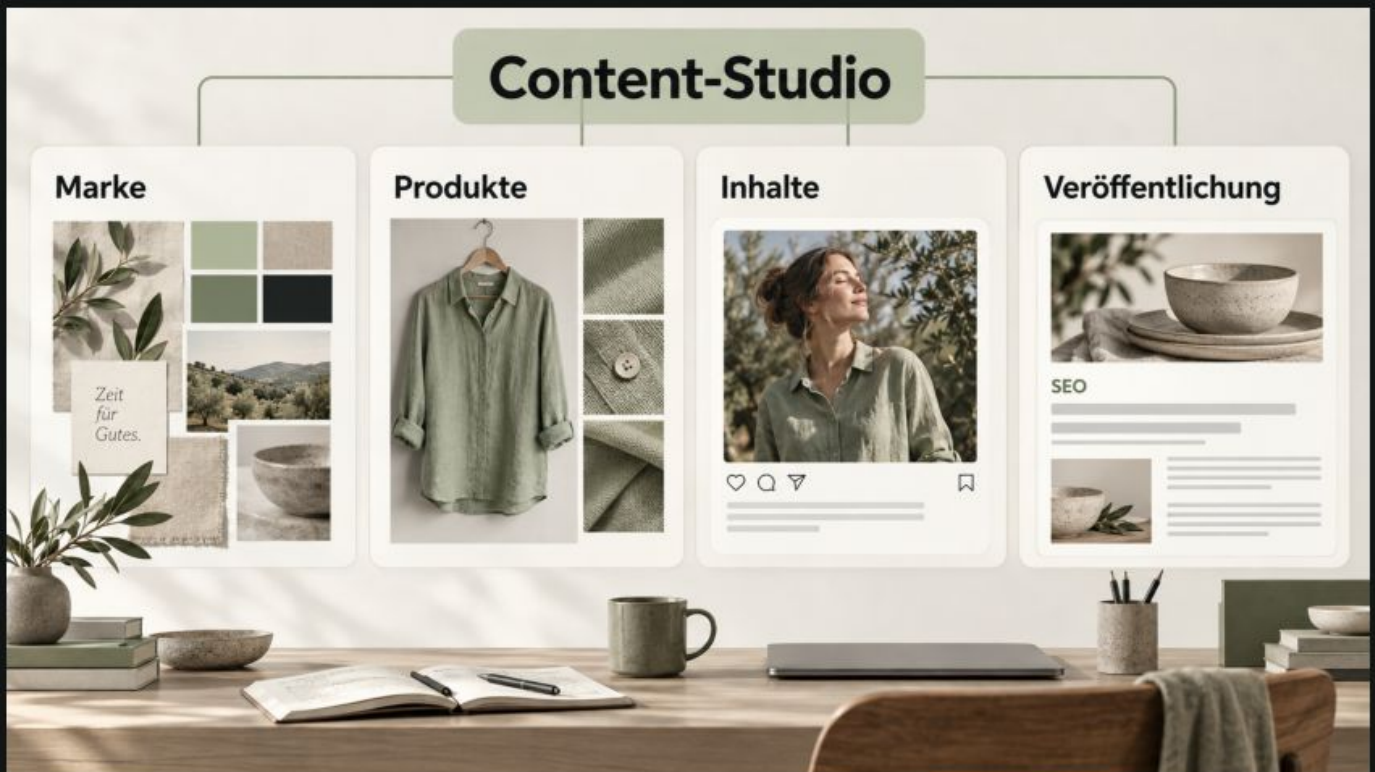


Ihre Marke. Ihr Content-Studio.

Von Markenwissen und Produktdaten zur Veröffentlichung.
Für Ihr Unternehmen eingerichtet, mit Übergabe des Quellcodes.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Erstellung und Veröffentlichung von Inhalten, angepasst an Ihr Unternehmen.

Inhalt

Inhalte beginnen mit Ihrem Unternehmen.	4
Für Unternehmen, die regelmäßig Inhalte erstellen.	5
Eine Markensprache mit belastbarer Grundlage.	6
Von der Idee zum veröffentlichten Ergebnis.	7
Eine Kampagne. Unterschiedliche Ausdrucksformen.	8
Bild, Stimme und Bewegung zusammenführen.	9
Produktdaten werden zur kreativen Grundlage.	10
Sortiment auswählen. Komposition gestalten.	11
Kampagnen anhand klarer Regeln vorbereiten.	12
Ihre Kanäle. Ihr Veröffentlichungsrhythmus.	13
Inhalte und ihre Faktenbasis prüfen.	14
Vom Thema zum Artikel auf Ihrer Website.	15
Content-Produktion mit sichtbaren Kosten.	16
Auch unterwegs am Inhalt weiterarbeiten.	17
Ihre Systeme. Ihre Märkte. Ihre Abläufe.	18
Ein Projekt, das Ihr Unternehmen weiterentwickelt.	19

Drei Arbeitsbereiche. Ein gemeinsamer Markenkontext.

Social-Media-Inhalte

Ideen, Medien, Plattformvarianten und Veröffentlichungsplanung.

Produktinhalte

Strukturierte Produktdaten, Auswahl, Kompositionen und Kampagnenentwürfe.

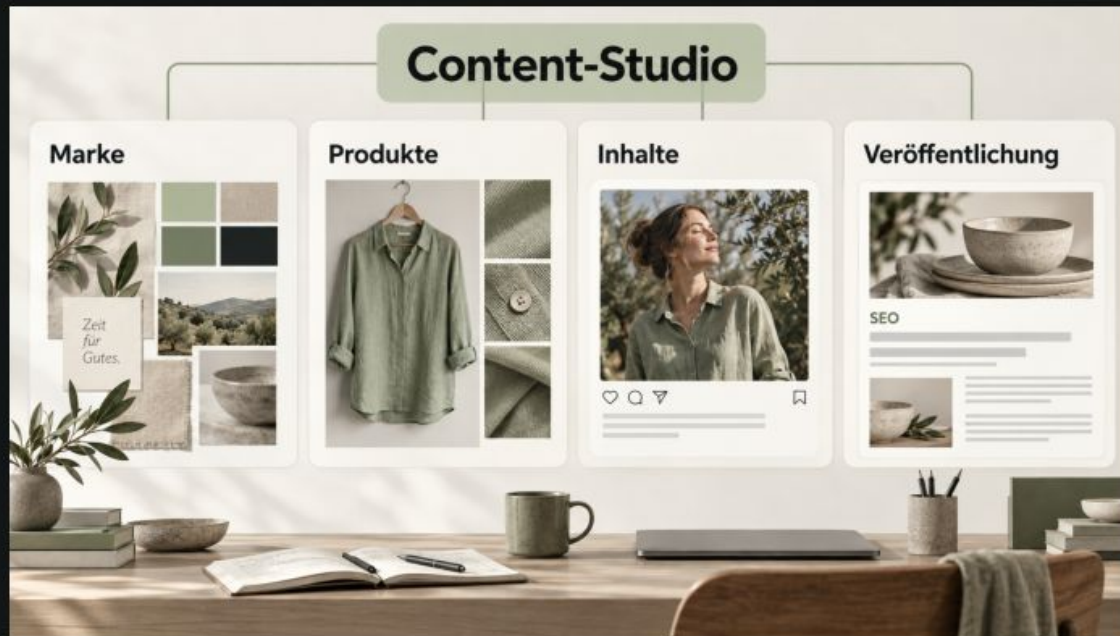
SEO-Artikel

Artikel, Metadaten, Übersetzungen und Inhalte auf Ihrer Website.

Der wirtschaftliche Nutzen liegt in der Anpassung dieser Kombination an Ihre Abläufe und in einem übergabefähigen Projekt. Ihr Team erstellt Material, prüft das Ergebnis und wählt das Veröffentlichungsziel. Die weitere Entwicklung kann ein selbst gewählter Partner übernehmen. Gemeinsame Arbeitsgrundlagen reduzieren die wiederholte Weitergabe von Informationen und machen Zuständigkeiten im gesamten Prozess verständlicher.

Inhalte beginnen mit Ihrem Unternehmen.

Markenwissen, Produktinformationen und Veröffentlichung werden zu einem zusammenhängenden Arbeitsablauf.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Ein Unternehmen benötigt unterschiedliche Inhalte: Beiträge für soziale Netzwerke, saisonale Produktauswahlen, kurze Videos und Artikel für die eigene Website. Jedes Format erfüllt einen anderen Zweck, soll aber dieselbe Marke vermitteln. Das Studio verbindet diese Aufgaben über ein gemeinsames Markenprofil, hinterlegte Fakten und einen sichtbaren Weg von der ersten Idee bis zum veröffentlichten Ergebnis.

Im Mittelpunkt stehen drei Arbeitsbereiche: Social-Media-Inhalte, die kreative Verarbeitung von Produktdaten und SEO-Artikel. Beginnen Sie mit einer regelmäßig anfallenden Aufgabe und ergänzen Sie weitere Bereiche im Rahmen der Einführung. Eine saisonale Auswahl nutzt beispielsweise Produktdaten, während eine Kampagne und ein begleitender Artikel denselben Kommunikationsgedanken in andere Formate übertragen.

Der wirtschaftliche Nutzen liegt in der Anpassung dieser Kombination an Ihre Abläufe und in einem übergabefähigen Projekt. Ihr Team erstellt Material, prüft das Ergebnis und wählt das Veröffentlichungsziel. Die weitere Entwicklung kann ein selbst gewählter Partner übernehmen. Gemeinsame Arbeitsgrundlagen reduzieren die wiederholte Weitergabe von Informationen und machen Zuständigkeiten im gesamten Prozess verständlicher.

- | Gemeinsamer Marken- und Faktenkontext
- | Drei verbundene Arbeitsbereiche
- | Übergabe von Projekt und Quellcode

Für Unternehmen, die regelmäßig Inhalte erstellen.

E-Commerce-Unternehmen, Marken und Marketingteams organisieren ihre laufende Produktion in einer gemeinsamen Umgebung.

Im Onlinehandel beginnt die Arbeit häufig mit einem wechselnden Sortiment. Neue Kollektionen, saisonale Produkte und Preisänderungen erzeugen Aufgaben für das Marketing. Das Studio verwendet vorhandene Produktinformationen, um Material für eine gezielte Auswahl vorzubereiten. Der Zusammenhang zwischen Quelldaten und fertiger Kommunikation bleibt dabei nachvollziehbar.

Für eine Marke oder ein Designunternehmen sind eine einheitliche Sprache und die Fortführung der gestalterischen Idee besonders wichtig. Das Team entwickelt eine Kampagne, wählt Bild- oder Videoformate, prüft Texte und organisiert die Veröffentlichung. Eine Einrichtungsmarke kann ihre Social-Media-Arbeit um einen informativen Artikel und passende Sprachfassungen für die Website ergänzen.

Agenturen können das Studio für ihre interne Content-Produktion einsetzen. Der Wechsel zwischen Marken und Konten strukturiert den Kontext; Anforderungen an getrennte Kundenzugänge und Datenbereiche werden bei der Einführung geprüft. Rollen für Inhaltserstellung und Administration verteilen Aufgaben. Legen Sie vor dem Start fest, wer Fakten pflegt, Ergebnisse prüft und Verbindungen betreut. So wird Automatisierung Teil eines realen Arbeitsprozesses mit klaren Verantwortlichkeiten.

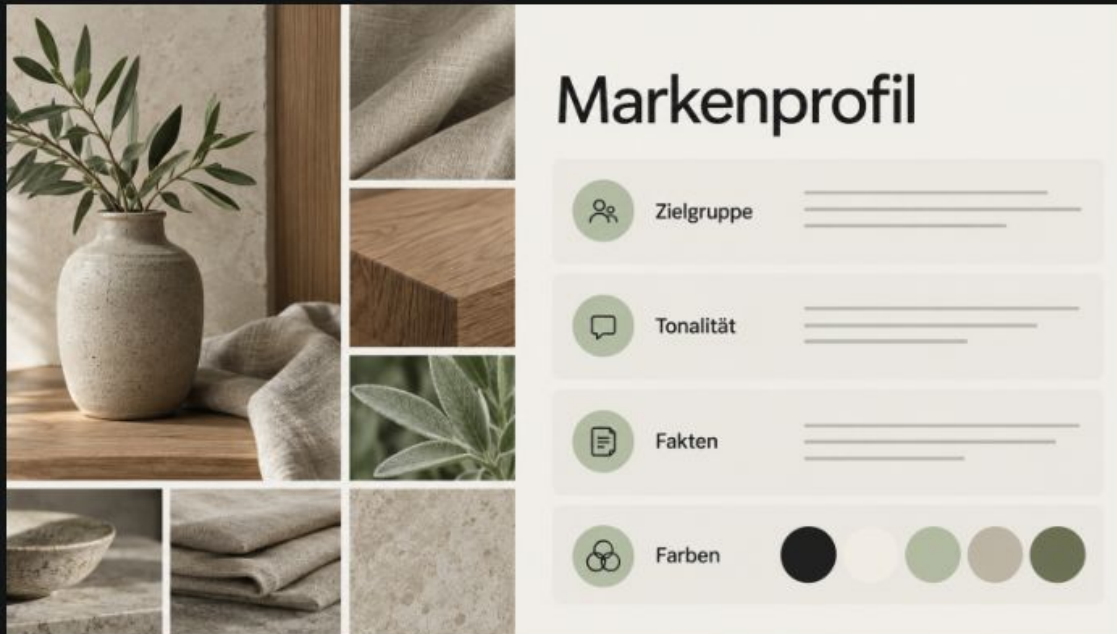
- | Handel: saisonale Produktauswahl
- | Marke: Social-Media-Kampagne
- | Einrichtung: mehrsprachiger Artikel

Was eine gemeinsame Arbeitsumgebung verbindet

Markenkontext	Ein gespeichertes Profil und Fakten bilden die Arbeitsgrundlage.
Produktmaterial	Die Daten des Produktfeeds stehen im Studio bereit.
Übergabe	Die Übergabe von Projekt, Code und Dokumentation wird vertraglich festgelegt.

Eine Markensprache mit belastbarer Grundlage.

Zielgruppe, Tonalität, Sprache, Farben und freigegebene Fakten geben jeder Aufgabe einen gemeinsamen Kontext.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Das Markenprofil bündelt Informationen, die sonst in vielen einzelnen Aufgaben wiederholt werden müssten. Hinterlegt werden Zielgruppe, Kommunikationsstil, Inhaltssprache, visuelle Vorgaben und Arbeitsregeln. Referenzen und das Faktenarchiv liefern eine konkrete Grundlage für Aussagen über das Unternehmen, sein Angebot und seine Leistungen.

Ein Designunternehmen kann eine sachliche, präzise Tonalität festlegen, verwendete Materialien benennen und geprüfte Beschreibungen ergänzen. Bei einem neuen Beitrag oder Artikel greift das Team auf diesen Kontext zurück und fügt das Kampagnenziel hinzu. Unterschiedliche Formate erhalten so einen gemeinsamen Ausgangspunkt, auch wenn mehrere Personen an der Prüfung beteiligt sind.

Die Qualität des Profils gehört zur Einführung. Vereinbart werden belegbare Aussagen, unerwünschte Formulierungen und die Verantwortung für Aktualisierungen. Das Studio verwendet die bereitgestellten Informationen; das Unternehmen hält sie sachlich richtig. Neue Märkte erfordern zudem eine Prüfung der Fachbegriffe und sprachlichen Feinheiten. Ein abgestimmtes Profil erleichtert die Vorbereitung, während die Redaktion jedes konkrete Ergebnis vor der Veröffentlichung weiterhin in seinem Zusammenhang beurteilt.

- | Zielgruppe und Tonalität
- | Freigegebene Fakten und Referenzen
- | Farben, Sprache und Inhaltsregeln

Von der Idee zum veröffentlichten Ergebnis.

Jeder Inhalt erhält einen verständlichen Status und einen klaren nächsten Arbeitsschritt.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Der Ablauf beginnt mit einer Idee und führt zum Entwurf. Das Team präzisiert die Aufgabe, erstellt Text und Medien und prüft anschließend das Ergebnis. Der Status für fertige Inhalte trennt Vorbereitung und Veröffentlichung. Veröffentlichte Beiträge können mit einem Ergebnislink versehen werden; nicht mehr benötigte Inhalte lassen sich archivieren.

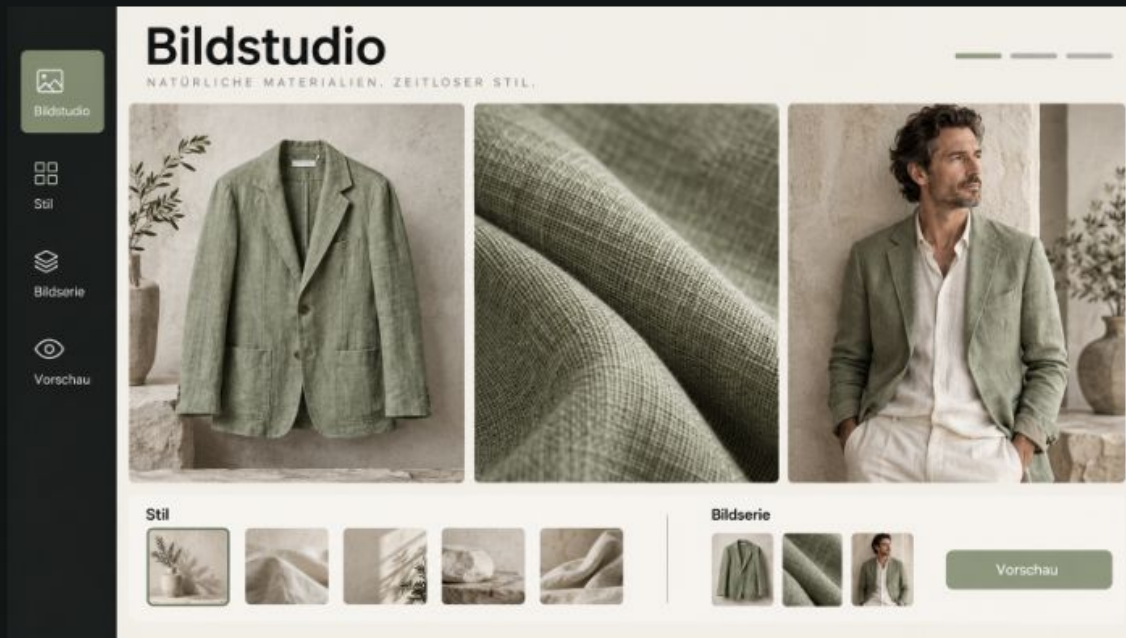
Diese Reihenfolge hilft, wenn mehrere Motive einer Kampagne gleichzeitig entstehen. Die erstellende Person erkennt offene Aufgaben, während die für die Veröffentlichung zuständige Person fertiges Material bearbeiten kann. Plattformvariante und Ziel werden passend zum jeweiligen Kanal festgelegt. Der Bearbeitungsstand muss dadurch nicht aus Dateinamen oder einer gesonderten Unterhaltung abgeleitet werden.

Bei der Einführung wird geklärt, wie dieser Ablauf zur internen Prüfung passt. Bestehende Berechtigungen umfassen Inhaltserstellung und Administrationsstufen; zusätzliche Freigabeanforderungen werden im Anpassungsumfang beschrieben. Es entsteht eine nachvollziehbare Folge von Entscheidungen: Inhalt prüfen, Ziel wählen, Termin kontrollieren und veröffentlichen. Jeder Punkt unterstützt klare Zuständigkeiten und macht die Bearbeitung einer Kampagne wiederholbar. Auch bei wechselnden Beteiligten bleibt erkennbar, welcher Schritt als Nächstes erforderlich ist.

- | Idee
- | Entwurf
- | Fertig
- | Veröffentlicht

Eine Kampagne. Unterschiedliche Ausdrucksformen.

Bilder, Bildserien und kurze Videos übertragen eine Idee in passende Kanalformate.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Die kreative Arbeit beginnt mit einem Format und einer konkreten Aufgabenstellung. Das Studio unterstützt einzelne Bilder, Bildserien und mehrere Videoarten. Markenkontext und visuelle Referenzen geben eine gemeinsame Richtung vor. Text und Komposition werden anschließend für den vorgesehenen Einsatz und die jeweilige Darstellungsgröße geprüft.

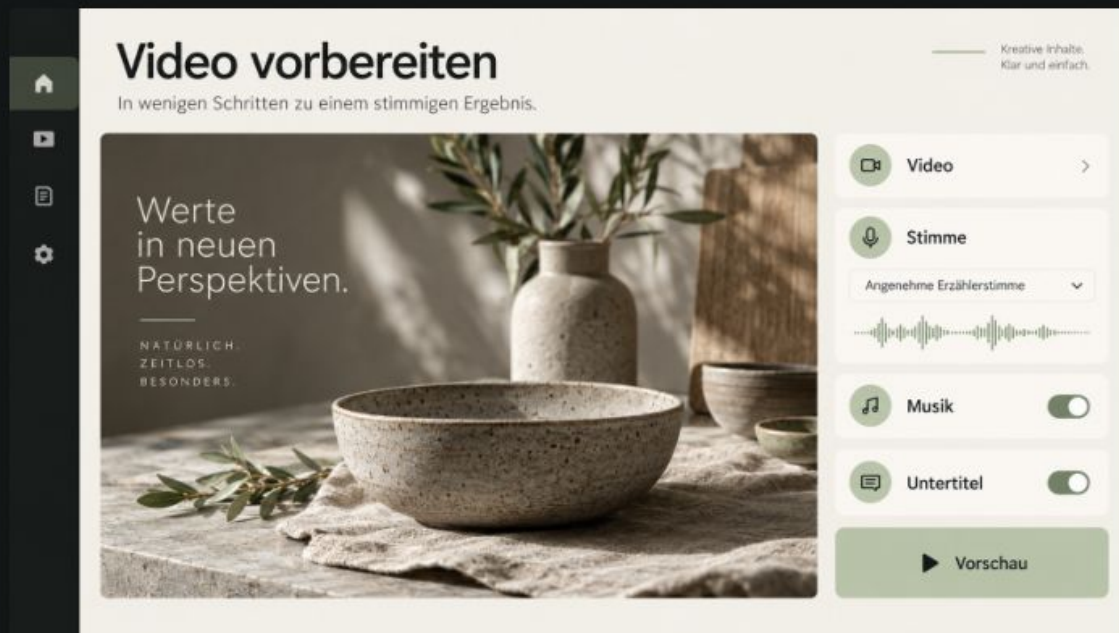
Für ein Designunternehmen kann ein Einzelbild eine Kollektion vorstellen, eine Serie ihre Details zeigen und ein kurzes Video Bewegung ergänzen. Diese Materialien entstehen innerhalb einer gemeinsamen Arbeitsumgebung. Das Team wählt ein geeignetes Ergebnis und kontrolliert, ob das Produkt korrekt dargestellt wird, der Markencharakter erhalten bleibt und die Aussage auch auf einem kleinen Bildschirm verständlich ist.

Für die gewählten Formate werden die benötigten Generierungsdienste und Budgetgrenzen eingerichtet. Ein Probelauf mit typischen Unternehmensbeispielen schafft konkrete Qualitätskriterien. Die Abbildungen dieses Katalogs zeigen die Funktionen in individuell gestalteten Darstellungen. Das Erscheinungsbild des Kundensystems, seine Vorlagen und kreativen Vorgaben werden gesondert abgestimmt. Ausgangspunkt sind tatsächliche Materialien und Veröffentlichungsanforderungen, damit die spätere Konfiguration einen klaren praktischen Zweck erfüllt.

- | Einzelbilder und Bildserien
- | Markenreferenzen und Gestaltungsvorgaben
- | Vorschau und redaktionelle Prüfung

Bild, Stimme und Bewegung zusammenführen.

Sprache, Musik und Untertitel ergänzen das visuelle Material um eine verständliche Botschaft.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Für Videoaufgaben stehen Diashows, Videos aus Clips und kurze vollständig generierte Videos bis zu zehn Sekunden zur Verfügung. Avatar-Videos benötigen den entsprechenden externen Dienst. Die Auswahl richtet sich nach dem Zweck: eine Produktgruppe zeigen, einen Kampagnenakzent setzen oder eine kurze gesprochene Botschaft vermitteln.

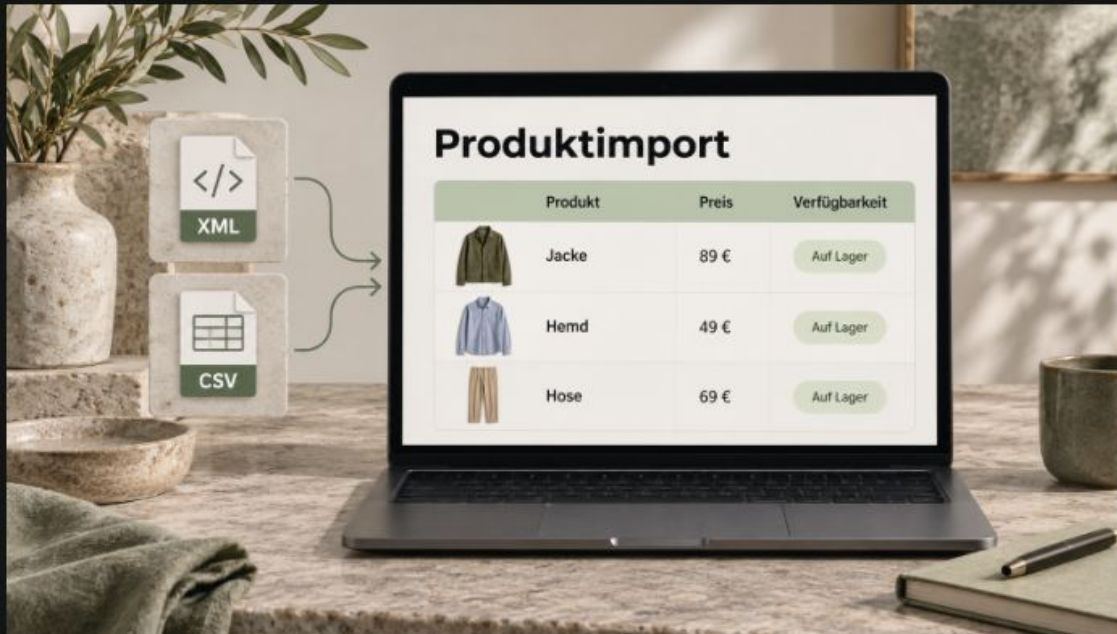
Steuerung von Stimme und Musik, Untertitel und eine Stimmenbibliothek unterstützen die Abstimmung der einzelnen Bestandteile. Das Team prüft Aussprache, Wortlaut, Lautstärkeverhältnis und die Verbindung zwischen Ton und Bild. Eine Kollektionsvorstellung kann beispielsweise einen kurzen Sprechertext und Untertitel enthalten, damit die Kernaussage auch ohne eingeschalteten Ton verständlich bleibt.

Während der Einführung werden die gewählte Sprache und die Fachbegriffe des Unternehmens mit der vorgesehenen Stimme getestet. Verfügbarkeit und Ergebnis hängen von den eingerichteten Diensten ab; der Probelauf nutzt deshalb den tatsächlich geplanten Anschluss. Das Unternehmen prüft außerdem die Rechte an verwendeten Audio- und Medieninhalten. Das Studio verbindet diese Vorbereitung mit dem Inhaltsprozess, sodass das vollständige Material vor seiner Weitergabe an den Veröffentlichungskanal beurteilt werden kann.

- | Stimme, Musik und Untertitel
- | Diashows, Clips und kurze Videos
- | Stimmenbibliothek und Sprachprüfung

Produktdaten werden zur kreativen Grundlage.

XML- und CSV-Importe stellen vorhandene Fotos, Preise, Kategorien und Verfügbarkeiten bereit.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Ein Produktfeed verbindet das Sortiment mit der Inhaltserstellung. Bilder und strukturierte Felder aus der Quelle dienen der Auswahl und Gestaltung. Dadurch müssen Fotos und Preise nicht für jede Aufgabe einzeln übertragen werden. Zugleich bleibt eine nutzbare Verbindung zu dem Produkt erhalten, auf das sich das fertige Material bezieht.

Vor Beginn werden die Feldzuordnung abgestimmt und importierte Beispieldaten geprüft. Preise, Kategorien, Links und Verfügbarkeit müssen im Zielprozess eindeutig verstanden werden. Fehlen Größen, Farben oder andere Merkmale in der Quelle, werden sie nicht erfunden. Das Unternehmen legt fest, welche Angaben für Veröffentlichungen verlässlich sind und in welchem Rhythmus die Quelle aktualisiert wird.

Bei einer saisonalen Bekleidungs Auswahl importiert das Team das Sortiment, wählt relevante Produkte aus und nutzt deren Fotos sowie die aktuell gespeicherten Preise. Prüfungen vor der Veröffentlichung beruhen auf den im Studio verfügbaren Informationen. Datenaktualisierung und Quellenverantwortung sind deshalb ebenso wichtig wie die kreative Vorlage. Ein sauber definierter Import schafft die Grundlage für wiederkehrende Aufgaben und für eine nachvollziehbare Beziehung zwischen Produktdatensatz und Ergebnis.

- | XML- und CSV-Datenquellen
- | Fotos, Preise, Kategorien und Links
- | Datenqualität und Aktualisierungsverfahren

Sortiment auswählen. Komposition gestalten.

Einzelprodukt-, Zweier- und Gruppenmodus passen das Material an die gewählte Auswahl an.

Kompositionen



Ein Produkt



Zwei Produkte



Produktgruppe

Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Im Produktstudio stehen je nach Quelldaten Filter für Neuheiten, Angebote, letzte Größen, Verfügbarkeit, Video und Kategorien bereit. Beginnen Sie mit einem Produkt oder erstellen Sie ein gemeinsames Motiv für zwei Produkte beziehungsweise eine Gruppe. Aus einem umfangreichen Sortiment wird dadurch eine gezielte Kampagnenauswahl.

Bei der Gestaltung lassen sich Stil, eigene Texte, Preisdarstellung und Logovorgaben berücksichtigen. Die Vorschau zeigt, ob die Hierarchie funktioniert: welches Produkt führt, ob der Text lesbar ist und ob der Preis das Angebot sinnvoll unterstützt. Das Material kann geprüft werden, bevor es in den weiteren Inhaltsprozess gelangt.

Ein Bekleidungshändler kann eine saisonale Gruppe zusammenstellen und anschließend ein Produkt separat hervorheben. Dieselbe Datenbasis unterstützt unterschiedliche Motive. Bei der Einführung werden lange Produktnamen, verschiedene Bildproportionen und regionale Preisformate anhand echter Beispiele geprüft. Diese praktischen Kriterien bestimmen die Vorlagenanpassung. Das Team erhält damit eine verlässlichere visuelle Struktur, behält aber die Auswahl der Produkte und der für die jeweilige Kampagne relevanten Botschaft in eigener Hand.

- | Einzelprodukt-Komposition
- | Zwei Produkte in einem Motiv
- | Material für Produktgruppen

Kampagnen anhand klarer Regeln vorbereiten.

Ereignisse im Produktfeed helfen, wiederkehrende Aufgaben in Gruppen von Entwürfen zu überführen.

Kampagnenregeln verbinden Änderungen im Produktfeed mit der Inhaltsvorbereitung. Das Unternehmen legt fest, welche Ereignisse relevant sind und welche Materialien dafür entstehen sollen. Wiederkehrende Arbeit orientiert sich dadurch an tatsächlichen Sortimentsänderungen. Die erzeugten Entwürfe stehen dem Team anschließend zur Prüfung zur Verfügung.

Eine aktualisierte saisonale Auswahl kann beispielsweise den Ausgangspunkt für mehrere zusammengehörige Beiträge bilden. Die Regel bereitet den vorgesehenen Anwendungsfall vor. Veröffentlichungsziele und Termine werden im entsprechenden Prozessabschnitt verwaltet. So bleiben Vorbereitung, Qualitätsprüfung und Veröffentlichung als unterschiedliche Verantwortungsbereiche verständlich.

Bei der Einführung wird jede Regel mit Kundendaten und vereinbarten Budgetgrenzen getestet. Geprüft werden die Relevanz der Auswahl, der Umfang der Entwürfe und die Fälle, in denen ein Ablauf angehalten oder überarbeitet werden soll. Automatisierung wird dann nützlich, wenn die Aufgabe präzise beschrieben ist: wann Inhalte entstehen, welche Daten sie verwenden und für wen sie bestimmt sind. Das Team behält die Regeln unter seiner Kontrolle und passt sie an neue Sortimente oder veränderte Marketingprioritäten an.

- | Ereignisse im Produktfeed
- | Regeln für konkrete Anwendungsfälle
- | Prüfbare Gruppen von Entwürfen

Ihre Kanäle. Ihr Veröffentlichungsrhythmus.

Plattformvarianten, Terminplanung und wiederkehrende Veröffentlichung bringen fertige Inhalte zur Zielgruppe.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Im Veröffentlichungsbereich werden Ziel und passende Plattformvariante ausgewählt. Material kann durch Kopieren des Textes, Herunterladen der Medien, ein ZIP-Paket oder Teilen übergeben werden. Die automatische Veröffentlichung verwendet verbundene Profile und die erforderlichen Dienstberechtigungen. Kundenkanäle werden während der Einführung eingerichtet und geprüft.

Die Planung umfasst Datum, Uhrzeit und Zeitzone. Innerhalb einer Beitragsgruppe lassen sich Abstände vorsehen; der Veröffentlichungsablauf kann pausiert werden. Automatische wiederkehrende Veröffentlichung nach dem eingerichteten Zeitplan ist eine vorhandene Funktion, die entsprechend den Unternehmensanforderungen aktiviert wird. Die Aktivierung wird auf den Inhaltsplan und die vereinbarten Budgetgrenzen abgestimmt.

In einer Kampagne prüft das Team zuerst die Materialien und plant anschließend die Verteilung auf die gewählten Kanäle. Ein Ergebnislink führt zurück zum veröffentlichten Beitrag. Der Probelauf kontrolliert die tatsächlichen Kundenprofile, Berechtigungen, Zeitzonen und Übergabewege. Damit beruht das öffentliche Ergebnis auf konkreten Einstellungen und geprüftem Inhalt. Die laufende Arbeit lässt sich in einem Rhythmus organisieren, der zur Arbeitsweise des Unternehmens passt.

- | Datum, Uhrzeit und Zeitzone
- | Pausieren und Beitragsabstände
- | Aktivierbare wiederkehrende Veröffentlichung

Inhalte und ihre Faktenbasis prüfen.

Prüfungen zu Marke, Sprache, Plattform und Produktdaten unterstützen die Veröffentlichungsentscheidung.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Die Qualitätsbewertung betrachtet mehrere Ebenen: Markenbezug, Sprache, Plattformanforderungen, Aussagen und visuelles Material. Prüfungen und Entscheidungshistorie machen nachvollziehbar, weshalb ein Ergebnis angenommen wurde oder überarbeitet werden muss. Verbindliche Sperrbedingungen können passend zur Arbeitsweise des Unternehmens konfiguriert werden.

Bei Produktinhalten mit bekannter Quellenverknüpfung werden Preis, Verfügbarkeit und Link mit den aktuell gespeicherten Produktdaten verglichen. So lassen sich Abweichungen zwischen vorbereitetem Material und den Informationen im Studio erkennen. Die Abdeckung hängt von der Verknüpfung und Aktualität ab; eine neue direkte Shopabfrage vor jeder Veröffentlichung wird damit nicht zugesichert.

Das Team vereinbart bei der Einführung, welche Abweichungen die Veröffentlichung stoppen und welche eine redaktionelle Entscheidung erfordern. Saisonale Formulierungen brauchen gegebenenfalls eine inhaltliche Beurteilung, ein falscher Preis eine Datenkorrektur. Automatisierte Prüfungen ergänzen verantwortliche Redaktion. Faktenpflege, Medienrechte und die abschließende Inhaltsprüfung bleiben klar zugeordnete Aufgaben. So kann das Unternehmen Automatisierung einsetzen und zugleich eine nachvollziehbare Kontrolle über Qualität und öffentliche Aussagen behalten.

- | Marke, Sprache und Plattform
- | Aussagen und visuelle Übereinstimmung
- | Preis, Verfügbarkeit und Produktlink

Vom Thema zum Artikel auf Ihrer Website.

Der SEO-Bereich verbindet Artikel, Metadaten, Übersetzungen und Veröffentlichung.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Die Vorbereitung beginnt mit einer Keyword-Ausrichtung, dem Markenkontext und einer redaktionellen Aufgabe. Das Studio unterstützt Metadaten, häufig gestellte Fragen, strukturierte Daten und interne Links. Eine Qualitätsbewertung hilft, den Text vor der Veröffentlichung auf der Unternehmenswebsite oder vor dem Export zu prüfen.

Eine Einrichtungsmarke kann einen Artikel über die Kombination von Materialien im Raum erstellen, freigegebene Fakten verwenden und Fassungen für ausgewählte Märkte vorbereiten. Übersetzungen werden auf lokale Fachbegriffe und Formulierungen geprüft. Artikel lassen sich als HTML oder Markdown exportieren sowie über einen eingerichteten Website-Anschluss veröffentlichen. Im Produktaudit wurde auch ein öffentlich erreichbares Artikelergebnis überprüft.

Bei der Einführung werden Zielwebsite, Linkbehandlung und akzeptierte Felder festgelegt. Jeder gewählte Anschluss wird mit einem Kundenartikel getestet. Die SEO-Funktionen schaffen einen strukturierten redaktionellen Prozess; Suchergebnisse hängen zusätzlich von Website, Wettbewerb und Nutzerinteresse ab. Bestimmte Positionen werden nicht garantiert. Das Unternehmen erhält einen konkreten Weg zur Erstellung und Übergabe von Artikeln sowie ein Ergebnis, das an seinem Veröffentlichungsort geprüft werden kann.

- | Artikel, Metadaten und FAQ
- | Interne Links und strukturierte Daten
- | Übersetzungen, HTML und Markdown

Content-Produktion mit sichtbaren Kosten.

Schätzungen, tatsächliche Kosten und Budgetgrenzen schaffen eine Grundlage für die Planung.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Bei Generierung und Automatisierung gehören Kosten zu den täglichen Entscheidungen. Das Studio stellt Schätzungen bereit und erfasst tatsächliche Kosten. Budgetgrenzen können für einen Durchlauf, einen Tag und einen Monat festgelegt werden. Das Unternehmen erhält eine konkrete Grundlage für den Produktionsumfang und die Prüfung aufwendigerer Szenarien.

Die Auswertung verarbeitet erfasste Messwerte und Daten aus Integrationen. Ihre Verfügbarkeit hängt von den angeschlossenen Quellen und den Einträgen des Teams ab. Der Überblick unterstützt Gespräche darüber, welche Inhalte Aufmerksamkeit erhalten und welche Ansätze als Nächstes erprobt werden sollen. Diagramme und Beträge in diesem Katalog sind Anschauungsbeispiele, keine erzielten Kundenergebnisse.

Vor der Aktivierung einer Automatisierung werden Budget und Verbrauch im Probelauf geprüft. Das Ergebnis wird gemeinsam mit der Inhaltsqualität und dem Arbeitsaufwand des Teams beurteilt. So lässt sich der praktische Nutzen bewerten, ohne unbelegte Einsparungsquoten anzunehmen. Das Übergabeangebot erläutert externe Dienstkosten, Wartung und Weiterentwicklung getrennt. Auf dieser Basis entscheidet das Unternehmen über ein verständliches Betriebsmodell und die damit verbundenen laufenden Verpflichtungen.

- | Schätzungen und tatsächliche Kosten
- | Budgets je Durchlauf, Tag und Monat
- | Manuell erfasste und integrierte Messwerte

Auch unterwegs am Inhalt weiterarbeiten.

Mobile Webansicht und definierte Exportformate unterstützen Prüfung und Weitergabe.



Illustrative Funktionsdarstellung mit individuell gestaltetem Erscheinungsbild.

Die mobile Navigation ermöglicht den Zugriff auf Inhalte, die Prüfung von Material und das Teilen. Die Webanwendung kann abhängig von Gerät und Browser als installierbare Umgebung genutzt werden. Das Verhalten der geräteeigenen Teilen-Funktion unterscheidet sich; deshalb werden die tatsächlich verwendeten Kundengeräte in die Einführung einbezogen.

Für die Übertragbarkeit stehen mehrere Formate bereit: CSV-Listen, Kontokonfiguration als JSON, Veröffentlichungsmedien in ZIP-Paketen sowie Artikel als HTML oder Markdown. Ein Team kann fertiges Material weitergeben, einen Artikel in einer anderen Umgebung bearbeiten oder relevante Informationen in den eigenen Arbeitsablauf übernehmen.

Jeder Export erfüllt einen bestimmten Zweck. Konfigurations-JSON überträgt Einstellungen; für eine vollständige Sicherung des Systems einschließlich aller Medien wird ein eigenes Übergabeverfahren vereinbart. Umfang und Zugänge für Code und Daten werden dokumentiert. Dies erleichtert die weitere Betreuung durch ein gewähltes Team und die Nutzung von Inhalten außerhalb des Studios. Mobiles Arbeiten und Export ergänzen den Hauptprozess, während die Herkunft und Zuständigkeit für das Material verständlich bleiben.

- | Arbeitsumgebung im mobilen Browser
- | Teilen und ZIP-Medienpakete
- | CSV, JSON, HTML und Markdown

Ihre Systeme. Ihre Märkte. Ihre Abläufe.

Verbindungen, Sprachen und Anpassungen werden aus den tatsächlichen Anforderungen abgeleitet.

Vorgesehen sind Veröffentlichungsanschlüsse für WordPress, Shopify, Ghost, Webflow und einen individuellen Empfänger sowie manueller Export. Bei der Einführung werden der benötigte Weg gewählt, Zugänge eingerichtet und Ergebnisse in der Kundenumgebung getestet. Individuelle API-Integrationen und die Anbindung vorhandener Werkzeuge erhalten einen ausdrücklich beschriebenen Anpassungsumfang.

Ein Beispiel für europäische Zielmärkte kombiniert englische, deutsche, französische, italienische und spanische Inhalte. Das Sprachenpaket richtet sich immer nach der Zielgruppe. Die bestehende Produktoberfläche ist auf Lettisch, Englisch und Deutsch verfügbar; weitere Oberflächensprachen gehören in den Einführungsauftrag. Katalogsprache, Bedienoberfläche und Sprache der erstellten Inhalte sind getrennte Entscheidungen.

Anpassungen betreffen auch Fachbegriffe, Formate, Vorlagen, Arbeitsregeln und Datenaustausch. Die Anbindung eines Kundenservicesystems lässt sich beispielsweise als zusätzliche Erweiterung spezifizieren. Zweck und Datenberechtigungen werden vor der Angebotslegung festgelegt. Das Unternehmen erhält eine ausbaufähige Lösung mit beschriebenen Grenzen und Abnahmekriterien. Ein neuer Kanal oder Markt kann als prüfbarer Arbeitsablauf mit eigenem Inhalt, Anschluss und Verantwortlichen eingeführt werden.

- | Website- und Veröffentlichungsanschlüsse
- | Individuelle API-Integrationen
- | Sprachen passend zu den Zielmärkten

Ein Projekt, das Ihr Unternehmen weiterentwickelt.

Quellcode, Daten und Dokumentation ermöglichen die Wahl des künftigen Betreuungsteams.

Nach der vertraglich vereinbarten Übergabe gehören das übergebene Projekt und der dafür entwickelte Quellcode dem Käufer im festgelegten Rechteumfang. Der Vertrag konkretisiert die eingeräumten Nutzungs- und Änderungsrechte, die Dokumentation und den Zugang zu übergebenen Daten. Für Bibliotheken Dritter und externe Dienste gelten weiterhin deren jeweilige Lizenzbedingungen.

Das Unternehmen kann ein anderes Team mit Wartung und Weiterentwicklung beauftragen. Dieses erhält den vereinbarten Code, Konfigurationsbeschreibungen und die Betriebsdokumentation. Damit lassen sich neue Integrationen ergänzen, Inhaltsprozesse anpassen und weitere Vorhaben umsetzen. Betriebsausgaben, externe Dienstkosten und Support werden gesondert erläutert und vereinbart.

Die Einführung beginnt mit der Analyse des Arbeitsablaufs. Darauf folgen Marken- und Spracheinrichtung, Datenanschlüsse und ein Probelauf. Abnahmeprüfungen verwenden die eigenen Kundenszenarien; anschließend werden Projekt und Wissen an das Team übergeben. Für das erste Gespräch helfen Markenbeschreibung, Produktquelle, Veröffentlichungskanäle und eine konkrete Aufgabe. Daraus entstehen ein nachvollziehbarer Umfang, Zuständigkeiten, Budget und Übergabeergebnis. Das Unternehmen erhält eine Grundlage, die es mit einem Partner seiner Wahl weiterführen kann.

- | Quellcode, Daten und Dokumentation
- | Vertraglich definierter Rechteumfang
- | Ein Betreuungsteam Ihrer Wahl

Den ersten Arbeitsablauf festlegen

Ein konkreter Arbeitsablauf macht den Projektumfang nachvollziehbar.

- 1 Ihre Marke, Zielgruppe und Zielmärkte
- 2 Produktdatenquelle und bestehende Veröffentlichungskanäle
- 3 Erster Anwendungsfall und Abnahmekriterien
- 4 Budgetgrenzen, Zugriffsrechte und Übergabeumfang

Quellcode, Daten und Dokumentation

Ein Betreuungsteam Ihrer Wahl

Die Abbildungen sind illustrativ. Zahlen und Kompositionen zeigen Funktionen, keine erzielten Kundenergebnisse.