien sieht.

Darüber hinaus werden jedem Asset Copyright-Informationen hinzugefügt, damit die Benutzer genau wissen, wann und wie sie es verwenden können.

Erfahren Sie mehr über maßgeschneiderte Segmentierung

MEHR ERFAHREN >

Erweitertes DAM für robustes digitales Rechte- und Sicherheitsmanagement

Die Kontrolle über die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und Marken ist von entscheidender Bedeutung, insbesondere für stark regulierte Branchen wie die Finanz- & Pharmabranche. Durch die Integration eines Systems, das personalisierte Berechtigungen und Tags ermöglicht, können Rechts- & Compliance-Teams in den Validierungsprozess aller öffentlichen Inhalte einbezogen werden, die ein Unternehmen veröffentlicht.

Der Fortschritt und die Versionsänderungen aller Assets können so sorgfältig überwacht werden. Um den Schutz der Assets noch weiter zu verbessern, können Wasserzeichen und Video-Tokenisierung verwendet werden, um die Veröffentlichung von Assets zu schützen.

Erfahren Sie mehr über die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften

MEHR ERFAHREN >

Nahtlose Integration in Ihr gesamtes MarTech-Ökosystem

Das Wedia DAM-Angebot

Unternehmen arbeiten mit einer Vielzahl von Tools und Software. Von der Microsoft-Suite bis hin zu Social-Media-Plattformen, CMS und PIM müssen sich diese Tools perfekt in ein DAM-System integrieren lassen, um eine nahtlose Navigation zu ermöglichen.

Mit dem Wedia-DAM verschwenden Nutzer keine Zeit mit dem Herunterladen und Hochladen, sondern können Assets per Drag & Drop aus dem DAM in Microsoft Office, der Adobe-Suite, Figma oder Canva verschieben und so die Erstellung von Inhalten – von Dokumenten über Verpackungsdesigns bis hin zu Social-Media-Posts – optimieren.

Möchten Sie mehr erfahren?

CONTENT PICKER >

Das KI-gestützte DAM zur Automatisierung der Inhaltskennzeichnung und -wiederverwendung: befreit Sie von lästigen Routineaufgaben

Marketing- und Kommunikationsteams bleiben oft mit banalen Aufgaben wie dem Taggen von Assets stecken, was zu Inkonsistenzen und Fehlern führen

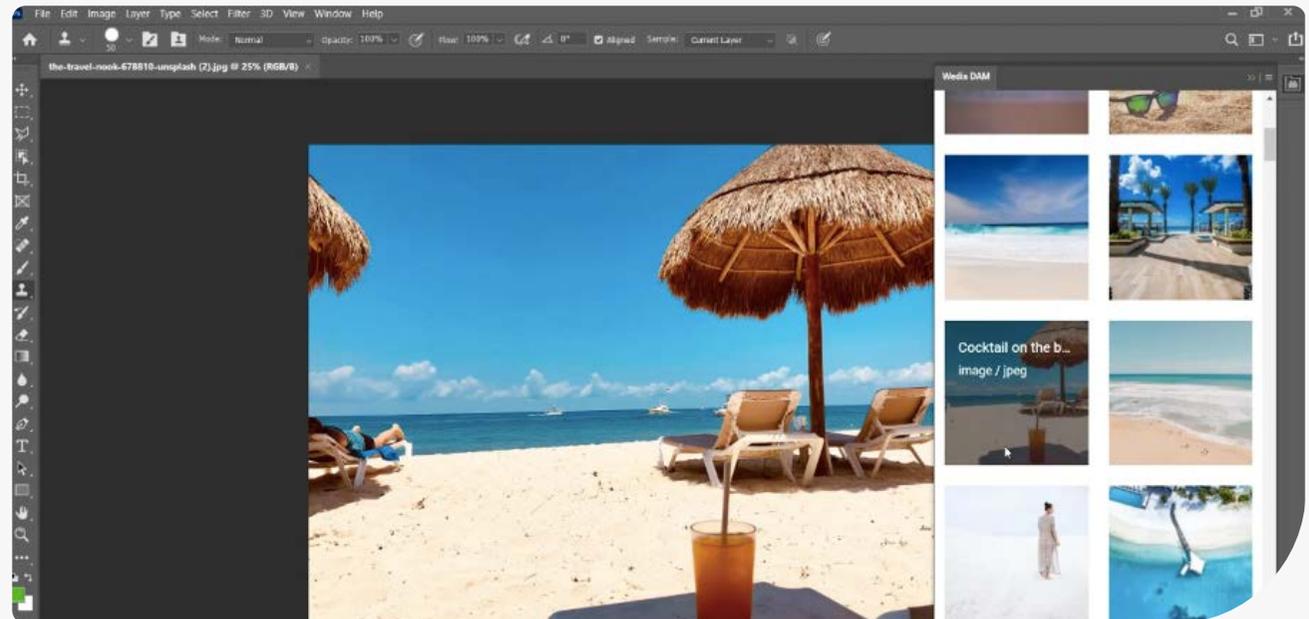
kann, die wiederum dazu führen, dass Assets nicht gefunden werden.

Dank der KI-Integration werden Assets automatisch getaggt – das heißt, sie sind richtig beschriftet und perfekt indiziert.

Darüber hinaus können Teams, wenn sie nicht das richtige Asset für ihre Kampagnen finden, es mit Wedia.ai erstellen, dem Generative-AI (Gen-AI)-Tool, welches in das Wedia-DAM integriert ist.

Automatisieren Sie Ihr DAM und die Inhaltserstellung

MEHR ERFAHREN >

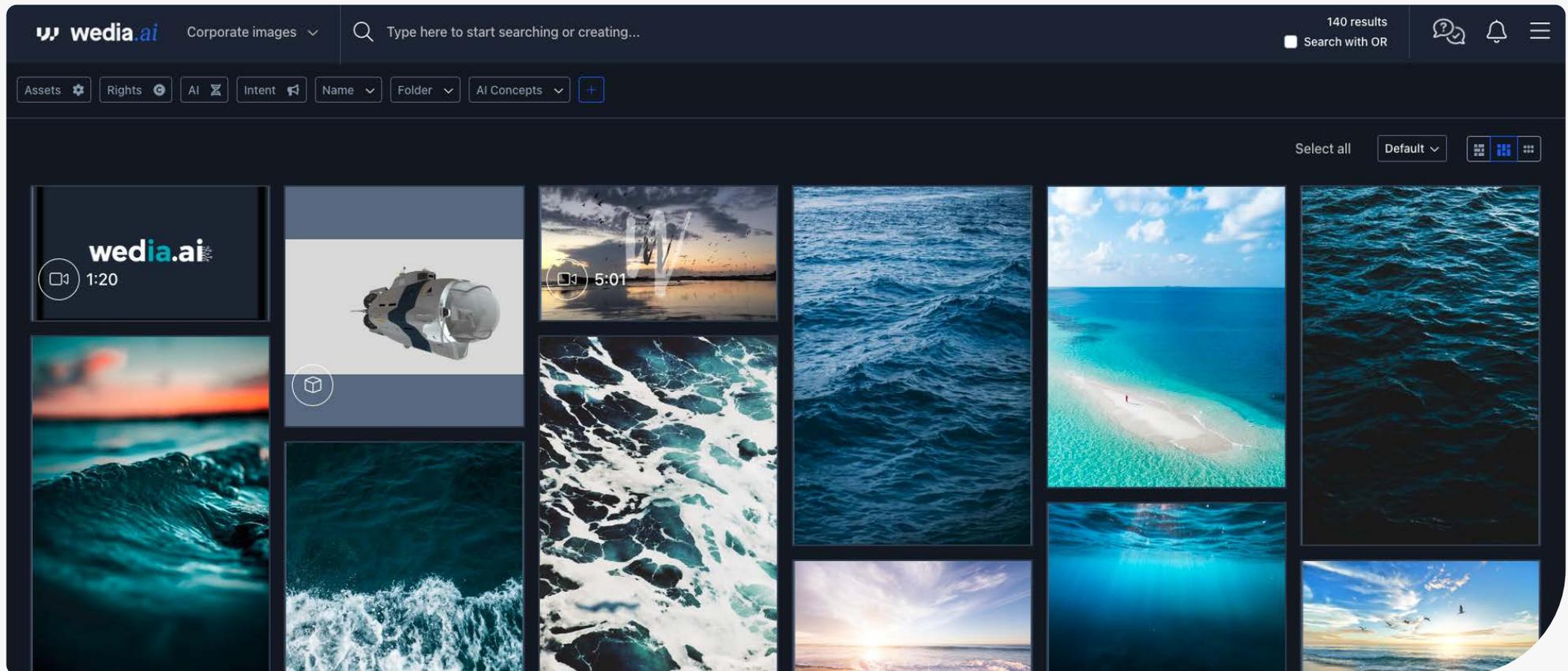


BILDER DIREKT AUS IHREM DAM IN PHOTOSHOP BEARBEITEN UND AKTUALISIEREN



Revolutionieren Sie Ihr Content-Management mit Wedia:
Weit mehr als eine Digital Asset Management Lösung

Das Wedia DAM-Angebot



Verschaffen Sie sich einen umfassenden Überblick über das DAM-Angebot von Wedia

[MEHR ERFAHREN](#)



Revolutionieren Sie Ihr Content-Management mit Wedia:
Weit mehr als eine Digital Asset Management Lösung

Das Wedia DAM-Angebot

Creative Workflow

- ✓ Versionierung & Editieren von Assets
- ✓ Mehrere Workflows
- ✓ Online-Redaktion von Inhalten
- ✓ Sammlungen, "Boards" & Lesezeichen

Segmentierung nach Maß

- ✓ Mehrsprachig
- ✓ Verwaltung digitaler Rechte
- ✓ Fähigkeiten zur Datenmodellierung

Content Picker - universeller Anschluss

- ✓ Adobe-Ausgabe - Indesign, Photoshop
- ✓ Office-Ausgabe - Word, PowerPoint

Stabiles Content Repository

- ✓ Multiformat (Fotos, Videos, 3D)
- ✓ Hochladen von Assets
- ✓ Indizierung (Metadaten)
- ✓ Verwaltung des Wortschatzes
- ✓ Suche und Ergebnisse
- ✓ Ordner- und Produktnavigation (nach Ordner oder nach Produktfamilie)

Künstliche Intelligenz

- ✓ KI-gestützte Indizierung
- ✓ Benutzerdefinierte KI-Netzwerke
- ✓ Maschinelles Lernen
- ✓ Generative KI (Text, Bild, Video)

Einhaltung der Rechtsvorschriften

- ✓ Genehmigungsverfahren
- ✓ Audit Trail

Brand Center

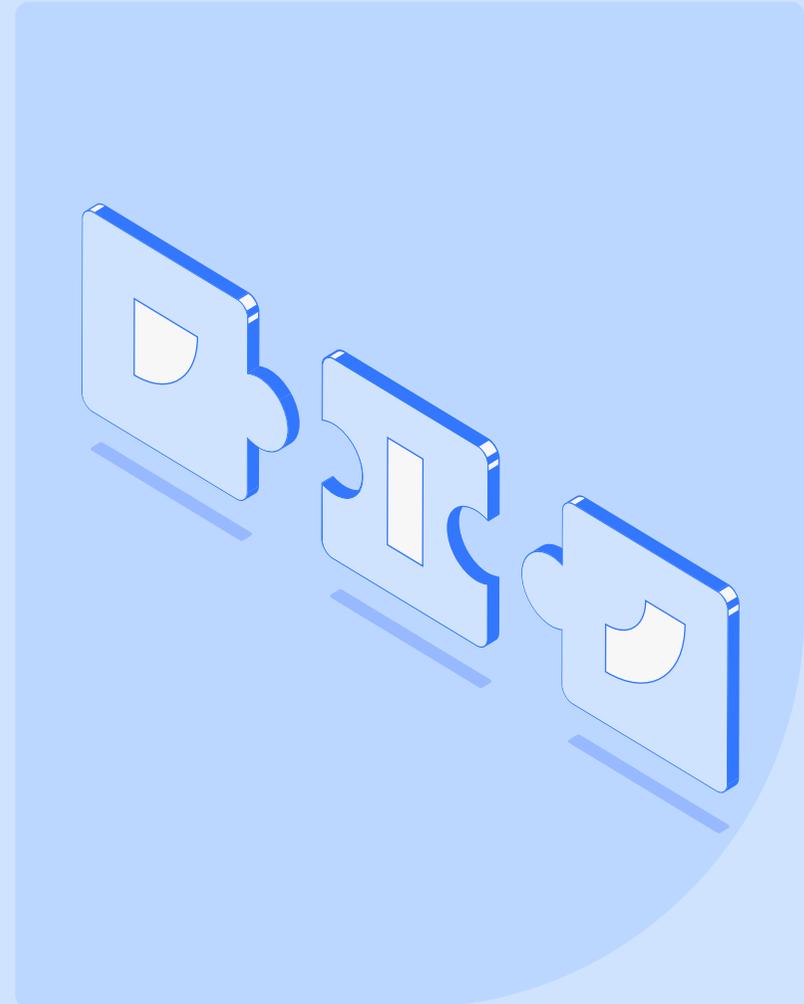
- ✓ Markenrichtlinien, Logos, Markenwerte
- ✓ Dokumentvorlagen

AUF EINEN BLICK: WIE SIEHT DAS WEDIA DAM AUS?



Die Module: *Weit mehr als ein Standard-DAM*

- 01 - Distributed Marketing: Stärken Sie Ihre Vertriebskanäle
- 02 - Fallstudie: Wie hat Bayer das DAM von Wedia genutzt, um seine Markenidentität voranzutreiben?
- 03 - Media Delivery & Digital Experience: Bewerten Sie den ROI Ihrer Inhalte
- 04 - Case Study: Mit der DAM-Lösung von Wedia verwaltet Decathlon mehr als 11,5 Millionen Mediendateien



Die Module: Weit mehr als ein Standard-DAM

Für Marken, die noch weiter gehen möchten, bietet Wedia zwei zusätzliche Module an, die die DAM-Lösung perfekt ergänzen, Content Marketing auf das nächste Level bringen und ein leistungsstarkes System bieten.

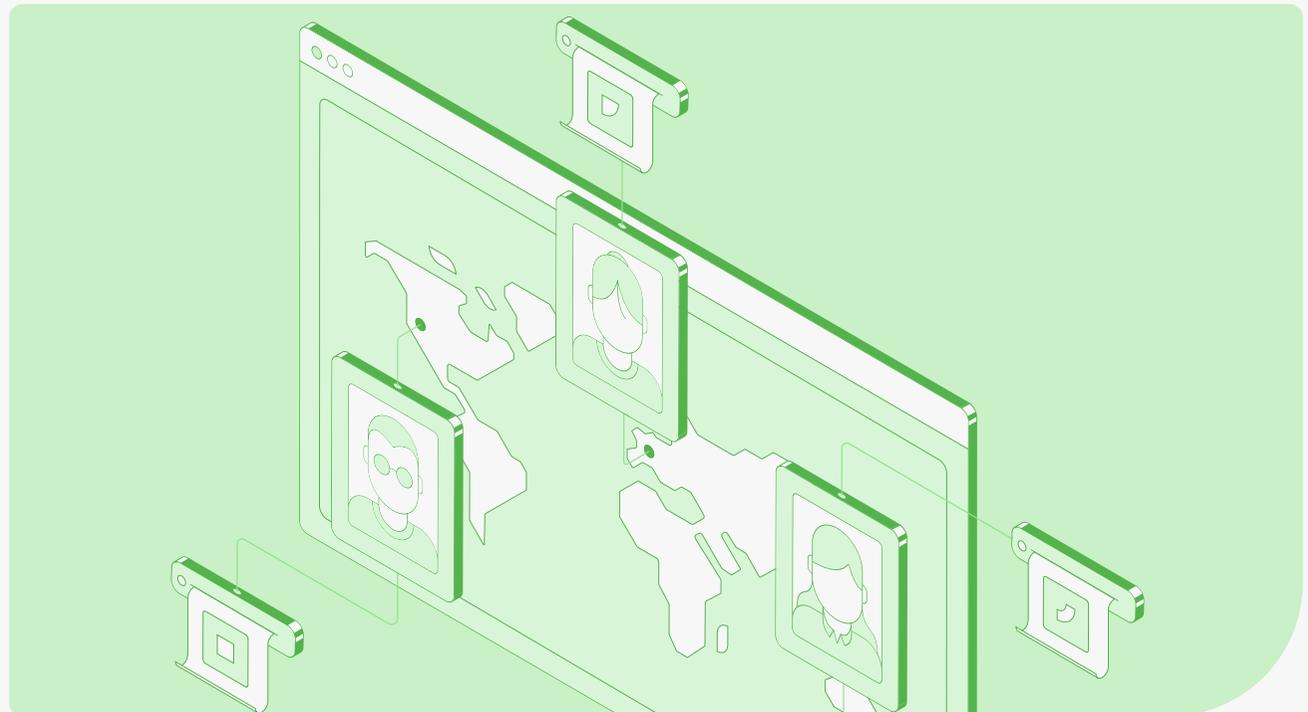
01 *Distributed Marketing: Stärken Sie Ihre Vertriebskanäle*

Markeninhalte müssen heute mehr Reichweite haben als je zuvor. Doch die Anpassung an lokale und globale Märkte und gleichzeitige Wahrung der Konsistenz über Franchises und lokale Einheiten hinweg ist nicht immer einfach.

Dank der Leistungsfähigkeit des Distributed-Marketing-Moduls von Wedia können Unternehmen mit vorgefertigten Vorlagen und erweiterten Personalisierungsmöglichkeiten die Konsistenz aller Marketingmaterialien sicherstellen.

Entwickelt für internationale Teams: Teilen Sie Marketingmaterialien und Markenressourcen ganz einfach über globale Netzwerke. Teams können auf vorab genehmigte Vorlagen zugreifen und lokalisierte Änderungen vornehmen, ohne die Markenkonsistenz zu beeinträchtigen.

Nahtloses Web-to-Print: Erstellen & bearbeiten Sie Online-Vorlagen, die auf Ihre Marke zugeschnitten



sind. Benutzer können Bilder per Drag & Drop verschieben, Änderungsgrenzen festlegen und automatisierte Layoutregeln erstellen. Dokumente durchlaufen Genehmigungsworkflows und können in mehrere Sprachen übersetzt werden.

Integration von E-Mail-Kampagnen: Bereiten Sie E-Mail-Projekte vor, zeigen Sie sie in der Vorschau an und passen Sie sie mit anpassbaren Vorlagen für

verschiedene Formate an.

Optimiertes Projektmanagement: Verbessern Sie die Zusammenarbeit mit einer standardisierten, rechtskonformen Markenumgebung, sparen Sie Zeit bei Designänderungen und ermöglichen Sie mehrsprachige, vielfältige Kampagnen.



Die Module: Weit mehr als ein Standard-DAM

Erstellung von E-Mails, Bannern, animierten GIFs...

- ✓ Bibliothek mit Vorlagen für digitale Medien
- ✓ Online-Redaktion von Texten und Bildmaterial
- ✓ Validierung, Versand, Verteilung

Globale/lokale Genehmigungsworkflows

- ✓ Mehrsprachig
- ✓ Verwaltung digitaler Rechte
- ✓ Fähigkeiten zur Datenmodellierung

Wie kann Distributed Marketing Ihre Marke unterstützen?

MEHR ERFAHREN >

Lokalisierung

- ✓ Vielfältige Inhaltsstruktur (nach Unternehmen, Land, Marke)
- ✓ Mehrsprachige Indizierung
- ✓ Anpassung der Rechte an den lokalen Kontext
- ✓ Verwaltung von "lokalisierten" Thesauri
- ✓ Lokaler/globaler Validierungs-Workflow

Web-to-print

- ✓ Online-Erstellung von Drucksachen
- ✓ Vorlagenbibliothek (InDesign)
- ✓ Online-Redaktion von Texten und Bildmaterial
- ✓ Markierungen, Kommentare, Workflows...
- ✓ Checkin-Checkout in InDesign möglich
- ✓ PDF-Erzeugung mit mehreren Profilen

AUF EINEN BLICK: WIE SIEHT DAS WEDIA MODUL DISTRIBUTED MARKETING AUS?



02 *Fallstudie: Wie hat Bayer das DAM von Wedia genutzt, um seine Markenidentität voranzutreiben?*

Bayer ist ein global tätiges Unternehmen mit Sitz in Deutschland, das in den Life-Science-Bereichen Gesundheit und Agrarwirtschaft tätig ist und weltweit über 100.000 Mitarbeiter beschäftigt.

Bayer erkannte schon früh die Bedeutung der Markenkonsistenz und investierte in eine DAM-Plattform, um seine Marketing- und Kommunikationsressourcen an mehreren Standorten zu zentralisieren. Ziel dieser Initiative war es, die Zusammenarbeit zu fördern, die Markenintegrität zu wahren und den Arbeitsablauf zu optimieren. Das für Bayer konzipierte Wedia-DAM lässt sich nahtlos in den bestehenden MarTech-Stack integrieren und bietet erweiterte Suchfunktionen und Benutzerverwaltungsfunktionen. Mit KI-gestützten

Lesen Sie die vollständige Bayer-Fallstudie

MEHR ERFAHREN >



Tools zur Inhaltserstellung und einem Urheberrechtsmanagement gewährleistet Bayer globale Konsistenz & Compliance in seinen verschiedenen Marketingkampagnen.

03 *Media Delivery & Digital Experience: Bewerten Sie den ROI Ihrer Inhalte*

Eine zentrale Herausforderung für Kommunikations- und Marketingteams besteht derzeit darin, Inhalte

für zahlreiche digitale Kanäle zu erstellen, die je nach Zielgruppe jeweils eine eigene Formatierung und einen eigenen Stil erfordern. Laut einer repräsentativen Studie verwendeten **52 % der Vermarkter** drei bis vier Marketingkanäle, was die Notwendigkeit eines Multi-Channel-Ansatzes unterstreicht. Internationale Marken, die mit unterschiedlichen Kulturen und Sprachen zu tun haben, stehen vor einem erheblichen Arbeitsaufwand, wenn es darum geht, Botschaften an unterschiedliche Gebiete anzupassen.

Die Module: Weit mehr als ein Standard-DAM

Nutzen Sie Wedias Modul „Media Delivery & Digital Experience“, welches die intuitive gemeinsame Nutzung von Inhalten über verschiedene Plattformen hinweg optimiert und gleichzeitig Einblicke in die Leistung der Inhalte bietet.

Medienbereitstellung: Optimiert die Bildtransformation für den E-Commerce mithilfe eines Content Delivery Network (CDN) für schnelles Laden und dynamische Videoqualität. Unterstützt Multi-Channel-Marketing, indem Einschränkungen von Online-Kanälen berücksichtigt werden, DAM mit dem MarTech-Stack verknüpft und KI zur Bild- und Videoverbesserung verwendet wird. Gewährleistet hohe Leistung, Verfügbarkeit und Zustellbarkeit mit einem starken SLA.

Digitale Erfahrung: Verfolgt KPIs, um die Wirksamkeit von Kampagnen, den Content-Konsum über alle Kanäle hinweg sowie die leistungstärksten Inhalte nach Land und Gerät zu bewerten. Demonstriert den ROI und unterstützt die Kundenerfahrung durch die Identifizierung ansprechender Inhalte.

Integration: Das DAM von Wedia lässt sich nahtlos in vorhandene MarTech-Stacks integrieren und verbessert die Inhaltsverteilung und Leistungsanalyse.



Die Module: Weit mehr als ein Standard-DAM

High Performance / High Delivery

- ✓ Auf allen digitalen Kanälen (Web, E-Commerce, soziale Netzwerke)
- ✓ Multi-CDN-Option
- ✓ Weltweite Abdeckung einschließlich China
- ✓ SLA für Verfügbarkeit und Leistung

Dynamic Media Rendition

- ✓ Unbegrenzte On-The-Fly-Variationen aus Master-Assets
- ✓ Technische Anpassungen (Format, Größe, Auflösung, Farbmeterik)
- ✓ Visuelle Transformationen (automatisches Zuschneiden, Entfernen des Hintergrunds)

Benutzerdefinierte Video-Player

- ✓ Banner, Kapitel, Untertitel
- ✓ Video-Tokenisierung
- ✓ Adaptives Streaming
- ✓ CTA, Social Sharing, Einbettungscode

Integrationen

- ✓ Integration mit PIM, CMS, Marketingautomatisierung...
- ✓ Analytik: Excel, Tableau, PowerBI...
- ✓ Universeller Anschluss (Content Picker)

Analytik

- ✓ Analyse der Verteilung (nach Land, nach Bereich, nach Inhalt)
- ✓ Queranalyse der Verbreitung nach Inhaltskategorien
- ✓ Erkennung der ansprechendsten und wirksamsten Inhalte
- ✓ Identifizierung von ungenutzten Inhalten...

Content Picker - Pro Edition

- ✓ CMS
- ✓ Social
- ✓ Kampagnenmanager

AUF EINEN BLICK: WIE SIEHT DAS WEDIA MODUL MEDIA DELIVERY & DIGITAL EXPERIENCE AUS?

Möchten Sie mehr erfahren?

MEHR ERFAHREN >



Die Module: Weit mehr als ein Standard-DAM

04 *Case Study: Mit der DAM-Lösung von Wedia verwaltet Decathlon mehr als 11,5 Millionen Mediendateien*

Decathlon, ein führender französischer Sportartikelhändler mit internationaler Präsenz, stand vor der Herausforderung, enorme Mengen an Medieninhalten in seinem ausgedehnten Netzwerk aus Geschäften und E-Commerce-Sites zu verwalten.

Um dieses Problem zu lösen, hat Decathlon die DAM-Lösung PixL von Wedia eingeführt, die zum zentralen Knotenpunkt für alle digitalen Inhalte auf den 73 E-Commerce-Websites des Unternehmens geworden ist. Mit PixL hat Decathlon seine Content-Management-Prozesse optimiert, die Markteinführungszeit deutlich verkürzt und die Teamproduktivität gesteigert.

Die DAM-Lösung gewährleistet außerdem eine standardisierte Verteilung von Inhalten, die auf einzelne Märkte zugeschnitten ist, und sorgt so für ein nahtloses und wirkungsvolles Benutzererlebnis. Mit über 11,5 Millionen verwalteten Mediendateien und 67.000 Benutzern, die von der Plattform profitieren, hat Decathlon eine höhere Effizienz und Effektivität bei seinen Strategien zur Inhaltsverwaltung und -verteilung erreicht.



Lesen Sie die ganze Case Study

[MEHR ERFAHREN >](#)



Wissenswertes: *Der perfekte DAM-Partner*

- 01 - Integrationen: Bauen Sie Ihren ultimativen Stack
- 02 - Die Zukunft des DAM gestalten: Sorgfältige Integration neuester Technologien
- 03 - Eine grünere Zukunft für den digitalen Sektor



Wissenswertes: Der perfekte DAM-Partner

Wie fügt sich das Wedia-DAM in das bestehende Lösungskonzept eines Unternehmens ein? Was unterscheidet Wedia von anderen Herstellern?

Dank Innovation, Umweltengagement und einem einzigartigen Serviceangebot ist Wedia in der Lage, mehr als nur eine Standard-DAM-Lösung anzubieten.

01 Integrationen: Bauen Sie Ihren ultimativen Stack

Marketing- und Kommunikationsteams zahlreicher Marken nutzen immer mehr Tools, um die Entwicklung, Bearbeitung und Verbreitung ihrer Inhalte zu verwalten.

Eine nahtlose Navigation zwischen den einzelnen Tools wird die Arbeit dieser Experten letztendlich erheblich erleichtern. Anstatt zwischen Tools wechseln & Assets von und auf jede Plattform hoch- und herunterladen zu müssen, gibt es Möglichkeiten, die Tools zu verknüpfen, um eine vollständig integrierte Softwaresuite zu erstellen.

Das Wedia-DAM bietet eine große Auswahl an gebrauchsfertigen Integrationen, das Team ist jedoch auch in der Lage, maßgeschneiderte Lösungen für Integrationen von Drittanbietern zu entwickeln.

Werfen wir einen Blick auf einige der wichtigsten Integrationen, die Wedia anbietet:

Content Management System (CMS): Die Website eines Unternehmens ist das Herzstück seiner Kommunikationsgalaxie und daher muss das Hochladen verschiedener Assets von Bildern bis hin zu Videos so einfach wie möglich sein. Dies kann dank der mühelosen Integration mit CMS-Systemen wie Wordpress und Drupal geschehen.

Produktinformationsmanagement (PIM): Ein PIM ist ein unverzichtbares Tool für E-Commerce-Unternehmen und sorgt dafür, dass Produktinformationen korrekt und aktuell bleiben. Das Verschieben von Assets aus Wedia's DAM in eine Vielzahl von PIM-Software wie InRiver oder Pimcore ist problemlos möglich.

Kreative Tools: Lassen Sie sich in Ihrer Kreativität nicht zurückhalten. Importieren Sie verschiedene Assets direkt in Designprojekte und ändern Sie sie nach Belieben. Dank der Integration mit Canva, Figma, Adobe und Microsoft Office ist Wedia's DAM Ihr kreativer Verbündeter.

Bereitstellung von Inhalten: Digitale Erlebnisse werden durch ein integriertes DAM- und Content-Delivery-System wie Akamai verbessert.

Stockfotos: Von Foto-Stock-Websites gekaufte Assets müssen nicht heruntergeladen & in das DAM von Wedia hochgeladen werden, sondern werden automatisch von Plattformen wie Unsplash oder Shutterstock übertragen.



Wordpress : Integrieren Sie Ihre Medieninhalte direkt in Ihre Wordpress-Webseiten.



Pimcore : Diese Integration ist ein leistungsfähiges Werkzeug, das Unternehmen bei der Verwaltung ihrer digitalen Ressourcen unterstützt.



Canva : Bearbeiten Sie Fotos und Videos in einer einzigen Grafikdesign-App.



Akamai : Stellen Sie Ihre außergewöhnlichen digitalen Erlebnisse fehlerfrei bereit.



Shutterstock : Übertragen Sie automatisch alle auf Shutterstock gekauften Bilder in Ihr Wedia DAM.

Wissenswertes: Der perfekte DAM-Partner

Weit mehr als ein DAM: Wedias Projektmanagement und Kundenservice vorgestellt

Beim DAM von Wedia geht es nicht nur darum, ein innovatives und leistungsstarkes Content-Management-System bereitzustellen, sondern auch darum, von Anfang an einen hochwertigen Service zu bieten.

Projektmanagement: Jeder Kunde wird vom Beginn eines neuen Projekts an von einem persönlichen Account Manager begleitet, der dafür sorgt, dass die Projekte termingerecht, im Rahmen des Budgets und gemäß den angegebenen Anforderungen ausgeliefert werden. Die Einarbeitung in ein neues Projekt dauert in der Regel drei Wochen, da das Wedia-Team auf der Grundlage von Erfahrungen aus der Zusammenarbeit mit zahlreichen internationalen Kunden einen ausgefeilten Ansatz verfolgt.

Dies bedeutet natürlich nicht, dass Flexibilität nicht in den Onboarding-Ansatz einbezogen wird, da auch andere relevante Geschäftsanforderungen in die Lösung integriert werden können. Dies bedeutet, dass die Komplexität berücksichtigt wird, die mit den umfangreichen, mehrsprachigen und markenübergreifenden Aktivitäten der Kunden einhergeht, und dass ein agiler Ansatz angeboten werden kann, der den Projekterfolg dank eines messbaren ROI (Return on Investment) fördert.



Erfahren Sie mehr über Wedias exklusive Projektmanagementdienste

[MEHR ERFAHREN >](#)



Wissenswertes: Der perfekte DAM-Partner

Kundenservice: Das Customer Success-Team trägt wesentlich dazu bei, sicherzustellen, dass jeder Kunde von Wedia weiterhin von seinem DAM-System profitiert und die Ziele erreicht, die er sich für seine Content-Strategien gesetzt hat.

Neben dem regelmäßigen Austausch mit den Kunden prüfen unsere Customer Success Manager (CSM) kontinuierlich die DAM-Lösung jedes Kunden und geben entsprechende Empfehlungen ab, unter anderem zur Indizierung von Bildern und zu relevanten Analysen, die durchgeführt werden können, um zu verstehen, wie Benutzer mit dem DAM-System interagieren. Darüber hinaus demonstrieren CSMs den Kunden alle sieben Wochen die neuen DAM-Funktionen und heben dabei diejenigen hervor, die für sie von besonderem geschäftlichen Interesse sein könnten. Auf diese Weise profitieren die Kunden von regelmäßigen, für ihre Bedürfnisse relevanten Upgrades.

Lesen Sie mehr über unseren Kundenservice

MEHR ERFAHREN >

02 Die Zukunft des DAM gestalten: Sorgfältige Integration neuester Technologien

Ein DAM-System, das wirklich mit Kommunikations- und Marketingteams zusammenarbeiten kann, muss sich weiterentwickeln und mit der sich ständig weiterentwickelnden digitalen Branche Schritt halten.

Das Produktteam von Wedia bleibt über die aktuellen technologischen Änderungen und Innovationen auf dem Laufenden, die für die DAM-Systeme und unsere Kunden relevant sind. Das bedeutet, dass sie ständig an Möglichkeiten arbeiten, die DAM-Plattform zu aktualisieren und verschiedene Funktionen zu integrieren, die die Lösung weiterentwickeln und den Benutzern ein einzigartiges und leistungsstarkes Erlebnis bieten.

Aus diesem Grund hat sich Wedia für die Entwicklung eines Gen-AI-Tools direkt in das DAM entschieden.

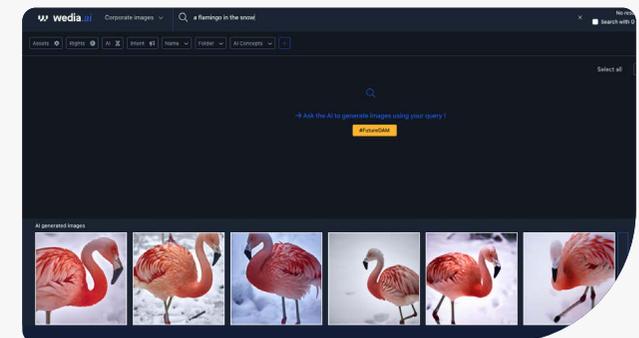
Gen-AI hat zweifellos große Wellen geschlagen, seit es 2014 erstmals von Ian Goodfellow und Kollegen entwickelt wurde. Die Technologie, mit der Benutzer von Grund auf neue Inhalte erstellen können, hat sogar ihren Weg in große Werbekampagnen von Marken wie Heinz und Coca Cola gefunden. Da ein DAM-System dazu dient, Content-Projekte zu fördern und zu verwalten, war es für Wedia logisch,

ein Gen-AI-Tool zu entwickeln, das Teil des Wedia-Angebots wurde. Und so entstand Wedia.ai, mit dem Benutzer automatisch Inhalte generieren können, sei es für Storyboards, kreative Ideen oder Social-Media-Assets.

Der Content-Prozess wird dadurch beschleunigt und generierte Inhalte können mit nur einem Mausklick über die Kanäle einer Marke verteilt werden.

Jetzt ausprobieren!

WEDIA.AI TESTEN >



03 Eine grünere Zukunft für den digitalen Sektor

Bei Innovationen durch ein DAM-System muss man nicht nur über die Technologien nachdenken, die die digitale Transformation unterstützen können, sondern auch über die Welt, in der wir alle in den kommenden Jahren leben werden.

Der digitale Sektor hinterlässt natürlich seinen eigenen CO₂-Fußabdruck: Er ist für **2,3 bis 3,7 Prozent der weltweiten CO₂-Emissionen verantwortlich**, und mit der zunehmenden Entwicklung neuer digitaler Tools, wie z. B. KI, wird diese Zahl nur noch steigen.

Ökodesign kann Unternehmen dabei helfen, digitale Assets effizient zu verwalten und so die Umweltauswirkungen der Datenspeicherung zu reduzieren.

Nachhaltiges SaaS-Design bedeutet umweltbewusste Entscheidungen ohne Kompromisse bei der Qualität.

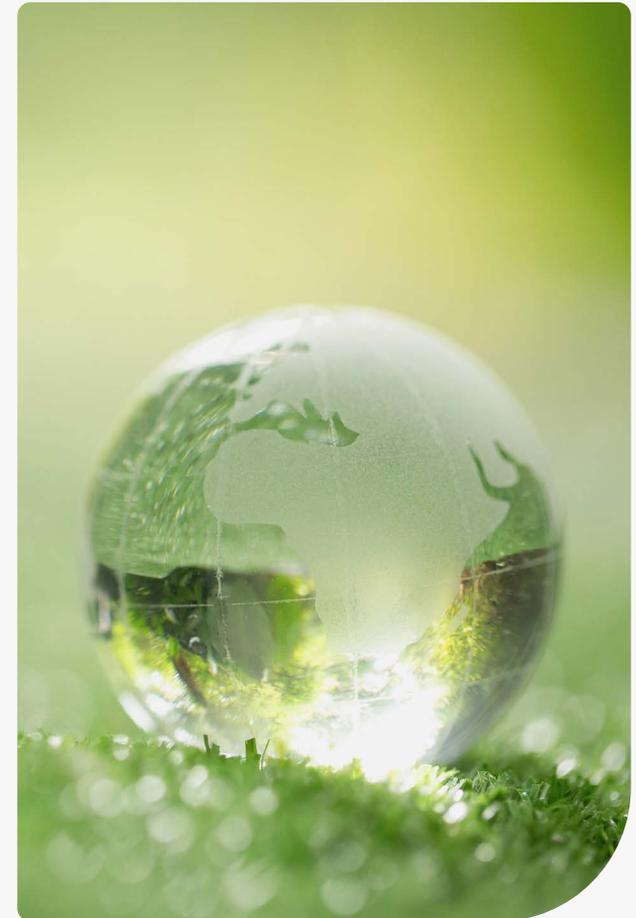
Tools wie Cloud Carbon Footprint und Cloud Jewels helfen bei der Messung und Verwaltung digitaler Auswirkungen, indem sie Ressourcennutzung und CO₂-Emissionen verfolgen und umsetzbare Erkenntnisse zur Reduzierung des Energieverbrauchs liefern.

Zur Umsetzung von Ökodesign gehören die Auswahl effizienter Hardware, die Optimierung der Serverkapazität, die Beseitigung veralteter Daten und die Verwendung energieeffizienter Speicherlösungen. Dieser Ansatz integriert Nachhaltigkeit in jede Phase der Produkt- und Serviceentwicklung.

In der Praxis optimiert eine DAM-Lösung wie die von Wedia das digitale Asset-Management durch energieeffizienten Speicher, Minimierung der Datenübertragung und Komprimierung von Bildern. Dies reduziert den digitalen CO₂-Fußabdruck und unterstützt Nachhaltigkeitsbemühungen.

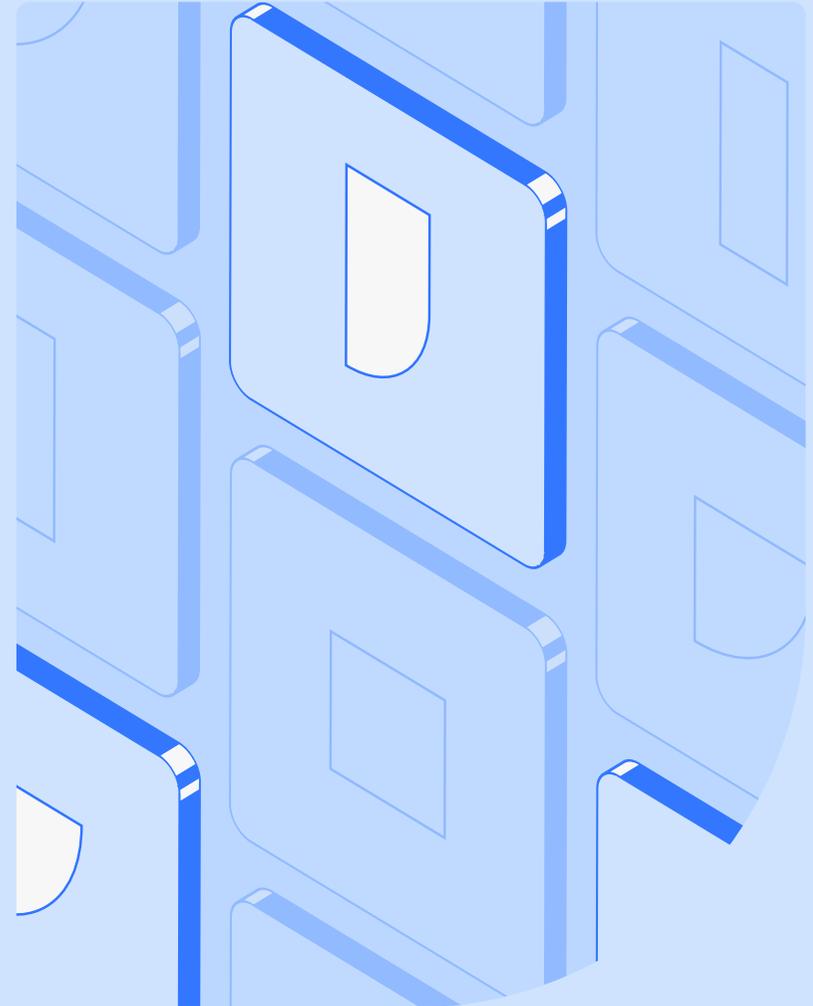
Erfahren Sie mehr über Wedia's nachhaltigen DAM-Ansatz

[MEHR ERFAHREN >](#)



Den richtigen *DAM-Anbieter auswählen*

- 01 - Erstellen einer Checkliste für Ihre DAM-Anforderungen
- 02 - Durchführung einer Ausschreibung
- 03 - Wedias einzigartiges Angebot



01 Erstellen einer Checkliste für Ihre DAM-Anforderungen

Bei der Auswahl eines DAM-Systems, das Ihren Anforderungen und Zielen entspricht, ist es wichtig, Ihre Prioritäten zu berücksichtigen. Hier haben wir eine Checkliste mit wichtigen Kriterien zusammengestellt, damit Sie feststellen können, ob der DAM-Anbieter Ihren Erwartungen entspricht. [Checkliste für Digital Asset Management \(DAM\)-Funktionen:](#)

1. Speicherung von digitalen Medien:

Sicherer Speicher für verschiedene Arten digitaler Assets, einschließlich Bilder, Videos, Dokumente, Audiodateien und mehr.

Möglichkeit, digitale Assets in einem zentralen Repository zu speichern, auf das autorisierte Benutzer zugreifen können.

2. Metadatenverwaltung:

Anpassbare Metadatenfelder zum Hinzufügen beschreibender Informationen zu Assets für eine einfache Suche und Abfrage.

Unterstützung für Metadatenstandards wie IPTC, EXIF und XMP, um Kompatibilität und Konsistenz sicherzustellen.

3. Suche und Entdeckung:

Leistungsstarke Suchfunktion, mit der Benutzer Assets schnell anhand von Metadaten, Schlüsselwörtern, Tags oder Filtern finden können.

Erweiterte Suchfunktionen.

4. Versionskontrolle:

Möglichkeit zum Verfolgen und Verwalten verschiedener Versionen von Assets, einschließlich Revisionen, Bearbeitungen und Anmerkungen.

Option zum Zurückkehren zu früheren Versionen oder Vergleichen von Änderungen zwischen Versionen zur Versionskontrolle.

5. Berechtigungen und Zugriffskontrolle:

Detaillierte Berechtigungseinstellungen zur Steuerung des Zugriffs auf Assets basierend auf Benutzerrollen, Gruppen oder individuellen Berechtigungen.

Rollenbasierte Zugriffskontrolle (RBAC), die es Administratoren ermöglicht, Benutzerrechte festzulegen und den Zugriff auf vertrauliche Assets einzuschränken.

6. Tools für die Zusammenarbeit:

Tools für die Zusammenarbeit und Überprüfung, wie Kommentare, Anmerkungen, Genehmigungen und Workflow-Management.

Integration mit Projektmanagement- und Kommunikationstools für eine nahtlose Zusammenarbeit zwischen Teammitgliedern.

7. Integration und Kompatibilität:

Integration mit Anwendungen von Drittanbietern, Content-Management-Systemen (CMS), Kreativsoftware und anderen digitalen Tools.

Kompatibilität mit verschiedenen Betriebssystemen, Webbrowsern und Mobilgeräten für Zugänglichkeit und Benutzerfreundlichkeit.

8. Medien-Organisation und Taxonomie:

Den richtigen DAM-Anbieter auswählen

Flexible Ordnerstrukturen und Taxonomieoptionen zum hierarchischen und logischen Organisieren von Assets.

Unterstützung für Kategorisierung, Tagging und Beschriftung, um Assets zu klassifizieren und das Durchsuchen und Navigieren zu erleichtern.

9. Dateiformat-Unterstützung:

Große Auswahl unterstützter Dateiformate für verschiedene Arten digitaler Assets, darunter Bilder (JPEG, PNG, GIF), Videos (MP4, MOV), Dokumente (PDF, DOCX) und mehr.

Möglichkeit, Medien direkt in der DAM-Schnittstelle in der Vorschau anzuzeigen, ohne sie herunterzuladen.

10. Sicherheit und Compliance:

Robuste Sicherheitsmaßnahmen wie Verschlüsselung, Zugriffskontrollen und Datenschutz zum Schutz sensibler Vermögenswerte.

Einhaltung von Industrienormen und Vorschriften.

11. Berichterstattung und Analyse:

Integrierte Berichts- und Analysetools zum Verfolgen der Asset-Nutzung, Benutzeraktivität, Downloads und anderer Leistungsmetriken.

Einblicke in die Leistung, Popularität und das Engagement von Assets zur Optimierung der Inhaltsstrategie und Entscheidungsfindung.

12. Anpassung und Branding:

Anpassbare Benutzeroberfläche (UI) und Branding-Optionen zur Anpassung an die Markenrichtlinien und die visuelle Identität des Unternehmens.

02 Durchführung einer Ausschreibung

Wenn Sie festgestellt haben, nach welcher Art von DAM Sie suchen, wie wählen Sie dann die DAM-Anbieter aus, die Ihren Anforderungen entsprechen? Welche Fragen sollten Sie stellen? Hier sind nur einige, die unserer Meinung nach nützlich sein könnten:

1. Was sind die wichtigsten Merkmale und Funktionen Ihrer DAM-Plattform?

2. Wie erfüllt Ihre DAM-Lösung unsere spezifischen Bedürfnisse und Anforderungen?

3. Können Sie Beispiele von Organisationen nennen, die ähnlich wie wir sind und Ihre DAM-Lösung erfolgreich implementiert haben?

4. Wie sieht Ihre Preisstruktur aus und welche Kosten fallen für Implementierung, Schulung und laufenden Support an?

5. Bietet Ihre DAM-Plattform Skalierbarkeit, um dem wachsenden Volumen an digitalen Assets gerecht zu werden?

6. Wie handhabt Ihre DAM-Lösung die Metadatenverwaltung, Suchfunktionen und Asset-Organisation?

7. Welche Sicherheitsmaßnahmen gibt es zum Schutz unserer sensiblen/vertraulichen digitalen Vermögenswerte?

8. Lässt sich Ihre DAM-Plattform nahtlos in unsere vorhandenen Softwaresysteme wie Content-Management-Systeme (CMS) oder Kreativtools integrieren?



Den richtigen DAM-Anbieter auswählen

9. Welche Anpassungs- und Branding-Optionen stehen zur Verfügung, um die visuelle Identität und die Branding-Richtlinien unseres Unternehmens anzupassen?

10. Können Sie Einzelheiten zu Ihrem Kundensupport bereitstellen, einschließlich Reaktionszeiten, Verfügbarkeit und Eskalationsverfahren?

11. Bietet Ihre DAM-Lösung Analyse- und Berichtsfunktionen zur Verfolgung der Asset-Nutzung, Leistungsmetriken und Benutzerinteraktion?

12. Welche Schulungs- und Onboardingressourcen stellen Sie bereit, um sicherzustellen, dass unser Team die DAM-Plattform effektiv nutzen kann?

13. Wie geht Ihr Unternehmen gegebenenfalls mit der Datenmigration aus unserem aktuellen DAM-System um?

14. Welche laufenden Aktualisierungen und Verbesserungen können wir in Zukunft von Ihrer DAM-Plattform erwarten?

15. Gibt es zusätzliche Dienste oder Add-ons, um die Funktionalität Ihrer DAM-Lösung zu erweitern?

Vorlage für eine Angebotsanfrage für Digital Asset Management-Projekte

[HERUNTERLADEN](#) >

03 Wedias einzigartiges Angebot

Die Wedia Group hat hart daran gearbeitet, sich zu einem erfolgreichem Player zu entwickeln, der sich auf B2B-SaaS für Digital Asset und Social Media Management spezialisiert hat. Und dies mit internationalem Erfolg! Mit seinen beiden Angeboten Wedia und **Iconosquare** unterstützt der Konzern seine Kunden bei der Erstellung, Personalisierung, Verbreitung und Leistungsüberprüfung ihrer Inhalte (Fotos, Videos,

Social-Media-Posts etc.).

Diese Angebote ermöglichen es den Kunden der Gruppe, die Organisation ihrer Marketinginhalte zu vereinfachen, ihre Verteilung über verschiedene digitale und physische Kanäle zu automatisieren und letztendlich ihre Effektivität zu messen.

Die hochwertige, innovative Positionierung der Gruppe wurde von renommierten Kunden (Decathlon, Universal, Merck und NASA) und führenden Technologieanalysten (Gartner, Forrester und Constellation Research) anerkannt. Um ihre 4.500 Kunden in über 120 Ländern zu bedienen, kann die Wedia-Gruppe mit Sitz in Frankreich, Deutschland und Kanada auf mehr als 100 engagierte Mitarbeiter zählen.

Durch den Aufbau eines DAM, das solide Fähigkeiten zur Unterstützung von Marken bei der Verwaltung und Verteilung ihrer Inhalte sowie erweiterte Funktionen zur Förderung kreativer Projekte und sogar zur Erstellung von Assets von Grund auf bietet, ist die Lösung ein robuster Verbündeter für jede Marke, die ihre Content-Management-Strategie verbessern möchte.

Wedia ist davon überzeugt, dass die Kunden von Digital Asset Management mehr erwarten können. Daher baut das Unternehmen weiterhin auf den starken Grundlagen auf, die das System derzeit bietet, und reagiert auf die Herausforderungen von heute und morgen.



Den richtigen DAM-Anbieter auswählen

Bereit durchzustarten? Nehmen Sie noch heute Kontakt mit dem Wedia-Team auf oder fordern Sie eine personalisierte Demo an.

Diese Marken nutzen Wedia
als Single Source of Truth für ihre Medien



Wir sind als eines der besten *DAM in der Branche anerkannt worden*



Revolutionieren Sie Ihr Content-Management mit Wedia:
Weit mehr als eine Digital Asset Management Lösung



Über *Wedia*

Wedia ist der **Leader** im Bereich Digital Asset Management (DAM) und wird von renommierten Marken wie Décathlon, Michelin, und Bayer weltweit eingesetzt. Anerkannt von führenden Analysten wie Gartner und Forrester, stärkt unsere skalierbare Plattform Content-Strategien, sorgt für Markenkohärenz und ermöglicht personalisierte, eindrucksvolle Erlebnisse auf allen Kanälen.

Mit maßgeschneiderter Beratung und umfassendem Support arbeiten wir eng mit unseren Kunden zusammen, um das volle Potenzial ihrer digitalen Ressourcen zu entfalten. Wedia ist sicher, intuitiv und zukunftsfähig – es verändert die Art und Weise, wie Marken ihre Inhalte verwalten, teilen und bereitstellen.

Wedia engagiert sich für digitale Nachhaltigkeit, optimiert Arbeitsabläufe und reduziert den CO₂-Fußabdruck, was sowohl betriebliche Effizienz als auch Umweltverantwortung fördert.

Wedia – Weit mehr als eine DAM Lösung.



Weit mehr* als eine *Digital Asset Management* *Lösung*

mehr*: ein hochmodernes DAM, das Ihre Bedürfnisse in den Bereichen Web-to-Print, Video, Digital Experience und Lokalisierung abdeckt.



Expect more* from
Digital Asset Management



contact@wedia-group.com
www.wedia-group.com