



 bynder x **LES MILLS**

Die Fitness-Pros von  
Les Mills optimieren  
ihr Marketing mit Bynder



## BYNDER X LES MILLS

Das 1968 als kleines Familien-Fitnessstudio gegründete Unternehmen Les Mills machte sich schnell auf den Weg, einen fitteren Planeten zu schaffen, und ist heute eine der größten Fitness-Communities der Welt.

Das Marketing-Team von Les Mills war auf der Suche nach einer intuitiven DAM-Lösung, mit der sich die Content-Produktion und die globale Verteilung skalieren ließen, da ihr bisheriges DAM-System der riesigen Nutzerbasis nicht mehr gewachsen war.

## Herausforderung

Les Mills arbeitet mit Hunderttausenden von Ausbildern, Clubpartnern und Kunden zusammen, die in 24 Regionen und 12 Sprachen tätig sind. Angesichts der globalen Reichweite brauchte das Unternehmen eine bessere Methode, um seiner umfangreichen Benutzerbasis die Möglichkeit zu geben, sich die richtigen Assets für Präsentationen, Werbeaktionen, Websites und sogar für die tägliche Arbeit selbst zu beschaffen - ohne das zentrale Marketing-Team zusätzlich zu belasten.

## Lösung

In Zusammenarbeit mit dem Onboarding-Team von Bynder erstellte Les Mills eine robuste Taxonomie für ihr neues Bynder DAM, die auf ihren aktuellen Bedürfnissen und Expansionsplänen basiert. Eine solch intuitive und personalisierte Einrichtung bedeutet, dass jeder Benutzer und Partner rund um den Globus schnell auf die Assets zugreifen kann, die er benötigt, und sich an die Arbeit machen kann.

In der Zwischenzeit kann das Marketingteam in Auckland die Leistung und Nutzung der Assets mit Bynder Analytics überwachen und datengestützte Entscheidungen treffen, um den Wert künftiger Assets und Kampagnen zu maximieren.

## Resultate

Mit der individuell anpassbaren DAM-Plattform von Bynder konnte Les Mills die **Markteinführungszeit von Monaten auf nur wenige Tage** verkürzen.

Das Unternehmen bringt nun vierteljährlich neue Versionen auf den Markt und teilt sie automatisch mit seinem großen Partner- und Kundennetzwerk.

Das Kreativteam hat nun mehr Zeit, um wirkungsvolle Assets zu erstellen, die das Engagement fördern, während das Marketer-Team seine Budgets auf der Grundlage der Asset-Leistung effektiv planen kann.

**13.000+**

Gespeicherte Assets  
im DAM

**5TB**

Gespeicherte Daten

**15.000+**

Nutzer

## Wie geht es weiter?

Mit Blick auf die Zukunft beabsichtigt das Team von Les Mills, seine Bynder-Plattform zu erweitern, indem es Tools einsetzt, die den gesamten Lebenszyklus von Assets abdecken und die [KI- und Automatisierungsfunktionen](#) von Bynder nutzen.

Um ihre Clubpartner in die Lage zu versetzen, maßgeschneiderte Inhalte zu erstellen und ihre globale Asset-Produktion zu steigern, wollen sie die Vorlagen- und Automatisierungsfunktionen unseres [Studio](#)-Moduls untersuchen. Auf diese Weise haben sie die Gewissheit, dass der Content ihrer Partner immer brandaktuell und sofort für alle Nutzer verfügbar ist.

Aber das Team von Les Mills weiß auch, dass eine DAM-Lösung nur so effektiv ist wie die dahinter stehende Taxonomie. Deshalb haben sie sich ehrgeizige Ziele gesetzt und prüfen die KI-Funktionen von Bynder, um die Anzahl der Assets, die sie regelmäßig taggen und in das DAM hochladen können, zu erhöhen.

*“Unsere Taxonomie ist die Grundlage für Suche und Auffindbarkeit. Wir werden die Klassifizierung und Verschlagwortung durch KI-Tools in Zukunft beschleunigen, um unsere Fähigkeit zu verbessern, Content ohne zusätzliche Ressourcen zu skalieren.”*

— Klaus Roots, Senior Product Manager, Les Mills

*“Bynder ist zweifellos die einfachste und intuitivste DAM-Plattform, die wir bisher verwendet haben.”*

*“Es war großartig, ein engagiertes Onboarding-Team zu haben. Sie konnten die Implementierung wirklich vereinfachen und gaben uns einige wirklich kluge Ratschläge, über die wir sehr froh sind.”*

*“Mit unserer vorherigen Plattform konnte das Kennzeichnen, Hochladen und Bereitstellen von Assets Monate dauern. Mit Bynder konnten wir diese Zeitspanne auf nur wenige Tage verkürzen.*

— Klaus Roots, Senior Product Manager, Les Mills