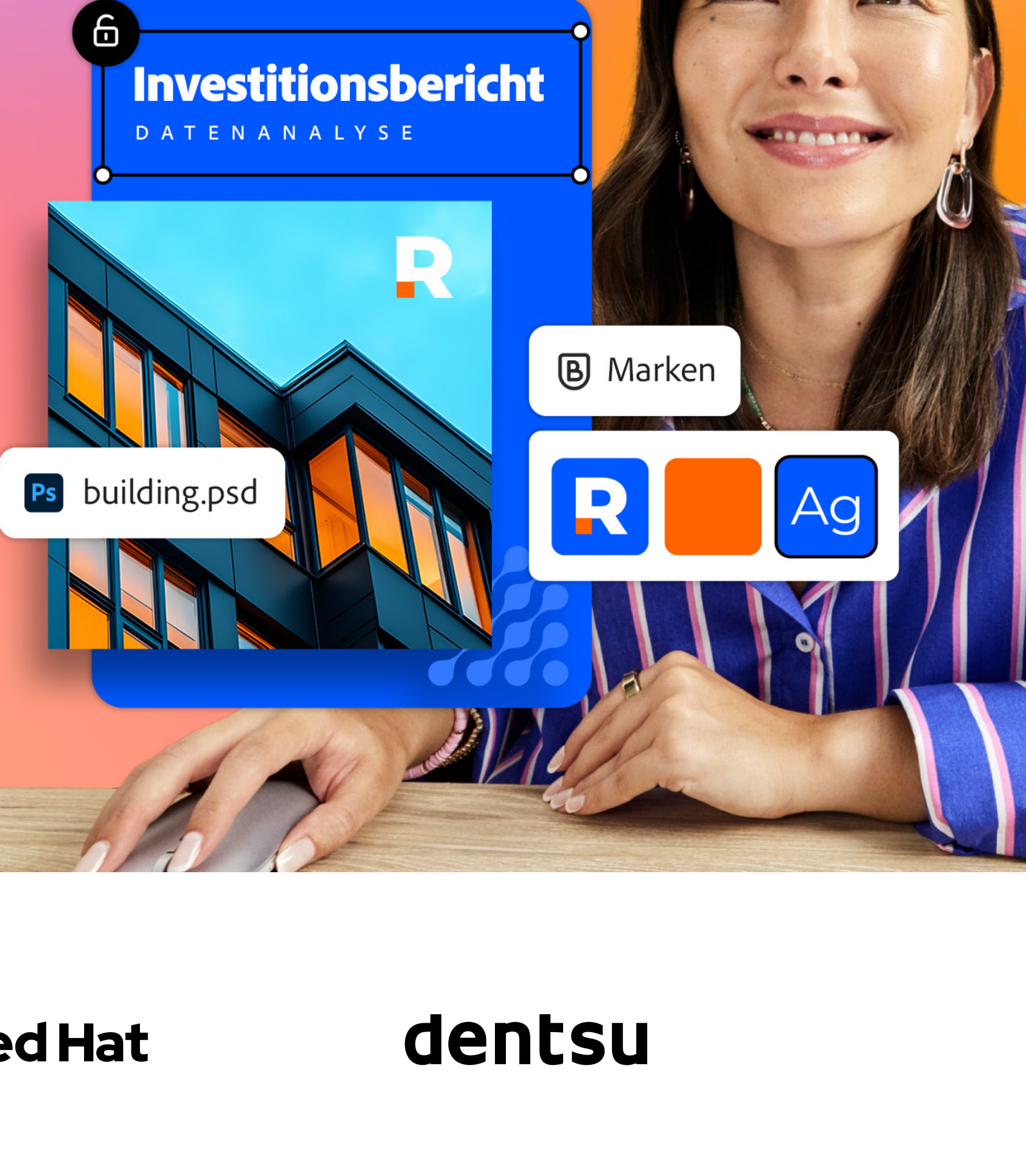


# Echte Geschäfts- ergebnisse

powered by Adobe Express.

**Alle sind sich einig:** Unserer Kundschaft zufolge wird Adobe Express seiner Bezeichnung als „schnelles und bedienfreundliches Programm zum Erstellen von markenkonformem Content“ vollkommen gerecht. Woher wir das wissen? Sie führten uns durch ihre Use Cases, schilderten ihre Herausforderungen, teilten ihre Erkenntnisse und zeigten ihre Ergebnisse.



700

Red Hat

dentsu

OWEN JONES

ad COUNCIL

Prudential

ABB



## Adobe Express hat für alle etwas.

Adobe Express unterstützt Unternehmen aller Art und Größe. Das Tool spart Zeit, liefert mehr Content, erhöht die Interaktion. Und es gibt Nicht-Kreativen, etwa Marketing- oder Vertriebsprofs, die Möglichkeit, effektiv zu kommunizieren und dabei markenkonform zu bleiben.

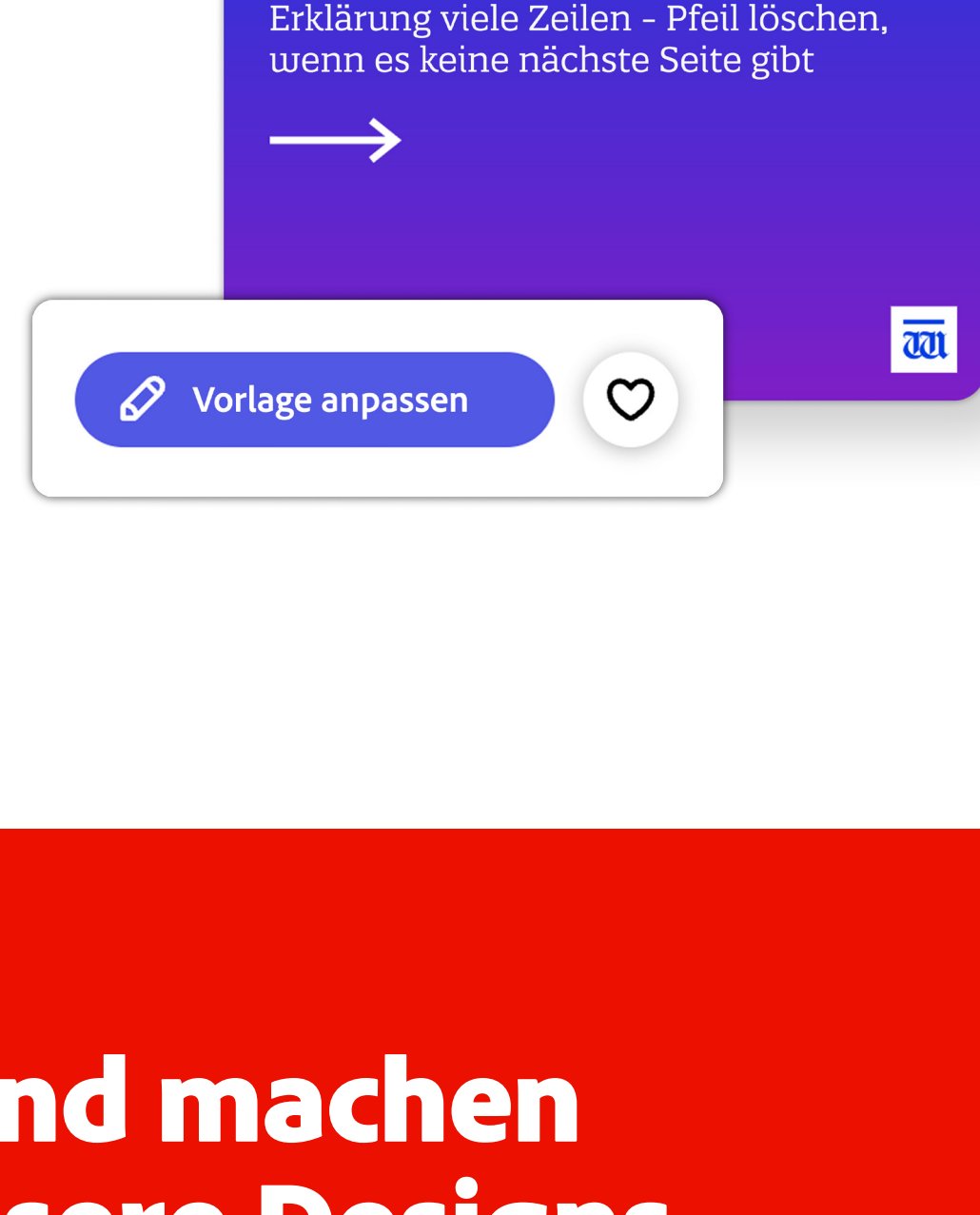
## Große Zeitersparnisse.

**News Flash: Seven West Media verkürzt die Zeit für die Erstellung eines Social-Media-Posts von 1 Stunde auf 5 Minuten.**

Das Portfolio der Nachrichtenmarken von Seven West Media veröffentlicht jede Woche etwa 3.500 Beiträge, 60 Instagram-Posts und 70 Grafiken mit Adobe Express, um ein Publikum von 14,4 Millionen Menschen in ganz Australien zu erreichen.

Das Designteam erstellt Vorlagen in Adobe Creative Cloud-Applikationen wie Photoshop, InDesign und Illustrator und lädt sie in Adobe Express hoch. Da Journalistinnen und Journalisten keine Software auf ihren Computer oder ihr mobiles Gerät herunterladen müssen, können sie, wenn sie vor Ort über eine Story berichten, in wenigen Minuten einen markengerechten Social-Media-Post für ihre Top-News erstellen.

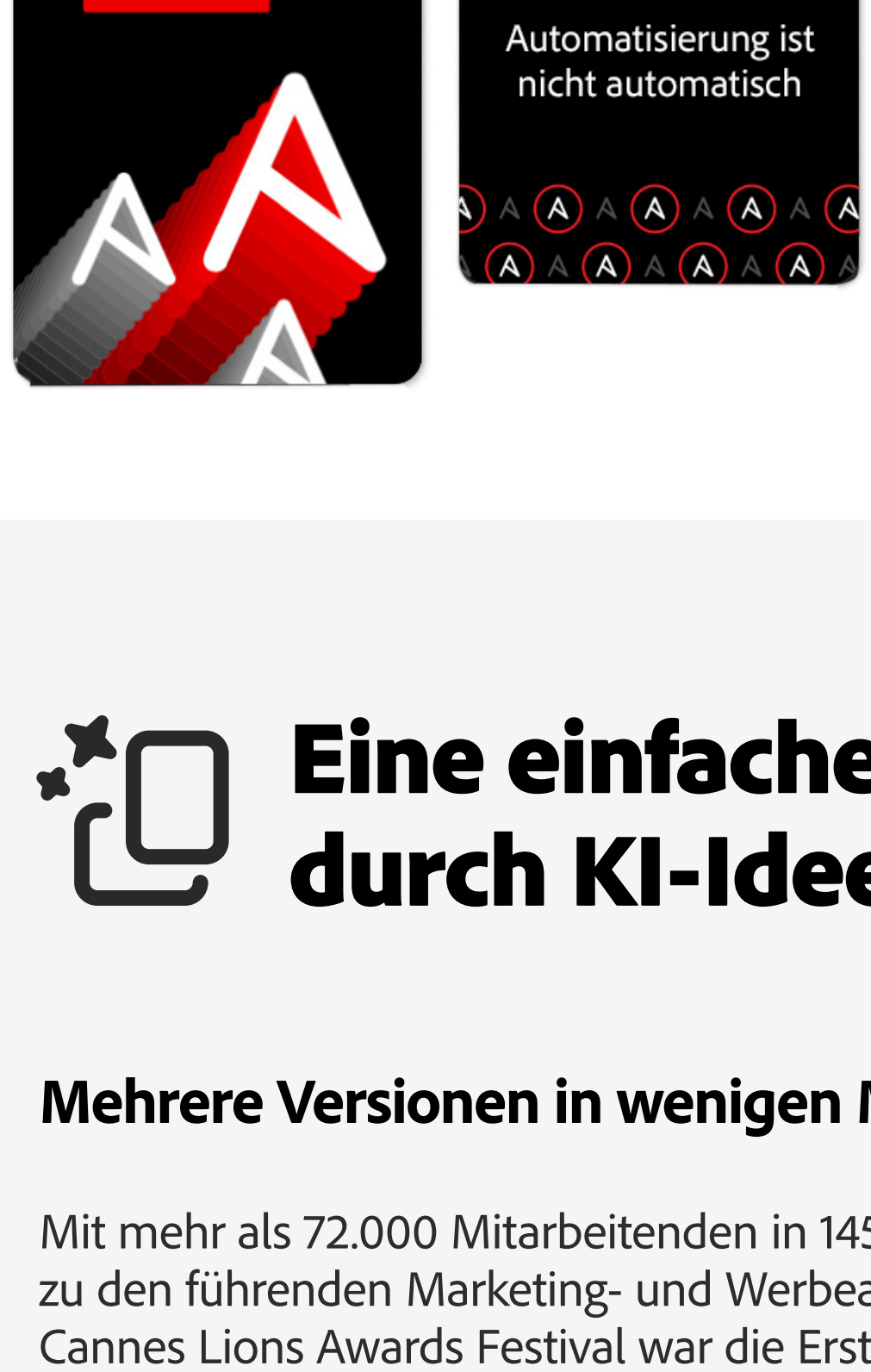
**5 Minuten**  
Erstellungszeit



**„Wir nehmen uns mehr Zeit und machen uns mehr Gedanken über unsere Designs, weil wir die Tools haben, um schneller zu arbeiten.“**

– Jessica Hankinson, Senior Designer, Seven West Media

## Mehr Content-Volumen.



## Lautstärke aufgedreht: Red Hat Marketing.

Wenn ein Unternehmen um fast das Zehnfache wächst – von 2.500 Mitarbeitern auf über 20.000 weltweit –, müssen Wege gefunden werden, um Zeit zu sparen. Red Hat schulte 400 seiner Marketing-Mitarbeitenden in der Verwendung von Vorlagen in Adobe Express, sodass sie jetzt **doppelt so viele Kampagnen durchführen**, ohne dabei gegen die Markenkonformität zu verstoßen.

Weniger quantifizierbar, aber ebenso wichtig: Die Kommunikation zwischen Design und Marketing hat sich verbessert, zusammen mit ihrer Fähigkeit, Assets für Kampagnen effektiver neu zu kombinieren und wiederzuverwenden.

**10x** höhere  
Zeitersparnisse

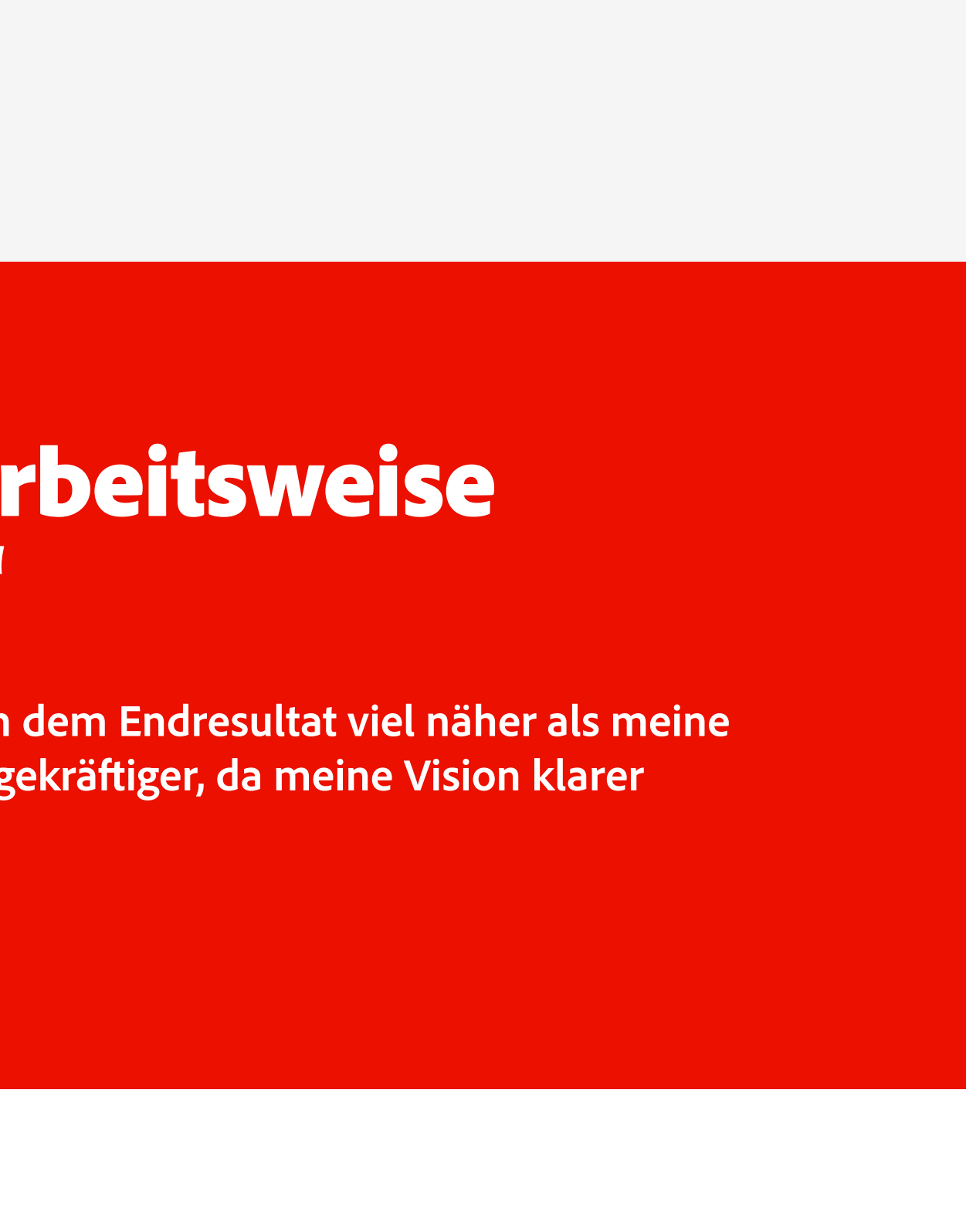
## Eine einfachere Möglichkeit, Konzepte durch KI-Ideenfindung zu testen.

**Mehrere Versionen in wenigen Minuten: dentsu.**

Mit mehr als 72.000 Mitarbeitenden in 145 Märkten gehört dentsu zu den führenden Marketing- und Werbeagenturen. Für das Cannes Lions Awards Festival war die Erstellung von Mockups für Event-bezogene Beiträge früher eine zeitaufwendige Aufgabe, die zahlreiche Skizzen und Diagramme erforderte. Der Einsatz von Firefly in Adobe Express ermöglichte es den Designerinnen und Designern, die Beiträge mithilfe der Funktionen „Bild generieren“ oder „Texteffekt generieren“ schnell zu iterieren und zu ändern, um in wenigen Minuten mehrere Varianten zu erstellen.

**70 %** kürzere  
Time-to-Market

**20 %** mehr Zeit für  
kreatives Design

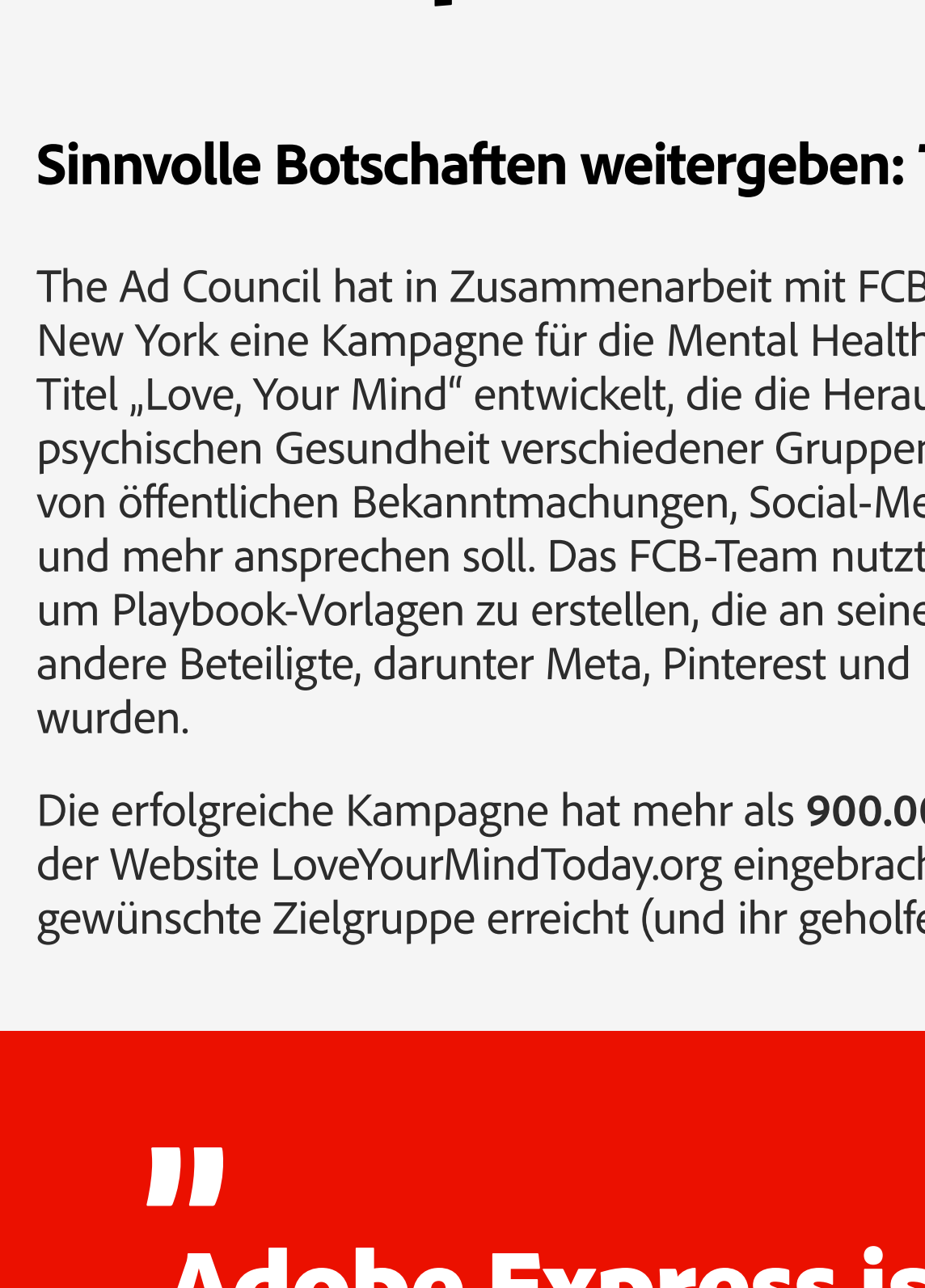


## Adobe Firefly hat meine Arbeitsweise komplett umgekrempelt.

„Ich kann neue Ideen schnell ausprobieren und sie kommen dem Endresultat viel näher als meine bisherigen Skizzen. Das Feedback, das ich erhalte, ist aussagekräftiger, da meine Vision klarer dargestellt wird.“

– Sakura Martin, Global Brand and Design Lead, dentsu

## Verbesserung der Kundenpartnerschaften.



## Mehr Autonomie für Kundinnen und Kunden: Owen Jones.

Owen Jones, ein Unternehmen, dessen Kundenliste Nike, Lyft und Chipotle umfasst, hat Adobe Express aus denselben Gründen wie viele andere gewählt: für die Erstellung und Lokalisierung für Nicht-Kreative leichter machen. Nur dass in diesem Fall die Nicht-Kreativen ihrer Kundschaft sind.

Anhand der Adobe Express-Vorlagen können sie diese Aufgaben intern erledigen, während sie die strategische kreative Arbeit den Designteams von Owen Jones überlassen.

Die Designerinnen und Designer von Owen Jones nutzen die generativen KI-Funktionen von Adobe Express auch für die rasche Ideenfindung, mit denen sie die Überarbeitungszeit um 40 % reduzieren und 15 % schneller liefern können.

**50 %** mehr Autonomie  
auf Kundenseite

**40 %** weniger  
Überarbeitungszeit

**15 %** schnellere  
Lieferzeiten

## Intensivere Interaktion mit den produzierten Inhalten.

**Sinnvolle Botschaften weitergeben: The Ad Council.**

The Ad Council hat in Zusammenarbeit mit FCB Chicago und New York eine Kampagne für die Mental Health Initiative mit dem Titel „Love, Your Mind“ entwickelt, die die Herausforderungen der psychischen Gesundheit verschiedener Gruppen durch eine Reihe von öffentlichen Bekanntmachungen, Social-Media-Posts, Plakaten und mehr ansprechen soll. Das FCB-Team nutzte Adobe Express, um Playbook-Vorlagen zu erstellen, die an seine Partner und andere Beteiligte, darunter Meta, Pinterest und Reddit, verschickt wurden.

Die erfolgreiche Kampagne hat mehr als **900.000** Besuche auf der Website LoveYourMindToday.org eingebracht und damit die gewünschte Zielgruppe erreicht (und ihr geholfen).



**Adobe Express ist sehr benutzerfreundlich und bietet uns einen Raum für die Zusammenarbeit, in dem unsere Kreativ-Teams von FCB New York Ideen und Bearbeitungen in Echtzeit mit unseren Kontakten von The Ad Council austauschen können. Das ist von unschätzbarem Wert.“**

– Michael Almette, Creative Officer, FCB New York

## Neuzusammenstellung und Wiederverwendung für niedrigere Kosten pro Asset.

## Überzeugende erste Eindrücke: Prudential Financial.

Ein Co-Sponsoring mit Playbill für das Curtain Up Broadway Festival, ein dreitägiges Theatererlebnis am Times Square, führte zu einem 1,24-fachen ROI, wobei Interaktionen mit 5.600 Personen auf der Website zustande kamen – eine Steigerung von 365 % im Vergleich zum Vorjahr für Prudential Financial.

Curtain Up wurde zusammen mit Prudential mehr als 3.000 Mal über soziale Medien und in mehr als 2.000 Artikeln erwähnt, wobei die Nettopositivbewertung bei 94 % lag. Verbrauchende, die sich beteiligten, zogen Prudential mit 11 % höherer Wahrscheinlichkeit in Betracht.

Durch die Integration von Adobe Express in den bestehenden Adobe-Content-Workflow konnten mehr Nicht-Kreative markengeschützte Vorlagen verwenden, um Inhalte für die Anpassung von Social Posts, E-Mail-Bannern, Flyern und anderen Assets zu erstellen. Die Erstellung von Assets in Photoshop, InDesign und Illustrator, die in Adobe Express neu kombiniert werden können, gab Prudential Creative House ein neues Mantra: „Einmal erstellen, mehrfach nutzen“. Die Kosten pro Asset konnten durch Maximierung der Wiederverwendung reduziert werden – ein großes Plus für ein Unternehmen, das jährlich mehr als 8.000 Assets managen muss.

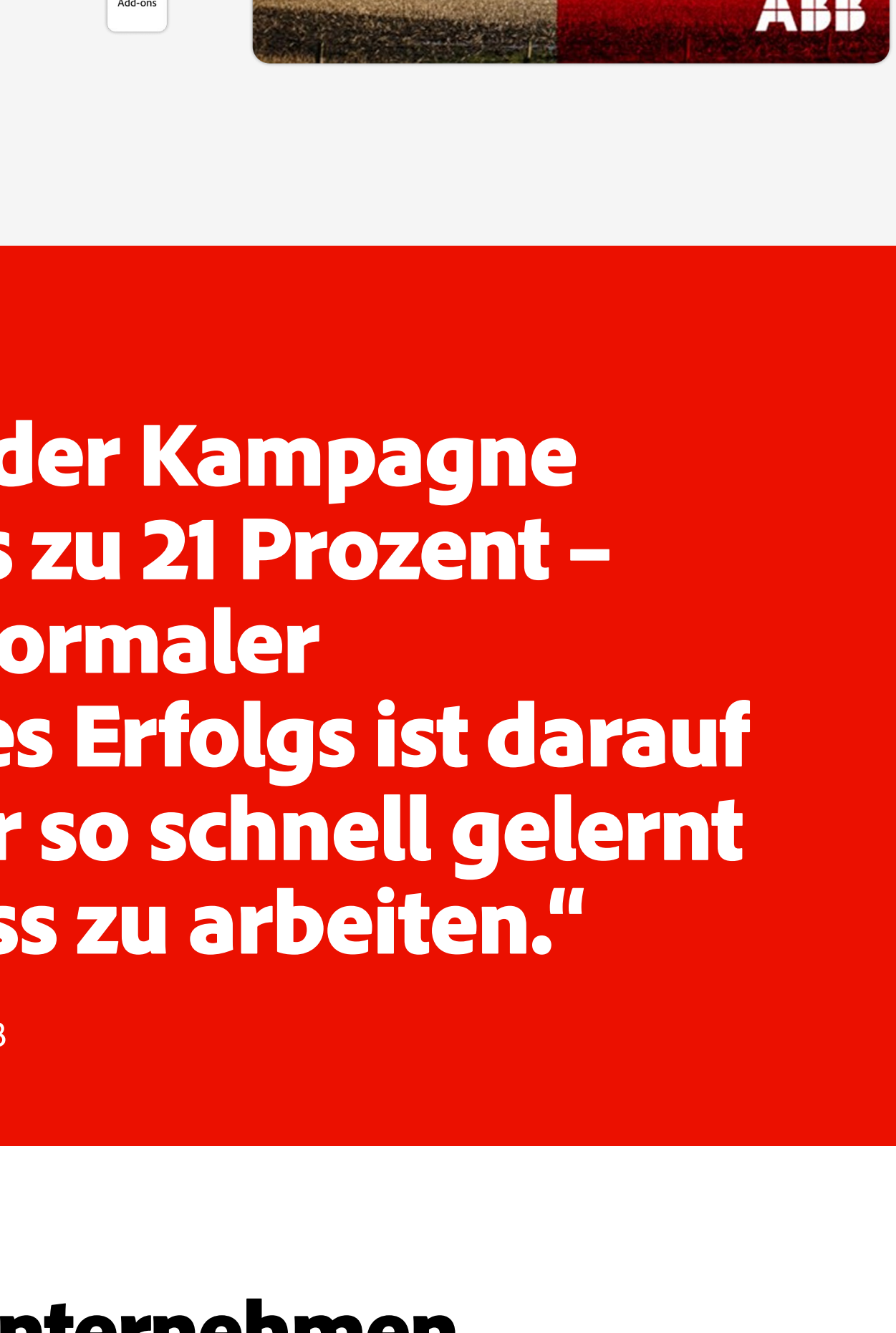
**3x** schnellere Produktion

## Größere Reichweite mit Videos.

**Ein Video sagt mehr als tausend Worte: ABB.**

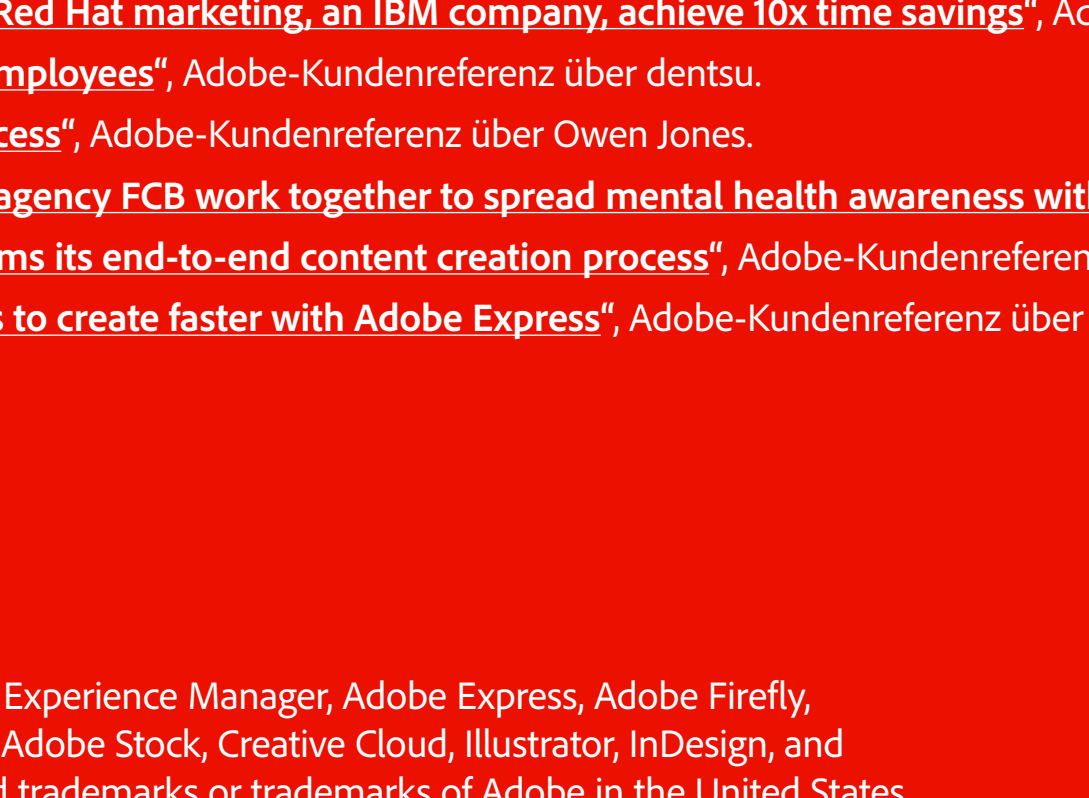
Als 140 Jahre altes, weltweit führendes Technologieunternehmen für Elektrifizierung und Automatisierung mit 105.000 Beschäftigten setzt sich ABB für die Beschleunigung der industriellen Transformation ein. Die Erstellung von Videos, die komplexe Konzepte erklären, ist der Schlüssel zu seiner Strategie.

Für eine Countdown-Kampagne zum Tag der Erde erstellte der Director of Visual Storytelling einfache Infografiken anhand von Vorlagen, die perfekt für die Anzeige auf LinkedIn geeignet waren. Erstellt wurden die Infografiken in Adobe Illustrator; für die Bilder wurden unternehmenseigene Fotos, KI und traditionelles Bildmaterial aus Adobe Stock verwendet. Obwohl einige der Videosexperten bei ABB Adobe Premiere Pro verwenden, stellten sie fest, dass sich Adobe Express für einfachere Videos und Social-Media-Projekte sehr gut eignet. Und mit den KI-Funktionen in Adobe Express können auch Laien Animationen, Übergänge und Voiceover in professioneller Qualität produzieren.



**„Wir erreichten während der Kampagne Interaktionsraten von bis zu 21 Prozent – sechsmal höher als bei normaler Interaktion. Ein Teil dieses Erfolgs ist darauf zurückzuführen, dass wir so schnell gelernt haben, mit Adobe Express zu arbeiten.“**

– Kristen Smith, Director of Creative and Visual Storytelling, ABB



Lest den vollständigen Adobe Express Customer Stories Report.

[Mehr erfahren](#)