



Effizienzfaktor Content Management

Langsame Prozesse bei der Kampagnenerstellung sind
keine Frage der Kreativität. Das Problem liegt beim System.

Ein in Zusammenarbeit mit Statista erstellter detaillierter Report enthüllt die größten
Hürden bei Digital Asset Management, Markenkonsistenz und Kampagnenerstellung.

00	Kurzfassung
01	Digital Asset Management (DAM)
02	Brand Guidelines
03	Digitale Templates
04	Zusammenfassung

56%

aller Teams erstellen jeden Monat zwischen 50 und 90 Assets. Inhalte von großem Umfang sind die Regel – doch ohne die richtigen Tools können selbst kleine Hindernisse zu großen Risiken für Marken werden.

35 Minuten

pro Woche gehen durch das Suchen und Teilen von Assets verloren. Ein paar Minuten pro Tag summieren sich schnell, und zwar auf vier Arbeitstage pro Teammitglied im Jahr.

28%

aller Projekte verspäten sich aufgrund von fehlenden oder veralteten Assets. Schlechte Auffindbarkeit kostet Zeit und verlangsamt Prozesse. Das Resultat? Über ein Viertel aller Marketingprojekte werden mit Verspätung geliefert.

18%

aller Assets werden nie benutzt – meist aufgrund von schlechter Organisation. Die Erstellung von Assets kostet Zeit und Geld. Trotzdem werden ein Fünftel nie verwendet, weil sie nicht auffindbar sind.

71%

aller Unternehmen verzeichnen einen signifikanten finanziellen Verlust durch nicht verwendete Assets. Unbenutzte Inhalte belasten Budgets und Ressourcen – ein Hauptgrund für ineffizientes Digital Asset Management.

Ein unübersichtliches Asset Management ist nicht nur frustrierend, 71 % aller Teams verzeichnen signifikante finanzielle Auswirkungen.

Das Fehlen eines robusten DAM-Systems birgt versteckte Kosten. Was viele Marketingexpert:innen bereits seit Langem vermuteten, konnte Statista nun in Zahlen fassen. Eine Studie mit 500 Marketers machte deutlich: Ineffizientes Asset Management beeinträchtigt nicht nur den Workflow, sondern hat negative Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen.

Dieser Report legt die Zahlen hinter Verspätungen, Überarbeitungen und ungenutztem Content offen, die Teams zurückhalten. Er zeigt die Möglichkeiten, die sich auftun, wenn Prozesse optimiert und angepasst sind.

Teams bietet er eine klare Orientierungshilfe, um endlich die versteckten Ineffizienzen zu entlarven, für die Unternehmen seit Langem zahlen.

Digital Asset Management

Die meisten Marketingteams wissen, dass ihre Prozesse nicht effizient sind. Die wenigsten wissen jedoch warum.

Im Folgenden gehen wir den größten Hürden zu effektivem Digital Asset Management auf den Grund.

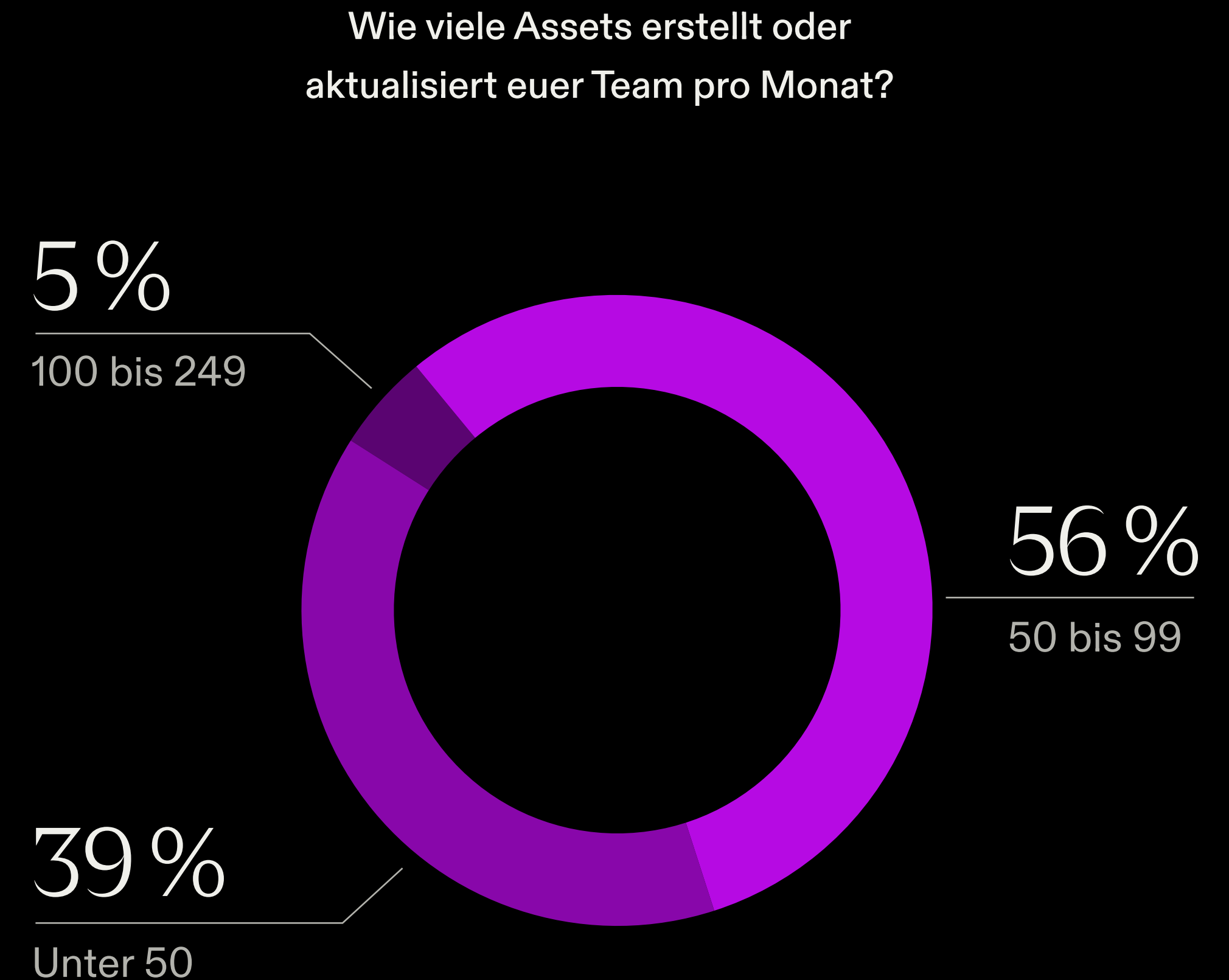


Das Erstellen von 50 und mehr Assets pro Monat ist neuer Standard

Laut Statista kreieren oder aktualisieren **56 %** der Teams zwischen **50 und 99 Assets pro Monat**. Auf ein Jahr hochgerechnet macht das **600 Assets** – eine Zahl, bei der selbst die organisiertesten Teams an ihre Grenzen stoßen.

Bei diesem Tempo kann selbst eine einzige fehlende Datei oder ein veraltetes Asset zu Verzögerungen, kostspieligen Überarbeitungen oder Markeninkonsistenz führen.

Der Umfang ist jedoch nicht das Problem, sondern vielmehr der Zugriff, Geschwindigkeit und Kontrolle.



Die meisten Teams kreieren 50+ Assets im Monat – ein klares Indiz für die Notwendigkeit von effizienten DAM-Lösungen.

Großartiger Content ist nutzlos, wenn ihn niemand finden kann

Das Suchen und Teilen von Assets bremst Teams und schränkt sie ein.

Durchschnittlich verbrachten die befragten Marketingexpert:innen 21 Minuten pro Woche damit, Assets zu suchen und weitere 13 Minuten damit, sie mit anderen zu teilen. Das sind insgesamt 35 Minuten jede **Woche**. Im Laufe eines Jahres gehen so **pro Mitarbeiter:in bis zu 30 Stunden**, also fast vier ganze Arbeitstage verloren.

Wenn Teams ihre Assets nicht finden können, kreieren sie sie neu. So entstehen Markeninkonsistenzen. Das kostet Unternehmen mehr als Geld.

21 Minuten

pro Wochen für das Suchen von Assets

13 Minuten

pro Wochen für das Teilen von Assets

30 Stunden

pro Jahr verschwendete Arbeitszeit

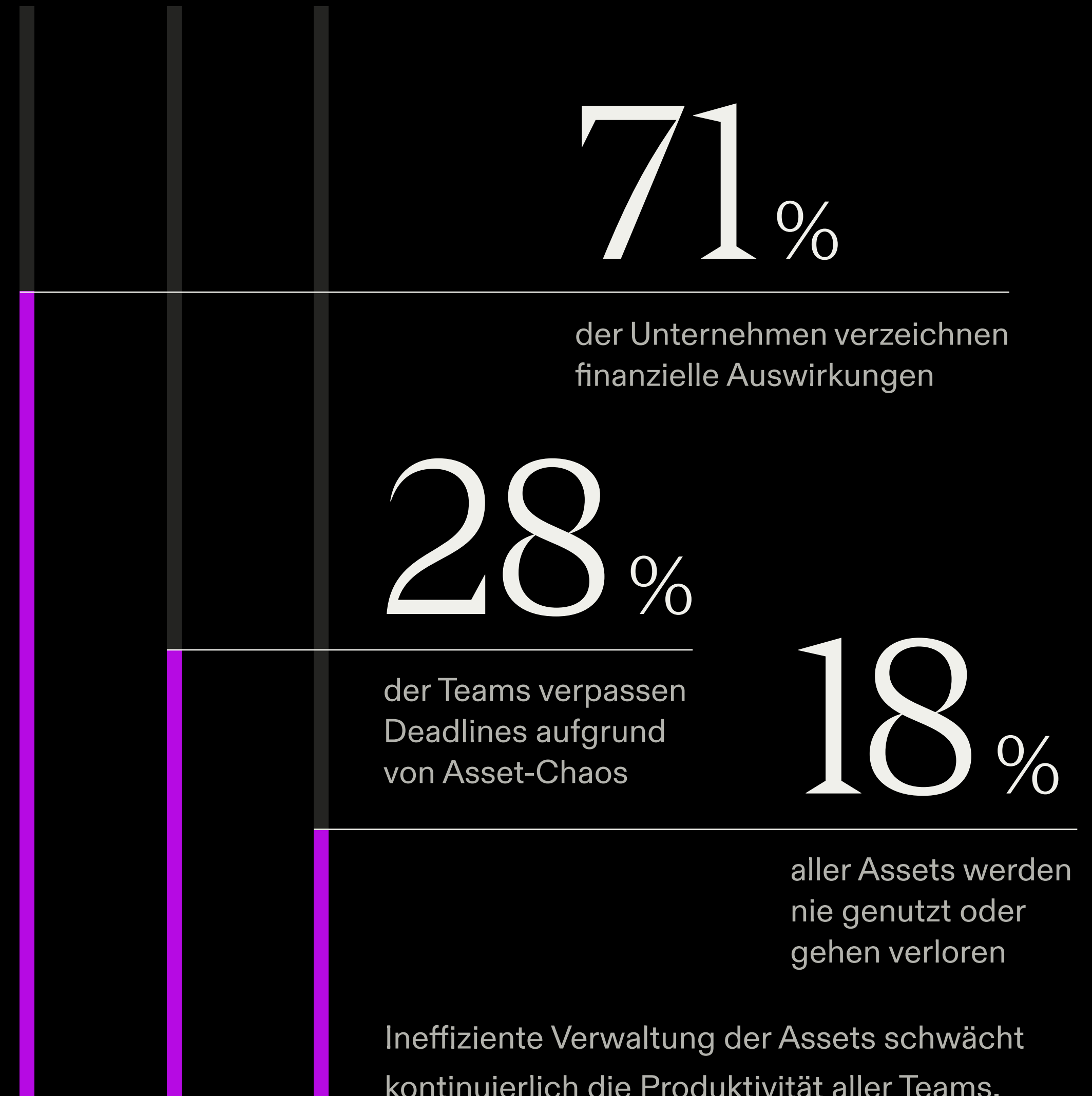
Verstreute Assets bremsen Teams nicht nur aus
– sie lähmen still und heimlich den Fortschritt.

Unübersichtliche Assets, kostspielige Folgen

Teams investieren viel Zeit und Aufwand in das Erstellen von einzigartigem Content. Und doch wird vieles davon nie genutzt. Die Gründe? Sie werden nicht gefunden, sind schlecht organisiert oder entsprechen nicht den Markenrichtlinien. So bleiben etwa **18 % aller Assets unberührt**.

Die Folgen sind nicht zu unterschätzen. **71 % der Unternehmen beklagen erhebliche finanzielle Belastungen** aufgrund von veralteten oder ungenutzten Assets.

Die Lösung heißt intelligentes Asset Management. **KI-gestützte Suche, klare Strukturen und einfacher Zugriff** gewährleisten, dass Assets nicht nur kreiert, sondern auch genutzt werden.

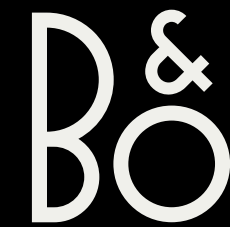


Frontify beschleunigt die Suche nach Assets um das 8-Fache

Unübersichtliches Asset Management kostet Teams wertvolle Zeit. Folglich haben wir uns die Plattformnutzerdaten angesehen, um herauszufinden, was passiert, wenn Teams zu Frontify wechseln.

- Frontify Nutzer:innen verbringen gerade einmal 2,4 Minuten pro Woche mit der Suche nach Assets – also 88 % weniger als der Branchendurschnitt von 21 Minuten pro Woche.
- Jedes Teammitglied gewinnt somit 16 Stunden bzw. 2 volle Arbeitstage pro Jahr.

Das ist wertvolle Zeit, die in kreative, strategische Arbeit mit echtem Mehrwert fließen kann.



Diese Marken vertrauen auf Frontify, um Assets zu organisieren, Abläufe zu beschleunigen und ihre Brand selbstbewusst zu vermarkten.

Brand Guidelines

Markenrichtlinien gewährleisten Konsistenz, beschleunigen die Durchführung von Kampagnen und halten Teams auf Kurs.

Im folgenden Abschnitt wird aufgezeigt, welchen Schwierigkeiten Unternehmen bei der Verwaltung von Guidelines gegenüberstehen.



Wie verwalten Teams ihre Markenrichtlinien?

Laut Statista dauert das Erstellen einer einzelnen Richtlinie durchschnittliche **1,5 Monate**. Aktualisiert ein Team seine Guidelines also fünfmal pro Jahr, kommt es auf **60 Stunden jährlich bzw. 8 ganze Arbeitstage**, nur um alle Informationen aktuell zu halten.

Langsame, manuelle Prozesse rauben unbemerkt Zeit und bremsen den Fortschritt.

Oft bemerken Teams erst, wie viel Zeit sie vergeuden, wenn sie diese wieder zurückbekommen.

1.5 Monate

für die Erstellung einer neuen Guideline

12 Stunden

für die Aktualisierung einer einzelnen Richtlinie

Veraltete Guidelines kosten vor allem eines: viel Zeit

Überholte oder unauffindbare Markenrichtlinien sind nicht nur ärgerlich. Sie haben kostspielige Auswirkungen auf Produktivität und Performance.

Durchschnittlich verbringen die meisten Teams 15 Minuten damit, nach den Guidelines zu suchen – Zeit, die sich schnell summiert. Besonders für große Teams bedeutet das unnötige Reibungen in der täglichen Arbeit. Als Resultat werden unauffindbare Richtlinien dann oft ignoriert – ein Garant für Markeninkonsistenzen.

Mit weitreichenden Folgen: 90 % der Befragten gaben an, dass unzugängliche oder veraltete Guidelines finanzielle Auswirkungen auf ihr Unternehmen haben. Über die Hälfte, nämlich 55 % beschreiben diesen Schaden als signifikant.

Wie schätzt ihr den finanziellen Schaden ein, der durch überholte oder schwer auffindbare Guidelines entsteht?

10 %

kein
erheblicher
Schaden

35 %

teilweise
erheblicher
Schaden

55 %

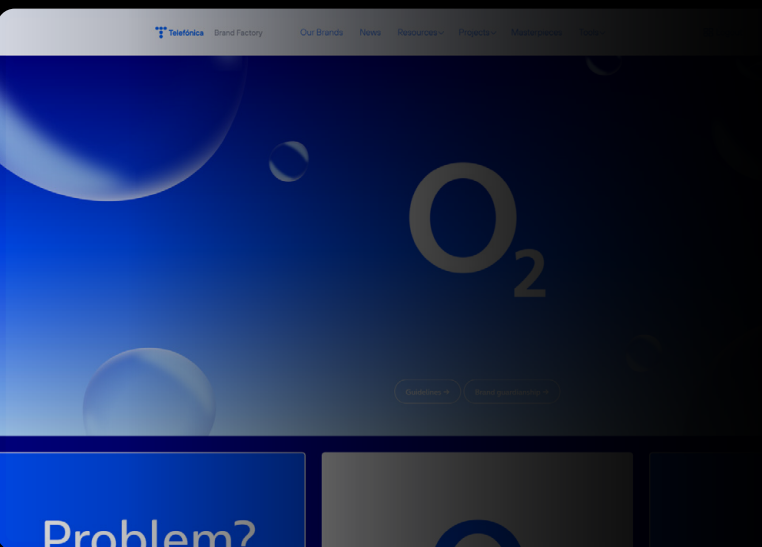
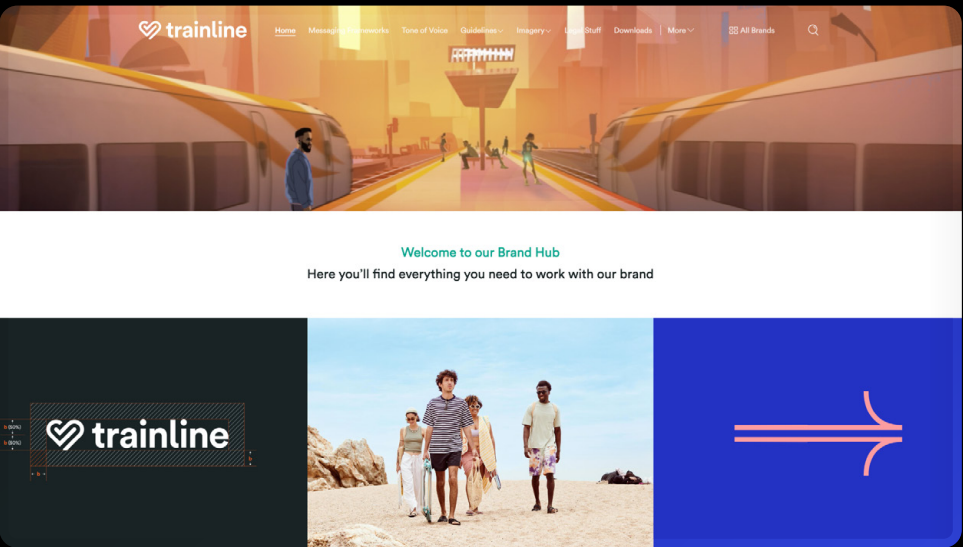
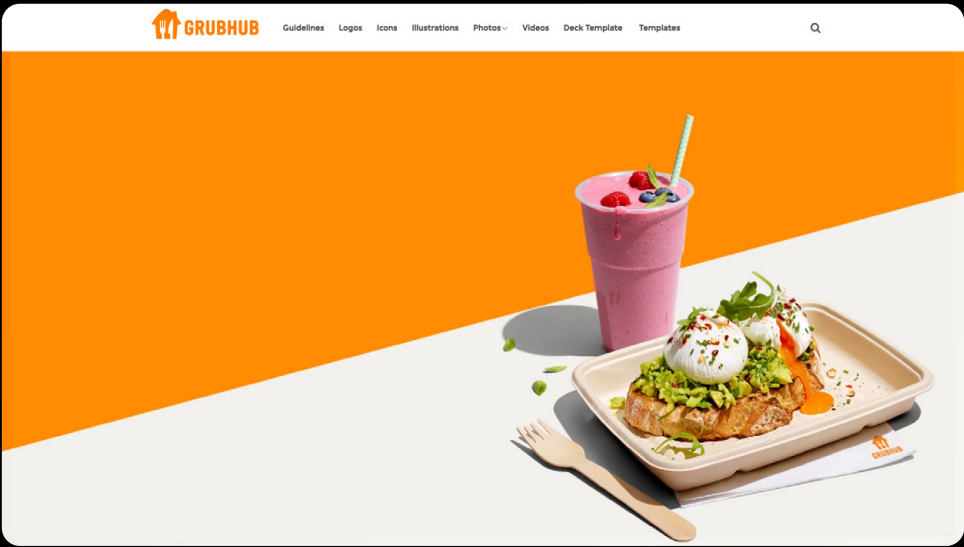
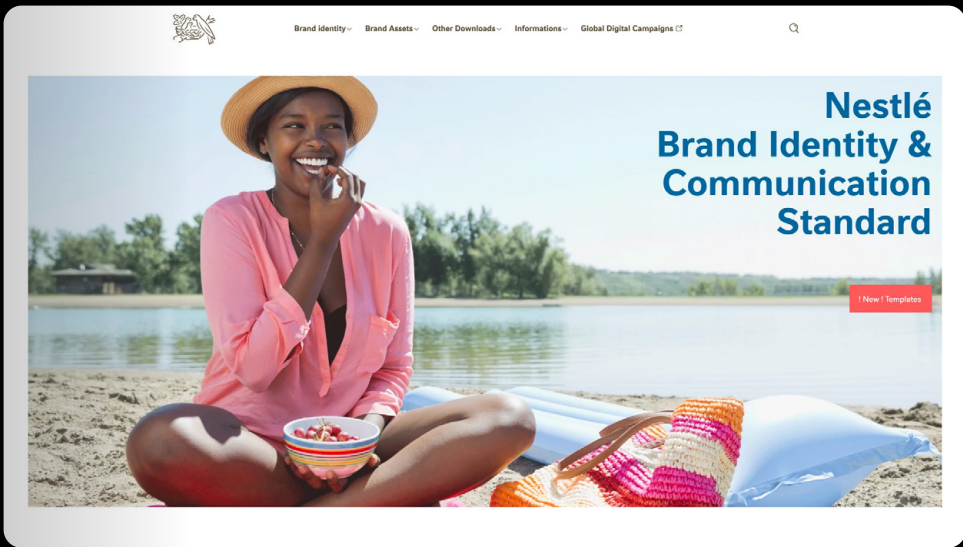
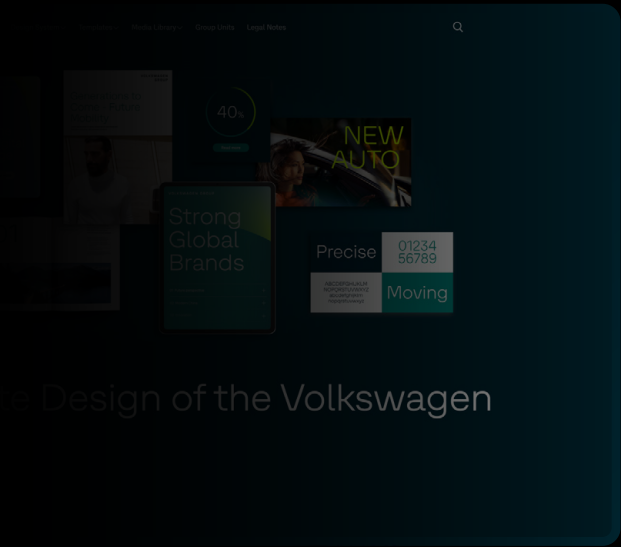
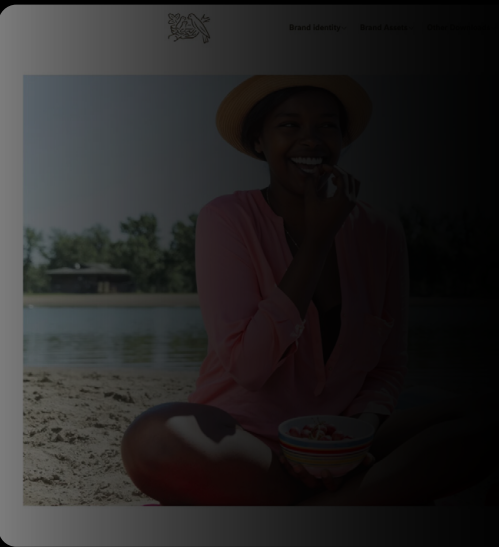
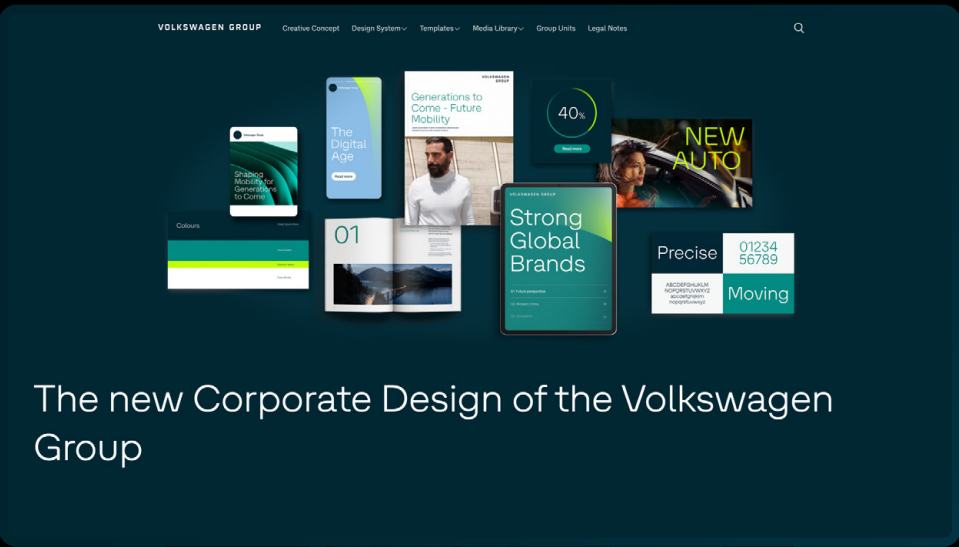
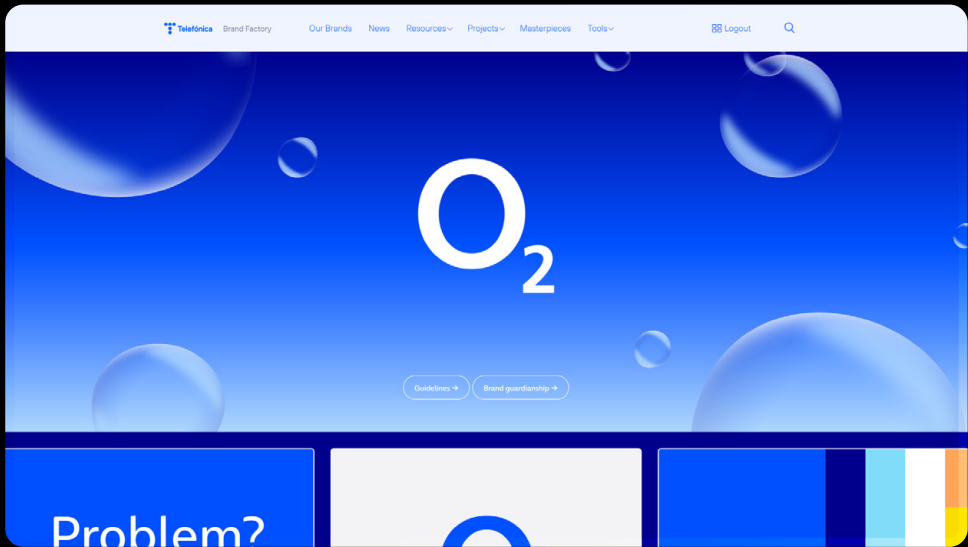
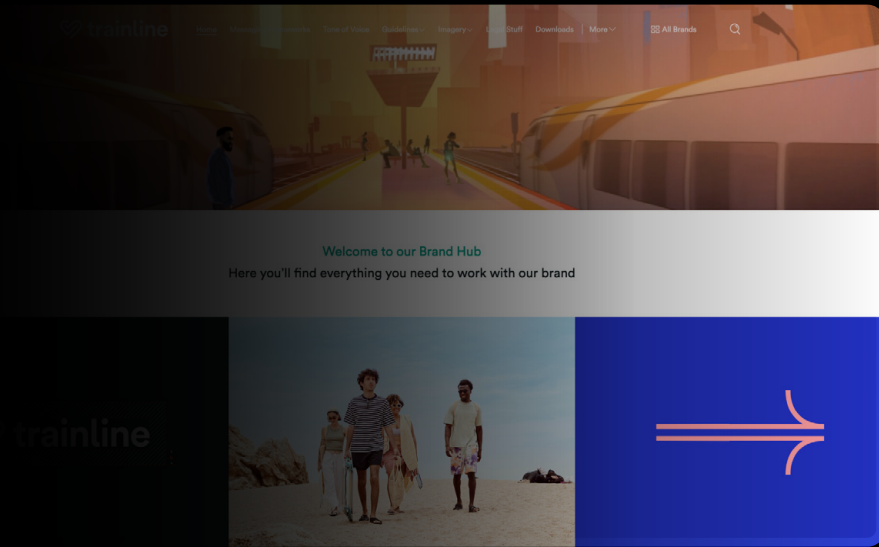
erheblicher
Schaden

Veraltete Guidelines führen zu Verzögerungen, Verwirrung und zusätzlichen Kosten.

Wie Frontify Brand Guidelines stärkt

15 vergeudete Minuten pro Suchvorgang. 90 % der Befragten berichten von erheblichen Geschäftsverlusten. Unübersichtliche Strukturen haben langfristige Folgen. Mit seinem intuitiven, codefreien Hub für Updates in Echtzeit und zentralisierten Zugriff schafft Frontify Abhilfe.

Erfahrt, wie Markenverantwortliche ihre Guidelines managen:
Mit einem Klick auf die Bilder werdet ihr zu führenden Brand Hubs weitergeleitet.

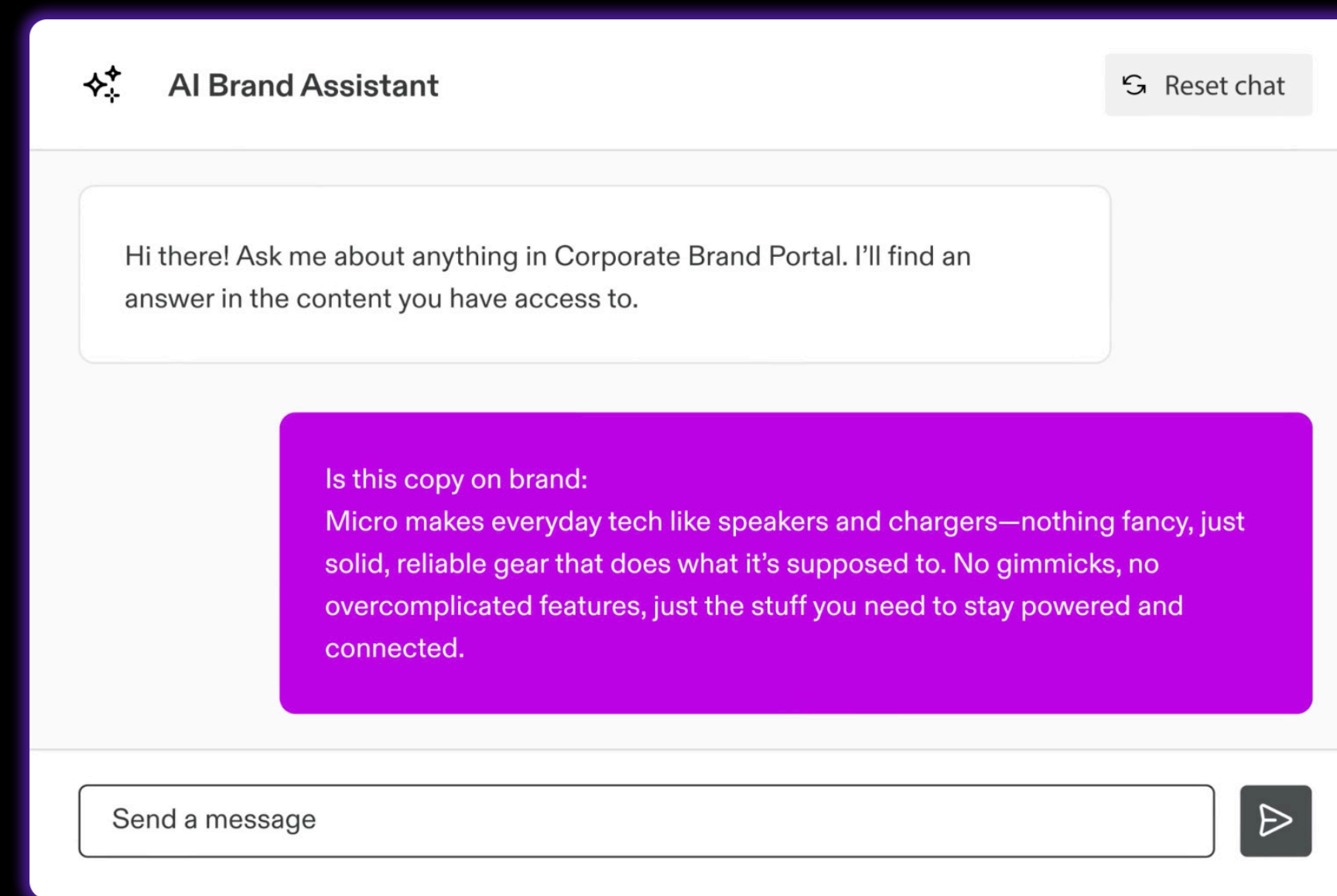


Wir stellen vor: Der Frontify AI Brand Assistant

Brand Management erfordert nicht nur Konsistenz, sondern auch Klarheit. Beides lässt sich nur schwer aufrechterhalten, je mehr Menschen auf einer Plattform zusammenarbeiten. Teams halten sich mit der langen Suche nach Assets auf, Partner sind überfordert von unübersichtlichen Strukturen. Währenddessen verbringen Verantwortliche ihre wertvolle Zeit damit, immer wieder die gleichen Fragen zu beantworten.

Mit dem AI Brand Assistant führt Frontify eine smarte Managementlösung für euer Markenerlebnis ein. Seine KI-gestützte Filterfunktion ordnet jede Suche nach Benutzerrolle, Zugriffslevel und Anfrageart an.

Der Erfolg lässt nicht lange auf sich warten. Übersichtlichere Strukturen, schnellerer Zugang und eine attraktive Marke, die sich mühelos verwalten lässt.



Intelligenter Brand Support in Sekundenschnelle dank KI.

Digitale Templates

Marketingteams müssen in kürzester Zeit markenkonforme Inhalte liefern. Doch begrenzte Ressourcen machen die Skalierung schwierig.

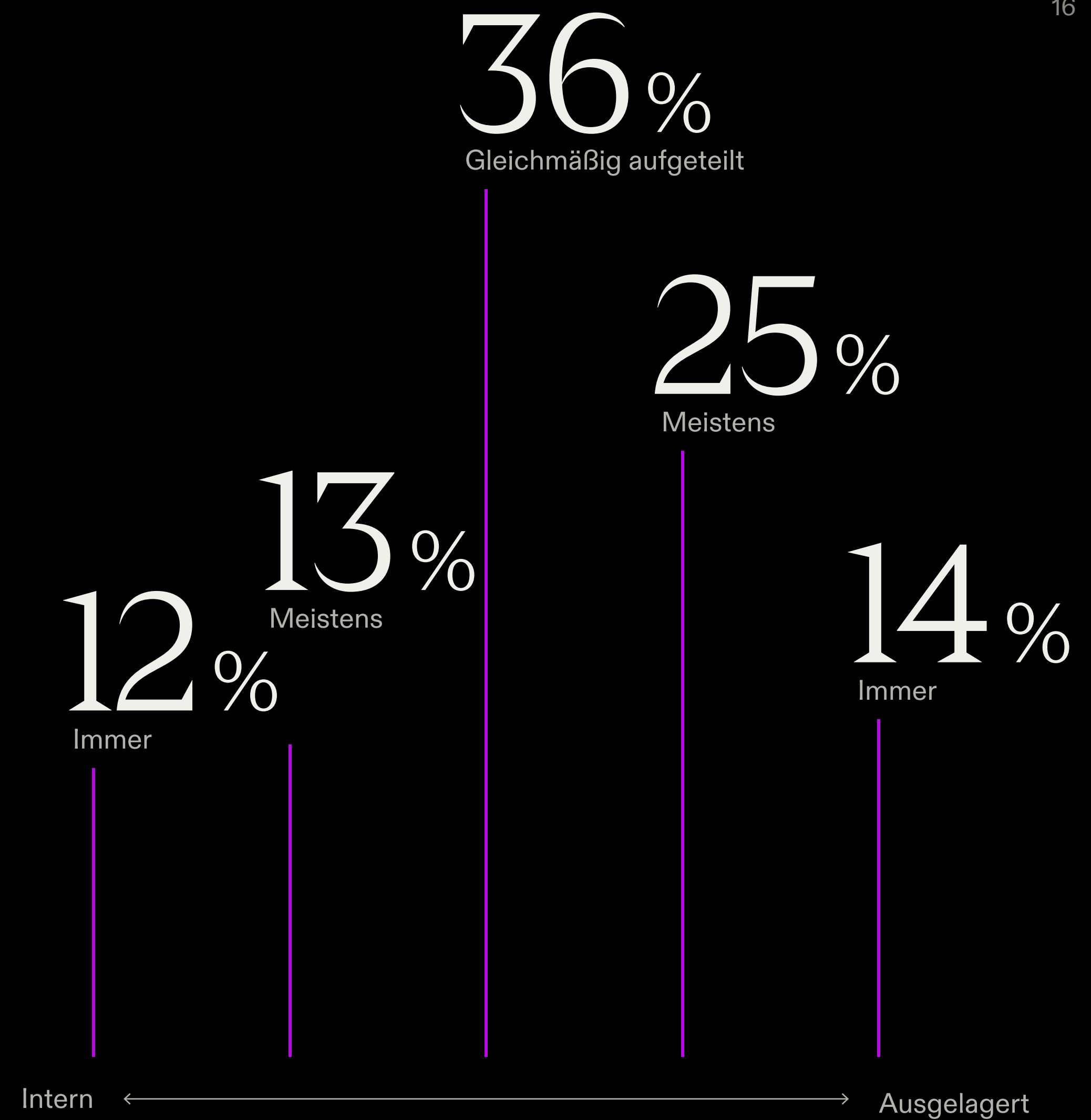
Ein abschließender Blick auf die gängigsten Hürden bei der Content-Erstellung bringt Licht ins Dunkel.

A large, stylized number '103' is the central focus of the right half of the image. The number is white with a thick outline. The background is a vibrant, abstract gradient of colors, transitioning from bright yellow and orange on the left to deep blue and purple on the right. The overall composition is modern and eye-catching.

Kampagnendruck zwingt Teams zum Outsourcen

Der Druck bei der Erstellung von Kampagnen wächst immer weiter. Mittlerweile sind **74 %** der Marketingexpert:innen auf Hilfe von außen angewiesen. Durch begrenzte Ressourcen ist Outsourcing heute Gang und Gäbe, doch das hat seinen Preis.

Wieviele Prozent der Kampagnen in eurem Unternehmen werden ausgelagert?



Spart euch das Outsourcing: Mit Frontify Assets in 5 Minuten erstellen

17

Kampagnen mit schnellem Turnaround müssen nicht automatisch ausgelagert werden.

Unsere Analyse von Frontify Nutzerdaten hat ergeben, dass Teams im Schnitt nur 5 Minuten brauchen, um ein Marketing-Asset zu erstellen, sobald das Template verfügbar ist.

Dazu gehört alles von einfachen Bannern bis hin zu komplexeren Formaten wie Whitepapers. Zwar können letztere etwas mehr Zeit in Anspruch nehmen, aber der Durchschnitt für die Kreation eines Assets mit vorgefertigten Frontify Templates liegt bei lediglich 5 Minuten.

Frontify Templates ermöglichen es Teams, Content effizient zu erstellen:

- Kein Warten mehr bei Design-Engpässen
- Lieferung druckreifer, markenkonformer Assets in großem Umfang
- Markenkonforme Lokalisierung von Marketingmaterial
- Kosteneinsparungen durch interne Kampagnenerstellung

So wird das Erstellen von 50+ Assets für Teams **ein Kinderspiel.**

Das ist euer Moment zum Handeln

Effizienz erhöhen

Findet Assets 8 mal schneller und kreiert Content in wenigen Minuten.

Teams stärken

Kreative, Marketingexpert:innen und Agenturen arbeiten an einem gemeinsamen Ort nahtlos zusammen.

Markenkonsistenz bewahren

Zentralisierte Guidelines, die einfach zu nutzen und zu aktualisieren sind, gewährleisten Konformität über alle Assets hinweg.

Alles stets verbunden

Bringt Konsistenz, Zusammenarbeit und Effizienz auf das nächste Level.

Zahlen lügen nicht: Frontify macht Schluss mit verschwendeter Zeit, ungenutzten Assets und verspäteten Projekten.

Ein Wettbewerbsvorteil ist kein Vorrecht von den Marken mit den größten Budgets. Er steht denen offen, die mit den effizientesten Systemen arbeiten, die ihre kreativen Visionen unterstützen.

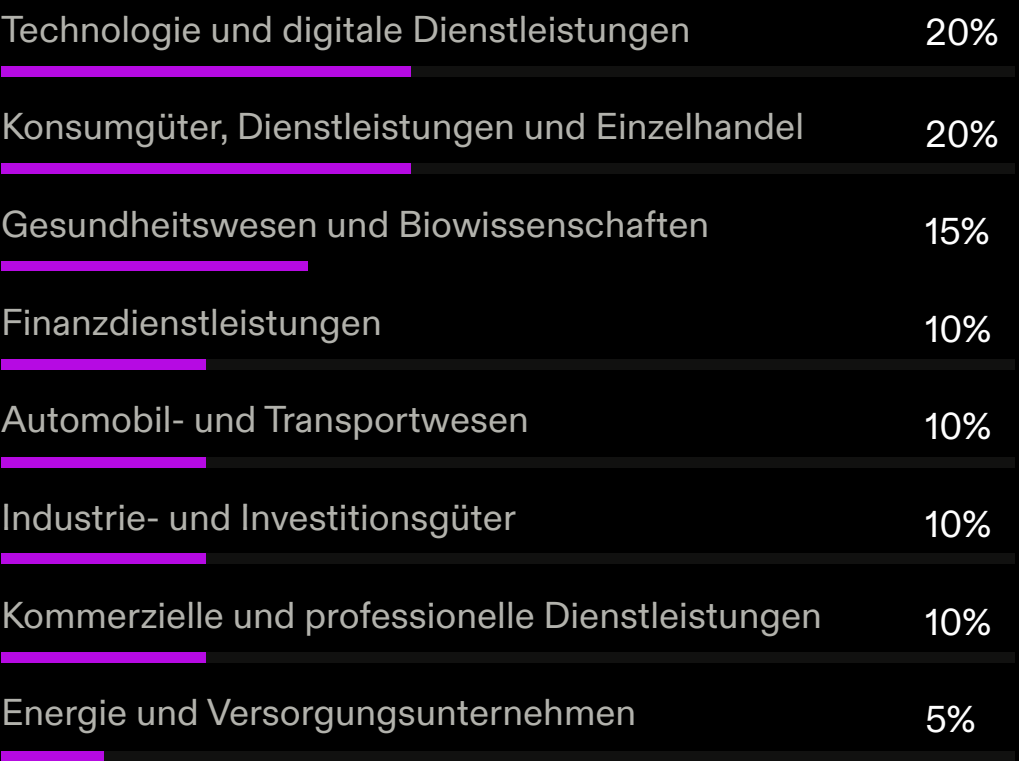
Bringt jetzt Dynamik in eure Marke.

Demo buchen →

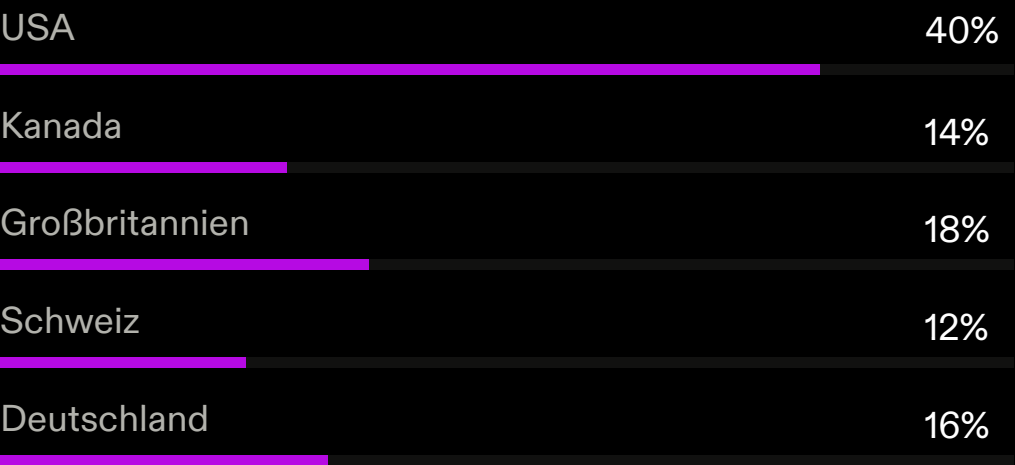
Große Marken schießen nicht über Nacht aus dem Boden. Sie werden Stück für Stück aufgebaut – mit Tools, die sie von der Vision bis zur Umsetzung bei jedem Schritt begleiten. Verwandelt mit Frontify Chaos in Klarheit, Hindernisse in fließende Abläufe und Potential in Performance.

Gemeinsam mit Statista führte Frontify eine umfassende Studie in den USA, Kanada, Großbritannien, Deutschland und der Schweiz durch. Per Telefon (CATI) wurden 500 Marketingexpert:innen aus 8 verschiedenen Branchen befragt. Sie arbeiteten für mittlere bis große Unternehmen, die derzeit kein Digital Asset Management System (DAM) nutzen, jedoch den Bedarf erkannten.

In welcher Branche ist euer Unternehmen hauptsächlich tätig?

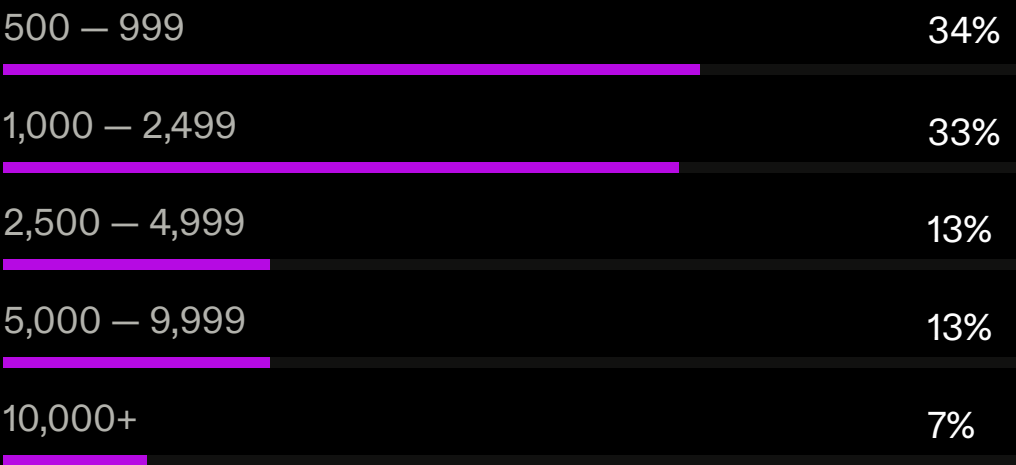


In welchem Land befindet sich euer Hauptsitz?



Die Befragten identifizierten manuelle Prozesse mit einfachen Tools, wie Google Drive, Dropbox und WeTransfer und Software wie SharePoint als Auslöser für Engpässe. Darüber hinaus gaben sie an, dass das Fehlen eines einheitlichen Systems zu Content-Stau und Mehraufwand durch Überarbeitungen führe. Sie alle sehen einen eindeutigen Bedarf nach einem smarten System für das Asset Management.

Wie viele Mitarbeitende sind in eurem Unternehmen beschäftigt?



Zur Einordnung dieser Ergebnisse verglich Frontify sie mit den Nutzerdaten von Kunden, die bereits mit den Tools zur Erstellung von Templates auf ihrer Plattform arbeiten. Der Vergleich macht den großen Unterschied durch Frontify deutlich: Gesparte Zeit, schnellere Suchen, eine gestärkte Markenkonformität - und all das im großen Umfang.

Welche Position beschreibt eure Rolle am besten?

