



So migriert ihr von einem veralteten DAM-System

Wie ihr eure herkömmliche DAM-Lösung gegen
eine moderne austauscht – ein Leitfaden zu
effizienterem Asset Management



Es ist an der Zeit für eine Veränderung.

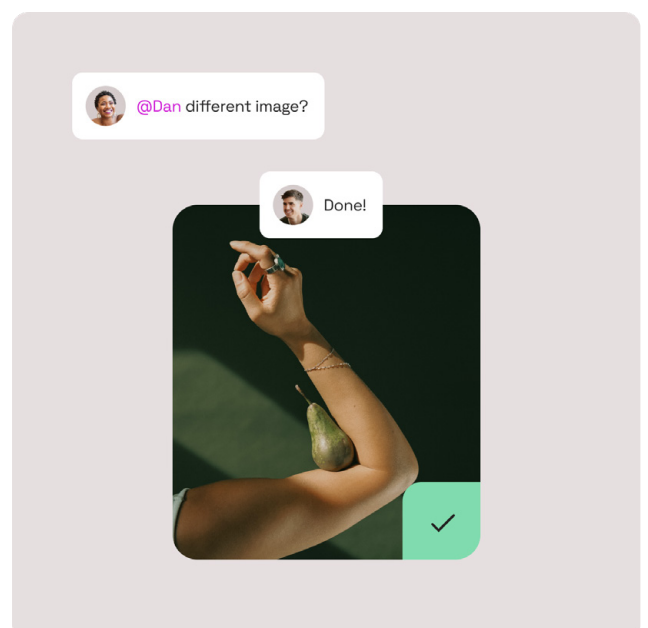
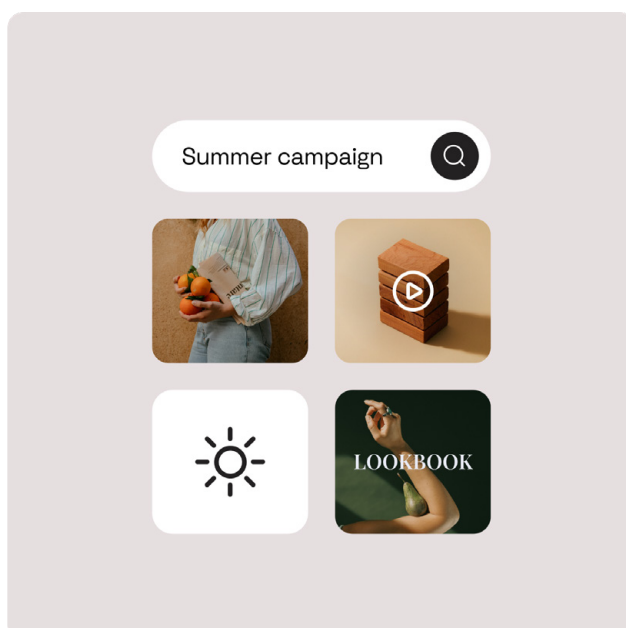
Veraltete DAM-Systeme bremsen Marken aus

Neue Kundenanforderungen, neue Kontaktpunkte, neue Tools – Marketingteams müssen immer mehr Content erstellen, ihn auf zusätzlichen Plattformen teilen und immer höher gesteckte Ziele erreichen. Ohne leistungsstarke, innovative Tools ist das kaum möglich.

Dennoch werden in vielen Unternehmen weiterhin Digital Asset Management-Systeme eingesetzt, die längst als überholt gelten. Aber warum ist das so? Ihre Aktualisierung birgt

Risiken, sie ist mit hohen Kosten verbunden und man hat sich gewissermaßen mit ihren Unzulänglichkeiten arrangiert. Aus der Zeit gefallene Systeme können jedoch die Effizienz und das Wachstum eines Unternehmens erheblich hemmen. Sie senken die Produktivität und auch den Markenwert.

In diesem Leitfaden zeigen wir euch, wie ihr ein herkömmliches DAM-System durch eine moderne, zukunftsfähige Lösung ersetzt.





Inhalt

Einleitung: Veralterte DAM-Systeme bremsen Marken aus	2
Die Nachteile veralteter Systeme	4
1. Welche Anforderungen muss euer DAM-System erfüllen?	6
2: Die Vorteile moderner DAM-Systeme	7
3: Frontify: eine innovative Plattform für starke Marken	10
4: Reibungslos migrieren	12
Stellt eure Marke für die Zukunft auf – mit Frontify!	13



Wo liegt das Problem?

Die Nachteile veralteter Systeme

Herkömmliche DAM-Lösungen sind den heutigen Anforderungen nicht mehr gewachsen. Das Datenvolumen ist zu groß und die Systeme bieten keine Möglichkeit, sie parallel zum technologischen Fortschritt und sich verändernden Marktbedingungen weiterzuentwickeln. Der mangelnde Fokus auf Markenkonsistenz hat eine Fragmentierung der Branding-Strategie und Diskrepanzen bei der Kommunikation auf unterschiedlichen Plattformen und in verschiedenen Inhalten zur Folge.

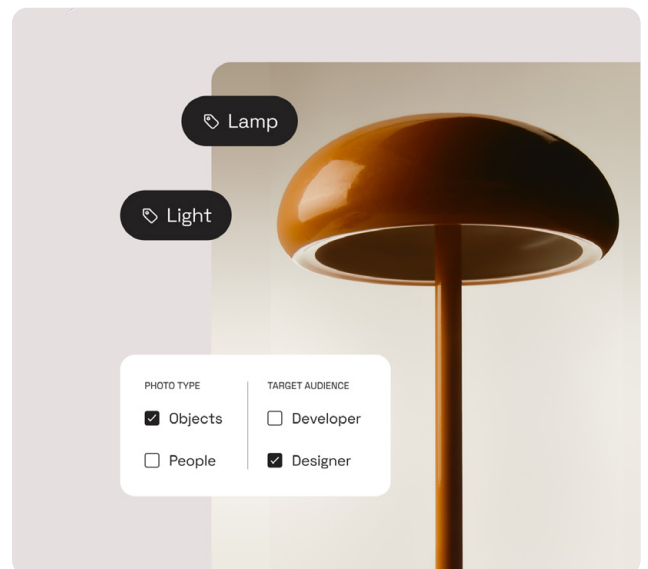
” Vor der Einführung von Frontify haben die Teams von Kühne+Nagel Dateien und Assets zu ihrer Marke im Intranet gespeichert. Das hat zwar eine Weile funktioniert, es fehlte jedoch Struktur und mit der Zeit zeigten sich die Grenzen dieses Ansatzes. Mit Frontify können wir nun effizienter, strukturierter und besser zusammenarbeiten.



Dmytro Taran
Global Head Centers of Excellence, Kühne+Nagel

Obsolete Systeme hemmen die Produktivität und Kreativität eures gesamten Teams:

- **Ineffizienzen:** Komplexe Workflows können Projekte erheblich in die Länge ziehen und die Einhaltung von Fristen gefährden.



- **Mangelnde Integrationsmöglichkeiten:** Wenn sich wichtige Geschäftsanwendungen nicht nahtlos mit eurem DAM-System integrieren lassen, entstehen isolierte Prozesse, die die Zusammenarbeit und die Gewährleistung der Markenkonsistenz erschweren.
- **Fehlende Benutzerfreundlichkeit:** Veraltete Benutzeroberflächen und komplexe Navigationspfade haben Frust und Ablehnung seitens der Nutzerinnen und Nutzer zur Folge.
- **Eingeschränkte Funktionalität:** Von mangelhaften Suchfunktionen bis hin zu fehlenden Verwaltungsoptionen – die Einschränkungen nicht mehr zeitgemäßer Systeme beeinträchtigen die Verwaltung und Nutzung digitaler Assets erheblich.



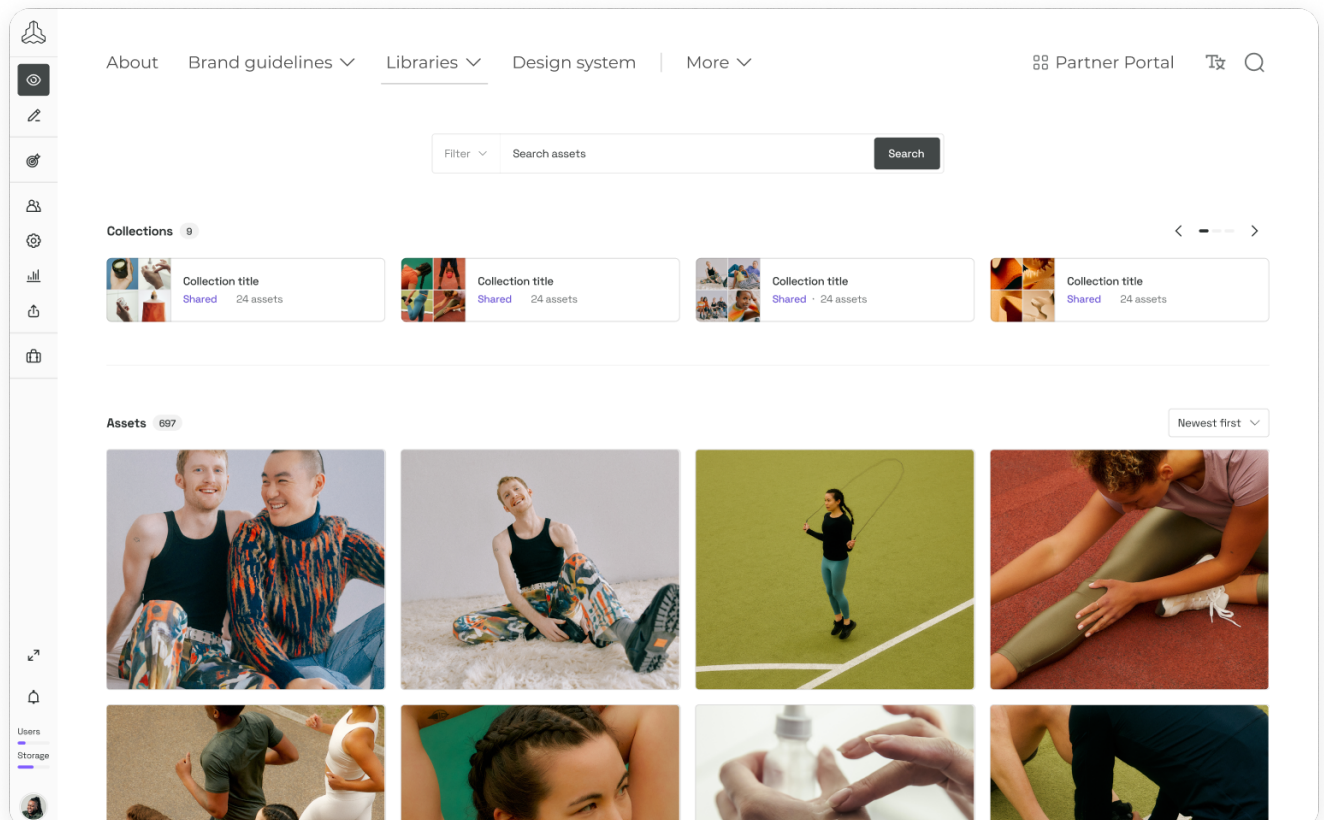
- **Sicherheitsrisiken:** Ältere Systeme erfüllen unter Umständen nicht die neuesten Sicherheitsstandards und können somit den Datenschutz und die Compliance gefährden.
- **Mangelnde Skalierbarkeit:** Wenn euer Datenvolumen steigt, euer System aber nicht mit eurer Marke mitwachsen kann, ist eine effiziente Verwaltung eurer Assets kaum mehr möglich.

In der komplexen Branding-Branche von heute besteht der beste Weg zu mehr Produktivität im Austausch obsoleter Systeme gegen moderne, cloudbasierte Plattformen, die die effiziente und skalierbare Verwaltung digitaler Assets ermöglichen und euer Unternehmen für die Zukunft aufstellen.

92%

der Befragten setzen zur Gewährleistung der Markenkonsistenz auf Frontify ¹

¹ Wir haben 300 Kundinnen und Kunden befragt und der oben genannte Prozentsatz bezieht sich auf diejenigen Befragten, die uns Feedback gegeben haben.





Neue Ziele erfordern einen neuen Ansatz.

Welche Anforderungen sollte euer DAM-System erfüllen?

Der erste Schritt bei der Implementierung eines neuen DAM-Systems besteht in der Festlegung eurer Ziele. Analysiert eure Schwachstellen, bestimmt eure aktuellen und zukünftigen Herausforderungen und sucht dann nach einer Plattform, die zu euren strategischen Zielen passt.

Dabei sind folgende Aspekte zu beachten:

- **Benutzerfreundlichkeit:** Wie wirkt sich euer aktuelles DAM-System auf eure Produktivität aus? Eine moderne DAM-Plattform verfügt über eine intuitive Benutzeroberfläche, die eure Workflows, Zusammenarbeit und Produktivität verbessert. Das wiederum erhöht die Akzeptanz und damit auch den ROI eurer Investition.
- **Funktionalität:** Zeitgemäße DAM-Systeme bieten erweiterte Suchalgorithmen, leistungsstarke Funktionen zur Verwaltung von Metadaten und KI-gestützte Tools zur Optimierung des Asset-Managements und deren Nutzung. Haltet fest, welche wichtigen Funktionen ihr an eurem aktuellen System vermisst.
- **Integrationen:** Welche Integrationen benötigt euer Team? Ein zukunftsfähiges DAM-System lässt sich mit wichtigen Tools wie eurem CRM-System, eurer Plattform für die Marketingautomatisierung und Kreativprogrammen integrieren.
- **Flexible Anpassung:** Euer DAM-System sollte sich an eure individuellen Workflows anpassen lassen und so eure Effizienz erhöhen und die Akzeptanz fördern.
- **Markenkonsistenz:** Ein gutes DAM-System vereinfacht die Gewährleistung der Markenkonsistenz, indem es allen Beteiligten Zugang zu euren Markenrichtlinien und Assets bietet und so sicherstellt, dass eure Markenidentität in all euren Inhalten widerspiegelt wird.
- **Zugriffsmanagement:** Flexible Funktionen zur Zugriffsverwaltung ermöglichen es allen Teams und externen Beteiligten, in Echtzeit miteinander zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten.
- **Analysen und Einblicke:** Funktionen zur Erfassung und Analyse eurer Asset-Performance liefern wichtige Einblicke, die euch helfen, eure Ressourcen optimal einzusetzen.

Ein modernes DAM-System sollte euch die Möglichkeit bieten, die Nutzung eurer Assets auf intuitive Weise zu optimieren und so zuverlässige Markenkonsistenz zu gewährleisten. Es muss skalierbar sein, damit es mit der steigenden Anzahl von Markenelementen und Nutzenden mitwachsen kann, ohne dabei eure Performance zu mindern.



Ihr habt Besseres verdient.

Die Vorteile moderner DAM-Systeme

Ein zeitgemäßes DAM-System ist eine cloud-basierte SaaS-Lösung, mit der ihr das Potenzial eurer digitalen Assets voll ausschöpfen könnt. Als effiziente, benutzerfreundliche Lösung zur Erstellung, Speicherung und gemeinsamen Nutzung erstklassiger Assets, bietet sie euch weit mehr als bloße Bibliotheken – oder ein Upgrade eurer Technologie:

Sie verbessert die Markenkonsistenz, Zusammenarbeit und das Asset-Management und fördert so den Markenwert, die Anpassung an den Zielmarkt und den digitalen Wandel. Funktionen für die globale Suche, Verwaltung von Metadaten, Erkennung von Duplikaten, Export und Konvertierung, automatisierte Workflows und Integrationen ermöglichen es, den gestiegenen Anforderungen an die Contenterstellung und -verteilung gerecht zu werden. Ein neues DAM-System ist somit eine Investition in eure Marke und in eure zukünftigen Marketingaktivitäten.

99 Mit Frontify konnten wir unsere Markenressourcen optimieren und zentralisieren, was wiederum die Steigerung unserer Effizienz, die Verbesserung der Markenkonsistenz und ein eigenständigeres Arbeiten ermöglichte. Unsere teils sehr weit verteilten Teams können nun jederzeit schnell und einfach auf unsere Plattform zugreifen.



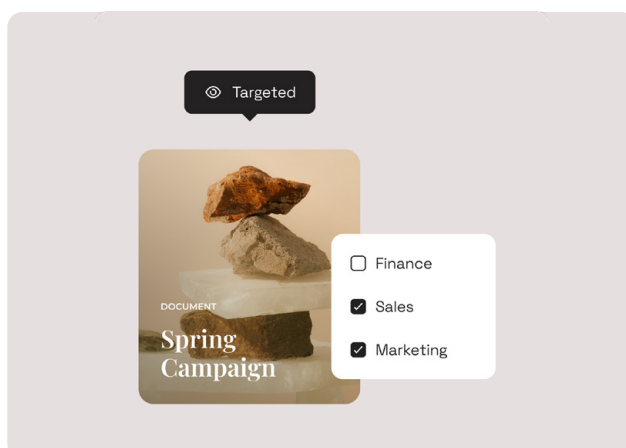
Kirsty Brown
Senior Brand Manager, Datacom

Benutzerfreundlichkeit im Mittelpunkt

Nur mit einem DAM-System, das regelmäßig und richtig eingesetzt wird, könnt ihr einen positiven ROI erzielen. Dafür ist wichtig, dass es benutzerfreundlich und intuitiv zu bedienen ist, die Zusammenarbeit verbessert und die Produktivität steigert.

81%

der Befragten sagen, sie finden digitale Assets schneller





Moderne DAM-Systeme sind darauf ausgelegt, die Bedürfnisse ihrer Nutzerinnen und Nutzer intuitiv zu antizipieren und ihnen die Suche und (Wieder-)Verwendung von Markenelementen zu erleichtern. Achtet bei der Wahl eures DAM-Systems darauf, dass es möglichst benutzerfreundlich ist, damit ihr nicht Gefahr lauft, in alte Gewohnheiten zurückzufallen.

87%

der Befragten verwenden bestehende Assets häufiger mehrfach

Innovative DAM-Lösungen bieten außerdem Funktionen zur Automatisierung alltäglicher Aufgaben und Workflows. Das steigert die Effizienz und stellt sicher, dass eure Marke in all euren Marketingkampagnen einheitlich präsentiert wird. Plattformen, die KI und maschinelles Lernen nutzen, verfügen zudem über erweiterte Suchfunktionen, mit denen sich relevante Dateien noch schneller finden lassen.

70%

der Befragten erstellen Marketingmaterialien schneller

Prozessoptimierung durch Integrationen und wichtige Funktionen

Moderne DAM-Plattformen sind weit mehr als bloße Speicherlösungen: Sie umfassen

erweiterte Analysefunktionen, integrierte Markenportale und vieles mehr. Funktionen für den spontanen Export, die Konvertierung und Freigabe von Assets stellen sicher, dass alle Beteiligten stets die korrekte Version verwenden – jederzeit und an jedem Kontaktpunkt. Spitzentechnologien wie die Plattform von Frontify zeichnen sich durch ihre flexiblen Integrationsmöglichkeiten aus: Optionen für die individuelle Anpassung und Integration ermöglichen es euch, eure Plattform nach euren Bedürfnissen zu gestalten und sie auf eine Weise in eure bestehende Infrastruktur einzugliedern, die eure Workflows ideal ergänzt und optimiert.

96%

der Befragten bestätigen, dass Frontify ihnen hilft, ihre Ziele zu erreichen

Sicherheit und Performance gehen Hand in Hand

Euer DAM-System muss sicheren Schutz vor Verstößen gegen Datenschutzrichtlinien, geistige Eigentumsrechte und weitere gesetzliche Auflagen bieten. Zu den Sicherheitsfunktionen moderner Lösungen zählen etwa Ende-zu-Ende-Verschlüsselung, Multi-Faktor-Authentifizierung und die rollenbasierte Zugriffskontrolle. Features wie die Versionskontrolle, Zugriffsverwaltung und Workflow-Audits erhöhen nicht nur die Sicherheit eurer Infrastruktur, sondern auch eure Produktivität. Für optimalen Schutz sollte eure neue Plattform über gängige Zertifizierungen (z. B. ISO 27001) verfügen und wichtige internationale Auflagen (wie die DSGVO) erfüllen.



Ein DAM-System muss gleichzeitig flexibel und robust sein

Wählt eine Plattform, die mit steigenden Anforderungen mitwachsen kann und bei der die Performance bei zunehmendem Asset-Volumen und Nutzerzahlen nicht leidet. Achtet außerdem darauf, dass der Anbieter eurer Lösung diese stetig weiterentwickelt, sodass auch ihr von den neuesten Innovationen im Bereich des Digital Asset Managements profitiert – sowohl bei der Funktionalität als auch bei den Best Practices.

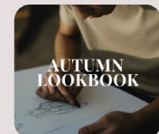
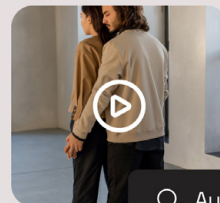
Besseres Preis-Leistungs-Verhältnis

Bei der Wahl eures neuen DAM-Systems spielt natürlich auch euer Budget eine Rolle. Bei den meisten Anbietern cloudbasierter DAM-Plattformen könnt ihr zwischen verschiedenen Preismodellen wählen, die sich am Funktionsumfang orientieren. Wichtige Kriterien sind zum Beispiel die Anzahl der Nutzenden und Assets, der benötigte Speicherplatz sowie die gewünschten Funktionen und Integrationen. Zusatzangebote wie Migrationsdienste und Unterstützung beim Onboarding und der Einarbeitung sind empfehlenswert, da sie die Akzeptanz und den Einsatz des Systems fördern. Preise für DAM-Systeme werden häufig nach Anzahl der Nutzerlizenzen und Zusatzfunktionen berechnet und je nach Anbieter können für Markenportale, Design-Vorlagen und Kundensupport zusätzliche Gebühren anfallen.

Das wertbasierte Preismodell von Frontify zählt zu den flexibleren Varianten: Euer Preis richtet sich nach der Anzahl eurer monatlich aktiven Nutzerinnen und Nutzer und den gewählten Funktionen. Ihr bezahlt nur für Personen, die die Plattform auch wirklich nutzen.

Datacom und Frontify

Datacom, dem größten in Australasien ansässigen Tech-Unternehmen, gelang es 2023, den Zugriff auf genehmigte Markenelemente mit Frontify um geschätzte 80 % zu steigern. Alle Beteiligten haben nun Zugang zu Frontify und den dort verwalteten Assets, Tools und Richtlinien der Marke. Im selben Jahr stiegen dank des vereinfachten Zugriffs auf all diese Inhalte außerdem die Gesamtanzahl der aktiven Nutzerinnen und Nutzer um 17 % und die Aufrufe der Asset-Seite um 23 %.



Q Autumn campaign





Welche Möglichkeiten bestehen?

Frontify: eine innovative Plattform für starke Marken

Ein modernes DAM-System bietet neben den grundlegenden Speicher-, Such- und Freigabefunktionen auch innovative, erweiterte Funktionen. Es sollte als Markenportal fungieren und euch mit einer Reihe von Tools dabei unterstützen, euren ROI zu steigern und eure Marke voranzubringen. Als eure Single Source of Truth ist euer DAM-System eure zentrale Anlaufstelle für alles rund um eure Marke.

Warum Frontify?

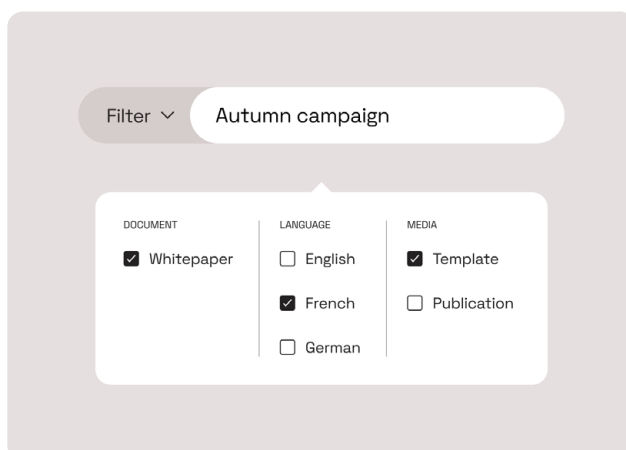
Eure DAM-Plattform hat Einfluss auf eure übergeordneten Markenziele, sprich den Erfolg eurer Omni-Channel-Marketingkampagnen. Ein wahrhaft zukunftsfähiges DAM-System berücksichtigt das und ist gezielt auf die Stärkung eurer Marke ausgelegt.

” Ich habe im Laufe der Jahre mit vielen verschiedenen Asset Management-Systemen gearbeitet und Frontify ist das mit Abstand beste Tool. Es ist äußerst intuitiv und benutzerfreundlich, sowohl für Nutzende als auch Entwicklungsteams. Der Umfang verfügbarer Funktionen und Optionen ist beeindruckend.



Leah Palmquist
Creative Director, Caribou Coffee

Frontify ist eine Digital Asset Management-Plattform, die es euren internen und externen Beteiligten ermöglicht, alle eure Materialien zentral an einem Ort zu verwalten, auf sie zuzugreifen und sie für andere freizugeben. Mit Tools zur direkten Integration von Richtlinien, Design-Vorlagen und Workflows erleichtert Frontify euch die Gewährleistung von Markenkonsistenz, die Steigerung eurer Effizienz und die Verbesserung eurer Zusammenarbeit.





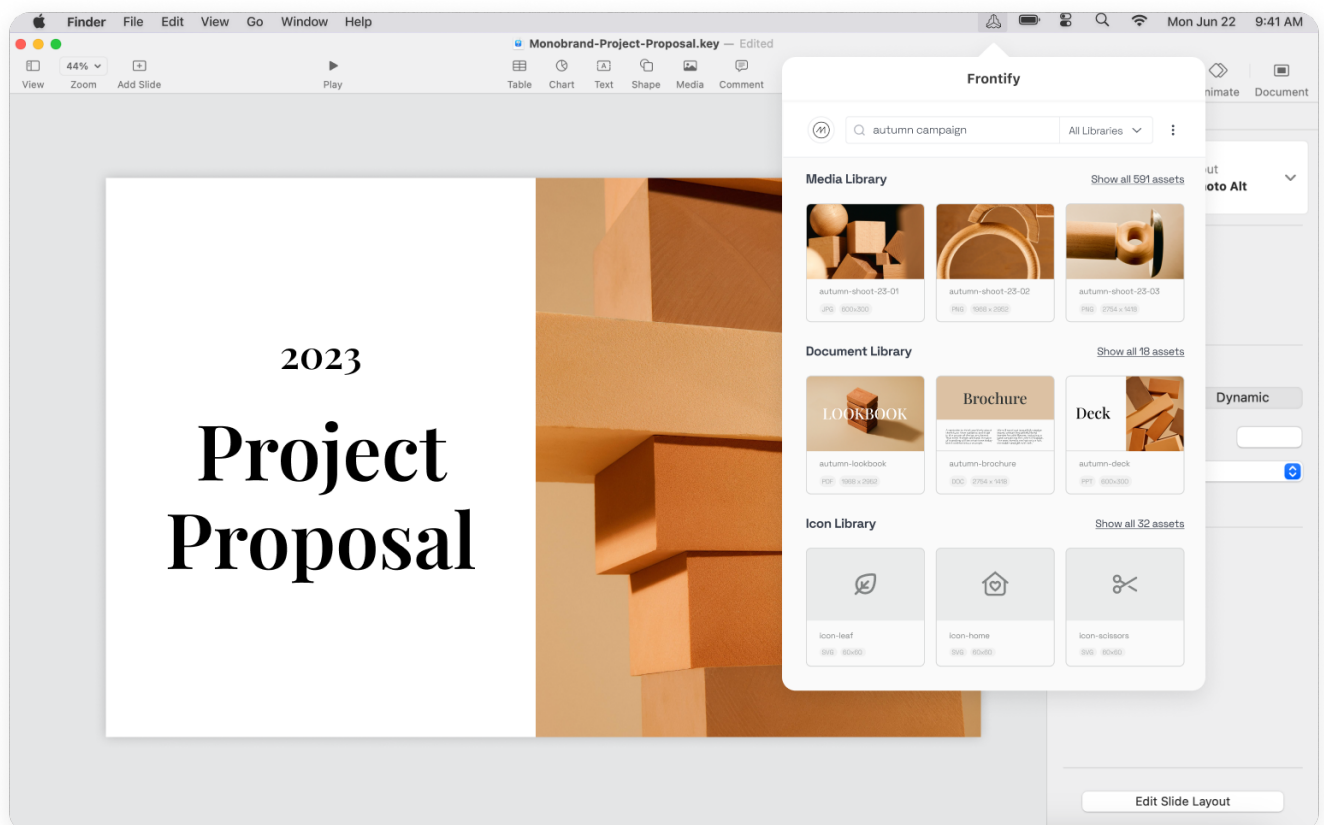
88%

der Befragten empfinden Frontify als benutzerfreundlicher als ihr zuvor genutztes Tool

Laut dem Forrester Wave-Report zu DAM-Systemen, Q1 2024, ist Frontify der einzige Marktteilnehmer, der den Einfluss eines DAM-Systems auf eine Marke berücksichtigt. In Tausenden Unternehmen, darunter Uber, Lufthansa und Optimizely, hat sich mit Einführung des portalbasierten DAM-Ansatzes auch die Art und Weise verändert, wie Unternehmen ihre Marke gestalten.

Zumtobel und Frontify

Zumtobel Group, ein österreichischer Anbieter ganzheitlicher Lichtlösungen, führte Frontify im Jahr 2017 ein. Mit der Brand Management-Plattform von Frontify spart das Unternehmen nun pro Woche zwischen 1,6 und 3,2 Stunden pro Nutzerin und Nutzer – Zeit, die zuvor hauptsächlich auf die Suche nach den richtigen Markenelementen verwendet wurde. Heute werden bei Zumtobel mehr als 76.000 Assets mit Frontify verwaltet und über 1.000 Personen nutzen das DAM-System jeden Monat.





Anpassung ist der Weg in die Zukunft.

Reibungslos migrieren

Eine Migration kann eine Herausforderung darstellen, doch mit der richtigen Strategie und Unterstützung wird sie euch reibungslos und zügig gelingen. Wir begleiten euch Schritt für Schritt – von der Vorbereitung bis hin zum ersten Login. Unsere kompetenten Teams unterstützen euch dabei, die richtigen Personen einzubinden und eure Assets auf die Migration vorzubereiten. Sie führen euch durch den Onboarding-Prozess, helfen euch, die Akzeptanz zu fördern, und sind jederzeit für euch da, solltet ihr Fragen haben.

2–3 Wochen

Mit Frontify seid ihr in nur 2 bis 3 Wochen einsatzbereit; bei anderen Anbietern kann das Monate dauern

Checkliste: So migriert ihr von einem veralteten DAM-System zu Frontify

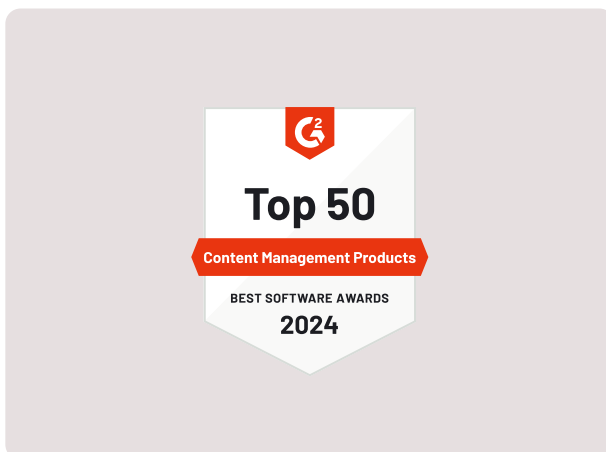
- ☐ Führt ein Asset-Audit durch und bestimmt eure aktuellen und zukünftigen Anforderungen.
- ☐ Haltet eure übergeordneten Ziele und euer Budget für das DAM-System fest.
- ☐ Führt alle Entscheidungsberechtigten zusammen und bringt Frontify ins Spiel.
 - ☐ Verweist auf eure An- und Herausforderungen (z. B. geringe Akzeptanz, langwierige Suche nach Assets, Datensilos).
 - ☐ Nennt eure Ziele (z. B. Akzeptanz fördern, Zeit und Kosten einsparen, Marke für die Zukunft aufstellen).
- ☐ Stellt Frontify vor:
 - ☐ Mehr als 10.000 Marken setzen auf Frontify
 - ☐ 95 % Kundenzufriedenheit
 - ☐ 94 % der Befragten würden Frontify empfehlen
- ☐ Weist spezifisch auf die Verfügbarkeit kompetenter Supportteams und Ressourcen hin, die Nutzerinnen und Nutzern zur Seite stehen und ihnen die Migration erleichtern.
- ☐ Sprecht mit einem unserer Teammitglieder, um einen Demo-Termin zu vereinbaren, etwaige Fragen zu klären und eure weitere Vorgehensweise zu planen.



Bereit für den nächsten Schritt?

Stellt eure Marke für die Zukunft auf – mit Frontify!

Keine halben Sachen?! Mit Frontify erhaltet ihr eine intuitive Brand Management-Lösung, die euer Digital Asset Management und euer Markenportal auf einer zentralen Plattform vereint – für zuverlässige Markenkonsistenz und mehr Effizienz.



Mit Platz 25 im Bereich Content-Management zeichnete die Bewertungsplattform G2 Frontify als Top-Softwareprodukt aus. In den jährlichen Rankings von G2 werden die 50 besten Softwareanbieter und -produkte gekürt. Die Einstufung erfolgt basierend auf verifizierten Kundenbewertungen und öffentlich zugänglichen Daten zur Marktpräsenz.

Führende Marken weltweit setzen auf Frontify. Indem ihr euer in die Jahre gekommenes DAM-System durch Frontify ersetzt, investiert ihr in eine Plattform, die mit eurer Marke mitwächst, die Effektivität eurer Marketingaktivitäten erhöht und euren Asset Management-Prozess optimiert. Frontify ist viel mehr als nur eine Speicherlösung: Die Plattform ermöglicht es euren Teams, Content zu erstellen, zu verwalten und freizugeben, der eure Zielgruppe anspricht und eure Marke voranbringt.

» Eine Investition in Frontify lohnt sich. Alle Beteiligten haben schnellen Zugriff auf wichtige Assets und können selbstständiger arbeiten, was das Markenteam entlastet, da es deutlich weniger Fragen beantworten muss.



René Ciocca
Head of Corporate Identity & Design, Nestlé

Veraltete DAM-Systeme waren gestern! Optimiert jetzt eure Asset Management-Strategie – mit Frontify. Vereinbart einen Termin für eine Demo und seht euch persönlich an, wie ein modernes DAM-System eurer Marke helfen kann, ihr Potenzial voll zu entfalten.

