CELUM: Content-Management neu definiert und skaliert

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 6. Februar 2026



CELUM: Content-Management neu definiert und skaliert

Du kannst noch so viele fancy Content-Pieces produzieren – wenn dein Content-Management-System dabei aussieht wie Excel auf Steroiden, bist du aus dem Rennen. Willkommen in der Ära von CELUM – dem Content-Hub, der nicht nur buzzword-bingo spielt, sondern Content-Management wirklich neu denkt. Skalierbar, API-first, asset-basiert und so modular, dass dein alter CMS-

Baukasten weint.

- Was CELUM ist – und warum es mehr als nur ein weiteres CMS sein will
- Der Unterschied zwischen klassischem CMS und einem echten Content-Hub
- Wie CELUM skalierbares Content-Management für Enterprise-Level ermöglicht
- Warum Modularität, Headless-Architektur und API-first-Ansatz gamechanging sind
- Wie CELUM Digital Asset Management (DAM) und Product Content Management (PCM) vereint
- Welche technischen Features CELUM zur Plattform für digitale Skalierung machen
- Wie du CELUM in deine bestehende MarTech-Infrastruktur integrierst
- Best Practices für Enterprise-Content-Governance mit CELUM
- Step-by-Step: So transformierst du dein Content-Management mit CELUM
- Fazit: Warum CELUM kein Tool, sondern ein Content-Ökosystem ist

CELUM als Content-Hub: Mehr als nur ein fancy CMS

Wer bei CELUM an ein weiteres CMS denkt, hat das Briefing nicht gelesen. CELUM versteht sich nicht als klassisches Content-Management-System, sondern als Content-Hub – und das ist keine semantische Spielerei, sondern ein radikaler Perspektivwechsel. Während traditionelle CMS-Systeme Seiteninhalte verwalten, zielt CELUM auf das Management von Assets, Prozessen und Content-Flows im gesamten Unternehmen ab. Es ist kein Tool für Webmaster – sondern ein skalierbares Framework für alle, die Content als strategisches Asset begreifen.

Ein Content-Hub wie CELUM trennt Inhalte von ihrer Präsentationslogik. Der Content wird nicht seitenbasiert, sondern asset-basiert organisiert. Das bedeutet: Texte, Bilder, Videos, PDFs, Metadaten – alles wird zentral abgelegt, versioniert, mit Workflows versehen und über APIs an beliebige Kanäle ausgespielt. Ob Website, E-Commerce-Plattform, App oder Social Media – CELUM ist der zentrale Content-Lieferant für alle Touchpoints.

Die Philosophie dahinter ist klar: In einer Welt mit unzähligen Ausgabekanälen, Personalisierung auf Steroiden und global verteilten Teams braucht es mehr als WYSIWYG-Editoren und Textblöcke. Es braucht ein System, das den gesamten Lifecycle von Content abbildet – von der Idee über die Produktion bis zur automatisierten Distribution. Und genau das leistet CELUM.

Damit positioniert sich CELUM nicht als Alternative zu WordPress, Drupal oder Typo3 – sondern als Backbone für Unternehmen, die Content-Operations ernst nehmen. Die Frage ist also nicht, ob du CELUM brauchst. Sondern wie lange du es dir leisten kannst, ohne zu arbeiten.

Headless, API-first, modular: Die Architektur von CELUM erklärt

CELUM basiert auf einem Headless-Ansatz. Das bedeutet, dass das Backend – also die Content-Verwaltung – vollständig von der Frontend-Ausgabe entkoppelt ist. Inhalte werden über RESTful APIs oder GraphQL bereitgestellt und können beliebig in Frontends integriert werden. Ob React-App, Vue-Frontend oder statische Site mit Gatsby – CELUM ist agnostisch. Und das ist auch gut so, denn starre Templates gehören in die 2010er.

Die API-first-Strategie von CELUM bedeutet, dass jede Funktion über Schnittstellen ansprechbar ist. Das öffnet Tür und Tor für Automatisierung, Integration und Skalierung. Du willst dein DAM mit deinem PIM (Product Information Management) koppeln? Kein Problem. Du willst automatisierte Übersetzungs-Workflows mit DeepL einbauen? Geht. Du willst, dass deine Assets direkt aus Adobe CC in CELUM laden? Ist längst Standard.

Modularität ist ein weiteres Schlüsselelement. CELUM ist kein monolithischer Brocken, sondern eine Plattform mit Microservices-Architektur. Du kannst Module wie DAM, PCM, Collaboration, Workflow-Automation oder Distribution gezielt aktivieren und kombinieren. Das Ergebnis: Ein exakt auf deine Organisation zugeschnittener Content-Hub, ohne unnötige Features oder technische Überfrachtung.

Diese Architektur erlaubt es CELUM, auch in komplexen Enterprise-Setups zu bestehen. Ob multinationales Unternehmen mit Dutzenden Sprachen, Hunderten Usern und zigtausenden Assets – CELUM skaliert. Und zwar nicht nur technisch, sondern organisatorisch.

Digital Asset Management trifft Product Content Management

CELUM vereint zwei Welten, die bisher oft getrennt waren: Digital Asset Management (DAM) und Product Content Management (PCM). Was das bedeutet? Ganz einfach: Du verwaltest nicht nur Bilder, Videos und Dokumente – sondern auch Produktdaten, Spezifikationen, Marketing-Texte, technische Beschreibungen und mehr. Und zwar konsistent, versioniert und kanalübergreifend.

Ein zentraler Use Case: Ein Unternehmen mit 10.000 Produkten will diese in 15 Ländern verkaufen – online, stationär, über Partner. Jedes Produkt hat Bilder, Specs, Zertifikate, Marketingtexte in mehreren Sprachen. Ohne ein zentrales PCM-DAM-System ist das der pure Wahnsinn. Mit CELUM läuft das

orchestriert: Du pflegst Produktdaten zentral, hinterlegst Assets, übersetzt Texte, und spielst alles automatisiert in Shop, App, Katalog und Co aus.

Die Asset-Relationierung ist dabei ein Killer-Feature. Du kannst Assets nicht nur kategorisieren, sondern mit Produkten, Kampagnen, Channels oder Personas verknüpfen. Das ermöglicht granulare Steuerung und maximale Wiederverwendbarkeit von Content. Kein Copy-Paste mehr. Keine Asset-Wildwuchs-Ordner mehr. Keine Excel-Hölle mehr.

Auch wichtig: CELUM unterstützt Rights Management. Du kannst Nutzungsrechte, Lizenzen, Ablaufdaten und Asset-Historie verwalten – und sicherstellen, dass keine veralteten oder lizenzrechtlich kritischen Inhalte mehr veröffentlicht werden. Für globale Marken ein Muss.

Integration in die MarTech-Landschaft: CELUM als Content-Backbone

Ein Hauptargument für CELUM ist seine nahtlose Integration in bestehende MarTech-Stacks. Keine One-Size-fits-all-Plattform, sondern ein orchestrierender Backbone. CELUM lässt sich mit gängigen Tools wie Adobe, Salesforce, SAP, Sitecore, Contentful, Magento, Shopify, Bynder, Akeneo oder Microsoft Dynamics verknüpfen – über Standard-Connectoren oder individuelle APIs.

Der Vorteil: Du musst nicht deine gesamte Infrastruktur über Bord werfen, sondern kannst CELUM als Content-Zentrale zwischen bestehende Systeme setzen. Das sorgt für konsistente Inhalte, kurze Time-to-Market und reduzierte Duplicate Work. Und ja – auch deine Marketing-Automation-Plattform (HubSpot, Marketo, Pardot) lässt sich anbinden. Willkommen im Omnichannel-Zeitalter.

Besonders spannend ist die Integration mit Translation-Management-Systemen (TMS) und KI-gestützten Tools. Du kannst automatisierte Übersetzungsworkflows aufsetzen, Freigaben über definierte Workflows steuern und KI zur Content-Analyse, Tagging oder sogar Texterstellung einsetzen. CELUM wird damit nicht nur zum Speicherort – sondern zur intelligenten Content-Fabrik.

Und weil wir in der Realität leben: CELUM bietet umfangreiche Rollen- und Rechteverwaltung, Mandantenfähigkeit und DSGVO-Konformität. Für globale Unternehmen mit Compliance-Anforderungen ist das keine Kür, sondern Pflicht.

Step-by-Step: So führst du

CELUM in deinem Unternehmen ein

CELUM ist kein Plug-and-Play-Tool, sondern eine strategische Plattform. Wer das System einführt, muss seine Content-Prozesse überdenken – und genau das ist der Punkt. Hier sind die Schritte, wie du CELUM sauber implementierst:

1. Ist-Analyse der Content-Prozesse: Wo entstehen Inhalte? Wer produziert was? Welche Systeme sind im Einsatz? Welche Kanäle werden bespielt?
2. Zieldefinition & Scope: Willst du nur ein DAM-System? Oder gleich PCM, Kollaboration, Distribution? Wähle die Module, die du wirklich brauchst – skalieren kannst du später immer noch.
3. Systemintegration planen: Welche Schnittstellen brauchst du? Wie binden sich PIM, CMS, ERP, CRM oder TMS an? Mach einen API-Blueprint.
4. Datenmigration & Struktur: Wie sieht deine Taxonomie aus? Welche Metadaten brauchst du? Wie klassifizierst du Assets? Ohne saubere Struktur wird’s später hässlich.
5. Userrollen und Governance: Wer darf was? Wer gibt Inhalte frei? Wie sehen Workflows aus? Definiere Prozesse, bevor du sie digitalisierst.
6. Training & Change Management: CELUM ist mächtig – aber nur, wenn die Leute es verstehen. Schulungen, Onboarding, Dokumentation sind Pflicht.
7. Go-Live & Monitoring: Starte mit einem MVP-Ansatz, skaliere iterativ. Nutze KPIs wie Content-Reuse-Rate, Time-to-Market, Asset-Auslastung zur Optimierung.

Fazit: CELUM ist kein Tool, sondern ein Content-Ökosystem

Wenn du Content immer noch als Textblöcke in einem Seiteneditor verstehst, ist CELUM nichts für dich. Wenn du aber Content als strategische Ressource siehst – als skalierbaren Hebel für Markenführung, Customer Experience und digitale Transformation – dann ist CELUM genau das System, das du brauchst.

CELUM ist kein weiteres CMS, sondern eine Plattform für Content-Exzellenz. Es kombiniert Asset-Management, Produktinformationen, Kollaboration, Automation und Distribution in einem Ökosystem, das mitwächst. Wer heute noch manuell PDFs sortiert, hat morgen schon verloren. Wer CELUM nutzt, baut sich einen echten Wettbewerbsvorteil. Und das ist keine Vision – das ist Architektur.