

Mit Bynder verbessert DraftKings seine Markenkonsistenz und skaliert Inhalte, damit das Unternehmen auch weiterhin rasant expandieren kann.



ÜBER DRAFTKINGS



DraftKings ist ein Omnichannel-Anbieter von Sportwetten und Spieltechnologien, der Sport- und Gaming-Unterhaltung für Betreiber in 17 Ländern anbietet.

Von der NFL und NBA bis hin zu PGA-Golf und NASCAR-Rennen – der Spezialist für digitale Sportwetten weckt den Wettbewerbsgeist von Sportfans mit Produkten für Daily Fantasy, regulierten Spielen und digitalen Medien.

Gegründet: 2012

Hauptsitz: Boston, USA



Highlights

- Hintergrund-
informationen:** DraftKings ist eine weltweit führende Daily Fantasy Sports-Marke in einer wachsenden Branche. Deshalb muss das Unternehmen eine dynamische, kanalübergreifende Marketingstrategie verfolgen. Nur so kann die begeisterte Fangemeinde von Sportliebhabern aus aller Welt auch erreicht werden – und das vor allem auf dem Handy. Zu den Dienstleistungen des Unternehmens gehören auch Sportwetten, Online-Glücksspiele und ein NFT-Marktplatz. Dabei werden regelmäßig Partnerschaften mit den bekanntesten Sportinstitutionen der Welt geschlossen.
- Die Heraus-
forderung:** Je mehr DraftKings skalierte, desto schwieriger wurde es, die zahlreichen Marketing-Assets auf Google Drive zu finden und das Daten-Chaos zu verwalten. Das Unternehmen konnte schließlich kaum noch überprüfen, wer wichtige Assets sehen und nutzen konnte. Bei so vielen verschiedenen Kanälen und Partnern, die an der Marketingstrategie beteiligt waren, brauchte das Unternehmen auch eine bessere Möglichkeit, seine Markenrichtlinien zu zentralisieren und effektiv zu kommunizieren.
- Die Lösung:** Die DAM-Suite von Bynder und das integrierte **Brand Guidelines** Modul boten eine zentrale Quelle für die vielfältigen Marketing-Assets von DraftKings. Alle Dateien wurden außerdem mit relevanten Metadaten versehen, um eine schnelle und einfache Suche zu gewährleisten. Durch die Anpassung von Zugriffsrechten haben alle Mitarbeiter die volle Kontrolle darüber, wie sensible Marken-Assets gesehen und verwendet werden. Ebenso war Brand Guidelines von unschätzbarem Wert für die Zentralisierung der Markenidentität. So konnte sie leicht an interne und externe Stakeholder kommuniziert und konsistente Inhaltserlebnisse über alle Kanäle hinweg sichergestellt werden.

989⁺
Nutzer

89,877⁺
Assets

1000^{GB}
gespeichert

Über DraftKings

Als einziger vertikal integrierter Sportwettenanbieter mit Sitz in den USA ist DraftKings davon überzeugt, dass das Leben lebendiger ist, wenn man selbst am Spiel teilnimmt, und engagiert sich dafür, verantwortungsvoll die beliebtesten Spiele und Erlebnisse der Welt zu schaffen.



Ausgangslage

Ein Großteil der Marketinginhalte wird heutzutage intern produziert. Deshalb ist eine weffiziente **Content-Produktion** umso wichtiger – vor allem dann, wenn es sich um Superbowl-Werbespots mit Starbesetzung, stark personalisierte Anzeigen oder Partnerschaften mit den größten Namen im Sport dreht.

DraftKings übernahm in einer aufstrebenden Branche schnell die Führung und baute sich ein vielfältiges Netzwerk mit weltweit bekannten Partnern aus der Sportbranche auf, um die Marke zu bewerben. Für das Unternehmen und seinen Omnichannel-Ansatz war es daher unumgänglich, auch eine konsistente Markenidentität vorweisen zu können.

Mit Blick auf die Skalierung benötigte DraftKings ein einziges System, um die fertigen Marken-Assets (unabhängig vom Kanal) speichern und dynamisch mit der Markenidentität umgehen zu können. Dabei sollten Assets leichter gefunden, die Marke besser geführt und die neuesten Markenrichtlinien sowohl intern als auch extern schneller geteilt werden können.

“ In den letzten Jahren sind wir als Unternehmen sehr schnell gewachsen. Dadurch hat sich auch unser Arbeitsumfang erhöht. Wir mussten unsere kreativen Inhalte nicht nur effektiver organisieren, sondern auch besser absichern. Wir wollten unbedingt verhindern, dass unsere Mitarbeiter ‚gebrandete‘ Inhalte selbst erstellen oder unsere Marke falsch kommunizieren. Dieses Risiko war einer der Hauptgründe für die Umstellung.”

Sarah Juselius

Leiterin der Creative Operations

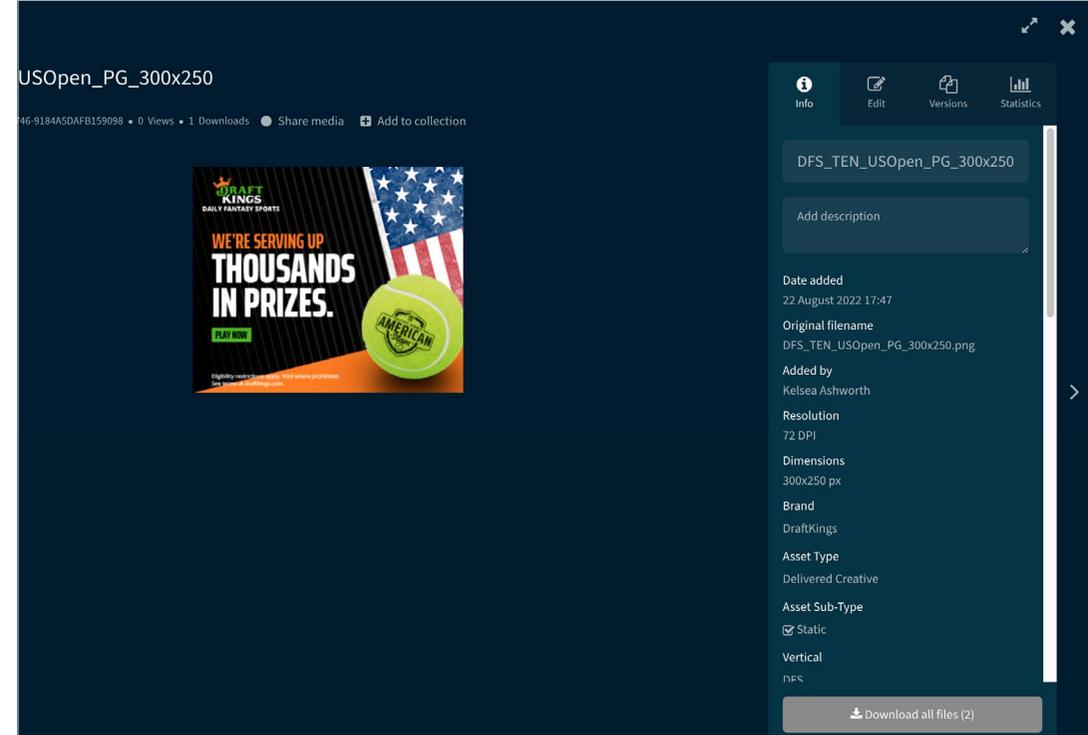
Frühere Probleme

Vor Bynder nutzte DraftKings Google Drive, um seine digitalen Assets zu speichern und zu teilen. Es gab keinen einheitlichen Weg, Dateien zu organisieren. Wichtige Assets gingen regelmäßig verloren, wurden verschoben oder gar gelöscht. Dadurch ließen sich Dateien ohne direkten Link nur schwer wiederfinden.

Mit steigenden Markenaktivitäten suchte DraftKings nach einer Komplettlösung für alle Probleme. Das Unternehmen benötigte mehr Sicherheit und Kontrolle über die Speicherung, Verwendung und gemeinsame Nutzung der fertigen Marken-Assets.

Kurz gesagt, wünschte sich DraftKings Unterstützung in folgenden Punkten:

- Marken-Assets können mit relevanten Metadaten versehen werden, um eine schnelle, intuitive Suche und eine bessere Sichtbarkeit von Kampagnen und kreativen Assets für das gesamte Unternehmen zu gewährleisten.



- Zugriffs- und Benutzerrechte können für verschiedene Interessengruppen angepasst werden. So wird die Markensicherheit erhöht und das Risiko verringert, dass falsche Inhalte verwendet oder veröffentlicht werden.
- Ein digitales und dynamisches Zuhause für Content, an dem Markenrichtlinien bereitgestellt, auf dem neuesten Stand gehalten und leicht mit Agenturen oder Partnern geteilt werden können.

Die Lösung

Die **Digital Asset Management-Lösung** von Bynder ist die zentrale Anlaufstelle für alle öffentlichkeitswirksamen Kreativinhalte und Kampagnen-Assets von DraftKings, die über das dynamische Partnernetzwerk und die verschiedenen Marketingkanäle verteilt werden können.

Die **Brand Guidelines** sind mit integriert, visuell ansprechend, leicht zu teilen und lassen sich schnell aktualisieren. So kann DraftKings sicherstellen, dass sowohl interne Kollegen als auch externe Partner die Marke stets korrekt repräsentieren.

Einfache Hilfe zur Selbsthilfe

Das DAM von DraftKings verfügt über einheitliche Dateinamen und eine **Taxonomy**, die die markenspezifische Terminologie widerspiegelt, damit Stakeholder sofort finden können, was sie suchen.

Leichte Implementierung

Die Assets sind mit Metadaten zu Nutzungsrechten, Rechtskonformität, Kampagnenzugehörigkeit, wer sie erstellt und hochgeladen hat sowie anderen wichtigen Informationen versehen. Dadurch werden Marken-Assets stets korrekt verwendet.

“Bei der Einführung von Bynder sind wir schrittweise vorgegangen – Team für Team. Das hat wirklich gut funktioniert. Wir haben sehr viele und große Teams, deshalb war ich ganz besonders davon beeindruckt, wie schnell die Leute ihre Assets hochgeladen und das System genutzt haben.”
– Jenna Wolfenden, Programm-Managerin bei Creative Operations

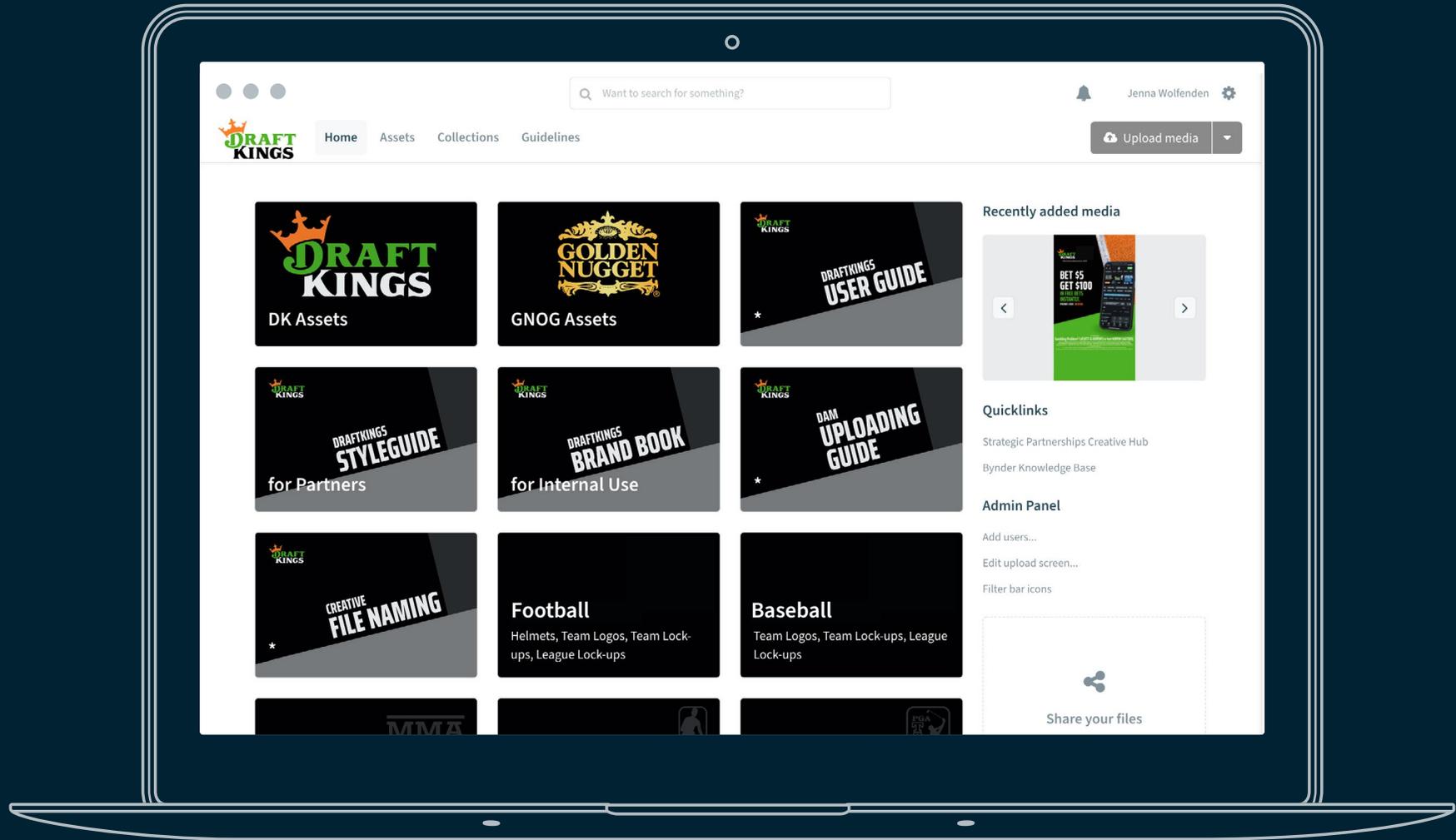
Partner mit markengerechten Inhalten versorgen

DraftKings verteilt nun schnell und flexibel markenkonsistente Kreativ-Assets an seine Partner – ohne das Risiko einzugehen, der Marke zu schaden.

Das Unternehmen kann außerdem kontrollieren, wer auf bestimmte Inhalte zugreifen und sie verwenden darf. Zusätzlich erhalten Partner und Kollegen mit gemeinsam nutzbaren Markenrichtlinien klare Anweisungen. So wird die Marke DraftKings stets am richtigen Ort und korrekt repräsentiert.

Interne Markenbekanntheit fördern

“Bynder ist eine großartige Ressource für neue Mitarbeiter, um ein Gefühl für unsere Marke und unsere Arbeit zu bekommen. Ich führe neue Mitarbeiter immer durch das Portal – es bietet einen leicht verständlichen Überblick über die kreativen Inhalte und Kampagnen, an denen wir bisher gearbeitet haben.”
– Jenna Wolfenden, Programm-Managerin bei Creative Operations

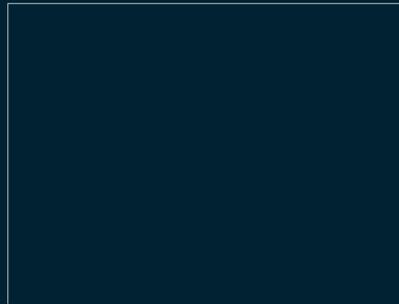


Bynder-Portal von DraftKings

Das Bynder-Ökosystem

Bynder DAM

Offene Asset-Bibliothek



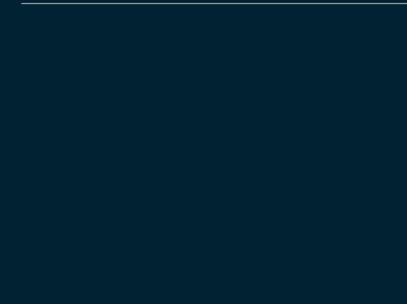
Externe Teams

Branding-Agenturen
Partner
Medien



Brand Guidelines
Bynder Analytics

Internes Markenportal



Interne Teams

Kreativabteilungen
Wachstum & Akquisition
HR & Rekrutierung
Analytik
Marketing
Vertrieb

“ Ich mag Bynder, weil sich das Portal auch mit wenig Anleitung leicht navigieren lässt. Es ist simpel, intuitiv und erfordert nicht viel Aufwand.”

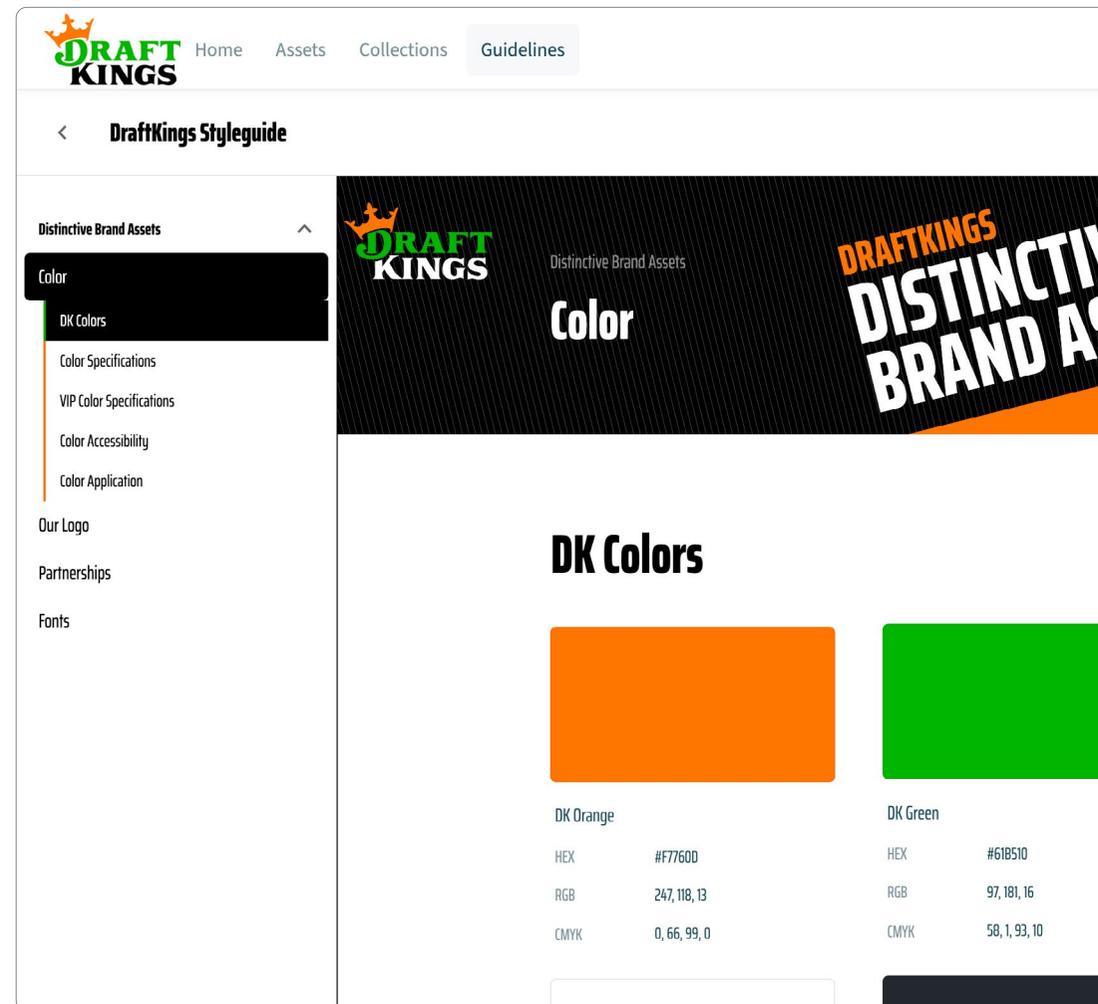
Sarah Juselius

Leiterin der Creative Operations

So stellte Bynder der Marke DraftKings ein digitales Zuhause für seine Brand Guidelines zur Verfügung

Egal, ob es sich um mobile Anzeigen für Fantasy-Sportwettbewerbe handelt oder um Logoplatzierung von Partnern in der obersten Sportliga – die Marke DraftKings muss anpassungsfähig und dennoch einheitlich erkennbar sein.

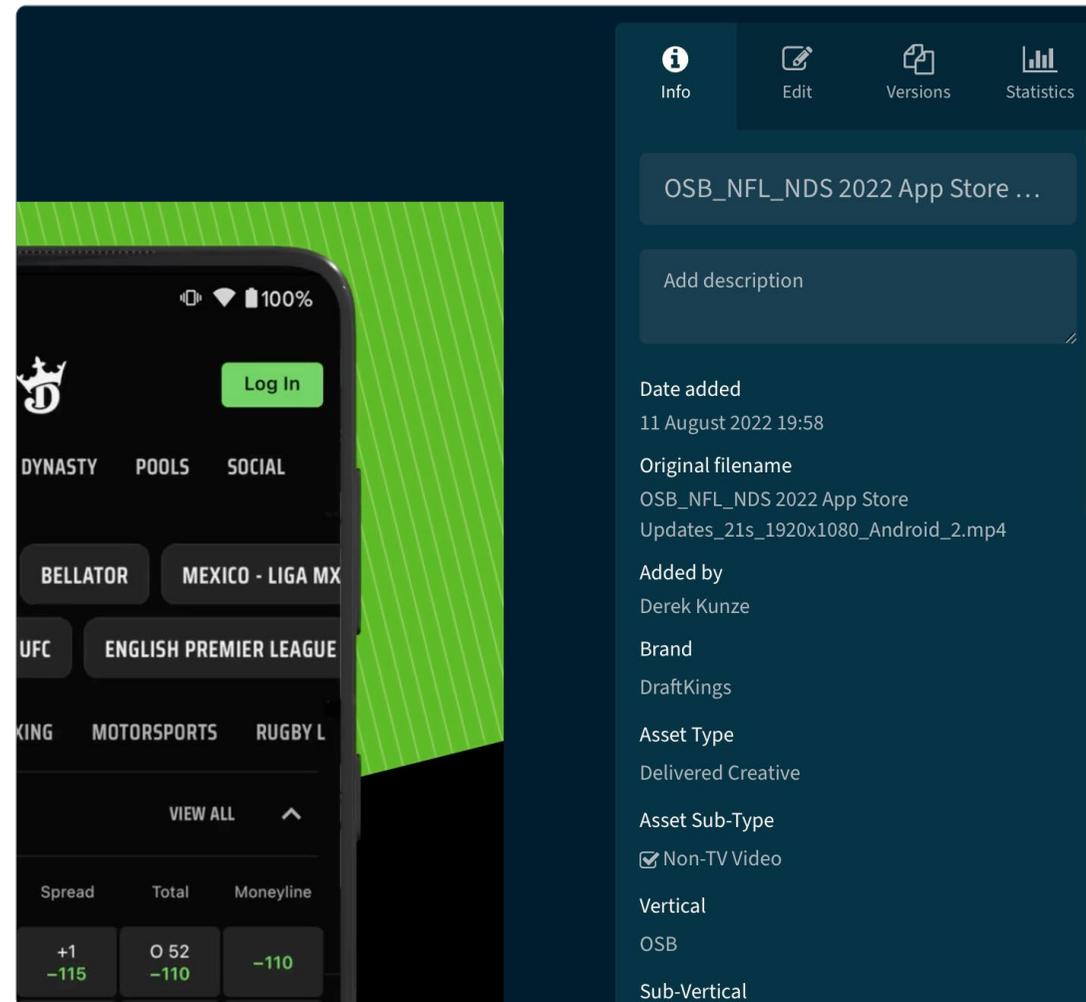
Damit die verschiedenen Partner und das multidisziplinäre interne Team eine konsistente Markenidentität verstehen und kommunizieren können, nutzt DraftKings die [Brand Guidelines](#) von Bynder als digitales Zuhause für alles, was mit der Marke zu tun hat.



“Die Zentralisierung unserer Markenrichtlinien in Bynder war eine große Hilfe für die Konsistenz und Kontinuität unserer Marke. Ob es um Logos, Markenfarben oder Partnerschaftsrichtlinien geht – alles ist für interne und externe Parteien ganz klar umrissen. Außerdem sind die Richtlinien mit den entsprechenden Marken-Assets, die im DAM gespeichert werden, verknüpft. So wird die Arbeit für alle Beteiligten leichter und verständlicher.”

– Sarah Juselius – Leiterin der Creative Operations

Das Brand Guidelines-Modul lässt sich ganz einfach über einen Online-Link aufrufen und ist mit Lesezeichen versehen. Dadurch, dass es in das DAM integriert ist, haben sowohl interne als auch externe Stakeholder eine zentrale Anlaufstelle für die neuesten Markenrichtlinien und -ressourcen sowie deren Verwendung. Dank dieses Self-Service-Ansatzes hält sich jeder an die gleichen Regeln, ohne dass das Marketingteam ständig ein Auge darauf haben muss.



“ Unsere Markenidentität ist wichtig für alles, was mit unserem Marketing, unseren Apps und den verschiedenen Partnerschaften zu tun hat. Bynder leistet großartige Arbeit, um eine Markenkontinuität über alle Berührungspunkte hinweg zu gewährleisten.”

Jenna Wolfenden

Programm-Managerin für den Bereich Creative Operations



Über Bynder

Bynder ist der am schnellsten wachsende DAM-Dienst und bietet Marketingfachleuten eine vereinfachte Lösung für die Verwaltung ihrer digitalen Inhalte in der Cloud.

Für weitere Informationen besuchen Sie bitte unsere Webseite www.bynder.com/de