

Content-Management-Systeme

Anleitung für den richtigen Einsatz von CMS in KMU

In einer Zeit steigender Datenflut im Netz mit immer schnelleren Publikationszyklen steigen auch die Anforderungen an das Management von Inhalten. Da die Komplexität zunimmt, werden Content-Management-Systeme (CMS) benötigt, mit deren Hilfe die Websites und ihre Inhalte in Bezug auf Aktualität, Übersichtlichkeit, Richtigkeit sowie Kontexte stets auf dem neuesten Stand gehalten werden können.

Dr. Artur P. Schmidt

Von einer ausgereiften Content-Management-Lösung ist zu erwarten, dass diese allen Nutzern das Leben erleichtert: der Organisation, den Content-Verantwortlichen, den Systemmanagern, den Webentwicklern und vor allem den Besuchern der Website.

Wettbewerbsfaktor Content

Die wesentlichen Fragestellungen für den Einsatz eines CMS liegen in den Bereichen Häufigkeit des Content-Updates, Art und Umfang der Inhalte, Anzahl der Autoren und Freigabe des Contents. Ein optimales Content-Management-System muss heute nicht mehr nur Informationen liefern, sondern muss gleichzeitig als Kommunikations- und Interaktions-Plattform dienen und Integrationsfunktionen im Rahmen des Unternehmens wahrnehmen. Für die erfolgreiche Realisierung von Content Management kommt es darauf an, folgende Schlüsselfaktoren zu beachten:

1. Entwicklung einer Content-Strategie
2. Realisierung von Sparpotenzialen
3. Integration in bestehende Systeme
4. Standardisierung
5. Nutzung von Outsourcing-Gelegenheiten

Content-Strategien aufbauen

Das meist eher zufällige Wachstum von Websites muss heute einem Ansatz weichen, der eine klare Content-Strategie verfolgt. Nur so lässt sich durch Content-Erzeugung eine hohe Kundenbindung erreichen. Der Erfolg einer Website hängt dabei vor allem von der Beantwortung der Fragen ab, welche Strategie mit der Website verfolgt wird, welcher Nutzen beim Kunden erzeugt werden kann, wer den Content liefert oder freigibt, mit welchen Vorlagen Content angeboten wird (so genanntes Templating) und wie häufig der Webauftritt aktualisiert werden soll. Von besonderer Bedeutung ist auch, ob ein rollenbasiertes Sicherheits- und Freigabe-Modell vorliegt und inwieweit die Website gemäß unterschiedlicher Nutzerwünsche

in beliebig viele Module gegliedert werden kann. Durch die Beantwortung dieser Fragen kann mit einem CMS bei einem vorgegebenen Kostenbudget schnell ein Return-on-Investment realisiert werden, da Inhalte jederzeit, von überall und ohne



spezifisches technisches Know-how bearbeitet werden können. Da es heute nicht mehr nur um Inhalte in Form von Text, sondern auch von Grafiken, Audio und Video geht, spielt auch die Konvergenz eine immer wichtigere Rolle.

Kosteneinsparungen erzielen

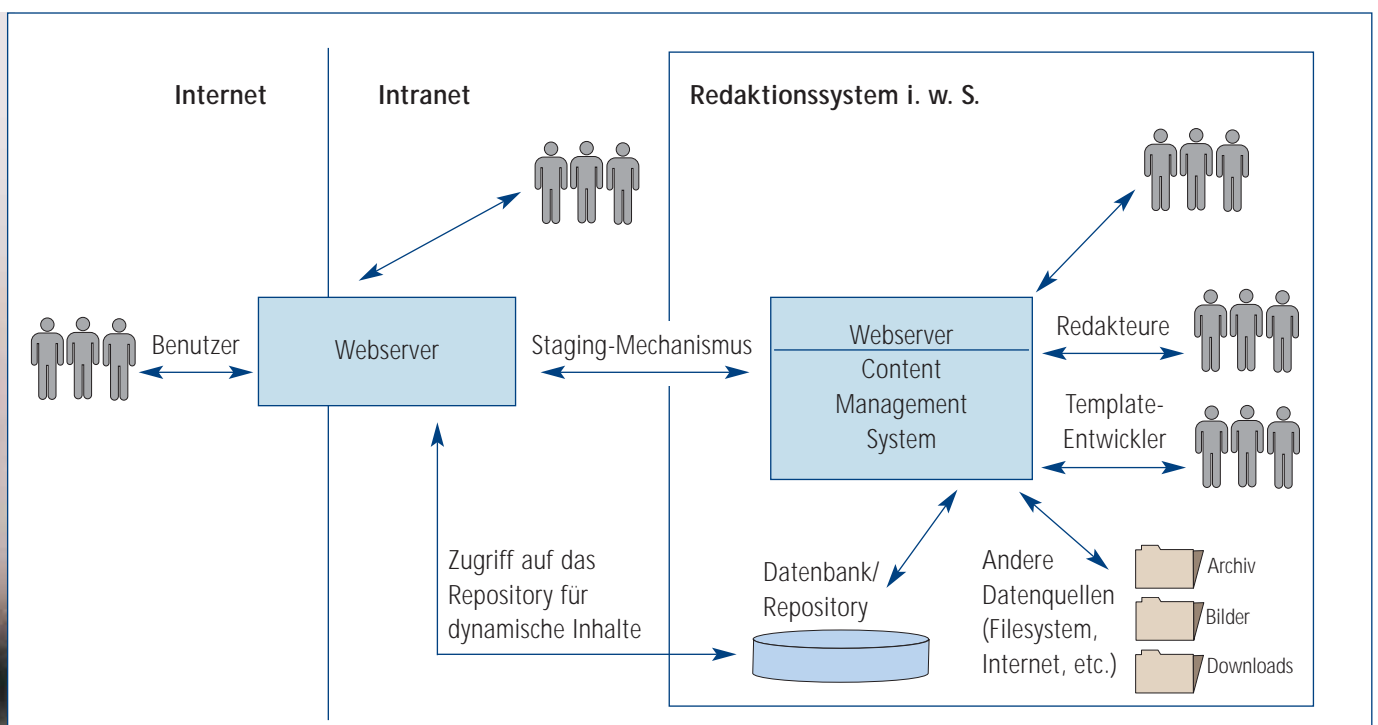
Content Management Systeme dienen heute als Integrationsplattformen von Mitarbeitern, Partnern und Kunden. Damit sind diese in der Lage, zu einer deutlichen Kostensenkung in Unternehmen beizutragen. Dies ist deshalb wichtig, weil die Personalkosten zum Erzeugen einer Website wesentlich höher sind als die Investments in Hard- und Software. Darum kommt es für Firmen darauf an, ein CMS-Tool einzusetzen, das leicht zu bedienen ist und allen von jedem Ort aus erlaubt, Inhalte online zu stellen. Insbesondere bei einem Standard-CMS sind heute die internen Kosten geringer, da auch grössere Änderungen rasch möglich sind und die Schulungskosten bei Mitarbeitenden deutlich abnehmen. Allein der Übergang von tech-

nischem zu nicht-technischem Personal für das Updaten von Webseiten kann gemäss einer Studie der Meta-Group bei den Personalkosten zu einer Einsparung von etwa 30 Prozent beitragen. So lassen sich die Kosten für ein CMS-System in relativ geringer Zeit amortisieren. Die Dezentralisierung der Seiten-Updates ermöglicht es zum Beispiel den Bereichen Marketing, After Sales und Human Resources, ihren Mitarbeitern, Verkäufern und Kunden in hoher Geschwindigkeit Informationen über neue Produkte und Innovationen zu liefern. Deshalb gilt es heute in zunehmendem Mass, die Opportunitätskosten für die Nichtbenutzung eines Content-Management-Systems zu bewerten. Diese können gegebenenfalls wesentlich höher sein als der Kauf eines ausgereiften Standard-CMS.

Integration forcieren

Die zunehmende Bedeutung des Internets in der Kommunikation mit Kunden und Partnern erfordert eine adäquate Integration von Prozessen und Daten. Bestehen

heute an der Schnittstelle zwischen dem Internetauftritt und dem Unternehmen oft noch Medienbrüche, so werden in naher Zukunft durch die steigende Anzahl der abzuwickelnden Kundentransaktionen integrierte Lösungsansätze erforderlich: Das Anfordern eines Prospekts zum Beispiel soll dann natürlich direkt mit einer entsprechenden Nachfassaktivität im CRM-System vermerkt werden, die Bereitstellung von kundenfreundlichen, interaktiven Produkt-Katalogen oder -konfiguratoren mit tagesaktuellen Preisformationen oder praktischen Händlerverzeichnissen setzt eine zuverlässige Datenversorgung aus den zentralen ERP-Systemen voraus. Integrationsfähigkeit ist somit wegen der Komplexitätszunahme bei den Anforderungen ein absolutes Muss. Für Bramwell Kaltentriener, Geschäftsführer und Partner von orange8 interactive (<http://www.orange8.com>), gilt folgender Leitsatz: «Unternehmen, die an vorderster Front agieren und sich auch in Zukunft in ihren Märkten erfolgreich behaupten wollen, müssen heute die Weichen für eine Abbildung ihrer relevanten Geschäftsprozesse und deren Integration im Internet





stellen. Gewinner werden jene Unternehmen sein, die ihre Internet-Plattformen nicht als Inseln, sondern als wichtiges Kommunikations- und Transaktionsinstrument nach aussen und innen verstehen. Durch clevere Integrationen stellen sie einen schnellen Informationsfluss sicher und sparen dadurch bares Geld.»

Mittlerweile ist ausgereifte Standard-CMS-Software, die dieses Potenzial mitbringt, auch für viele KMU-Kunden preislich attraktiv geworden. Ferner kann davon ausgegangen werden, dass deren Anbieter auch noch in einigen Jahren auf dem Markt sein werden und somit mögliche Kosten für eine Umstellung oder ein Redesign nicht ausseren werden. Auch lassen sich durch flexible, modulare Systeme die Anbindungen an weitere Applikationen, wie beispielsweise E-Shops, effizienter realisieren.

Auf Standard-CMS setzen

Die Möglichkeit, auf der Basis eines Standard-CMS eines bedeutenden Software-Herstellers wie zum Beispiel Microsoft zu arbeiten, eröffnet für viele KMU nicht nur eine grössere Kontinuität für zukünftige Upgrades, sondern ermöglicht

durch die .NET-Produktpalette des Redmonter Unternehmens auch ein Höchstmass an Kompatibilität zu anderen Produkten, nicht nur von Microsoft. Die Skalierbarkeit des Server-Umfelds und der Produkte bringt immer mehr Unternehmen dazu, mit führenden Anbietern zusammenzuarbeiten. Ebenfalls für ein Standard-CMS spricht, dass die führenden Anbieter ständig neue Technologien einkaufen und so permanent mit Innovationen aufwarten können, die in selbst gestrickten CMS fehlen. Besondere Merkmale des Microsoft-CMS sind unter anderem das automatische Generieren von Seiten durch Content- und Template-Objekte sowie die dynamische Veränderung von Templates, basierend auf Real-Time-Informationen. Ausserdem wird eine logische Verlinkung von Websites sichergestellt, so dass Änderungen an einer bestimmten Stelle automatisch an anderen Stellen übernommen werden. Multiserver-Content-Verteilung sowie dynamische Site Maps und Navigations-Links sind weitere Merkmale von ausgereiften Standard-CMS. Ein zusätzlicher strategisch bedeutsamer Faktor für CMS ist das Abbilden des Workflows. Ohne Kenntnis des Workflows, das heisst, den genauen Ablauf der Arbeitsschritte einer Website, lassen sich teamorientierte Prozesse im Rahmen einer

Organisation nicht mehr koordinieren. Es muss sichergestellt sein, dass beim gleichzeitigen Zugriff vieler Mitarbeitenden auf Komponenten der Website kein Konflikt entsteht.

Outsourcing durch ASP

Eine branchenunabhängige Umfrage der Meta-Group ergab, dass in mehr als 60 Prozent der Fälle Outsourcing zu Einsparungen von über 10 Prozent führt. Neben den Kostenaspekten spielen vor allem Sicherheitsaspekte und die Verfügbarkeit der IT-Systeme eine besondere Rolle. Outsourcing ist nicht nur in ökonomisch unsicheren Zeiten ein Thema, da Unternehmen durch das Verlagern von Tätigkeiten einen grösseren Freiraum gewinnen, wenn externe Dienstleister die IT implementieren, warten und modernisieren, sondern mittlerweile ein Schlüsselthema für viele Unternehmen. So sind vor allem datenintensive Anwendungen wie CMS-Infrastrukturen mit hohen Ansprüchen an Performance und Zuverlässigkeit der IT geeignet, um sie einem unabhängigen Dienstleister anzuvertrauen. Im besonderen Fall des Application Service Providing (ASP) wird beispielsweise eine CMS-Software nicht mehr gekauft, sondern gemietet und über das Internet genutzt. Ein ASP-Provider ist hierbei ein unabhängiger Dienstleister, der Zugang zu Software-Anwendungen, Infrastrukturen und unterstützende Internetdienstleistungen anbietet. Bei diesem Modell hat man in der Regel keine hohen Investitionskosten, sondern es wird ein monatlicher Betrag an den ASP-Provider für das Content Management bezahlt. Dieser garantiert im Rahmen von Service Level Agreements eine höchstmögliche Verfügbarkeit des CMS. ASP ersetzen hierbei Server- und Netzwerkressourcen für Client-Server- und Datenbank-Anwendungen und ersparen den Kunden Zeit, Geld und insbesondere Softwarekenntnisse. So hebt Pascal Schmid,

CEO des Hostingunternehmens Netrics (<http://www.netrics.ch>), besonders den Kostenaspekt hervor: «Der Vorteil von ASP-Modellen liegt darin, dass trotz geringen Investitionskosten professionelle Instrumente genutzt werden können und die IT-Kosten planbar werden.»

Fazit

CMS ermöglichen heute einen wirksamen Informationsfluss im gesamten Unternehmen, eine schnellere Wissenszunahme bei allen Mitarbeitern, eine deutliche Senkung der Kosten sowie eine erhöhte Reaktions- und Anpassungsgeschwindigkeit eines Unternehmens innerhalb eines Marktes. Viele KMU glauben fälschlicherweise, auf Content-Management-Systeme verzichten oder mit eigenen oder durch Agenturen

gebauten CMS komplexe Abläufe lenken zu können. Beide Wege führen, wie zuvor aufgezeigt wurde, nicht nach Rom. Das Geschäftsleitungsmitglied und Partner von orange8 interactive, Mike Schwede, bezieht hier eine klare Position: «Wer sich heute als Unternehmen erfolgreich positionieren will, kommt um den Einsatz eines leistungsfähigen Standard-CMS nicht mehr herum. Denn es bildet die Basis für strategische Wettbewerbsvorteile in der Kommunikation und Interaktion mit den Kunden.» Content-Management-Systeme sind durch die sinkenden IT-Preise mittlerweile zu so günstigen Konditionen erhältlich, dass selbst ausgefeilte Produkte für KMU erschwinglich geworden sind. Dies eröffnet Unternehmen gegenüber Eigenlösungen den Vorteil der Investitionssicherheit und führt nicht in die Abhängigkeit von Web-Agenturen. Die Leistungs-

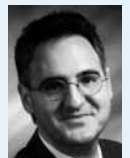
fähigkeit, die Integrierbarkeit in andere Systeme und die Skalierbarkeit sind schlagkräftige Argumente, die heute für den Einsatz von standardisierten CMS-Lösungen von führenden Anbietern sprechen. ■

Literatur

«Typische Architektur eines Redaktions-Content-Management-Systems»
Universität Münster

Fragen?

Dr.-Ing. Artur P. Schmidt
Chefredaktor
Blue Planet Network
Herausgeber des Wissensnavigators
Tel. 079 213 97 94
www.wissensnavigator.com



Anzeige

ALLE MÖGLICHKEITEN - EINE ERP-LÖSUNG

MASSGESCHNEIDERT - KOSTENOPTIMIERT - ATTRAKTIV

Unser Jubiläumsangebot für Sie! Stabile Hardware mit vorinstallierter + zukunftsorientierter Software

<p>Bundle 1 (Small)</p> <p>IBM i5-Server 520 Express Edition</p> <p>oxaion account Finanzbuchhaltung/Anlagebuchhaltung Kostenrechnung</p> <p>INEL-PERS for Windows CH-Lohnbuchhaltung/Personalinformationssystem Formularmanagement/MS-Office-Integration ab CHF 45000.--</p>	<p>Bundle 2 (Full)</p> <p>IBM i5-Server 520 oxaion business solution erp-Gesamtlösung</p> <p>INEL-PERS for Windows Personalinformation für das gesamte HR-Management ab CHF 54500.--</p>
---	--

INEL-DATA AG

071 969 30 30 www.ineldata.ch marketing@ineldata.ch