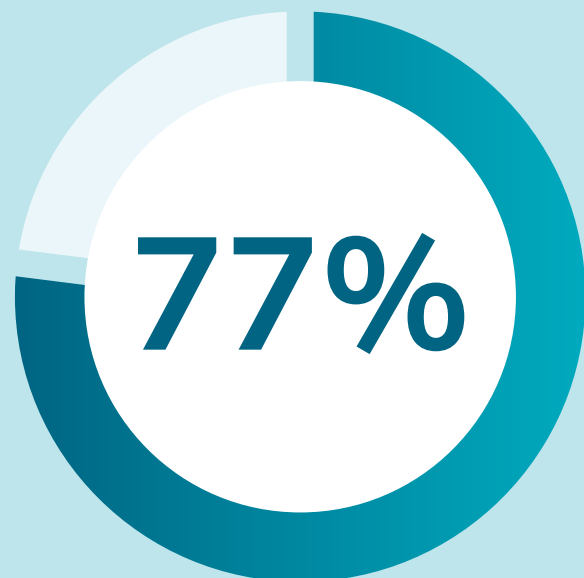


Digitale Inhalte: Der Stand der Dinge 2025



Content- und Kreativteams müssen einen immer höheren Bedarf decken.



77% der Teams rechnen mit einem Anstieg ihres Content-Volumens für 2025, verglichen mit 72 % im Vorjahr

Für Content- und Kreativteams haben Qualität und Relevanz der Inhalte höchste Priorität ...

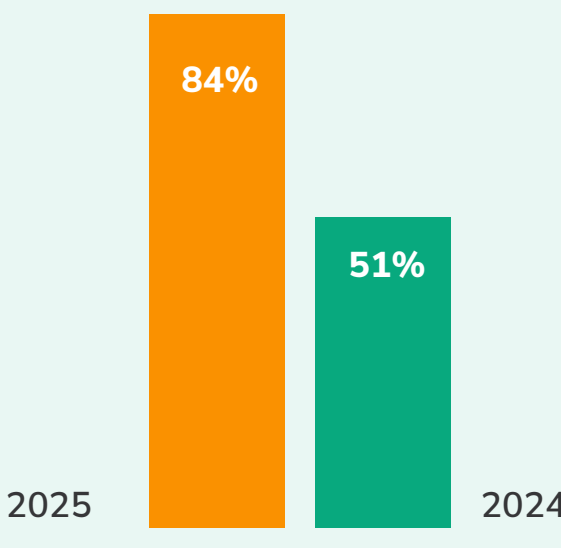


50 % priorisieren eine verbesserte Qualität und Relevanz der Inhalte, anstatt wie 2024 das Kundenerlebnis verbessern zu wollen

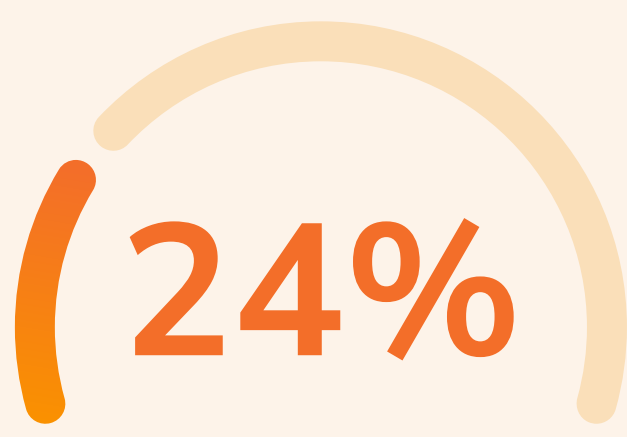
... sowie eine bessere Zusammenarbeit, um den ROI der Inhalte zu steigern.



84 % halten eine bessere Zusammenarbeit für wichtig, ein Anstieg gegenüber 51 %, die 2024 die Effizienz und Zusammenarbeit verbessern wollten



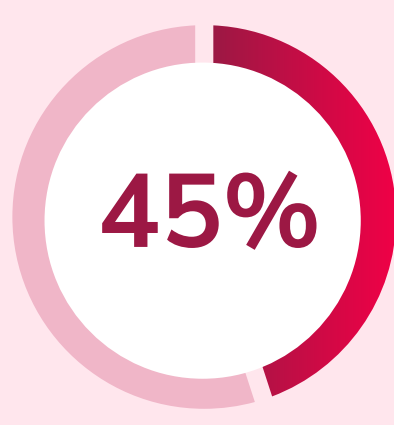
Viele Teams können den ROI ihrer Inhalte nur mit Mühe optimieren.



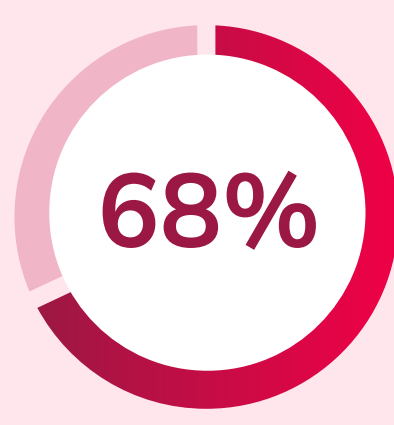
Fast ein Viertel sagt, dass ihnen Werkzeuge und Fachwissen fehlen, um den ROI ihrer Inhalte zu optimieren



Ineffiziente Arbeitsabläufe bremsen Teams aus.

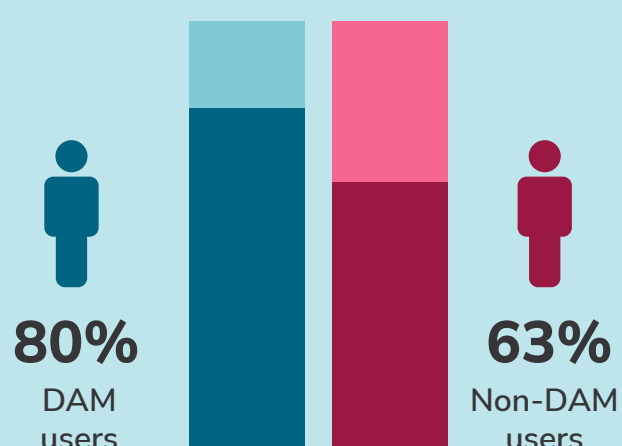


45% vermeiden Produktivitätsverluste aufgrund ineffizienter Arbeitsabläufe



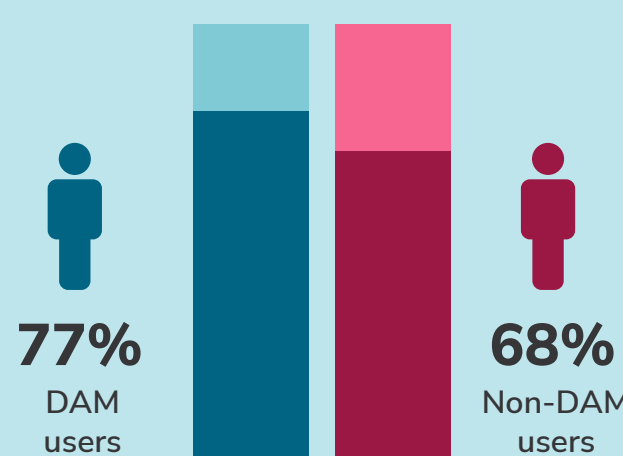
68% verbringen mehr als 3 Stunden pro Woche mit der Suche nach Assets

DAM-Nutzer verzeichnen bessere Ergebnisse.



80% erzielen einen höheren ROI im Vergleich zu 63 % der Nicht-DAM-Nutzer

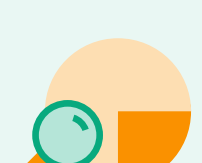
77% empfinden das Zusammenarbeiten als einfach, im Vergleich zu 68 % der Nicht-DAM-Nutzer



Die leistungstärksten Teams, die den ROI von Inhalten im Fokus haben, ...



... verwenden **1,7-mal häufiger** KI zum Verschlagworten und Organisieren



... verwenden **1,5-mal häufiger** KI für eine bessere Auffindbarkeit von Inhalten



... kombinieren **DAM und PIM** für optimierte Arbeitsabläufe und ein einheitliches Branding

Bereit, Ihre Content-Strategie für 2025 aufzuwerten?

Weitere Einblicke in die Inhalte erhalten Sie im Bericht "Digitale Inhalte: Der Stand der Dinge (Ausgabe für 2025)" von Canto.

[Jetzt herunterladen](#)

