



# Revolutioniert eure Content Supply Chain mit generativer KI.

Strategisch, nahtlos, skalierbar, nachhaltig.  
KI-gestützte Content Supply Chains eröffnen  
die nächste Phase des Wachstums.

The image features a woman with short, curly hair, smiling and looking up while holding a smartphone. She is wearing a light-colored blazer over a white top. The background is a blurred office environment. Overlaid on the image is a large red graphic element shaped like the letters 'L' and 'E'. A white callout box with a 'Generieren' button is positioned above a mobile device screen. The screen displays the 'Adobe Content Studio' interface with sections for 'Erstellen' (Create) and 'Mit einem Kanal beginnen' (Start with a channel), showing icons for E-Mail, Meta-Anzeigen, and Display. Below this, another section 'Mit einer Vorlage beginnen' (Start with a template) shows icons for E-Mail, Meta-Anzeigen, Display-Anzeigen, and Elemente für Social Media. To the right of the mobile screen, there are three white callout boxes with icons: 'Display-Anzeigen' (display ads), 'Meta-Anzeigen' (meta ads), and 'Paid Media'.

# Inhalt.

3. **Meistert die Content Supply Chain für maximalen Erfolg auf dem Markt.**
5. **Legt das Fundament für euren Erfolg mit generativer KI.**
7. **Darum braucht ihr für Personalisierung im benötigten Umfang einen neuen Ansatz.**
12. **Der ROI von intelligentem Content: Geschwindigkeit plus Mehrwert.**
14. **Stärkt das schwächste Glied – ob Ad-hoc- oder Agile-Prozesse.**
18. **Optimiert das Wachstum mit einer einheitlichen, KI-gestützten Content Supply Chain.**
21. **Definiert Marketing und kreative Möglichkeiten neu.**
24. **Positioniert euch für langfristigen Erfolg.**

 Generieren

WKND  
Bezahlte Werbung

Erstelle ein paar Instagram-Anzeigen, um die WKND-Pufferjacke zu bewerben |



## **Meistert die Content Supply Chain für maximalen Erfolg auf dem Markt.**

Kundenerlebnisse sind heute der zentrale Aspekt im Wettbewerb und Unternehmen, die personalisierte, vernetzte Kundenerlebnisse priorisieren, haben bemerkenswerten Erfolg – 23 % Anstieg bei neuer Kundschaft und 9 % Wachstum bei Folgekäufen und Profitabilität. Im Zentrum dieses Erfolgs steht relevanter, strategischer Content.<sup>1</sup>



Willkommen zurück, Noah



Personalisierte und vernetzte Erlebnisse verzeichnen bemerkenswerte Erfolge



● Neukunden

● Folgeaufträge

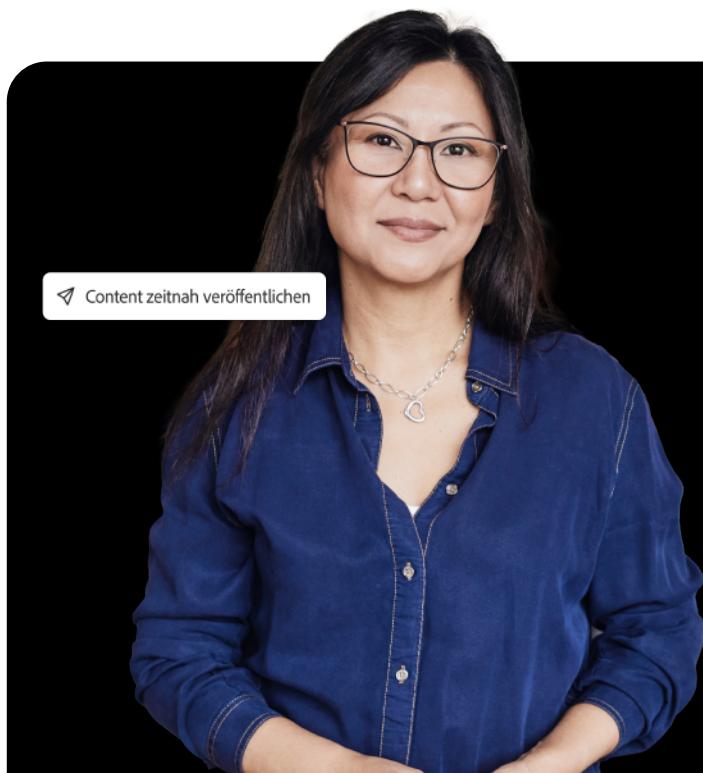
**23 % Zunahme** **9 % Zuwachs**

Doch die Erstellung von Content ist zeitaufwendig, der Freigabeprozess ist kompliziert, Content kann irgendwo im Workflow stecken bleiben, seine Fertigstellung kann sich verzögern oder er kann gar verloren gehen. Ist die Content Supply Chain noch dazu fragmentiert, ist nicht einmal erkennbar, was in diesem Prozess tatsächlich den größten Mehrwert bringt.

Um dies zu überwinden, benötigen Unternehmen eine moderne und integrierte Content Supply Chain, die Personen, Tools und Workflows zu einem kohärenten Prozess zusammenführt, mit dem ihr Content strategisch planen, erstellen, bereitstellen und analysieren könnt.

Es bleibt heute keine Wahl mehr: Die Optimierung eurer Content Supply Chain ist entscheidend für die Bereitstellung von Personalisierung im benötigten Umfang. Wer nicht in der Lage ist, zu skalieren, um den Bedarf an Kundenerlebnissen zu decken, hat im Wettbewerb das Nachsehen.

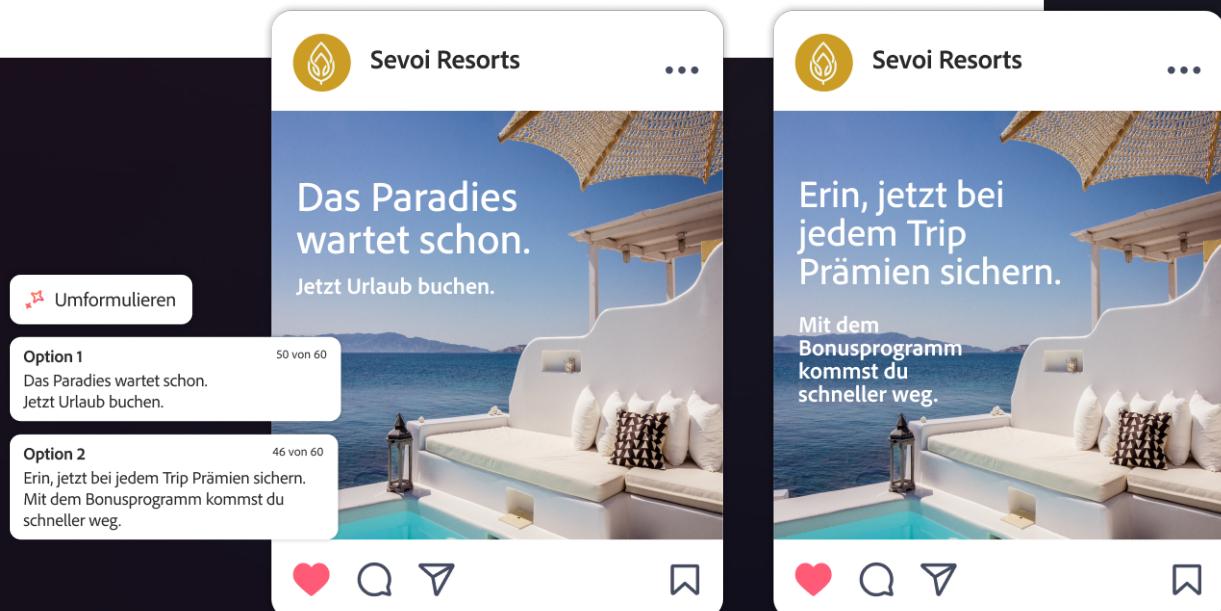
Damit ihr wirklich ansprechende Erlebnisse erstellen könnt, muss euer Content überzeugend, zeitgerecht und relevant sein. Ihr müsst seine Wirkung nachverfolgen und messen. Deshalb muss sich die Unternehmensperspektive gegenüber Content ändern. Content bedeutet eine neue Chance, der Kundschaft personalisierte Kundenerlebnisse bereitzustellen und sich von der Konkurrenz abzuheben.



**In diesem neuen Umfeld ist Content nicht nur eine Frage des Marketings. Er ist ein zentrales, strategisches Erfordernis. Generative KI ist dabei der ultimative Katalysator des Erfolgs.**

## Legt das Fundament für euren Erfolg mit generativer KI.

Euer Unternehmen benötigt mehr Content, schneller denn je, ohne dass eure Markenidentität beeinträchtigt wird. Jeder Kunden-Touchpoint, jedes digitale Erlebnis, jeder Augenblick der Interaktion hängt vom Content ab.



Marketing-Fachleute müssen täglich in Echtzeit agile Kampagnen bereitstellen, die über den traditionellen sequenziellen Ansatz hinausgehen. Generative KI erscheint als vielversprechende Lösung, mit der wir die Art und Weise transformieren können, wie wir Kundenerlebnisse erstellen und bereitstellen.



### **Die schlechte Nachricht:**

Generative KI allein hilft euch nicht weiter, wenn eure Content Supply Chain grundlegende Schwächen hat.

Stellt euch vor, generative KI ist der PS-starke Motor in einem Auto mit platten Reifen und gesprungener Windschutzscheibe. Die Motorleistung spielt keine Rolle, solange der Rest des Fahrzeugs nicht funktioniert. Euer Content-Workflow – wie ihr Content plant, erstellt, bereitstellt und analysiert – ist dieses Fahrzeug.

Aktuelle Tools zielen oft nur auf Fragmente des Content-Prozesses ab und führen zu isolierten Workflows, die euch ausbremsen. Ohne eine integrierte und durchgehende Content Supply Chain kann generative KI Probleme wie fehlende Markenkonformität und Engpässe bei der Prüfung sogar verstärken.

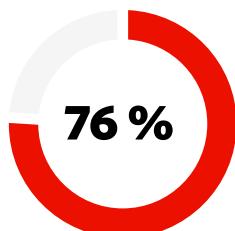
Die Zukunft gehört Unternehmen, die ein nahtloses Fundament etablieren können, bei dem generative KI als Kopilot fungiert, damit Teams in der Lage sind, zusammenzuarbeiten und personalisierten Content bereitzustellen, der den Anforderungen und Erwartungen der Kundschaft gerecht wird – mit der Geschwindigkeit und in dem Umfang, wie es die digitale Landschaft von heute erfordert.

## **Darum braucht ihr für Personalisierung im benötigten Umfang einen neuen Ansatz.**

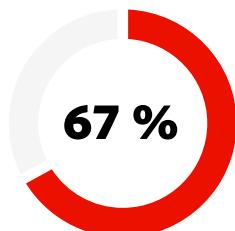
Die Lücke bei der Content-Effizienz vergrößert sich. Kundenerwartungen wachsen unglaublich schnell, doch die betrieblichen Fähigkeiten halten nicht Schritt. Effizienz wird so zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor.



## **Der Bedarf an Personalisierung wächst unaufhaltsam ...**



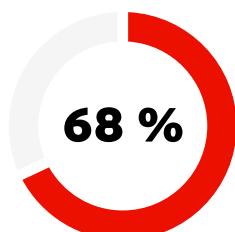
der Verbraucherinnen und Verbraucher<sup>2</sup> kaufen mit höherer Wahrscheinlichkeit bei Marken, die ihre Interaktionen an individuelle Präferenzen anpassen.



wünschen sich personalisierte Angebote basierend auf ihren Einkaufsgewohnheiten, ob online oder im Laden.<sup>3</sup>

---

## **... doch der Bereitstellungsprozess funktioniert nicht.**

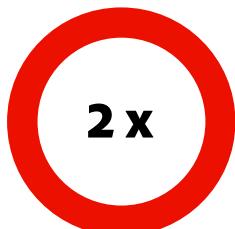


der Marketing-Fachleute<sup>4</sup> bezeichnen die Bereitstellung dieses Personalisierungsgrads als erhebliche Herausforderung.

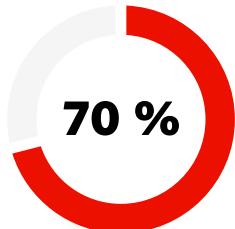


Weniger als ein Drittel der Marketing-Fachleute<sup>5</sup> glaubt, dass ihr Unternehmen Content effizient verwaltet.

## Der Bedarf an hochwirksamem Content ist größer denn je ...

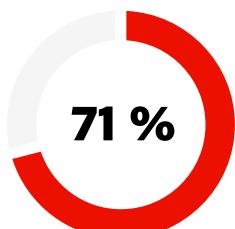


Marketing- und CX-Verantwortliche geben an, dass sich der Bedarf an Content in den letzten zwei Jahren **mehr als verdoppelt** hat.<sup>6</sup>

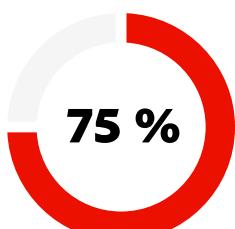


**70 % der Kundschaft** erwarten ein nahtloses, einheitliches Erlebnis bei allen Interaktionen mit einer Marke.<sup>7</sup>

## ... doch betriebliche Budgets stagnieren oder werden gekürzt.



Über 71 % der CMOs<sup>8</sup> sprechen von unzureichenden Budgets zur vollständigen Umsetzung ihrer Strategien.



der Marketing-Führungskräfte<sup>9</sup> stehen unter dem Druck, „mit weniger mehr erreichen“ zu müssen, um profitables Wachstum zu erzielen.

# **Kundenerlebnisse und Conversion Rates sind vom Content abhängig.**

Wie könnt ihr also die Art und Weise ändern, wie ihr Content plant, produziert, bereitstellt und analysiert, um die nötige Geschwindigkeit und Skalierbarkeit für eine positive Wirkung für euer Unternehmen zu erreichen?

## **Content ist alternativlos.**

In einem Omni-Channel-Europa mit digital orientierter Kundschaft ist Content mittlerweile für den Unternehmensgewinn eine Notwendigkeit geworden. Darum haben 62 % der Marketing-Führungskräfte<sup>10</sup> bereits mit der Optimierung begonnen, denn solange ihr die Content-Erstellung nicht skalieren könnt, ist Personalisierung im benötigten Umfang utopisch.

 Erstellung von Omni-Channel-Content skalieren



## **Adobe GenStudio schließt diese entscheidende Lücke.**

Die End-to-End-Lösung transformiert die gesamte Supply Chain und kombiniert generative KI mit intelligenter Automatisierung. So könnt ihr Prozesse optimieren und wirkungsvollen, personalisierten Content in noch nie dagewesenen Umfang bereitstellen.

Dies ist weit mehr als ein kleiner Schritt. Es ist ein Paradigmenwechsel, der den Fokus auf Workflow, Logistik, Daten und Automatisierung legt. Ziel ist es, nicht einfach nur mehr Content, sondern den richtigen Content für die richtige Zielgruppe im richtigen Moment zu erstellen.

**Marken versuchen seit Jahren mit wechselndem Erfolg, Personalisierung im benötigten Umfang anzubieten. Generative KI macht dies nun für unsere Branche möglich und überwindet eine lange bestehende Kluft zwischen Kreativ- und Marketing-Teams.**

---

**@ARI SHEINKIN,**  
VP of Global Demand, IBM

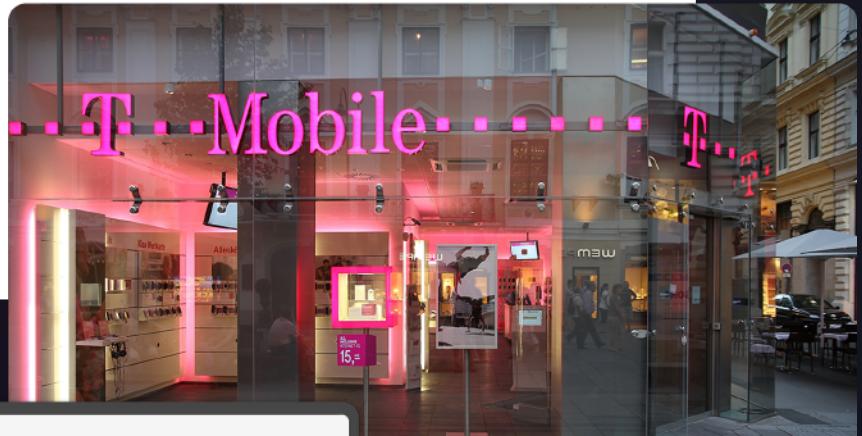


”

# Der ROI von intelligentem Content: Geschwindigkeit plus Mehrwert.

Die richtige Strategie für die Content Supply Chain spart nicht nur Zeit, sondern **ermöglicht außergewöhnlichen Geschäftserfolg**.

Bei T-Mobile wird aus den Marketing-Workflows ein Wettbewerbsvorteil.



A screenshot of a 'Text to Image' AI interface. On the left, a dark sidebar shows a 'Match' section with a 'Reference image gallery' and a 'Upload your image' button. The main area displays a large, stylized question mark made of pink flowers. To the right, a mobile phone screen shows an IBM advertisement with the text: 'Was wäre, wenn du das Finalelebnis der Masters integrieren könntest? Nutze AI, um praktische Erkenntnisse zu gewinnen und Fans einzubeziehen wie nie zuvor.' The overall theme is the use of AI to create visually appealing content.

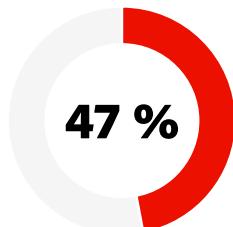
## T-Mobile.

---



### **2 Mio. USD Einsparungen:**

Workflow-Konsolidierung und -Automatisierung



### **47 % Produktivitätsgewinn:**

Ohne neues Personal<sup>11</sup>

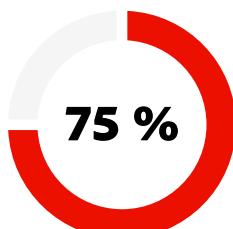
## IBM

---



### **26-mal mehr Interaktionen:**

Von Adobe Firefly generierte Medien-Assets



### **75 % schnellere Storyboards:**

Geringere Kampagnenentwicklungszeit<sup>12</sup>

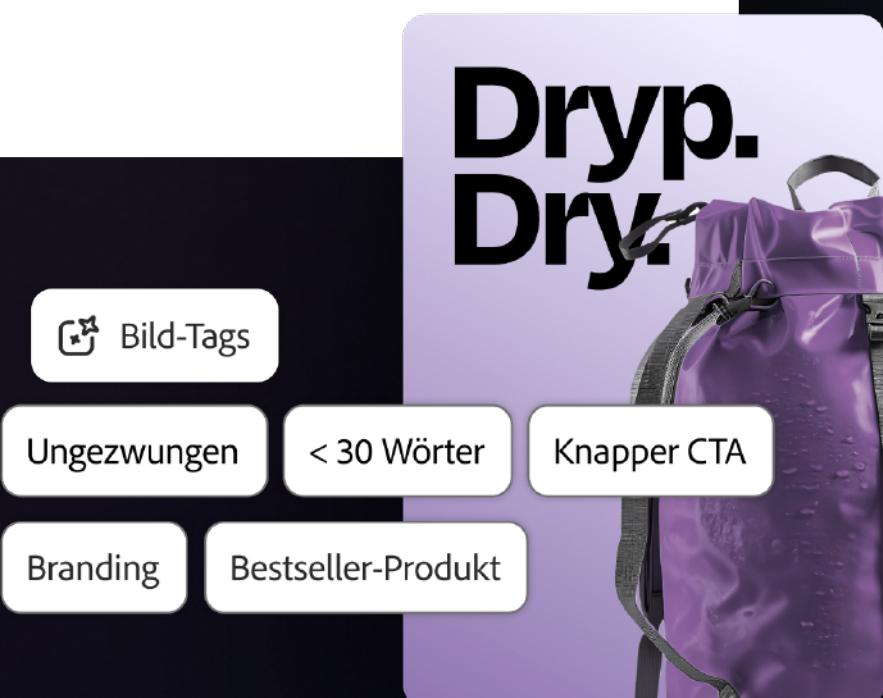
Die Rendite kommt schnell. Ihr erhaltet relevanten ROI schon nach Monaten, nicht erst nach Jahren. Dabei handelt es sich jedoch nicht nur um eine kurzfristige Lösung. Durch den Aufbau einer strategischen Plattform für nachhaltiges Wachstum investiert ihr in langfristige Effizienz.

Als Vorreiter im Customer Experience Management mit fundiertem Kreativ-Know-how ist Adobe bestens aufgestellt, um euch bei der Umsetzung dieser Möglichkeiten in die Realität zu unterstützen.

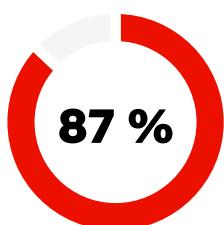
## **Stärkt das schwächste Glied – ob Ad-hoc- oder Agile-Prozesse.**

Eure Content Supply Chain umfasst alle Ressourcen und Prozesse, die an der Planung, Produktion, Bereitstellung und Analyse von Content mitwirken.

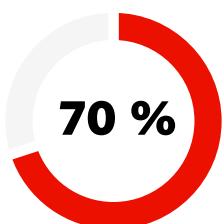
Bei den meisten Organisationen hat sie sich jedoch organisch entwickelt und setzt sich aus Ad-hoc-Systemen und isolierten Workflows zusammen, statt ein optimiertes, strategisches System zu bilden. Oft ist sie das schwächste Glied in der Produktionskette für digitale Kundenerlebnisse.



# Um die Content Supply Chain zu skalieren, müsst ihr sie zunächst optimieren. In der heutigen Landschaft ergeben sich folgende Herausforderungen:



**87 % der Organisationen** haben Probleme, Content während des gesamten Zyklus durchgehend zu verwalten.<sup>13</sup>



**70 % der Arbeitszeit von Kreativ-Teams** werden für manuelle, unwichtige Aufgaben in isolierten Systemen verwendet.



Fast **9 von 10 Mitarbeitenden** sind bei der Organisation ihrer Arbeit von E-Mails, Aufgabenlisten oder anderen Ad-hoc-Methoden abhängig.



Mehr als **50 % der Unternehmen** haben mindestens zwei Agenturen, die Content für sie produzieren.<sup>14</sup>

Der potenzielle Gewinn durch mehr Geschwindigkeit und Effizienz reicht von verbesserter Produktivität bis zur Rückholung ausgelagerter Aufgaben in das Unternehmen, wo ihr alle Prozesse integrieren, beschleunigen und ihren Wert erfassen könnt.

Euer Unternehmen muss verstehen, wo die Möglichkeiten für Effizienzsteigerungen und profitableres Wachstum liegen. Oft sind die größten Herausforderungen unklare Workflows, Engpässe und Zeitverschwendungen mit nicht-lukrativen Aufgaben.

**Durch die Adobe-Lösung für die Content Supply Chain können alle an der Erstellung und Aktivierung von Content Beteiligten optimal zusammenarbeiten, was den Prozess beschleunigt. Kreativ-Teams können sich voll und ganz auf ihre Arbeit konzentrieren und unsere Führungskräfte erhalten in Echtzeit die Transparenz und die strategischen Erkenntnisse, um schnelle Entscheidungen zu treffen – von Kosteneinsparungen bis zur besseren Erfüllung von Kundenbedürfnissen.**



**@EPHRAIM GERARD CRUZ,**  
Director of Operations und Software Initiatives Lead, Xfinity Creative

”

# Reibungspunkte.



## Reibungspunkte für Personen



Meeting-Planung

Suchen

Burnout

Manuelles Reporting

Manuelle Metadaten

Anspruchslose Aufgaben für Spitzentalente



## Reibungspunkte für Prozesse



Manuelle Versionskontrolle

Wertverlust durch Verspätung

Manuelles Nachvollziehen

Isolierte Systeme

Strategische Schieflage

Unzureichende Entscheidungsgrundlage



## Reibungspunkte für Technologien



Punktlösungen

Manuelle Verbindungen zwischen Silos

Siloarchitektur

Widersprüchliche Taxonomien

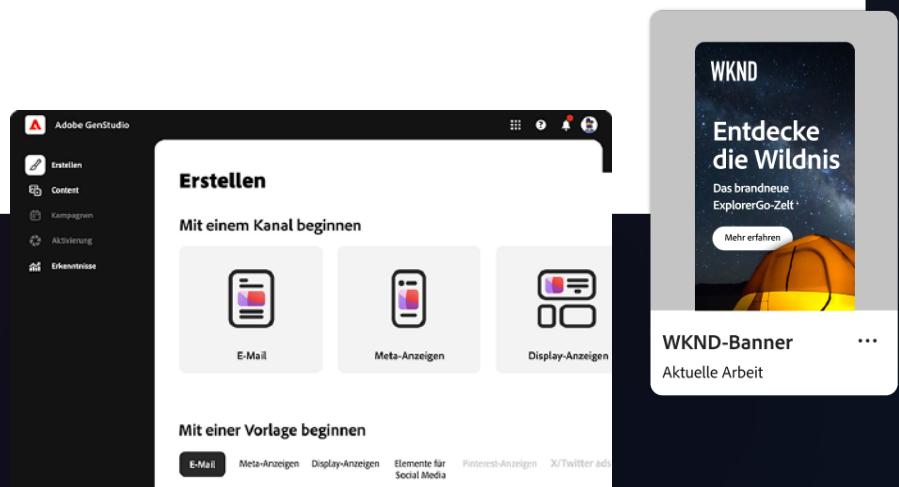
Komplexe MarTech-Ökosysteme

Abfluss von Metadaten

## Optimiert das Wachstum mit einer einheitlichen, KI-gestützten Content Supply Chain.

Wenn eure Content Supply Chain durch einen einheitlichen Prozess gesteuert wird, könnt ihr die Planung, Produktion, Bereitstellung und Analyse von Content beschleunigen und skalieren und somit profitables Unternehmenswachstum fördern. Ausschlaggebend dabei ist ein tragfähiges Fundament. Idealerweise sollte es vielseitig und zuverlässig sein und nahtlose End-to-End-Erlebnisse unterstützen.

Genau das bietet Adobe GenStudio: eine einheitliche, KI-gestützte Lösung, die die Methoden transformiert, mit denen euer Unternehmen die Content Supply Chain verwaltet. GenStudio kombiniert Adobe Experience Cloud mit Creative Cloud und wirkt damit auf die gesamte Content Supply Chain. So könnt ihr optimierte Workflows, auf generativer KI basierende Erstellung und maximale Team-Performance umsetzen.



# Der Durchbruch mit GenStudio.

**So verhilft GenStudio eurem Unternehmen mit seinen fünf entscheidenden Funktionen zum Erfolg:**

**1. Optimiert Workflows und hältet alles aufeinander abgestimmt:**

Vernetzt eure Teams mit transparenten Workflows, die in allen Tools und Teams synchron sind. Durch Automatisierung von Genehmigungen und Aufgaben-Tracking können Führungskräfte Ressourcen effizient zuweisen und die Einhaltung von Projektzeitplänen sicherstellen.

**2. Erstellt mit generativer KI schneller intelligenteren Content:**

Befriedigt die wachsende Nachfrage nach hochwertigem Content mit auf generativer KI basierenden Tools wie Adobe Firefly. Teams können die Erstellung von Content-Varianten automatisieren, repetitive Aufgaben reduzieren und sich auf Kreativarbeit fokussieren, ohne die Markenkonsistenz zu beeinträchtigen.

**Einer der größten Vorteile bei der Arbeit mit Adobe ist die Zusammenführung aller Aufgaben in eine einzige Umgebung. Das ist eine große Erleichterung bei der Automatisierung von Workflows.**



**@ANDY MCILVAINE,**

Managing Director, Global Digital Channel Strategy and Brand Agency, Deloitte

”

### 3.

#### **Zentralisiert und vereinfacht das Asset-Management:**

Zentralisiert sämtliche Content-Assets in einem System, damit ihr Content einfacher über mehrere Kampagnen hinweg organisieren, bearbeiten und wiederverwenden könnt. Stellt mit KI-gestützten Tagging- und Governance-Funktionen die Markenkonformität und Compliance von Assets sicher.

### 4.

#### **Stellt personalisierten Content überall bereit:**

Stellt eurer Zielgruppe personalisierten, relevanten Content bereit, wo immer sie sich befindet. GenStudio kann nahtlos mit Adobe Experience Cloud-Programmen integriert werden, sodass eine schnelle und konsistente Bereitstellung auf allen Kanälen gewährleistet ist.

### 5.

#### **Setzt Erkenntnisse in Aktionen um.** Trefft datengestützte

Entscheidungen während der gesamten Customer Journey. KI-gestütztes Performance-Tracking fügt Inhalten automatisch Tags wie Kampagnen-IDs und Metadaten auf Attributebene hinzu. So könnt ihr messen, wie sich jede Content-Komponente und ihre Eigenschaften auf Interaktionen und Conversions auswirken, und die Erlebnisse und den ROI optimieren.

## Definiert Marketing und kreative Möglichkeiten neu.

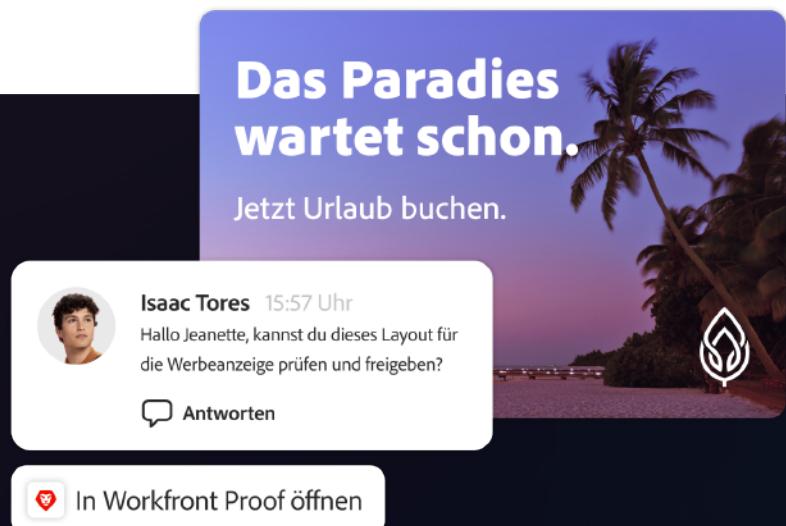
**GenStudio transformiert eure betrieblichen Abläufe. Marketing-Führungskräfte können ihre Strategie besser ausrichten, Fachkräfte im Kreativbereich können Innovationen umsetzen.**

Die vernetzte Architektur beschleunigt eure Content Supply Chain, verkürzt die Time-to-Market, erhöht die Team-Produktivität und optimiert die betriebliche Effizienz vom ersten bis zum letzten Schritt.

Die Lösung ermöglicht euch die effiziente Skalierung eurer betrieblichen Abläufe und macht jedes Asset modular und adressierbar, sodass stets maximaler Mehrwert entsteht. Außerdem werden Planung, Analyse und Reporting genauer, zeitgerechter und effizienter. Dies ermöglicht intelligenter Entscheidungen und wirksamere Resultate.

**Das Paradies wartet schon.**

Jetzt Urlaub buchen.



Isaac Tores 15:57 Uhr

Hallo Jeanette, kannst du dieses Layout für die Werbeanzeige prüfen und freigeben?

Antworten

In Workfront Proof öffnen

# Übernehmt die Kontrolle über euer Marketing-Ökosystem.

## Transformiert eure Marketing-Abläufe:

Blickt auf das Gesamtbild, ohne euch in Details zu verlieren. GenStudio ermöglicht euch umfassende Sichtbarkeit ohne Ablenkung durch irrelevante Informationen und transformiert so die Verwaltung eures Marketing-Ökosystems. Indem ihr Teams an strategischen Zielen ausrichtet, Workflows optimiert und Echtzeit-Erkenntnisse gewinnt, könnt ihr den ROI maximieren und euer Unternehmen in Richtung nachhaltiges Wachstum steuern.

## Maximiert die Performance eures Teams:

Mit GenStudio können eure Marketing-Teams erfolgreichen Content effizient abrufen, neu zusammenstellen und anpassen. Die Teams müssen weniger repetitive Aufgaben erledigen und können sich auf die Erstellung überzeugender Kampagnen fokussieren. Erfolgreiche Beispiele aus der Praxis belegen die Möglichkeiten.

### Fallstudie.

## Durch strategische Workflow-Optimierung beschleunigte Orvis Projekt-Timelines um 75 % und sparte jährlich 1.000 Stunden ein.<sup>15</sup>

 Um 75 % beschleunigte Projektlaufzeiten  
1.000 Stunden jährlich gespart

**ORVIS**

Established  
**1856**  
Employees 1300  
[www.orvis.com](http://www.orvis.com)

Increased content output while  
saving 1000 hours per year  
on creative workflows

Products  
Adobe Creative Cloud Enterprise  
Adobe Experience Manager  
Adobe Workfront

**Objectives**  
Gain control and centralize content and marketing workflows  
Speed-up creative workflows to meet fast-moving demand  
Gain visibility across content creation and marketing processes

**Results**  
Consolidated multiple content workflows into a single system-of-record  
Cut 1000 hours per year from the catalog creation workflow  
75% reduction in time to produce project plans  
Increased content output to reach customers on new channels

An Iconic Outdoor Retailer Leads Nature Lovers into the Future  
Orvis has been one of America's most beloved outdoor brands for 150 years. From its early days of selling fishing tackle, the Vermont-based retailer has since inspired countless nature lovers to follow their passion – be it fly fishing, wing shooting, or adventure travel. And to this day it has remained a tireless marketer, continually designing innovative new products while adapting the way its business works to best serve customers.

# Realisiert eure kreativen Visionen.

## Skaliert ohne Einbußen bei der Kreativität:

Mehr als drei von fünf Kreativ-Führungskräften geben an, dass höhere Effizienz oft zu Lasten der Kreativität geht. GenStudio ermöglicht die Skalierung des Kreativ-Outputs, wahrt dabei die Qualität und beugt Burnout vor. IBM beschleunigte beispielsweise seine Retuscheprozesse um den Faktor 5<sup>16</sup>, sodass die Kreativ-Teams sich auf die Arbeit mit hoher Wertschöpfung konzentrieren können.

## Beseitigt Hindernisse für Kreativität:

Fast 44 % der Kreativprofis<sup>17</sup> bezeichnen zu wenig Zeit für Kreativität als großes Hindernis bei der Bereitstellung großartiger Kundenerlebnisse. GenStudio entfernt diese Hindernisse durch die Automatisierung banaler Prozesse und die Befähigung zu nahtloser Zusammenarbeit. Tools wie Adobe Firefly fördern den kreativen Output und ermöglichen herausragende Kundenerlebnisse, die eure Marke von der Konkurrenz abheben.

Da die Marketing-Fachleute Bearbeitungen oder sogar die gesamte Content-Erstellung nun selbst erledigen können, ist die Time-to-Market um 70 % kürzer.



**@SAKURA MARTIN,**  
Global Brand and Design Lead,  
Dentsu Group Inc.

”

## Positioniert euch für langfristigen Erfolg.

Unternehmen im gesamten EMEA-Raum stehen an einem wichtigen Scheideweg. Der Druck, mit begrenzten Ressourcen sofortige Umsätze zu erzielen, ist enorm. Zusätzlich erwarten immer anspruchsvollere Kundinnen und Kunden von den Marken sowohl Werthaltigkeit als auch Relevanz.

Bedauerlicherweise berichten 73 % der Führungskräfte<sup>18</sup> etablierter Marken, dass die kurzfristigen Anforderungen auf Kosten einer längerfristigen Planung und Strategie gehen. Doch das muss nicht zwangsläufig so sein.



# **Transformation statt temporärer Lösungen.**

## **Kurzfristige Erfolge mit langfristiger Wirkung.**

Durch eine effektive Content Supply Chain erreicht ihr mit weniger mehr.

Durch Optimierung von Prozessen und Steigerung der Content Velocity könnt ihr Content-Kapazitäten vervielfachen und gleichzeitig den Overhead reduzieren und Kosten senken.

Die Vorteile eines soliden Fundaments werden von Jahr zu Jahr immer zahlreicher.

Die Content Supply Chain der Zukunft wird denjenigen Unternehmen noch mehr Effizienz und Wirkung bringen, die sich diesem Trend anschließen. Wer schon frühzeitig eine robuste Content Supply Chain eingeführt hat, erntet bereits jetzt die Früchte und bringt seine Organisation für künftige Erfolge in Stellung.

Adobe GenStudio bietet euch alle benötigten Bausteine, damit ihr konkurrenzfähig bleibt, und integriert hierfür branchenführende Programme: Experience Manager zur Optimierung von Assets, Workfront für effektive Workflows, Creative Cloud für mehr Produktivität der Kreativ-Teams und KI-gestützte Dashboards und Content-Analysen zur Messung der Content-Performance während der gesamten Customer Journey.

Diese Tools sorgen gemeinsam für reichhaltigere und beschleunigte Content-Erstellung, unterstützen die kreative Entscheidungsfindung mit Daten und ermöglichen es Führungskräften, den ROI zu belegen. Gleichzeitig wird sichergestellt, dass bei der Ressourcenverteilung die effektivsten Chancen bevorzugt werden.

Da der Abstand zwischen Vorreitern und Nachzüglern in diesem Feld immer größer wird, ist jetzt die Zeit für konkretes Handeln gekommen.

Denn die Skalierung von qualitativ hochwertigem Content und seine optimale Nutzung bereiten den Boden für gute Kundenbeziehungen. So könnt ihr eure Kundschaft kennenlernen, Erkenntnisse zu Interessen gewinnen und eine gute Vertrauensbasis schaffen, um eine persönliche und nachhaltige Beziehung mit einem Lebenszeitwert aufzubauen, von dem beide Seiten profitieren.

# Adobe hat die passende Lösung.

**Adobe GenStudio macht die Erstellung personalisierter Inhalte einfacher. Wir unterstützen euch dabei, eure Teams zu vernetzen, eure Workflows zu optimieren und mit generativer KI genau das zu bieten, was eure Kundschaft sich wünscht.**

**Skaliert eure Kampagnen, steigert die Interaktionen und erzielt reale Ergebnisse – alles mit einer einzigen integrierten Lösung, die auf die Power der generativen KI Firefly setzt. Und das Beste daran: Ihr erzielt relevante Produktivitätssteigerungen, die sich schon in sechs bis acht Monaten amortisieren.**

[Weitere Informationen](#)

# Quellen.

1. Adobe x Oxford Economics, Report „State of Digital Customer Experience“, <https://business.adobe.com/resources/state-of-cx-research-report.html>
2. McKinsey, <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-getting-personalization-right-or-wrong-is-multiplying>
3. Adobe Commerce-Umfrage, <https://business.adobe.com/blog/basics/personalized-customer-experience>
4. Adobe x Oxford Economics, Report „State of Digital Customer Experience“, siehe oben
5. Digitale Trends 2023, Adobe/eConsultancy – <https://business.adobe.com/resources/digital-trends-report.html>
6. Digitale Trends 2023, siehe oben
7. Adobe x Oxford Economics, Report „State of Digital Customer Experience“, siehe oben
8. Gartner, <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2023-05-22-gartner-survey-reveals-71-percent-of-cmos-believe-they-lack-sufficient-budget-to-fully-execute-their-strategy-in-2023>
9. Gartner, siehe oben
10. ebd.
11. T-Mobile-Kundenreferenz, <https://business.adobe.com/customer-success-stories/tmobile-workfront-case-study.html>
12. IBM-Kundenreferenz, <https://business.adobe.com/customer-success-stories/ibm-2022-case-study.html>
13. State of Work 2023, Adobe, <https://business.adobe.com/resources/reports/state-of-work-2023/thank-you.html?faas unique submission id=8083288C-1607-4AE9-689D-9616D4D7A8D1>
14. London Research, Linus Gregoriadis – von Adobe in Auftrag gegebene Studie
15. Orvis-Kundenreferenz, <https://business.adobe.com/customer-success-stories/orvis-case-study.html>
16. IBM-Kundenreferenz, siehe oben
17. Digitale Trends, siehe oben
18. Digitale Trends, siehe oben