

Irische Fremdenverkehrsämter gehen auf eine Digital Asset Management-Reise



Die drei irischen Fremdenverkehrsämter teilen sich ein DAM-System von censhare, um die Attraktionen der Insel zu bewerben.



master your content



„Die Lösung von censhare war die wirtschaftlich vorteilhafteste Ausschreibungslösung als Antwort auf die Anforderungen von Tourism Ireland und unserer Partner. Da wir nicht mehr in zusätzliche Systeme investieren mussten, war das DAM von censhare insgesamt die wettbewerbsfähigste Lösung.“

Patrick Lennon, Content Coordinator, Tourism Ireland

„Jedes Fremdenverkehrsamt betrachtet das Projekt als erfolgreich. Die Go-Live- und Übergangsphasen haben reibungslos funktioniert.“

Patrick Lennon, Content Coordinator, Tourism Ireland

Auf einen Blick

Branche

Tourismus

Produkte

- Digital Asset Management
- Content Management

Unternehmensanforderung

Im Rahmen einer obligatorischen Ausschreibung für ein globales Digital Asset Management (DAM)-System wurden neue Anforderungen gestellt, um den Tourismus in Irland mit verbesserten Videofunktionen und einer gestrafften Zusammenarbeit zwischen drei separaten Fremdenverkehrsämtern zu fördern.

Drei Unternehmen, ein DAM

Tourism Ireland vermarktet die irische Insel im Ausland als führendes Urlaubsziel mit Marketingprogrammen in mehr als 20 Märkten auf der ganzen Welt, die jedes Jahr über 600 Millionen Menschen erreichen.

Fáilte Ireland ist die Nationale Behörde für Tourismusentwicklung der Republik Irland und unterstützt Tourismusunternehmen bei der besseren Verwaltung und Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen.

Tourism Northern Ireland ist verantwortlich für die Entwicklung des Tourismus und die Vermarktung Nordirlands als Reiseziel für einheimische Touristen aus Nordirland und für Besucher aus der Republik Irland.

Touristen überzeugen — ein globales Unterfangen

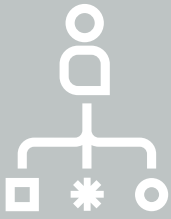
Die Bewerbung der spektakulären Landschaft und der reichen Historie der irischen Insel ist eine globale Aufgabe. Die Nachfrage nach Content kommt von Organisationen aller Größenordnungen, von lokalen Gästehäusern bis hin zu großen internationalen Hotelketten, von US-amerikanischen Fernsehsendern bis hin zu Nachrichten- und Medienkanälen in Asien und von jeder Organisation der Reisebranche, die für Irland als Urlaubsziel wirbt.

Im Mittelpunkt der Bemühungen stehen drei öffentliche Agenturen, die Irland als Reiseziel vermarkten und die Tourismusindustrie wesentlich unterstützen — Tourism Ireland, Fáilte Ireland, und Tourism Northern Ireland. Die Fremdenverkehrsämter und Unternehmen auf der ganzen Welt sind für Marketingkampagnen und andere Aktivitäten zur Präsentation der irischen Insel auf einen einfachen Zugang zu zahlreichen digitalen Inhalten angewiesen.

Mitte 2020 wurde ein Digital Asset Management (DAM)-System von censhare eingeführt, das die Produktivität verbessern und Kosten bei allen drei Ämtern sparen wird. Es ist das erste DAM dieser Art, das von allen drei Behörden eingesetzt wird und hilft, die Zusammenarbeit zwischen den Behörden zu verbessern. Das System von censhare wird derzeit von rund 350 internen Benutzern in den Fremdenverkehrsämtern genutzt und wird im Laufe des nächsten Jahres mehr als 20.000 externe Nutzer haben.

Die Einführung der neuen Plattform folgte einem strengen öffentlichen Ausschreibungsverfahren, das 2018 begann, wie Patrick Lennon, Content Coordinator bei Tourism Ireland, erklärt: „Als Körperschaft des öffentlichen Sektors war Tourism Ireland verpflichtet, die Dienstleistungen des DAM-Systems in Übereinstimmung mit den Richtlinien für die öffentliche Auftragsvergabe neu auszuschreiben. Dies gab uns die Möglichkeit, unsere Anforderungen zu überprüfen und nach einem verbesserten System zu suchen.“

Geschäftsergebnisse



60.000
verwaltete
digitale Assets



350
interne Benutzer



20.000+
externe Benutzer
weltweit bis Mitte
2021 erwartet



Bis zu 50%
geplante Zeitersparnis
für die Erstellung
von Kampagnen

Automatisch erzeugte Videoformate

Eine der wichtigsten neuen Funktionen ist die Verwaltung von Video-Assets. „Entfielen vor fünf Jahren etwa 1,5% unserer Assets auf den Bereich Video, machen sie heute 20% unseres Content aus, und wir gehen davon aus, dass dies in den nächsten Jahren auf 40% des Marketing-Mix anwachsen wird. Video ist ein wirkungsvolles Mittel, um die Vorstellungskraft unserer Zielgruppe einzufangen, sei es über soziale Medien oder in Fernsehsendungen“, so Lennon.

Um den Bedürfnissen dieser unterschiedlichen Medienkanäle gerecht zu werden, müssen die Agenturen Videoinhalte in einer Vielzahl von Auflösungen und Formaten bereitstellen. Früher bedeutete dies, dass jedes Videoformat separat erstellt werden musste, bevor es in das bisherige DAM hochgeladen werden konnte. Jetzt wird nur noch eine hochauflösende Datei in das DAM von censhare hochgeladen, die diese Datei dann automatisch in alle erforderlichen Formate transformiert.

Unterstützung eines stärker personalisierten Marketings

Die Fremdenverkehrsämter wünschten sich zudem eine Lösung mit einer leistungsfähigen Anwendungsschnittstelle (API), die eine bessere Integration in den ganzen von ihnen aufgebauten Marketing-technologie-Stack ermöglicht. Dies wird es den Fremdenverkehrsämtern erlauben, Content und Nachrichten für Kunden zu personalisieren.

„Wir betreiben viel Marketing für eine breite Zielgruppe mithilfe von Fernseh- und Radiowerbung, die nach sozioökonomischen Gruppen oder spezifischen Interessengebieten ausgerichtet ist. Beispiele dafür sind Wohnwagen-Enthusiasten oder Menschen, die sich für Hollywood-Filme interessieren, die in Irland gedreht wurden. Künftig wollen wir Einzelpersonen mit persönlichen Botschaften ansprechen. Dazu brauchen wir viel Content, der zwischen dem DAM und anderen Systemen in dem Marketingtechnologie-Stack fließen kann. Wir arbeiten bereits an Pilotprogrammen, um die API zu testen“, sagt Lennon.

Eine All-in-One-Lösung steigert Produktivität und Zusammenarbeit

Zu Beginn des Ausschreibungsverfahrens räumt Lennon ein, dass er censhare als einen Außenseiter, ein „Dark Horse“, wie er es nennt, betrachtete. Dies änderte sich schnell, als klar wurde, dass censhare nicht nur in der Lage war, die Komplexität eines Projekts für drei unabhängige öffentliche Einrichtungen zu übernehmen, sondern auch eine Lösung bot, mit der die enorme Vielfalt an Assets mit voller Kontrolle über den Benutzerzugriff verwaltet werden konnte.

„Wir haben jetzt rund 60.000 digitale Assets auf einem Portal für den internen Gebrauch, und von diesen sind 44.000 für öffentliche Benutzer auf einem separaten Portal zugänglich. Beide Portale werden von einer einzigen censhare-Lösung unterstützt, die es verhindert, dass externe Benutzer Content sehen, der nur für

den internen Gebrauch bestimmt ist“, erklärt Lennon. „Dadurch wurde ein stetiger Strom von Anfragen von Dritten vermieden, die fragten, ob sie interne Assets verwenden können, die sie zwar sehen, aber nicht herunterladen können.“ Jetzt ist es leichter für die Benutzer: Wer auf ein Asset zugreifen kann, kann es auch nutzen.

Mit dem vorherigen System wurde Content in verschiedenen Silos gespeichert – bei Werbeagenturen, Medienagenturen, Marken- und Content-Teams. Selbst das Suchen und Zusammenstellen von Content für eine einfache Kampagne war langsam und zeitaufwändig. Mit censhare wird sämtlicher Content auf einer Plattform mit kontrolliertem Zugriff gehalten, was den Prozess erheblich beschleunigt. Lennon sagt, dass sich dadurch die Zeit, die die Teams benötigen, um Kampagnen zur Veröffentlichung zu bringen, erheblich verkürzt wird, bei einigen Kampagnen sogar um bis zu 50%.

Ein weiterer großer Vorteil der universellen Content Management-Lösung von censhare ist die verbesserte Zusammenarbeit zwischen Tourism Ireland, Fáilte Ireland und Tourism Northern Ireland.

„Bereits 2010 schlug Tourism Ireland ein DAM-System vor, das es den drei Behörden ermöglichen sollte, alle Assets an einem Ort zu speichern, aber bis jetzt waren wir dazu nicht in der Lage. Mit dem zentralisierten System von censhare sind die Behörden eher bereit, Assets zu teilen und bei gemeinsamen Marketingkampagnen eng

zusammenzuarbeiten. Alle Organisationen werden das DAM als Content Hub mit seinen integrierten Workflows, wie beispielweise dem Genehmigungsprozess, nutzen und dadurch Zeit sparen“, erklärt Lennon.

Eine reibungslose Implementierung

„Dies war nie ein einfaches Projekt“, merkt Lennon an. „Wir sind drei Fremdenverkehrsämter mit individuellen Anforderungen und kommen von anderen Systemen.“

Trotz der Schwierigkeiten, so Lennon, sei censhare flexibel gewesen und habe agile Managementansätze verwendet, um das Projekt zum Abschluss zu bringen, selbst angesichts des Anfang 2020 aufgrund von COVID-19 verhängten Lockdowns. Obwohl auf dem Weg dorthin einige Probleme gelöst werden mussten, sei die Systemimplementierung und Migration des Content sehr gut verlaufen, so Lennon. Benutzer auf der ganzen Welt haben das neue System begrüßt und keine größeren Probleme gehabt.

„censhare als Unternehmen ist bereit zuzuhören und unsere Anforderungen aufzunehmen. Wir haben einen freien Kommunikationsaustausch mit censhare, der für beide Seiten in den kommenden Jahren von Nutzen sein wird“, sagt Lennon.

„Die Benutzer der neuen Lösung hatten wenig Schwierigkeiten, sich in das neue System einzuarbeiten, auch wenn es sich von dem zuvor verwendeten System unterscheidet.“

Patrick Lennon, Content Coordinator, Tourism Ireland

Das DAM von censhare für Tourism Ireland, Fáilte Ireland und Tourism Northern Ireland wird auf Amazon Web Services (AWS) gehostet. Bei diesem Projekt arbeitete censhare im Auftrag des Kunden mit AWS als Managed Service. AWS bietet eine breite Palette an globalen Rechen-, Speicher-, Datenbank-, Analyse-, Anwendungs- und Bereitstellungsdiensten, die Unternehmen dabei unterstützen, schneller zu arbeiten, IT-Kosten zu senken und Anwendungen zu skalieren.

Über
censhare

Mit unserer bewährten Omnichannel Content Plattform beherrschen Sie Ihren Content in jeder Sprache, lokal oder global, und bieten Ihren Kunden konsistente Erlebnisse auf allen Kanälen.

Unternehmen wie Allianz, Lands' End, Dyson, Christie's und hunderte mehr verlassen sich auf censhare für markenkonformen, stets aktuellen Content und nutzen so jede Chance, die richtigen Kunden zur richtigen Zeit zu erreichen.

master your content

Copyright © 2021 censhare

Alle Rechte vorbehalten. censhare und sonstige Warenzeichen sind Warenzeichen der censhare GmbH oder ihrer Tochtergesellschaften. Sonstige Warenzeichen können Warenzeichen ihrer jeweiligen Eigentümer sein. Diese Case Study dient ausschließlich zu Informationszwecken. Die Inhalte dieser Case Study waren zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung korrekt. censhare übernimmt für diese Case Study keine Gewährleistung – weder ausdrücklich noch impliziert.

www.censhare.com