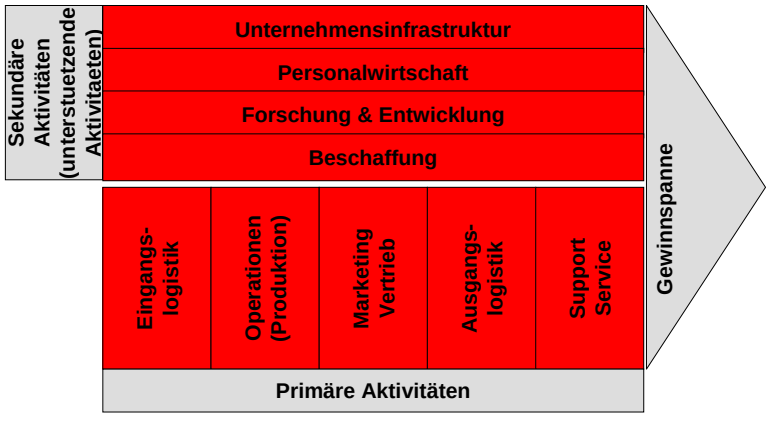
Lehrveranstaltung
„E-Business und E-Procurement“
Prof. Dr. Marius Dannenberg

Kapitel 2
Web Page Development
und
Content Management Systems (CMS)

Kapitel 1 E-Business Unternehmensinfrastruktur
Kapitel 2 Web Page Development and Content Management
Kapitel 3 Sell Side E-Commerce
Kapitel 4 Buy Side E-Commerce (E-Procurement)
Kapitel 5 Electronic Supply Chain Management (eSCM)
Kapitel 6 Office Automation Systeme (OAS)

2.1 Web Sites as eBusiness presence
2.2 Web Site Engineering
2.3 Content Management
2.4 Auswahl und Einführung von CMS
2.5 Kriterien zur Auswahl von CMS

Elektronisierung der Unternehmensdarstellung



Home Page: Elektronisierung der Unternehmensdarstellung

Source: Porter, Michael E., 1985

Unternehmens-infrastruktur	Reisebuchungen und Travel-Management Elektronische Abwicklung des Zahlungsverkehrs mit Partnern Elektronische Abgabe von Steuermeldungen
Personalwesen	Elektronische Verwaltung von Gehaltsdaten & Arbeitszeit Online-Personalsuche/Personalgewinnung
Forschungs-/ Entwicklungs-Technologie	Online-Suche nach Patenten und Forschungs-/Entwicklungspartnern Elektronischer Austausch von Entwicklungsrichtlinien und Konstruktionsdaten
Beschaffung	Elektronische Lieferantensuche/Verhandlung/Bestellung Elektronischer Qualitätsdatenaustausch mit Lieferanten

Eingangs-logistik	Operationen (Produktion)	Marketing/ Vertrieb	Ausgangs-logistik	After-Sales-Services
Materialbestände für Lieferanten Elektronische Frachtverfolgung	Produktionsfort-schrittsdaten für Lieferanten und Kunden Supply-Chain-Management	Online-Bestellwesen Online-Beratung Online- Marktforschung Online-Marketing	Speditions-aufträge Elektronische Fracht-verfolgung Zolldaten-austausch	QS-Zertifikate Produkt-informationen Reklamations-behandlung Tipps & Tricks

Synonyme Begriffe für “Web Site”

- Web-, Internet-, Online-Präsenz
- Web-, Internet-, Online-Auftritt
- Web-, Internet-, Online-Engagement
- Web-, Internet-, Online-Site
- Web-, Internet-, Online-Page

Diverse unterschiedliche Auffassungen zum Thema “Web Site”

- Digitaler Hochglanzprospekt des Unternehmens
- Globales Marketing- und Recherche-Instrument
- Neuer Absatzkanal über IuK-Systeme
- Neuartiges Workflow-Instrument
- Homogenes Computer Netzwerk

Einsatzmöglichkeiten von Web Sites

Öffentliches Internet:

- Internet-Technologie zur öffentlichen rechnerbasierten IuK
- eBusiness-Zielfeld: End-Kunden (B2C)

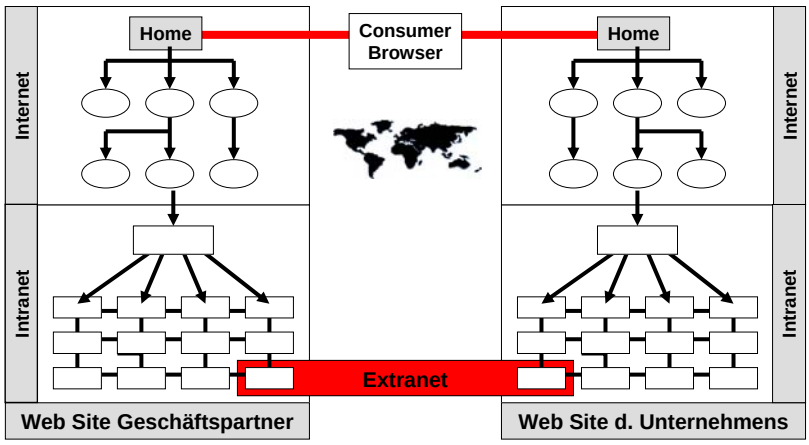
Begrenztes Extranet:

- Internet-Technologie zur rechnerbasierten IuK (nur) zwischen Partnern
- eBusiness Zielfeld: Geschäftspartner (B2B)

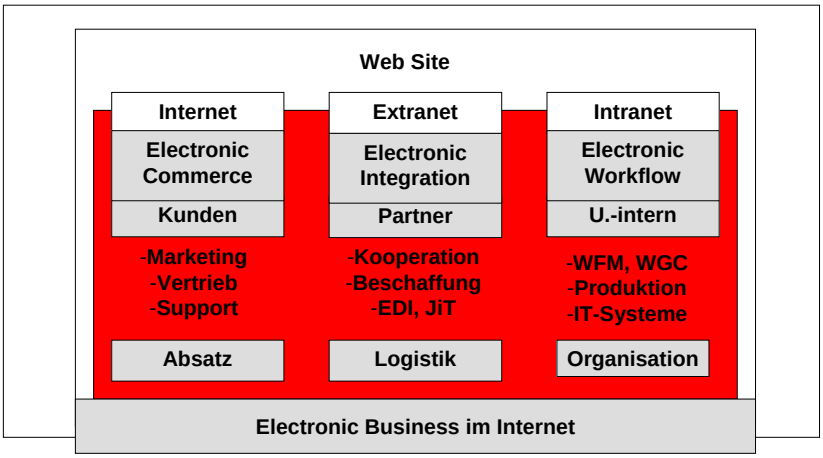
Geschlossenes Intranet:

- Internet-Technologie zur geschlossenen rechnerbasierten IuK
- eBusiness Zielfeld: das Unternehmen selbst

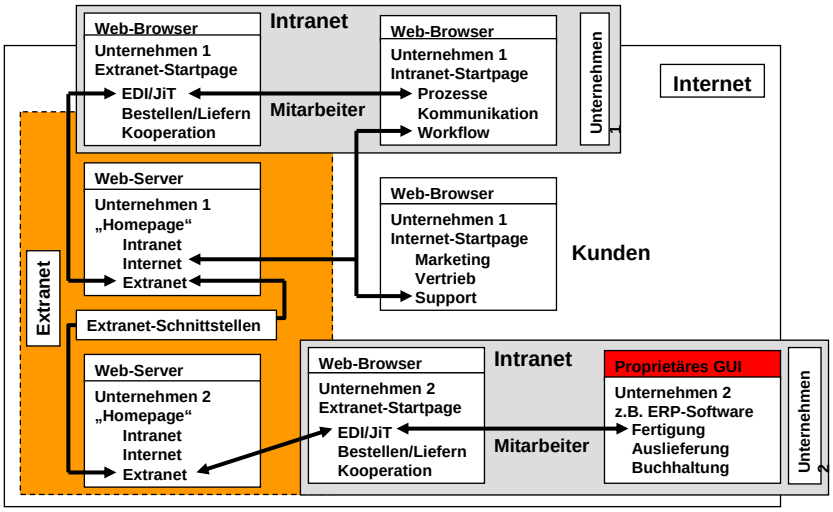
Einsatzmöglichkeiten von Web Sites (2)



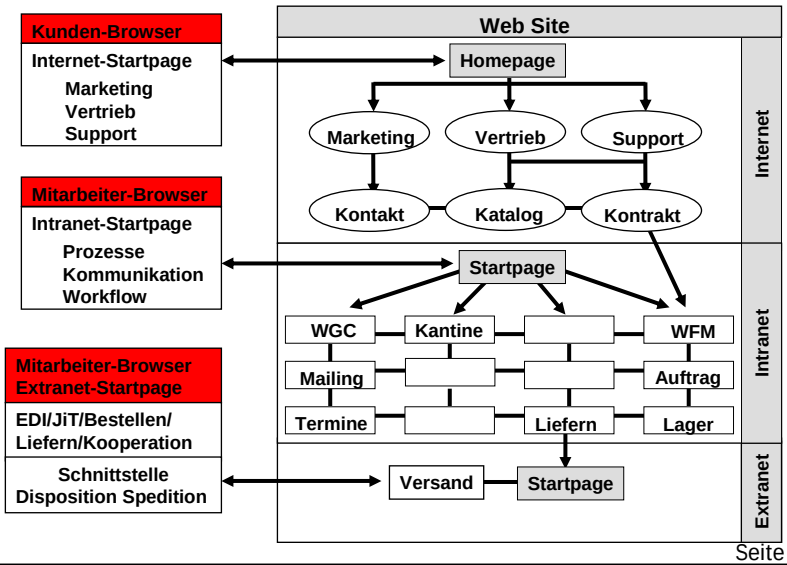
Eine Web Site präsentiert das gesamte Unternehmen (1)



Eine Web Site präsentiert das gesamte Unternehmen (2)



Eine Web Site präsentiert das gesamte Unternehmen (3)



2.1 Web Sites as eBusiness presence
2.2 Web Site Engineering – a model
2.3 Content Management
2.4 Auswahl und Einführung von CMS
2.5 Kriterien zur Auswahl von CMS

Typisch: “Wir müssen ins Internet!”

- **Fehleinschätzung der Wettbewerbsrelevanz**
- **Ziel: Im Internet präsent sein**
- **Anforderungen: Hochglanzprospekt**
- **Outsourcing der Realisierung (Agenturen!)**
- **Fehlendes Wartungs-/Entwicklungskonzept**

Kosten und Nutzen der Web Site?
Wirkungen auf Kunden und Partner?

Besser: “Web Site systematisch entwickeln!”

+ Markt-, Kunden-, Partner-, Konkurrenzanalysen
+ Festlegung strategischer Ziele der Web Site
+ Anforderungsanalyse (fachl., org., techn.)
+ Konstruktion, Realisierung der Web Site
+ Elektronische Services offensiv anbieten
+ Nutzenevaluation, Weiterentwicklung

= Web Site Engineering

Web Site Engineering (WSE)

"Web Site" = individuelles Anwendungs-System

- Komplexes Organisation-Mensch-Maschine-System
- Technisch: Hardware, Systemsoftware, Daten, Code
- Dediziertes Software Engineering erforderlich

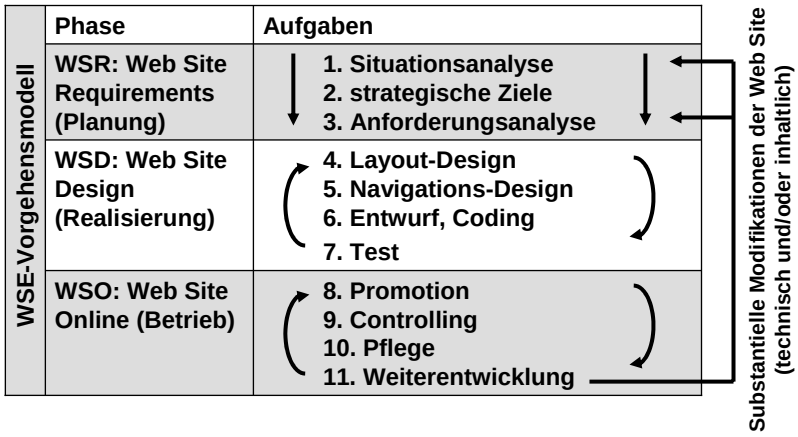
"Software Engineering"

- Software planmäßig, systematisch, kontrolliert erzeugen
- Umfassende Betrachtung von Struktur und Wirkung

"Web Site Engineering" (WSE)

- Ingenieurmäßige Planung, Entwicklung einer Web Site
- Betonung: Einbeziehung aller Web-Site-Segmente

Dynamisches WSE-Vorgehensmodell



Dynamisches WSE-Vorgehensmodell

	„Graue Theorie“	Praxis
Phase	**Aufgaben**	**1. „Wir müssen ins Internet!“**
WSR: Web Site Requirements (Planung)	1. Situationsanalyse 2. strategische Ziele 3. Anforderungsanalyse	~~1. Situationsanalyse~~ ~~2. strategische Ziele~~ ~~3. Anforderungsanalyse~~
WSD: Web Site Design (Realisierung)	4. Layout-Design 5. Navigations-Design 6. Coding 7. Test	2. Auftrag an Werbeagentur 3. Erstbeste beauftragt 4. Nur: Design-Konzept 5. Go nach 3 Demo-Pages
WSO: Web Site Online (Betrieb)	8. Promotion 9. Evaluation 10. Pflege 11. Weiterentwicklung	~~8. Promotion~~ ~~9. Controlling~~ ~~10. Pflege~~ ~~11. Weiterentwicklung~~

Hello Engines (http://www.hello-engines.de/)

- Hello Engines! ist eine Software, mit man die eigene Website professionell von dem eigenen PC aus bei fast allen wichtigen Suchmaschinen (z. B. AltaVista, Fireball etc.) und Verzeichnissen (z. B. Yahoo, Web.de etc.) anmelden kann.
- Die Datenbank mit Suchdiensten enthält keine Free-For-All-Linklisten (FFA-Links) und Gästebücher, da diese nichts mit Suchdiensten und schon gar nichts mit Suchmaschinen zu tun haben.
- Weitere Informationen zu den Unterschieden zwischen Suchmaschinen, Verzeichnissen und Free-For-All-Linklisten finden sich unter (http://www.hello-engines.de/know-how/ranking/index.htm)
- Die Professional Edition von Hello Engines! zusätzlich zu den Merkmalen der Standard Edition Funktionen zur Optimierung, Erfolgskontrolle, Ranking-Analyse und zum Testen der Website.
- Eine Testversion von Hello Engines findet sich unter http://www.hello-engines.de/download.htm)

Readings

Laudon/Laudon, Management Information Systems, Seventh Edition, pp. 498-521

2.1 Web Sites as eBusiness presence
2.2 Web Site Engineering
⇨ **2.3 Content Management**
2.4 Auswahl und Einführung von CMS
2.5 Kriterien zur Auswahl von CMS

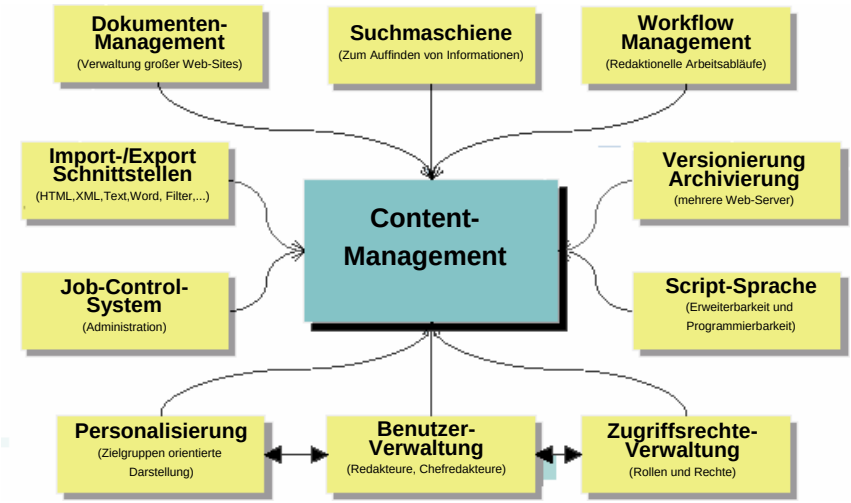
Content Management bedeutet:

- **Erfassung**
- **Versionierung**
- **Unterstützung redaktionellen Workflows**
- **Trennung von Content und Layout**
- **Link Management**
- **Zugriff**

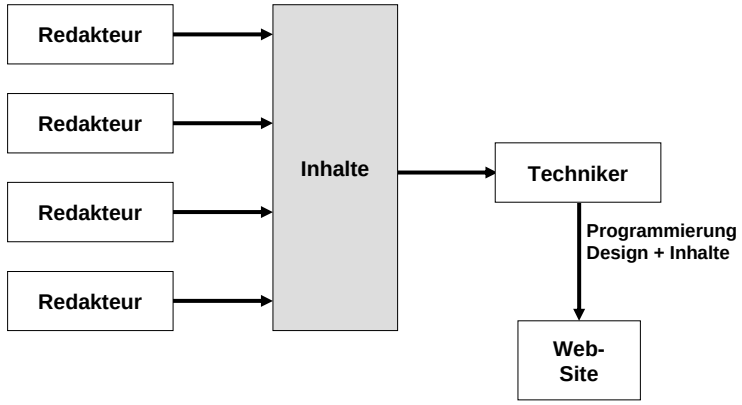
von Web Content und beliebigen damit verknüpften Dokumenten

„CMS sind Softwaresysteme für das Management von Internetinhalten. Sie unterstützen organisatorische Ablaufstrukturen, die mit gewachsenen Internet- und Intranetauftritten einhergehen.“

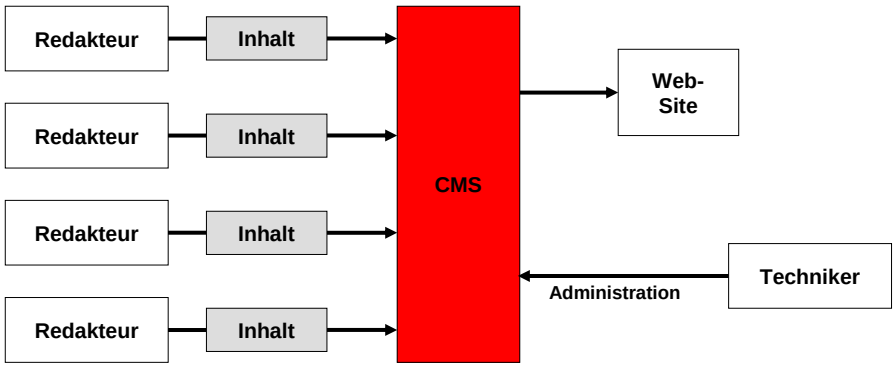
Komponenten eines Content Management System



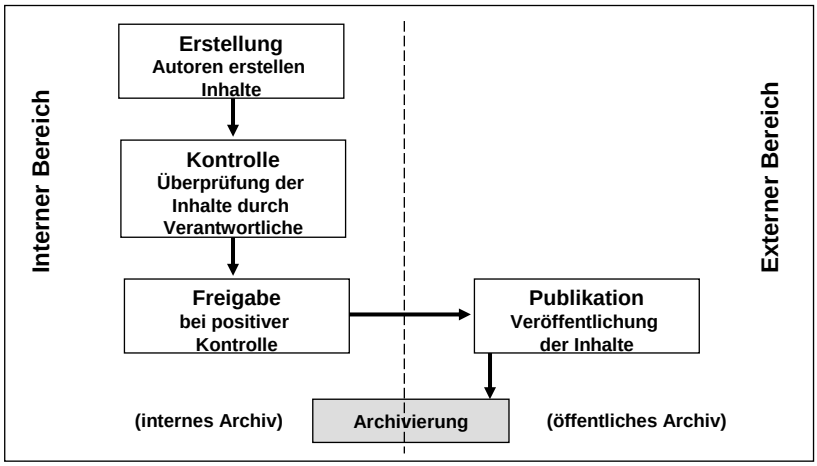
Herkömmliche Methode des Web-Publishing



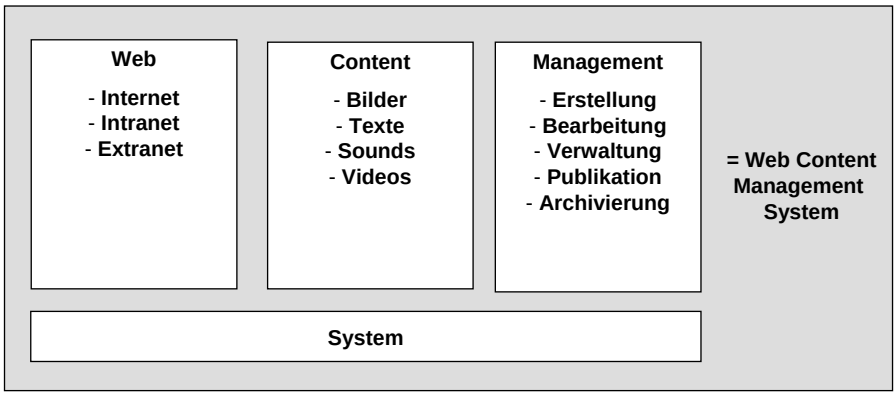
Web-Publishing unter Verwendung eines Content Management Systems



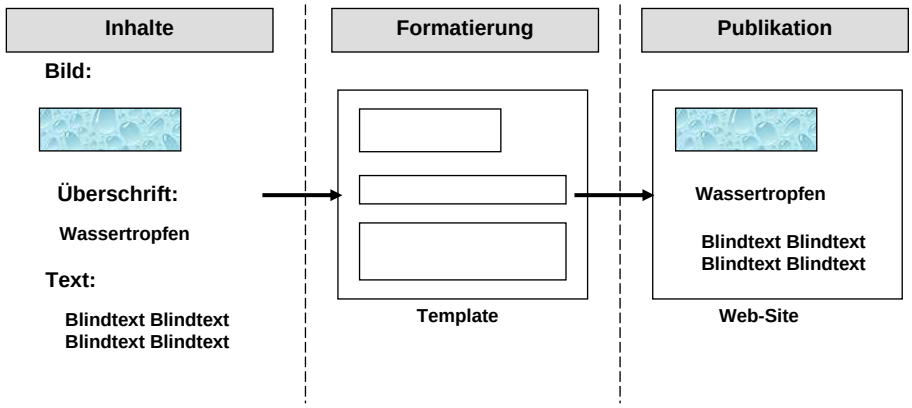
Schema des „Content Life Cycle“

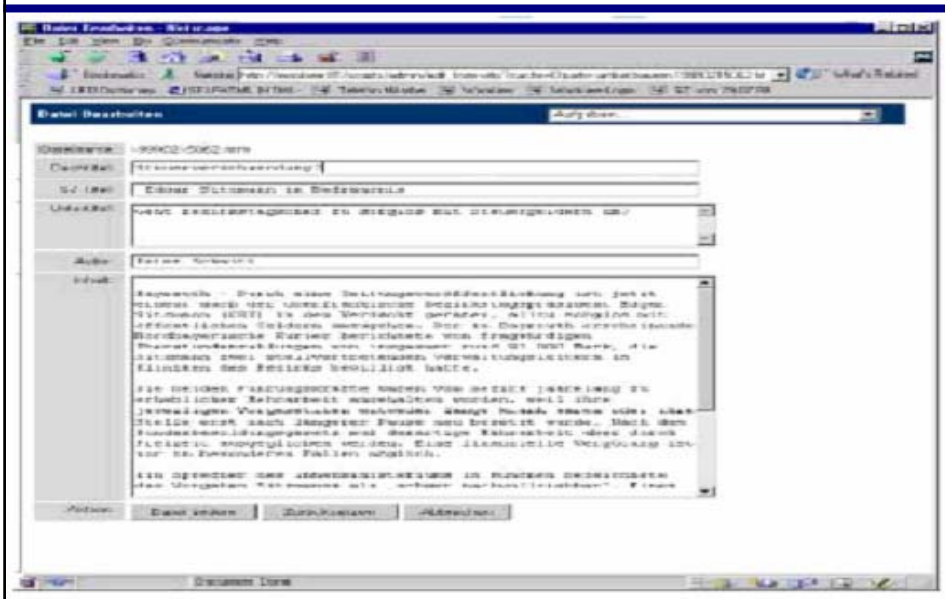


Begriffsbestimmung: Web Content Management System



Funktionsweise von Templates

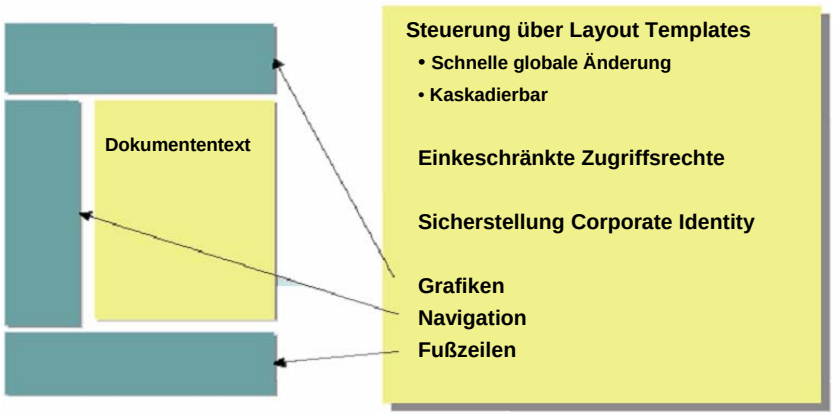




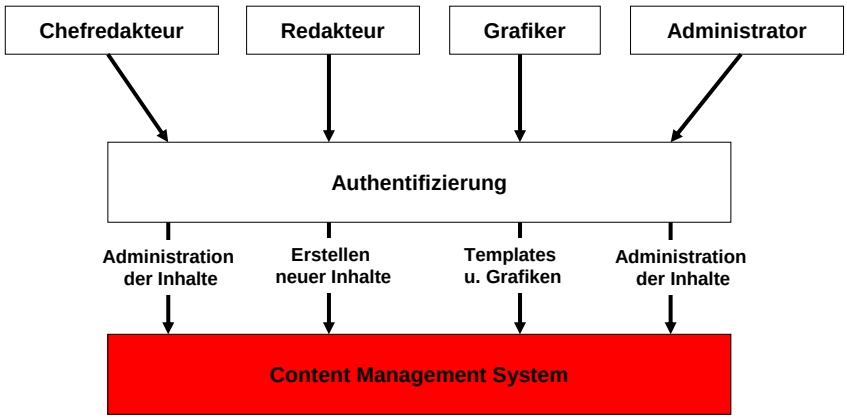
Übersicht: Vorteile durch den Einsatz von Templates

- **Einfaches und schnelles Publizieren von Informationen**
- **Einfaches Re-Design durch Template-Umstellung**
- **Vielseitige Exportmöglichkeiten**
- **Medienneutrale Speicherung der Informationebenen**
- **Weitere Nutzung möglich**

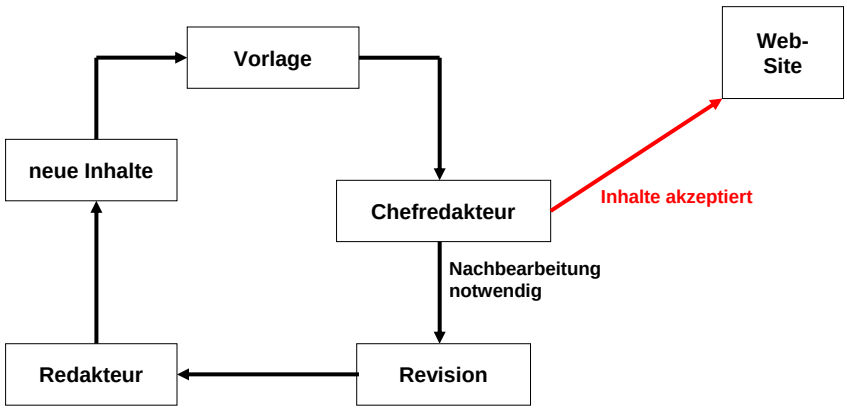
Trennung von Layout, Navigation und Inhalt durch Verwendung von Templates



Schema Rollenkonzepte



Schema Freigabezyklus



Einsatzmöglichkeiten eines CMS

Einsatzmöglichkeiten:

- **Internet-Auftritte**
- **Intranet-Lösungen**
- **Web-basiertes Dokumenten-Management**
- **Kiosk-Systeme**
- **CD-ROM-Veröffentlichungen**
- **Kataloge und Shop-Systeme ICE**

Eigenschaften eines CMS

Eigenschaften:

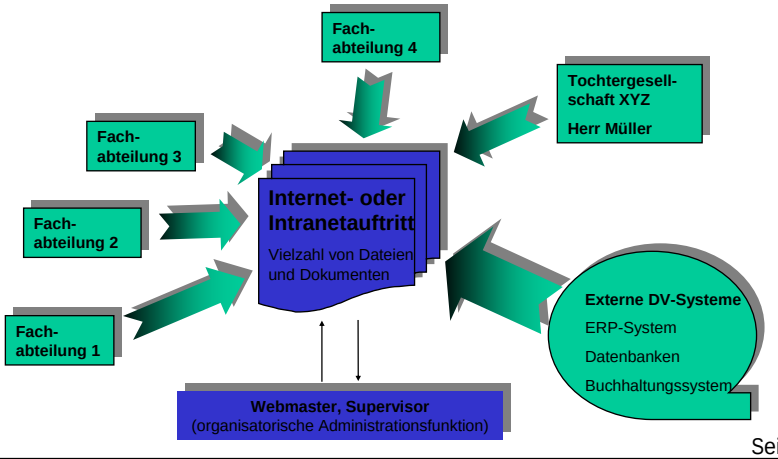
- **Global einsetzbar**
- **In der Regel skalierbar**
- **Meist Plattformunabhängig**
- **Integrationsfreudig**
- **Flexibel erweiterbar**
- **Schnittstellen zu**
  Suchmaschienen, Billing-Systemen, ERP-Systemen, ggf. Portallösungen, etc.

Vorteile von Content Management Systemen

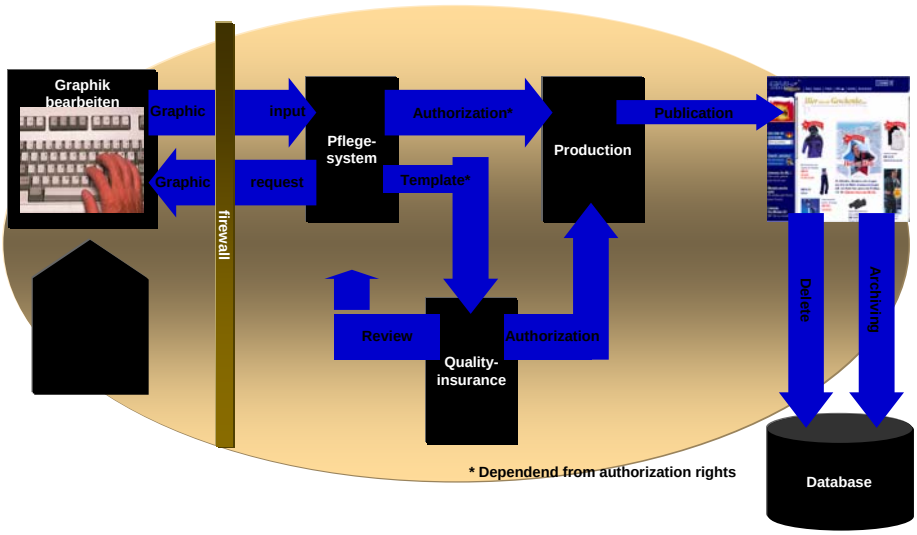
- **Erstellen und Bearbeiten von komplexen Webseiten, Templategenerierung, Einfügen von Grafiken**
- **Individuelle Berechtigungskonzepte, Versions-management, Pushmechanismen, zeitlich gesteuertes Publizieren**
- **Anbindung an Datenbanken, Klassifizierung, intelligente Suchmaschinen**

Einsatzziele von CMS

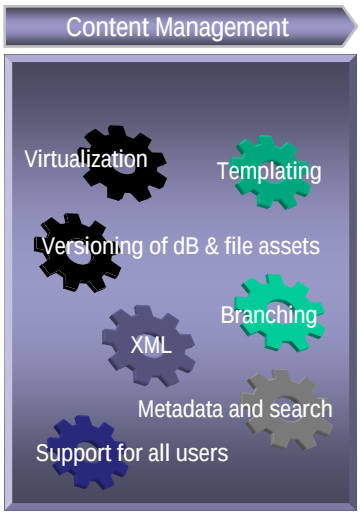
1. **Anbindung und Beteiligung dezentraler Inhalte-Lieferanten**
2. **Entlastung der Administratoren bei der Pflege und Wartung der Inhalte**
3. **Durchlaufzeit verkürzen durch Dezentralisierungsgedanke**



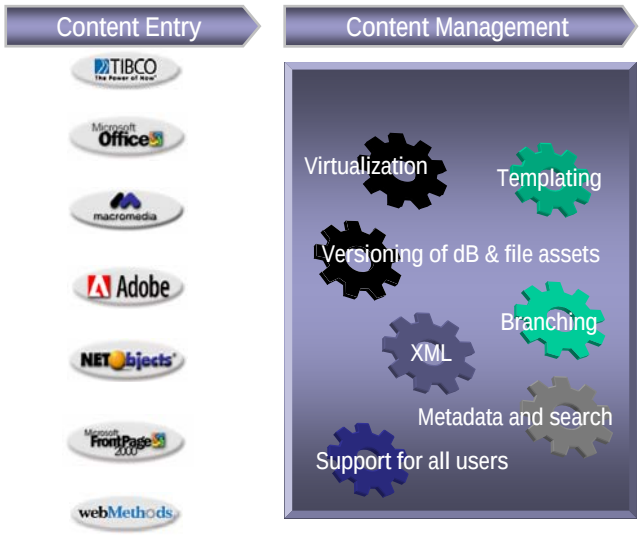
Funktionsweise eines Content Management Systems



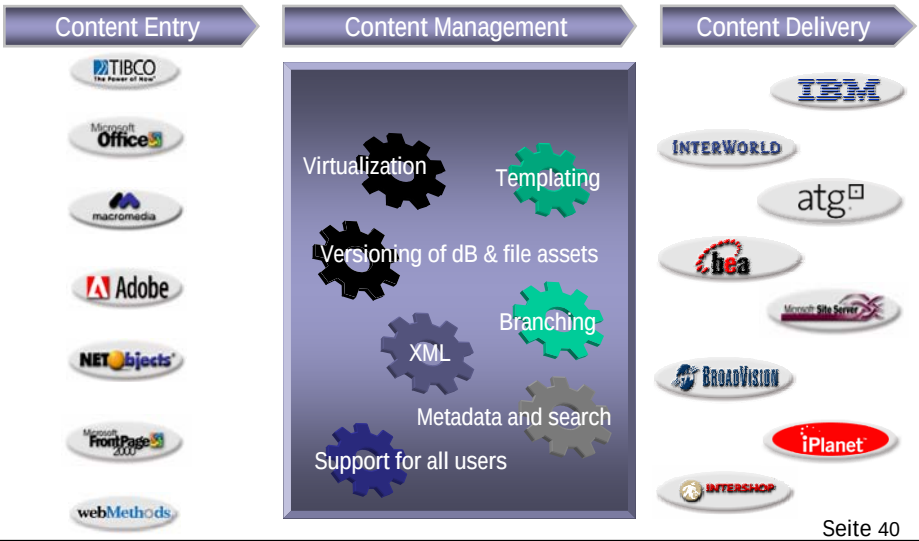
Funktionen eines Content Management Systems (Beispiel)



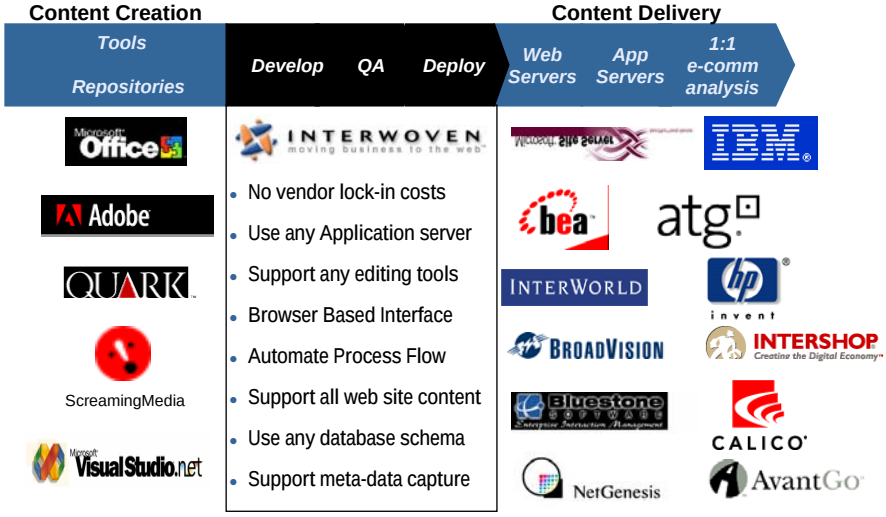
Funktionen eines Content Management Systems (Beispiel)



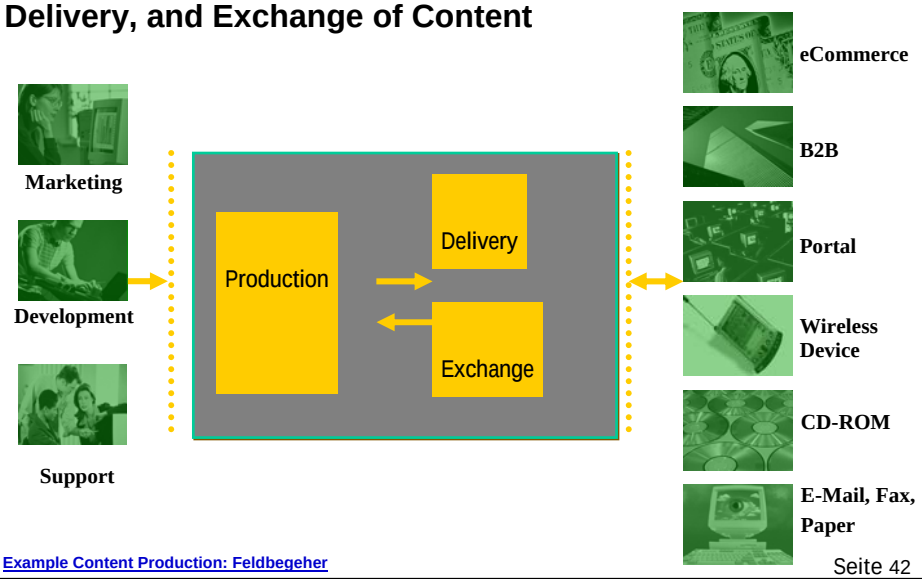
Funktionen eines Content Management Systems (Beispiel)



Functions of a Content Management Systems (Interwoven)

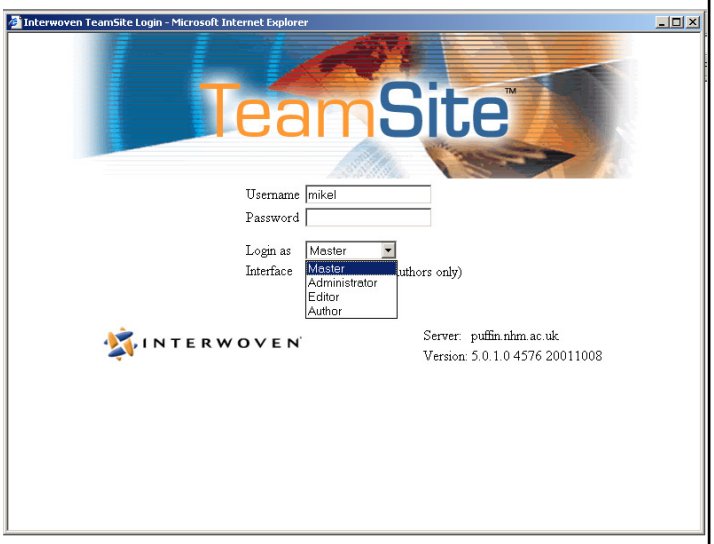


Content Management Systems Automate Production, Delivery, and Exchange of Content

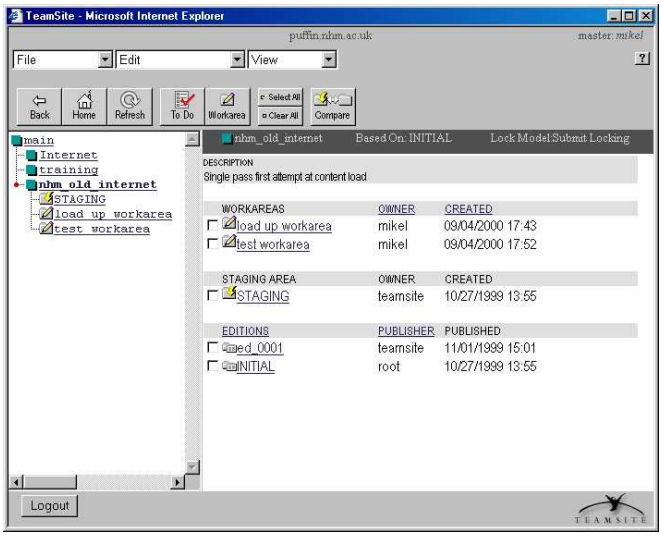


Example Content Production: Feldbegeher

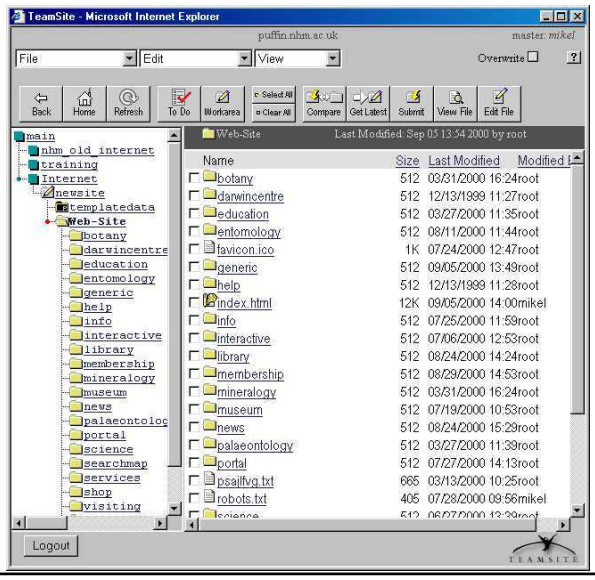
CMS Features: User management



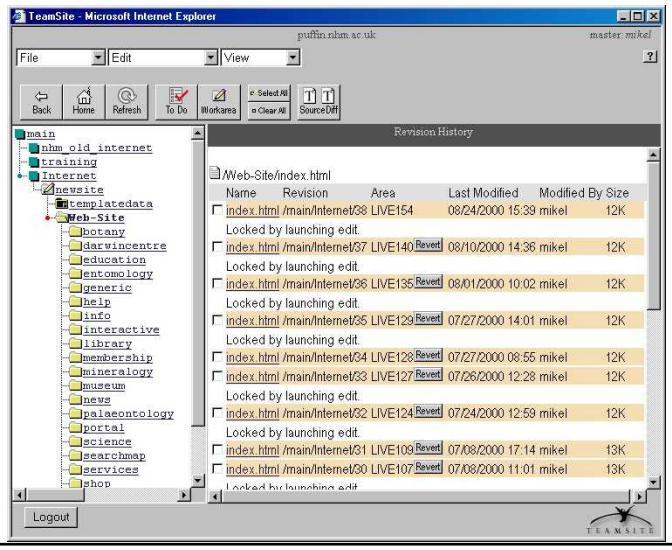
CMS Feature: Version control



CMS Feature: User interface



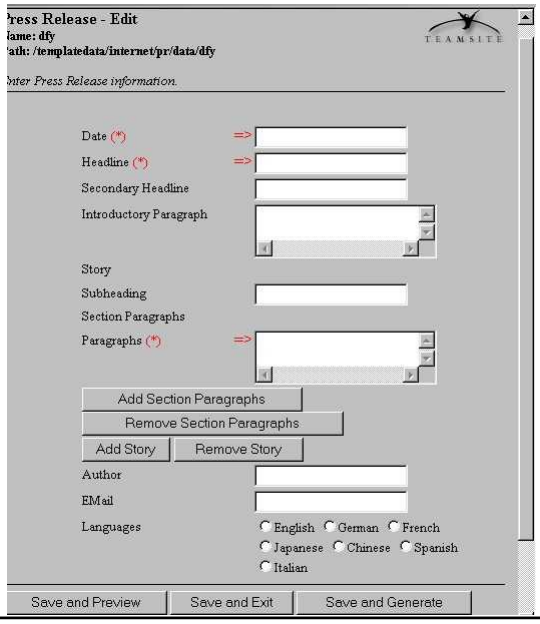
CMS Feature: Version history



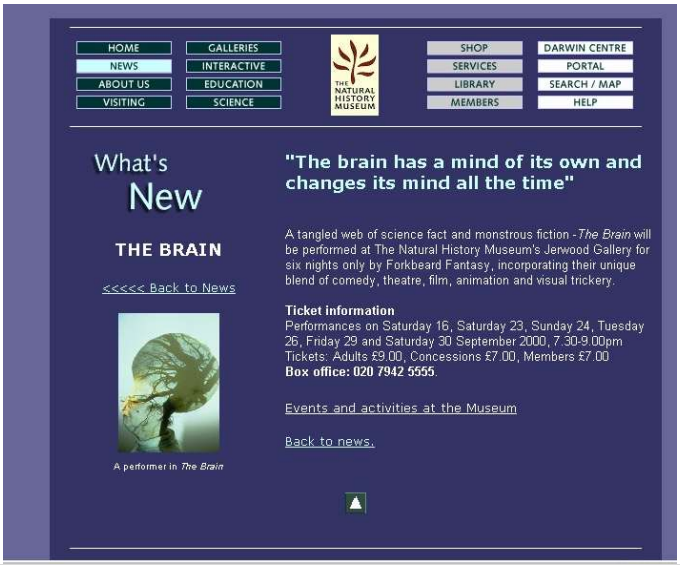
CMS Feature: Change management

CMS Feature: Simple editing

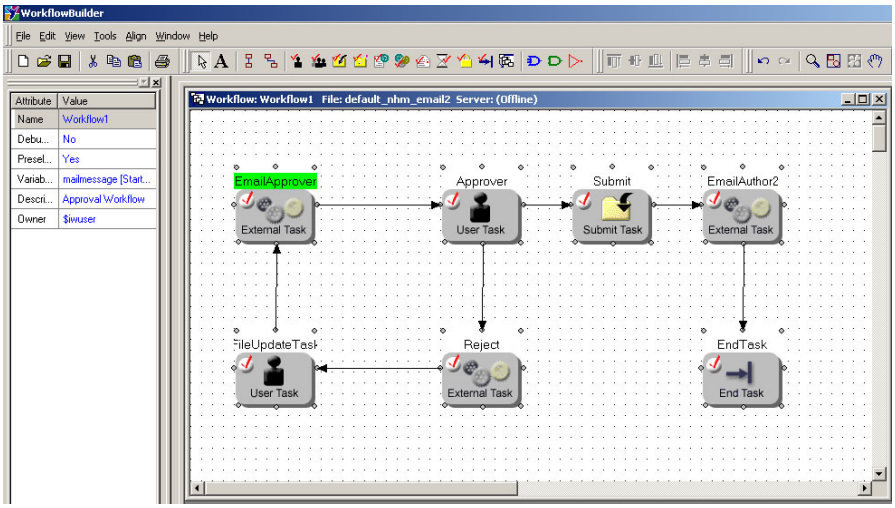
XML Templating



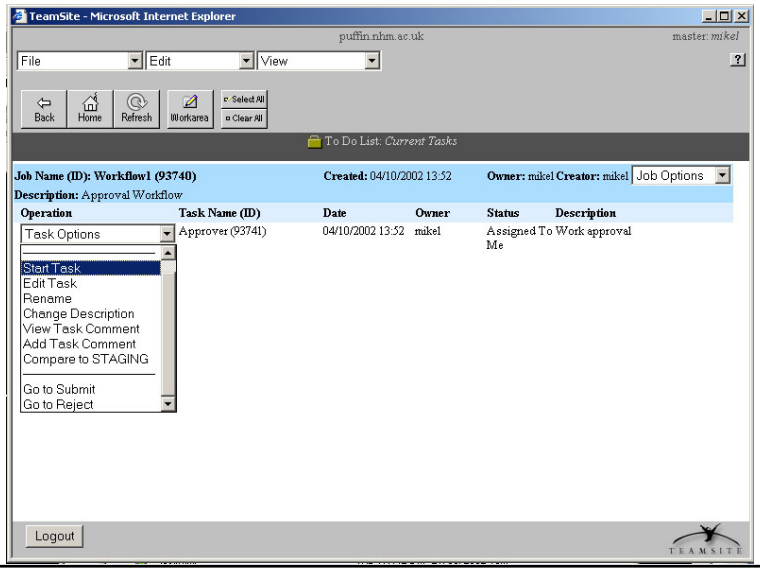
Generated page



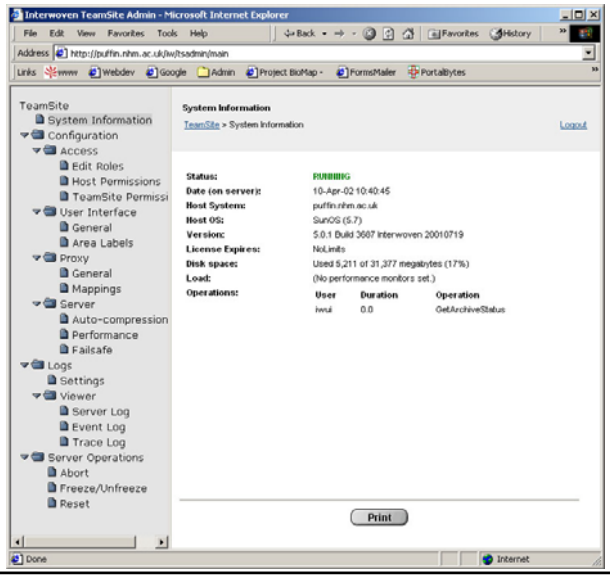
Workflow



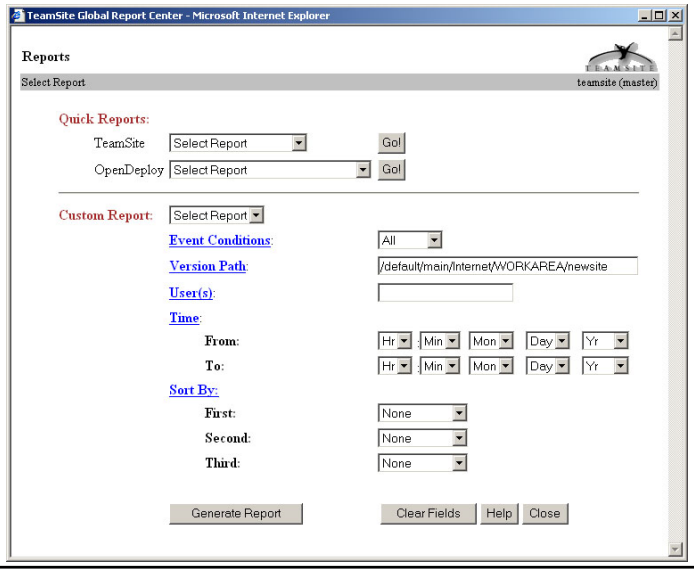
Workflow



Administration



Reporting



Merkmale eines Content Management System

Benutzerakzeptanz durch Vereinfachung des Redaktionsprozesses

- Pflege der Website mit beliebigen Autorenwerkzeuge
- Konvertierungsfilter für die gängigsten Datentypen (z.B. für Autoren ohne HTML-Kenntnisse)
- Preview der Webseiten

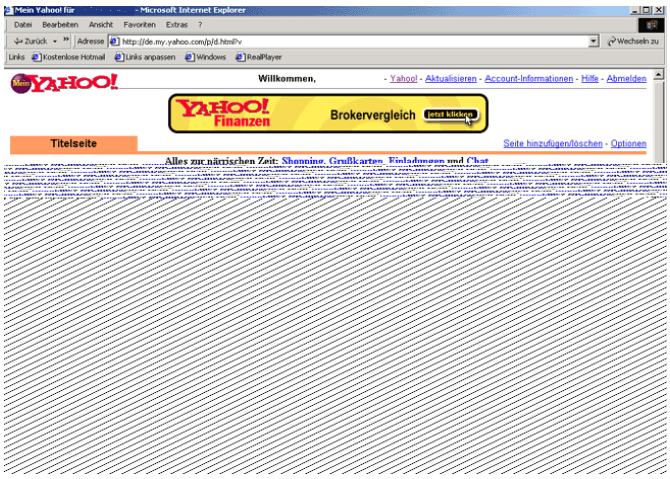
Werkzeuge zur Qualitätssicherung der Inhalte

- Verwaltung und Steuerung eines Redaktionsprozesses (Freigabemechanismen, 4-Augen-Prinzip, Rollen)
- Link-Checker
- Automatische Anpassung des Layout an den Vorgaben des Styleguides durch Trennung von Layout und Inhalt
- Automatismen durch Vergabe von Attributen (personalisierte Sichten, Gültigkeitszeitraum etc.)
- Automatische Generierung der Navigationsstruktur
- Zugriffs- und Benutzerverwaltung

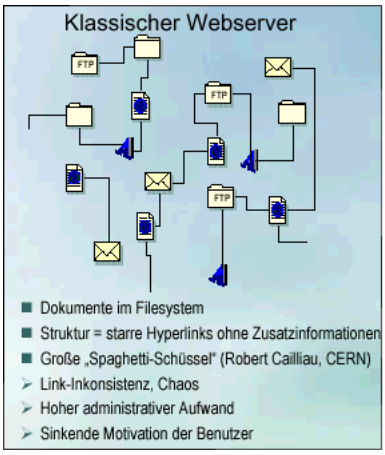
Geringer Administrationsaufwand durch intelligentes Systemmanagement

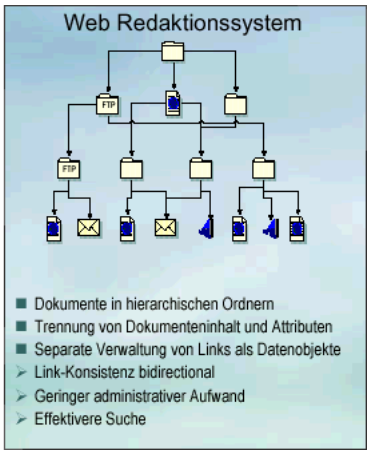
- Verwaltung von verteilten Webservern
- Exportfunktionalität
- Plattformunabhängigkeit (Browser-Frontend)
- Zeitgleiche Bearbeitung von Dokumenten
- Integration Suchmaschine
- Staging Mechanismus

Modifizierbare Portal-Seite bei www.yahoo.de

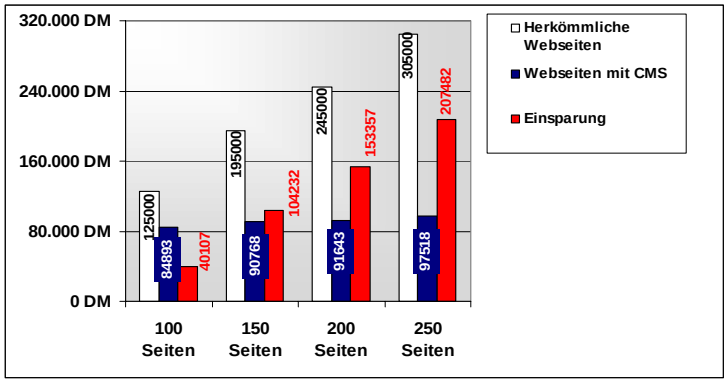


Vom Chaos zur Struktur





Kostenvergleich: Herkömmliche Website versus Website mit CMS



Annahmen:
- Betrachtungszeitraum: 3 Jahre
- Mittlere Aktualität: Jede zweite Seite wird viermal jährlich geändert
- Zusätzliche Komponenten: Search Engine, Downloadfunktion, interner Bereich (paßwortgeschützt): 5.000,- DM
- Seitenerstellungskosten (Agentur): 300,- DM pro Seite
- Seitenänderungskosten (Agentur): 150,- DM pro Seite
- Durchschnittliche Aktualisierungsdauer (CMS): 7,5 Minuten
- Aktualisierung durch eigene Mitarbeiter (CMS): 70,- DM pro Stunde

Quelle: CYBIZ 03.2001, S. 87, Quelle: Dietmar Hannebohn Consult GmbH

Content Syndication

Ausgangsszenarien:

A: Man hat Content, der auf andere Sites soll (z.B. Wiederverkäufer, Portale, etc.)

B: Man hat Content, den man auf einfache Weise vermarkten möchte.

Lösung:

Einsatz von sog. „Syndication“ Server:

Hierdurch wird der Web Page Inhalt zum Leser gebracht, egal wo dieser zu finden ist.

Content Production & Syndication

www.apa.at

www.dpa-AFX.de
www.dpa-info.com
www.dpa.de

www.4content.de

www.cocomore.de

Quelle: Coremedia AG

Content Syndication

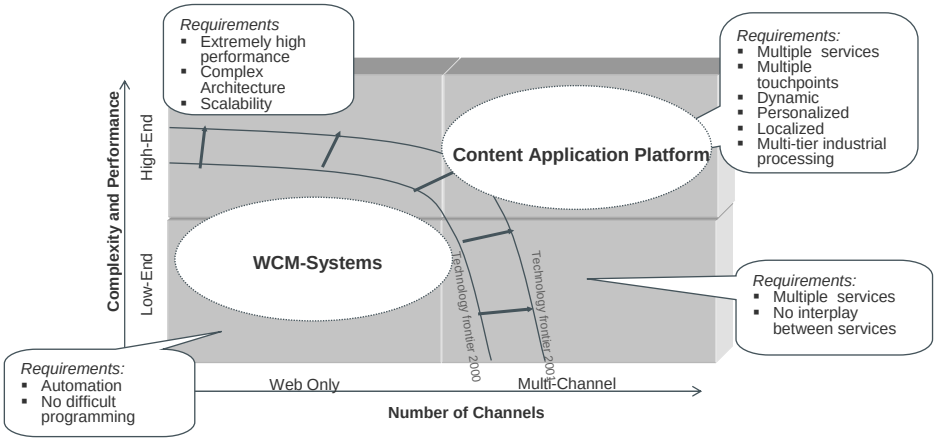
- **Automation** of content production
- Always up-to-date through ***event-based publishing***
- **Import of diverse file formats**
- **Automatic, rule-based classification** of imported content
- **Automatic, rule-based forwarding** of up-to-date content in a push mode
- **Multiple usage of content** in different services and different formats: XML, HTML, SGML, ASCII, WML,...
- Individual layouts for each customer
- Interfaces for **billing, digital rights management, profiling etc.**

Vorteile von Content Syndication

Content kostet am meisten Geld Syndication bietet:

- **Einfacher Weg der Übernahme**
  - **Eigenes Layout**
  - **Vollständig unter eigener Kontrolle**
- **Einfacher Weg der Übergabe**
  - **Automatische Verwaltung**
  - **Effiziente Verwertung selbsterstellten Contents**
- **Standardprotokoll ICE (Information & Content Exchange)**

Content Application Platforms



The Content Economy is in a dynamically evolving process. The requirements it will place on software systems are far beyond those for conventional web content management systems. The next step in this development is the emergence of a new breed of Content Application Platforms, which can be defined as:

- a Standard Software for Content-Intensive Applications
- in the Multi-Channel and High-End Segment

Quelle: Coremedia AG

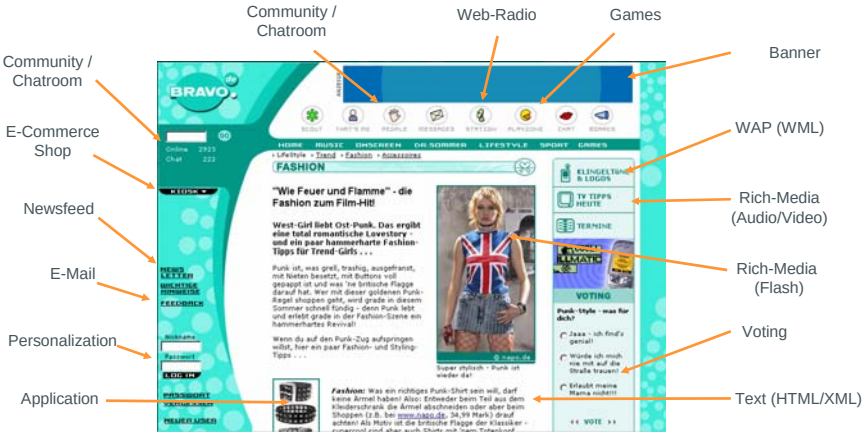
Which features will future content applications include?

- **Multi-channel**
  - New business models, cutting costs
- **Rich media**
  - Increased bandwidth, better acceptance of paid content
- **Personalized**
  - Billing, CRM, Multi-Touchpoint Transactions
- **Localized**
  - New business models, micro marketing
- **Multi-touchpoint**
  - Transactions span multiple channels
- **And many others**

Quelle: Coremedia AG

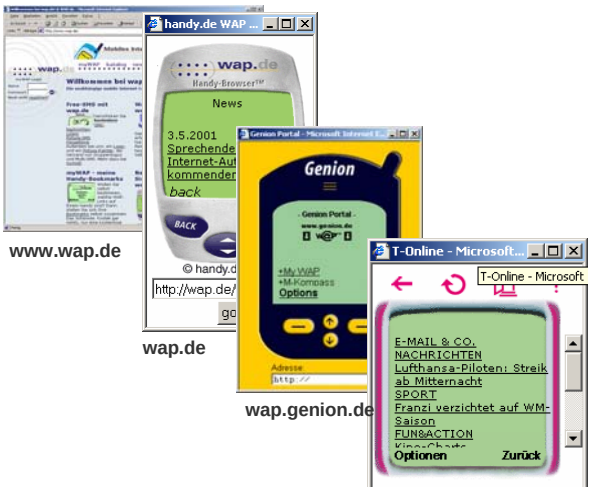
Modern Content Applications contain a variety of functionalities packed into a rich media front-end

www.bravo.de: INTELLIGENT CONTENT CREATES A UNIQUE EXPERIENCE



Quelle: Coremedia AG

Mobile Services



www.wap.de

wap.de

wap.genion.de

wap.t-online.de

Quelle: Coremedia AG

Mobile Services

- One **central Content Application Platform** for Web and WAP
- Device-dependent generation of different WML dialects
- **Multi-channel publishing**
- **Single-source/multi-channel**
- **Intermedia personalization**
- **Highly personalized content** depending on location, time, user preferences, device, medium, context,...
- **Open architecture** for the rapid integration of future technologies: UMTS, i-mode, Interactive TV etc.

Interactive TV

MHP Multimedia-Home-Platform

RTL (former Bertelsmann Broadband Group)

Quelle: Coremedia AG

Interactive TV & Video on demand

- **Rich-media content:**
  - Powerful **modeling capabilities**
  - Simple **administration and editing**
  - Simultaneous delivery via different broadband channels (cable, satellite, set-top box,..)
- Integration of the **Multimedia Home Platform (MHP)** for interactive multimedia services on the TV-screen

Rich-Media & Streaming Portale

www.eyedoo.de

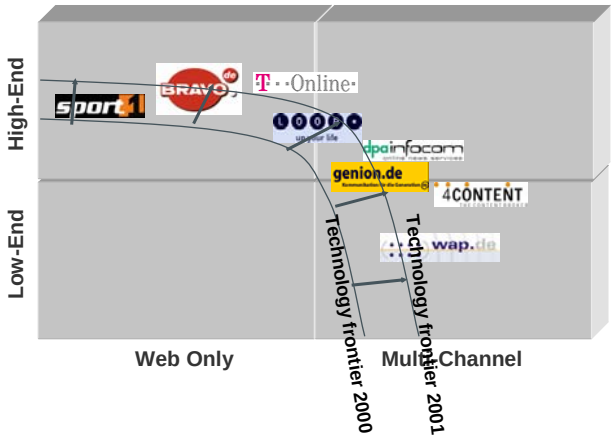
www.whow.de

Quelle: Coremedia AG

Rich-Media & Streaming

- **Rich-media content:**
  - Powerful **modeling capabilities**
  - Simple **administration and editing**
  - **High performance delivery** of personalized rich media content through ***Smart Caching***
- Integration of a **streaming server**

Example Rich-Media & Streaming Portale: bmwfilms.com



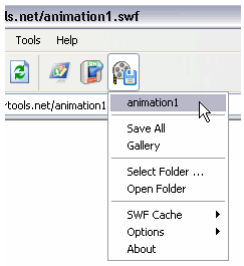
Quelle: Coremedia AG

Rich-Media & Streaming Portale: Flash Saving Plugin

- **Flash Saving Plugin (http://browsertools.net/Flash-Saving-Plugin/) lets you easily save Flash movies right from Internet Explorer. There's no need to rummage about in the browser cache anymore! If your browser is Internet Explorer, then a button is added to the Internet Explorer toolbar.**
- **Internet Explorer doesn't allow you to save Flash animation to your hard disk directly. But it does save it in its cache every time you view a Flash movie on a web page.**
- **Flash Saving Plugin will solve this problem for you! Flash Saving Plugin is a free Internet Explorer add-on which adds a button to the Internet Explorer toolbar.**

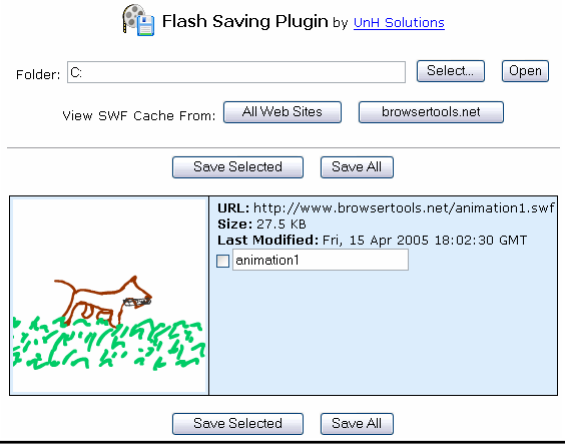
Rich-Media & Streaming Portale: Flash Saving Plugin

- **When you click the button, it shows you a list of all flash movies loaded on the current web page. If you click an item from the list, the corresponding Flash movie will be saved to predefined folder. You can all save all Flash movies with a single click!**



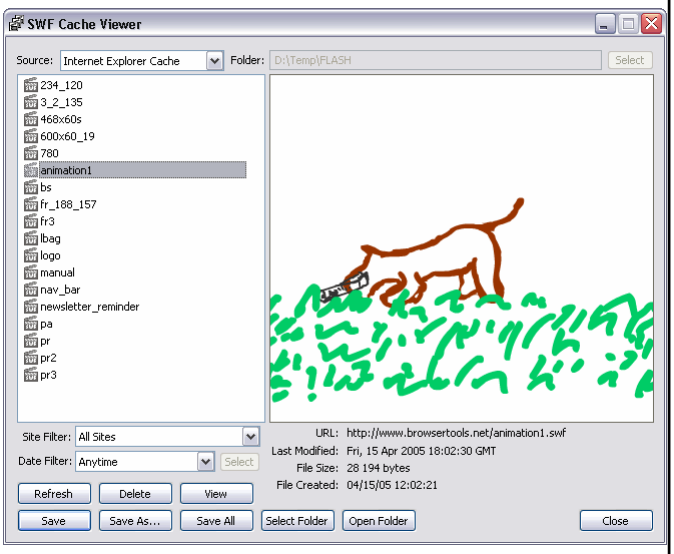
Rich-Media & Streaming Portale: Flash Saving Plugin

- **Flash Saving Plugin can also be used in IE-based browsers, such as Maxthon, Avant, SlimBrowser, etc. In these browsers you should use the context menu command Save Flash. The command opens a new browser window called Gallery. You can save all or individual Flash movies using the Gallery window**



Rich-Media & Streaming Portale: Flash Saving Plugin

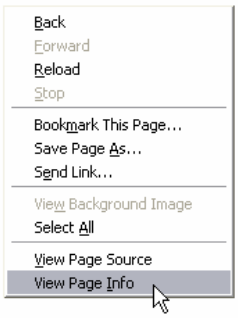
- Flash Saving Plugin comes with SWF Cache Viewer – a utility for browsing Internet Explorer and Mozilla Firefox cache.
- It searches for Flash movies in the browsers' cache and displays all found movies as a list.
- You can view and save found Flash animation to a predefined folder.
- SWF Cache Viewer also comes in handy when a Flash movie is displayed in a popup window without the toolbar, thus making it impossible to use the button or the context menu command.

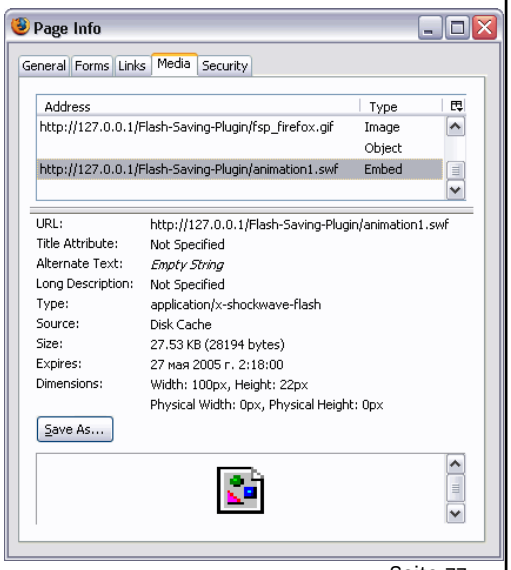


How do I save Flash in Mozilla Firefox?

- Mozilla Firefox has built-in features to save Flash movies.
- When viewing a web page:
  - Right-click on the web page
  - Select View Page Info
  - Switch to the "Media" tab
  - Select the Flash movie you want to save
  - Click Save As

How do I save Flash in Mozilla Firefox?

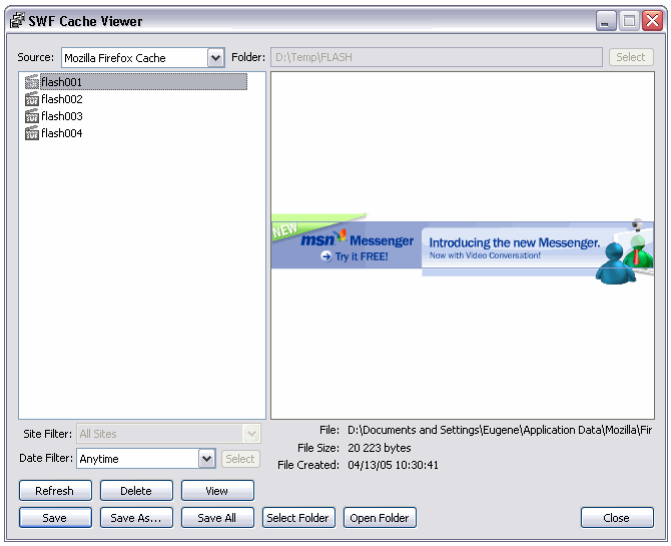




How do I save Flash in Mozilla Firefox?

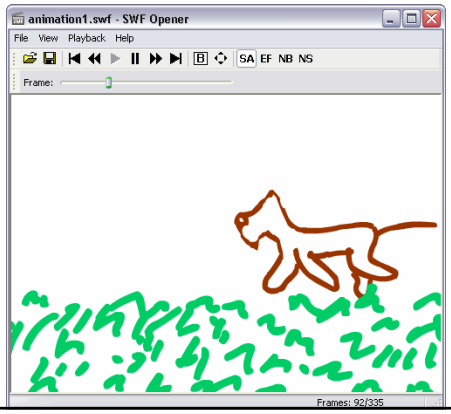
- **To browse the Flash movies cached by Firefox, you can use SWF Cache Viewer which comes with Flash Saving Plugin (http://browsertools.net/Flash-Saving-Plugin/) and SWF Opener (http://browsertools.net/SWF-Opener/).**

How do I save Flash in Mozilla Firefox?



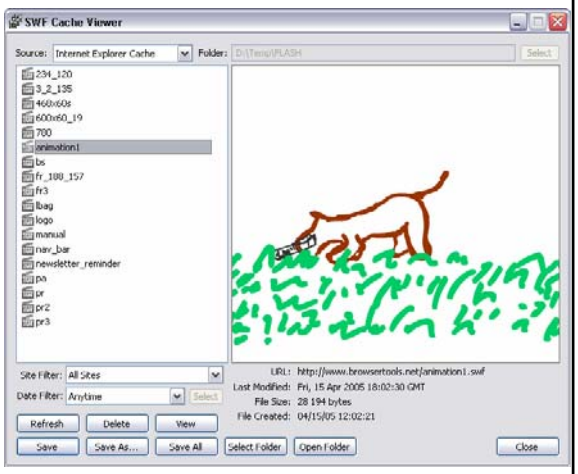
How do I save Flash files?

- **You have saved a Flash movie (SWF file) to your hard drive. What's next? How are you going to play it?**
- **Actually, you can play it with Internet Explorer, but if your Internet Explorer starts slowly or you just don't want to bother yourself with "file association configuration", then use SWF Opener – swf files player.**



How do I save Flash files?

- Once SWF Opener is installed, you can double-click any swf file on your hard drive to get it played right away!
- SWF Opener comes with SWF Cach Viewer – a program that allows you to conveniently view and save cached swf files.



Zusammenfassung: Kategorisierung der Begrifflichkeiten

HTML-Editor
Erstellung von Texten, Grafiken, HTML-Seiten

Web-Site-Management
- Betreiben einer WebSite
- Verwalten von HTML-Seiten
- Trennung von Layout und Design

Content Management
- Verwalten beliebigen Content
- Publizieren für unterschiedliche Medien
- Import/Export-Filter
- Redaktions-workflow

Dokument Management
- Verwalten von Dokumenten
- Checkin/Checkout
- Begleitung des Dokumentlebens-zyklus

Knowledge Management
- Informations-verwaltung
- Informations-retrival
- Unterstützung von Teams und Community

Zusammenfassung: Nutzen des Content Management System

- **Verwaltung von verschiedenen Arten von Content**
- **Ablage von beliebigen Daten in einer hierarchischen Publikationsstruktur: Importfunktion aus verschiedenen Datenquellen (Import von Texten, Bildern und strukturierten Daten)**
- **Anbindung von externen Content Providern: Einfache Integration von Inhalten und Bereitstellung eines Frameworks für die mediengerechte Darstellung des Content**
- **Beliebige Attributierung des Content: Feste und freie Attribute für die Steuerung der**
- **Konfigurierbare Exportfunktion: Mehrfachnutzung des Content und Aufbereitung für nachgeschaltete Systeme**
- **Mehrstufige Redaktionsprozess: Erstellung des Content durch verschiedene Redakteure, Freigabe der Dokumente durch zuständigen Chefredakteure bzw. verantwortlichen Webmaster**
- **Automatische Generierung von Übersichtsseiten: Z.B. von Inhaltsverzeichnissen, Sitmaps und Indizes**

2.1 Web Sites as eBusiness presence
2.2 Web Site Engineering
2.3 Content Management
⇨ 2.4 Auswahl und Einführung von CMS
2.5 Kriterien zur Auswahl von CMS

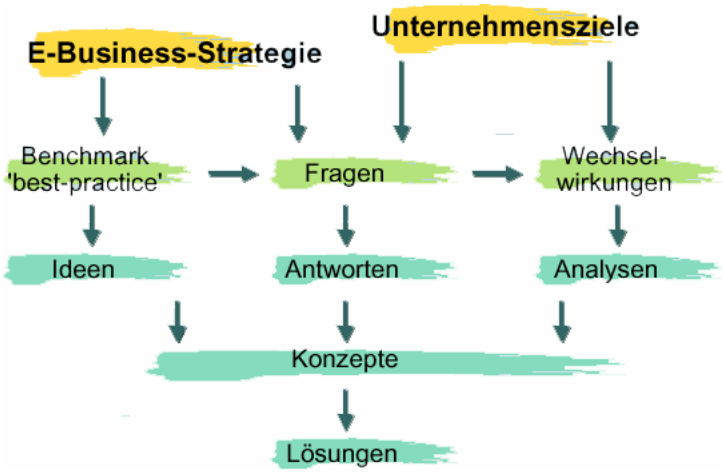
Dynamisches CMS-Einführungsmodell

CMS-Vorgehensmodell

Phase	Aufgaben
CMS Requirements (Planung)	1. Situationsanalyse 2. Strategische Zieldefinition 3. Anforderungsanalyse(n) (Erstellung Grobkonzept) 4. Systemsauswahl 5. Anforderungsanalyse: Feinkonzept
CMS Realization (Realisierung)	6. Style-Guide(Layout/ Navigations-Design) 7. Festlegung Informationsstruktur, Redaktionsprozesse, Rollenverteilung 8. Einführung (Implementierung, Coding, Test
CMS Online (Betrieb)	9. Betrieb (Pilotierung, Freigabe) 10. Promotion 11. Pflege, Qualitätssicherung 12. Weiterentwicklung

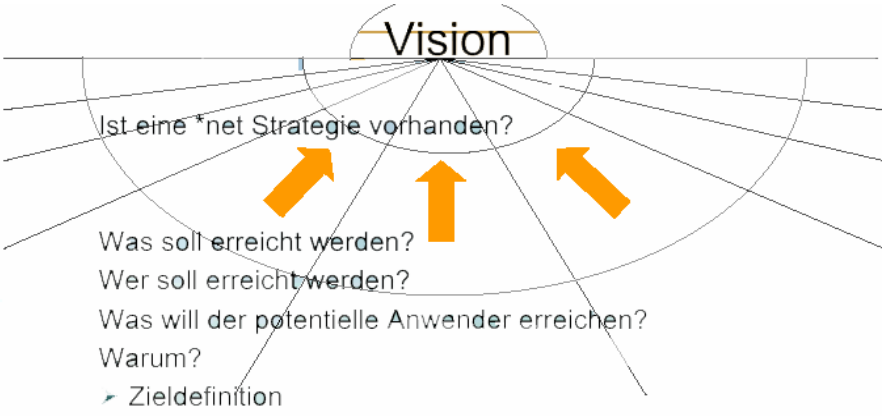
Substantielle Modifikationen des CMS (technisch und/oder inhaltlich)

1. Situationsanalyse: Vom Ziel zur Lösung

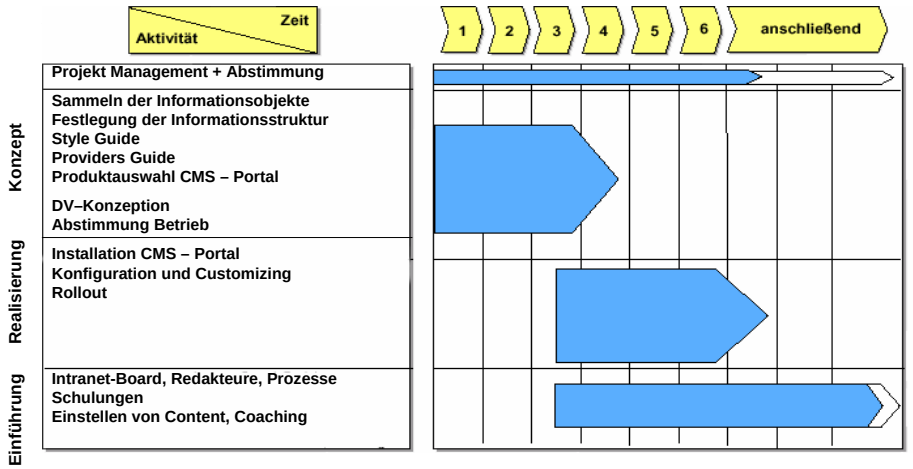


Der richtige Abgleich zwischen Analysen, Fragen, Antworten und Ideen legt den Grundstein für optimale Lösungen

2. Strategische Zieldefinition



3. Anforderungsanalyse: Grobkonzeption



3. Systemauswahl: Grobkonzept - Vorgehensweise

- **Beschreibung der Ziele**
- **Bedarfsanalyse**
- **Anforderungen - auch IT**
- **Lösungskonzept**
- **Phasenplanung**
- **Kosten**

= Grobkonzept

4. Evaluierung - Vorgehensweise

- **Kriterienauswahl**
- **Gewichte der Kriterien**
- **Festlegung des Zeit- und Kostenrahmens für Evaluierung ausgewählter Produkte**
- **Produktvorauswahl**

= Ausgewähltes Produkt

5. Feinkonzept - Vorgehensweise

- **Kriterien**
- **Gewichtung der Kriterien**
- **Produktauswahl**
- **Festlegung des Zeit- und Kostenrahmens**
- **Erfüllung der Kriterien verifizieren, Prototyp**
- **Lösungsbeschreibung**

❖ **Feinkonzept**

6. Style Guide: Vorgehensweise

- **Wer erstellt den Style Guide (Inhouse, Agentur)**
- **Corporate Design**
- **Realisierbarkeit**
- **Abnahme**

= Style Guide

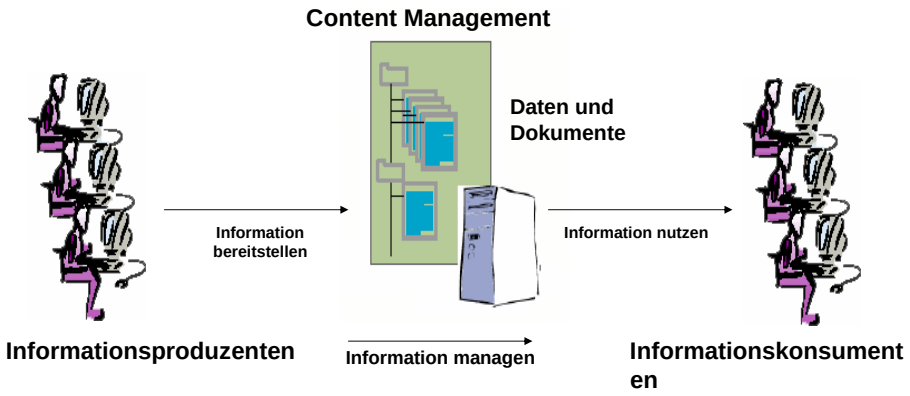
7. Festlegung von Informationsobjekten und Informationsstruktur

- Ein Informationsobjekt ist die Kombination aus seinem Inhalt (Text, Grafik, Link, etc.) und Eigenschaften z.B. Autor, Erstellungsdatum, Kategorie, Titel
- Die strukturierte Ablage der Informationsobjekte ergibt die Informationsstruktur

- Welche Informationsobjekte?
- Was ist der Zweck des Informationsobjektes?
- Wer ist dafür verantwortlich?
- Welche Prozesse sind daran beteiligt?
- Wie ist z.Z. der Freigabeprozess?

= Informationsstruktur

7. Bereitstellung Informationsobjekte



7. Aufspüren Informationsobjekte

- **Welche Information werden für die Tätigkeiten in in einem Bereich benötigt, die Bestandteile des gesamten Webauftrittes sein sollen?**
- **Welche Informationen können und sollen im bereitgestellt?**
- **Welche zusätzlichen, allgemeinen Informationen werden gewünscht?**

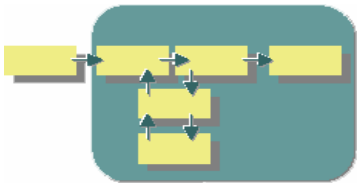
7. Kategorien von Informationsobjekten, z.B. Corporate Intranet

- **Unternehmensdarstellung**
- **Informationen der Geschäftsbereiche**
- **Aktuelle Mitteilungen, Rundschreiben, Pressinformationen**
- **Produktinformationen**
- **Allgemeine Brancheninformationen**
- **Arbeitsmittel – Formulare**
- **Personalinformation / Betriebsrat**
- **IT – Informationen**
- **Sonstiges**

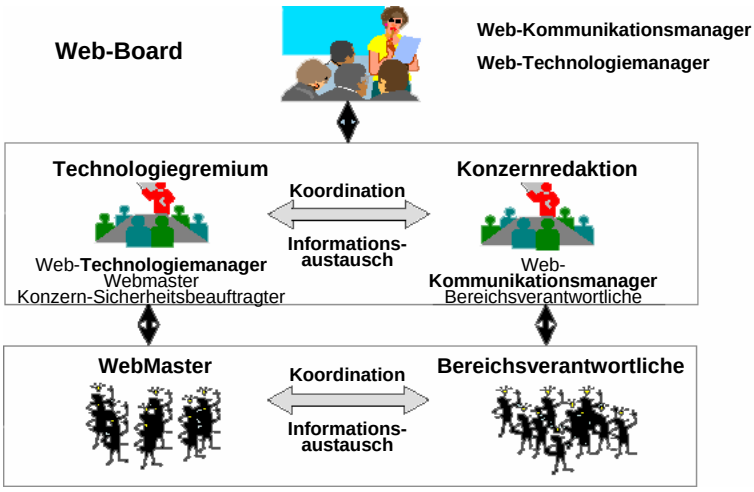
7. Festlegung der Redaktionsprozesse

- **Welche Prozesse sind daran beteiligt?**
- **Wie ist z. Z. der Freigabeprozess?**
- **Optimierung möglich?**

= Redaktionsprozesse



7. Festlegung der Rollenverteilung



8. Einführung: Implementierung, Coding, Test

- **Implementierung**
- **Coding**
- **Test**
- **Migrationsplanung vorhandener Informationsobjekte**
- **Schulungsplanung**

= Einführung

9. Betrieb: Pilotierung

- **Informationsstruktur aufsetzen**
- **Rollenverteilung etablieren**
- **Pilotbetriebskonzept**
- **Auswahl Pilotteilnehmer**
- **Migration ausgewählter vorhandener Informationsobjekte**
- **Feedback der Pilotteilnehmer abfragen und umsetzen**

= Erfolgreicher Pilot

9. Betrieb: Freigabe

- Informationsstruktur überprüfen
- Weitere Teilnehmer einbeziehen
- Betriebskonzept umsetzen
- Feedback der Teilnehmer abfragen und reagieren
- Migration vorhandener Informationsobjekte
- Neue Informationsobjekte sind möglich

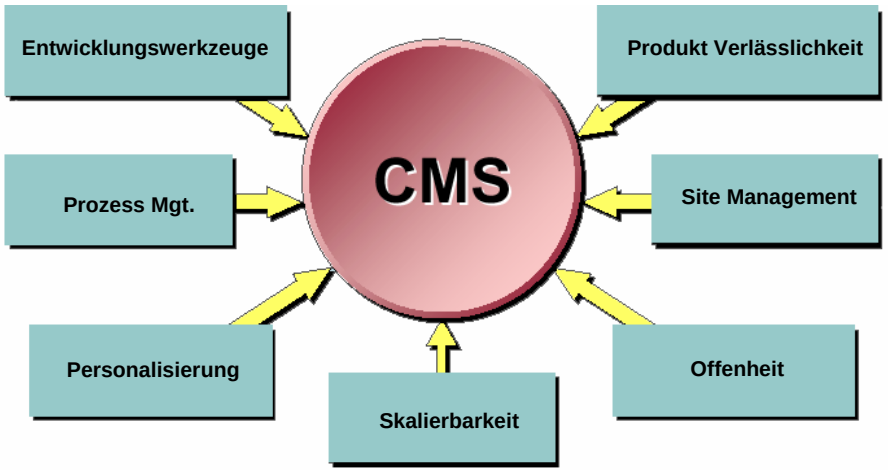
= Erfolgreiche Freigabe

- Erfolgreiche Einführung?

⇒ 10. Promotion
⇒ 11. Pflege, Qualitätssicherung
⇒ 12. Weiterentwicklung

2.1 Web Sites as eBusiness presence
2.2 Web Site Engineering
2.3 Content Management
2.4 Auswahl und Einführung von CMS
⇨ 2.5 Kriterien zur Auswahl von CMS

Kriterien zur Auswahl eines CMS



Produkt Verlässlichkeit

- **Marktpräsenz des Herstellers: International - National**
- **Mehrsprachenfähigkeit**
- **Preis-, und Lizenzmodelle**
- **Support International - National**
- **Kooperationen mit Herstellern ergänzender Komponenten**

Site Management

- Trennung von Struktur, Layout, Inhalt
- Zentrale Erstellung und Verwaltung von Strukturen, Templates, Navigation
- Integration bestehender HTML-Seiten
- Unterstützung mehrsprachiger Inhalte – Internationalisierung
- Template-basierendes Arbeiten, vordefinierte Standardtemplates
- Unterstützung statischer und dynamischer Seiten-Elemente
- Komfortable Linkverwaltung
- Filter- und Konvertierungsmechanismen
- Groupwarefunktionalitäten
- Archivierungs-, Versionierungs-, und Rollbackmechanismen

Offenheit

- Erlaubter Einsatz von beliebigen Web-Servern und Tools
- Weitgehende bis absolute Plattformunabhängigkeitdurch Java/XML/Perl – Offene Integrationsmöglichkeit
- Information und Content Exchange
- Modularer Aufbau und Erweiterbarkeit (e-Commerce)
- Skalierbares System
- Branchenunabhängiges System
- Kurze Implementierungsdauer
- Integration versch. Datenformate: Strukturiert - unstrukturiert

Skalierbarkeit

- **Gleiche Arbeitsumgebung z.B. Bedienung über Web-Browser**
- **Plattformunabhängigkeit**
- **Preview-Funktionalität und Stagingmechanismen**
- **Medienneutrale Archivierung**
- **Dezentrale Wartbarkeit**
- **Übertragung auf verschiedene Server**
- **Verwendung einer Datenbank**
- **Kopplung mit bestehenden Systemen**
- **Anbindung externer Benutzverwaltung**
- **Anbindung externer Datenquellen**
- **Application Programming Interface (API)**

Personalisierung

- **Unterstützung von Portallösungen mit Personalisierungs-funktionalität sowohl für:**
  - **Informationsproduzenten**
  - **Informationskonsumenten**
- **Speicherung und Analyse des Besucherverhaltens**
- **Profilbildung anhand interner und externer Quellen**
- **Aussagekräftige statische Aufbereitung zur Siteoptimierung**

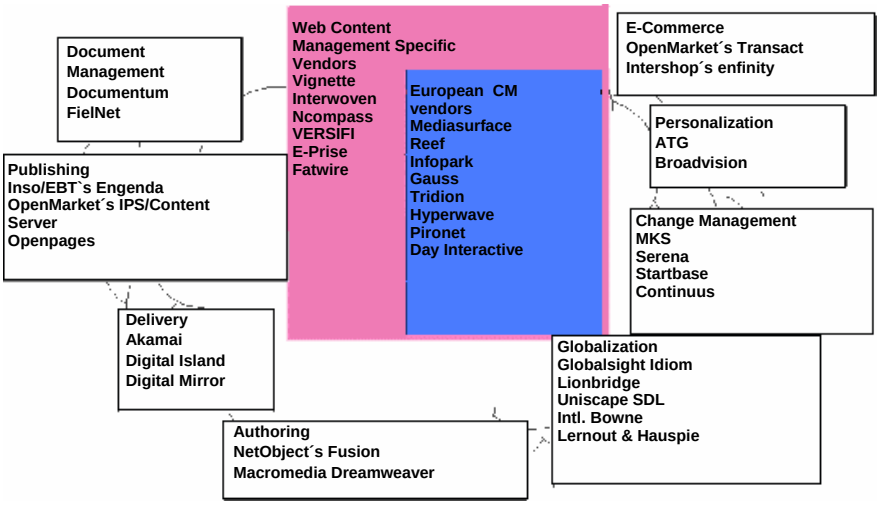
Workflow-, Rollen-, Prozess Management

- **Differenzierte Zugriffsrechte**
- **Paralleles Arbeiten von mehreren Autoren**
- **Differenziertes Freigabeverfahren**
- **Exakt definierter Workflow**
- **Automatische Überwachung und Sicherstellung von Konsistenz und Vorgaben für das Corporate design/Identity**
- **Administrator Konsole mit entsprechenden Funktionalitäten**

Entwicklungswerkzeuge

- **Erstellung/Bearbeitung von Inhalten mit externem Editor**
- **Erstellung/Bearbeitung von Inhalten mit integriertem Editor**
- **Intuitive, benutzerfreundliche Anwendungsoberfläche**

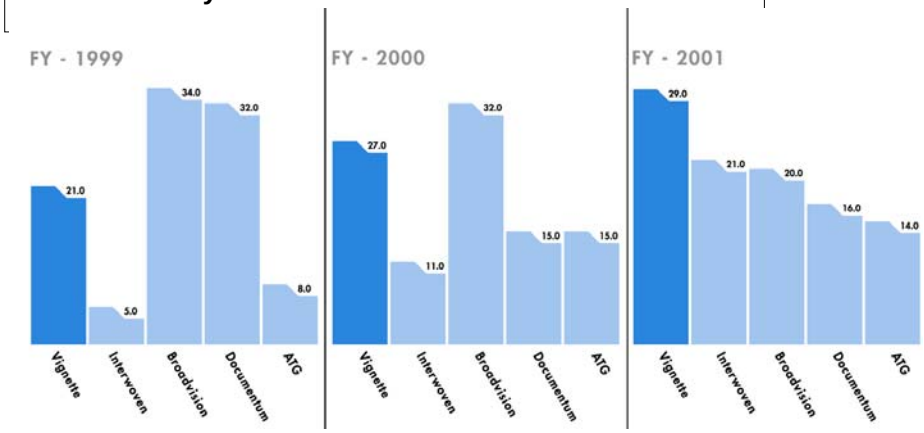
Anbieter von CMS



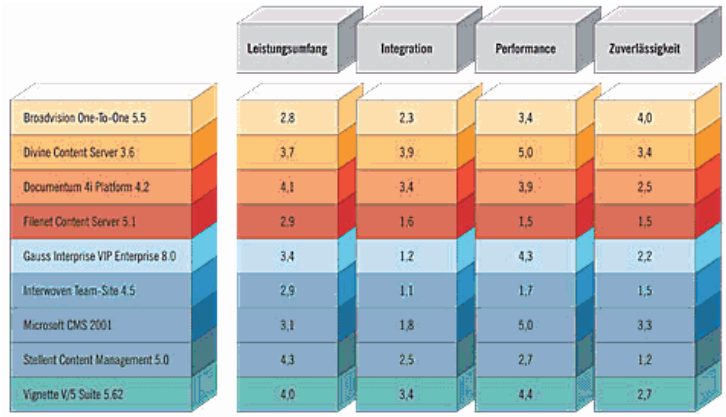
Quelle: Gartner Group

The Leader in Content Management

Market share by license revenue

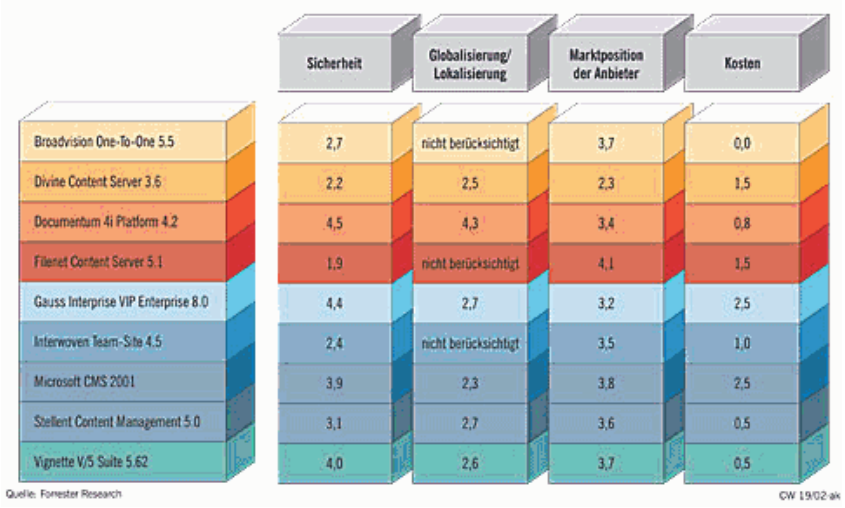


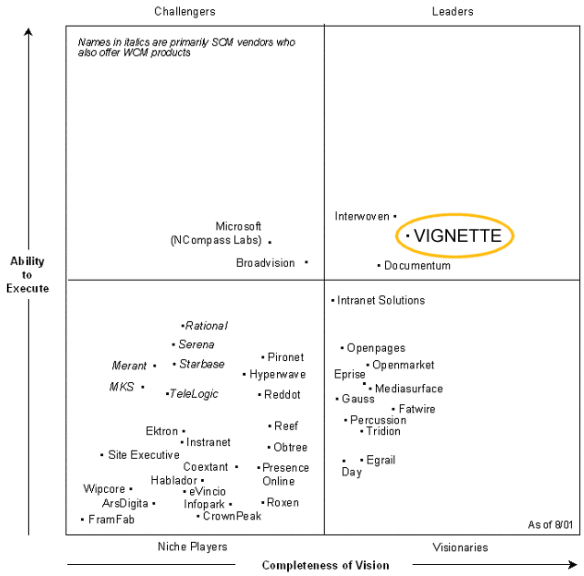
Content-Management-Produkte im Test von Forrester (1)



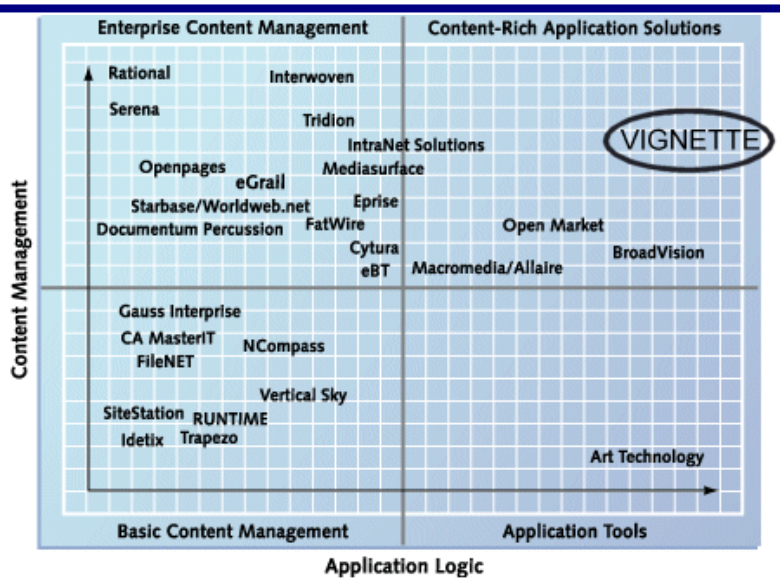
Die Gewichtung erfolgte nach den Ansprüchen von international agierenden Unternehmen, die Forrester in einer Umfrage ermittelt hat. Die Bedeutung der Einzelkriterien kann ein Forrester-Kunde entsprechend seinen eigenen Wünschen individuell festlegen, wodurch sich im Einzelfall ganz andere Noten ergeben können. Die Bewertung reicht von 0,00 Punkte für „nicht erfüllt" bis 5,00 für „vollständig gegeben". Zum exakten Umfang der getesteten Produktsets siehe www.forrester.com

Content-Management-Produkte im Test von Forrester (2)





Gartner Group, August 2001



Yankee Group, May 2001

Examples of “Free” CMS-Software

- **PHPNuke – http://phpnuke.org**
- **Midgard – http://www.midgard-project.org**
- **Cocoon – http://xml.apache.org/cocoon/**
- **Zope – http://www.zope.org**