

Fachhochschule Stuttgart

Studiengang Informationswirtschaft

Wolframstrasse 32 – D-70191 Stuttgart
E-Mail: nohr@hbi-stuttgart.de



ARBEITSPAPIERE WISSENSMANAGEMENT
WORKING PAPERS KNOWLEDGE MANAGEMENT

Holger Nohr

**Content Management –
Die Einführung von Content
Management-Systemen**

Arbeitspapiere Wissensmanagement

Nr. 11/2000

ISSN 1616-5349 (Internet)
ISSN 1616-530 (Print)

Herausgeber:
Prof. Holger Nohr

Information

Reihe: Arbeitspapiere Wissensmanagement

Herausgeber: Prof. Holger Nohr
Fachhochschule Stuttgart
Studiengang Informationswirtschaft
Wolframstrasse 32
D-70191 Stuttgart
E-Mail: nohr@hbi-stuttgart.de
Homepage: <http://www.hbi-stuttgart.de/nohr>

Schriftleitung: Prof. Holger Nohr

ISSN: 1616-5349 (Internet)
1616-5330 (Print)

Ziele: Die Arbeitspapiere dieser Reihe sollen einen Überblick zu den Grundlagen des Wissensmanagements geben und sich mit speziellen Themenbereichen tiefergehend befassen. Ziel ist die verständliche Vermittlung theoretischer Grundlagen und deren Transfer in die Praxis.

Zielgruppen: Zielgruppen sind Forschende, Lehrende und Lernende im Fachgebiet Wissensmanagement sowie Praktiker in Unternehmen.

Quellen: Die Arbeitspapiere entstehen aus Forschungsarbeiten, Diplom-, Studien- und Projektarbeiten sowie Begleitmaterialien zur Lehr- und Vortragsveranstaltungen des Studiengangs Informationswirtschaft der Fachhochschule Stuttgart.

Hinweise: Falls Sie Arbeitspapiere in dieser Reihe veröffentlichen wollen, wenden Sie sich bitte an den Herausgeber.
Informationen über die Arbeitspapiere dieser Reihe finden Sie unter <http://www.hbi-stuttgart.de/nohr/Km/KmAP/KmAP.htm>

Der Autor: *Prof. Holger Nohr* lehrt im Studiengang Informationswirtschaft der Fachhochschule Stuttgart in den Fächern Wissensmanagement, Qualitätsmanagement sowie Existenzgründung und Gründungsmanagement

Inhaltsverzeichnis:

1. Einleitung.....	4
2. Wirtschaftlichkeit.....	6
3. Funktionalität	7
3.1 Wie wird die Trennung von Inhalt und Layout gehandhabt?.....	7
3.2 Rollenkonzepte	8
3.3 Informationsorganisation.....	8
3.4 Editoren.....	9
3.5 Metainformationen.....	9
3.6 Versionsmanagement.....	9
3.7 Link-Management	10
3.8 Retrievalmöglichkeiten	10
3.9 Dateiformate	10
3.10 Import und –Export	11
4 Fazit	11
Literatur.....	12

1. Einleitung

Intra- und Extranetlösungen in Unternehmen entwickeln sich zunehmend zur Plattform für die E-Business-Strategie. Häufig jedoch haben sich diese Plattformen eher unkontrolliert und mit einer grossen Geschwindigkeit entwickelt, so dass veraltete Informationen, „tote“ Links und sogar unauffindbare Dokumente die Entwicklung erschweren und eine zunehmende Unzufriedenheit unter den Kunden und Mitarbeitern auslösen. Da es sich größtenteils um individuelle Entwicklungen handelt, die weder skalierbar noch auf Dauer wartbar sind, steht das Wissens- und Informationsmanagement vor der Frage, ob ein Web-basiertes Content Management System (CMS bzw. WCMS) eingesetzt werden soll, um einen gezielten Aufbau und die Pflege der Informationsseiten zu ermöglichen. Gefordert sind hier vor allem offene und skalierbare Lösungen, die in ihren Funktionalitäten weit über herkömmliche Dokumentenmanagement- und Web-Design-Systeme hinaus reichen (Gammel 2000).

Viele Unternehmen sind bereits seit einiger Zeit im Internet vertreten oder betreiben umfangreiche Intranets. Diese Systeme haben sich in vielen Fällen zu unverzichtbaren Informationsdrehscheiben für Mitarbeiter und Kunden entwickelt. Mit der wachsenden Flut von Dokumenten und WWW-Seiten entstehen aber auch Probleme: der Aufwand für eine manuelle Linkpflege wächst exponentiell zum Dokumentenbestand und ist tatsächlich häufig gar nicht gewährleistet!

In diesen Fällen ist die Einführung eines Content Management zur Strukturierung und Verwaltung der Informationen im Internet eine mögliche Lösung. Einige der verfügbaren Systeme organisieren den gesamten Produktions- und Lebenszyklus von Web-Dokumenten.

Das Content Management soll die Handlungen der Anwender koordinieren und die Veröffentlichung der Dokumente automatisieren, so dass konsistente und stets aktuelle Online-Informationen eines Unternehmens im Internet angeboten werden. Dabei bedeutet Content Management zunächst ganz allgemein die Verwaltung von Inhalten, wobei das Augenmerk vor allem auf der Aktualität, Zuverlässigkeit, Konsistenz und Erschließbarkeit der Inhalte liegt. In diesem Sinne ist Content Management eine wichtige Aufgabe im betrieblichen Wissensmanagement und trägt entscheidend zur Informationsqualität (vgl. Nohr 2001) bei. Die Bedeutung steigt, wenn der Auftritt im Inter- oder Extranet als E-Business-Lösung-Plattform dient.

Ein WCMS hilft bei der Verwaltung professioneller Informationsangebote im Inter- sowie Intra- oder Extranet. Es unterstützt die automatische Erstellung, Steuerung und Organisation der Inhalte, indem es die folgenden Funktionen integriert:

- ◆ Dokumenten-Management, mit dem große Mengen von Publikationen und Dokumenten verwaltet werden können
- ◆ Link-Management zur konsistenten Pflege der Hyperlinks
- ◆ Automatisierte Navigationshilfen
- ◆ Zentrale Verwaltung des Layout

- ◆ Workflow-Management für die Koordination der Arbeitsabläufe
- ◆ Benutzer- und Zugriffsrechteverwaltung für die Informationsproduzenten und Mitarbeiter
- ◆ Importschnittstellen zum Einbinden von vorhandenen Dokumenten
- ◆ Exportschnittstellen zu einem oder mehreren Web-Servern
- ◆ Job-Control-System zur Administration

Ein web-basiertes Content Management-System ist ein

"Softwaresystem für das Administrieren von Webinhalten mit Unterstützung des Erstellungsprozesses basierend auf der Trennung von Inhalten und Struktur".¹

Der wesentliche Aspekt bei der Pflege eines Servers über ein WCMS ist die Trennung von Inhalt (Content) und Layout. Da das Layout vielfach bereits durch ein Corporate Design vorgegeben ist, ist es weder erforderlich noch sinnvoll, jedes einzelne Dokument immer wieder neu zu gestalten. Auch die Anwendung von Design-Templates sind nur begrenzt hilfreich, da eine Änderung des Layouts bei diesem Verfahren immer noch die Überarbeitung von vielen einzelnen Dokumenten bedeuten würde. Eine weitere wesentliche Aufgabe eines WCMS ist die gemeinsame und verteilte Arbeit verschiedener Content-Produzenten an den Dokumenten.

Hier hilft ein WCMS, indem es den Inhalt (Content) getrennt von den Designspezifikationen und den Hintergrunddaten hält und erst bei der Publikation der Webseiten beides einmalig zusammenführt. Hintergrunddaten sind Metainformationen, wie bspw. Angaben über die Autoren, über Zugriffsrechte oder Versionsangaben, Erstellungsdatum oder eine bereits vordefinierte Lebensdauer des Dokuments. Auch die Hyperlinks gehören zu den Metainformationen und werden getrennt vom Inhalt verwaltet (Link-Management). Dabei ist es unerheblich, ob der Publikationsprozess in einer statischen Web-Seite mündet oder ob die Seite jedesmal bei einem Aufruf dynamisch aufgebaut wird.

Selbstverständlich sorgt ein WCMS dafür, dass ausschließlich gültige Links existieren. Ein konsistentes Link-Management ist eine wichtigsten Anforderungen an ein WCMS und führt zu einer erheblichen Verbesserung der Qualität einer Seite und zu immensen Einsparungen in der Pflege sowie – nicht zu vergessen – zu einer grösseren Zufriedenheit der Kunden.

In diesem Beitrag sollen einige wesentliche Aspekte erörtert werden, die bei der Entscheidung für ein WCMS eine wichtige Rolle spielen können. Die hier behandelten Aspekte können keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder allgemeine Gültigkeit erheben, denn die Anforderungen in den Unternehmen sind zu unterschiedlich (Bullinger et al. 2000). Die eigenen Anforderungen an ein WCMS können bspw. ermittelt werden, indem die Produktions- und Administrationsprozesse mit Hilfe des Content-Lifecycle-Modells strukturiert werden (Weinstein 2000).

¹ Diese Definition wurde dem Glossar der Webseite "Contentmanager – Die Deutsche Content Management Site" entnommen: <http://www.contentmanager.de>

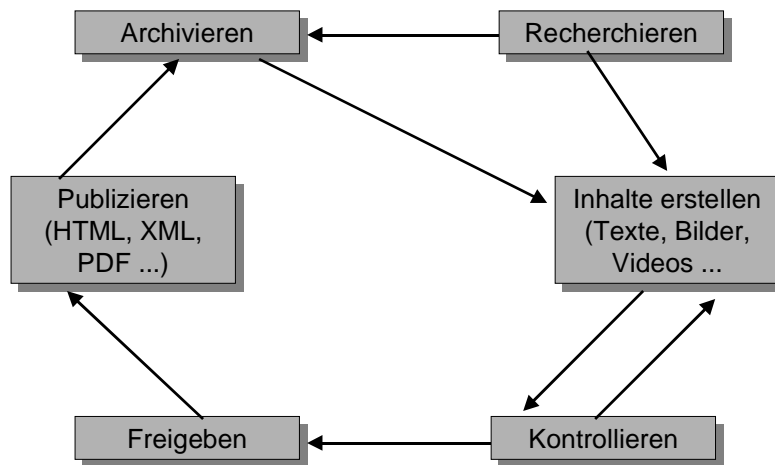


Abb. 1: Der Content-Lifecycle (vgl. Weinstein 2000)

Dies beginnt schon bei der Frage, in welchem Anwendungsumfeld ein WCMS eingesetzt werden soll: soll es zum Managen eines Intranets, eines Extranets oder eines Internet-Auftritts dienen? Während für öffentliche Internet-Angebote Authentifizierungsmechanismen eine untergeordnete Rolle spielen, ist eine solche Funktionalität für ein Extranet unabdingbar und auch in einem Intranet vielfach sinnvoll und notwendig.

Es ist daher jeweils individuell für ein Unternehmen bzw. einen konkreten Anwendungsfall zu entscheiden, ob die vorgestellten Aspekte relevant sind oder nicht bzw. wie sie in einem Pflichtenheft zu gewichten wären. Die folgende Beschäftigung mit WCM-Systemen geht kurz auf die wirtschaftliche Seite ein, um sich anschliessend ausführlicher mit funktionalen Aspekten zu beschäftigen.

2. Wirtschaftlichkeit

Lohnt es sich im Unternehmen ein Content Management Systems einzusetzen? Diese Frage zielt auf den ROI der für die Einführung und den Betrieb eines WCMS zu tätigen Investitionen ab. Die Investitionen sind in keinem Fall gering. Abhängig vom Einsatzgebiet des WCMS im Internet, Intranet oder Extranet ist die Bestimmung des ROI unterschiedlich schwierig. Entscheidenden Einfluss hat auch die bisherige Situation. Wird ein WCMS für das Management eines bereits bestehenden Intranets benötigt, so lassen sich die Arbeitsaufwände vorher und nachher ermitteln und vergleichen. Auf dieser Basis ist der ROI relativ einfach zu ermitteln. Soll allerdings mit der Einführung des WCMS erstmals ein Intra- oder Extranet aufgebaut werden, so stehen eher die wirtschaftlichen Betrachtungen im Mittelpunkt, die bei der Erstellung einer solchen Netzwerkumgebung anzustellen sind.

Insbesondere im Extranet-Bereich können durch den Einsatz von WCMS und den darauf aufsetzenden Funktionen konkrete Einsparungen erzielt werden (bspw. durch den Verzicht auf Versand von Informationen in Papierformat oder die Optimierung von Bestell-

prozessen), die gut quantifizierbar und daher für eine Berechnung des ROI heranziehbar sind.

Neben den harten Faktoren, wie konkret zu erzielende Einsparungen, spielen für die wirtschaftliche Betrachtung immer auch weiche Faktoren eine Rolle, die nur schwer oder überhaupt nicht quantifizierbar sind. Hier können u.a. die Qualität einer Web-Seite (bspw. keine toten Links), der angebotenen Informationen (bspw. nur aktuelle und gültige Informationen) oder der Vertrauensbeweis gegenüber Kunden und Lieferanten durch die Teilung von Wissen über ein Extranet angeführt werden.

3. Funktionalität

Für die Auswahl eines WCMS spielen vor allem die zur Verfügung gestellten Funktionalitäten eine entscheidende Rolle. Einige der wichtigsten Funktionen werden nachfolgend kurz vorgestellt und können bei einer anstehenden Entscheidung als Checkliste dienen. Die Bedeutung der einzelnen Funktionen müssen jeweils auf die konkreten Anforderungen bezogen werden.

3.1 Wie wird die Trennung von Inhalt und Layout gehandhabt?

Die wichtigste Systemfunktion eines Content Management Systems ist – wie bereits erwähnt – die getrennte Haltung des Inhalts von der grafischen Darstellung (dem Layout eines Dokuments). Durch diese Systemeigenschaft wird gewährleistet, dass die u.U. von unterschiedlichen Informationsproduzenten gepflegten Inhalte ein durchweg einheitliches Erscheinungsbild aufweisen und somit die Einhaltung des Corporate Designs sichergestellt ist. WCMS verfolgen durchaus unterschiedliche Ansätze, auf welcher Ebene diese Trennung vorgenommen wird – auf der Absatzebene, auf der Seitenebene oder nur innerhalb der Menüsteuerung. Je nach Ansatz wird der Produzent von Inhalten (Autor) mehr oder weniger stark in seinen gestalterischen Freiheiten eingeschränkt und umgekehrt proportional stark das Corporate Design durchgesetzt.

Idealerweise geben die Systeme keine Ebene fest vor, sondern sind auf eine Weise konfigurierbar, dass die für die vorliegenden Anforderungen beste Mischung zwischen Corporate Designvorgabe und gestalterischer Freiheit der Inhalte-Produzenten implementiert werden kann.

Die Trennung von Content und Layout ist vornehmlich bei datenbankbasierten Systemen vorzufinden. Sie stellt eine Anforderung dar, auf die keinesfalls verzichtet werden sollte.

Werden Content und Layout getrennt voneinander verwaltet, so bieten fortschrittliche WCMS die Möglichkeit, abhängig vom verwendeten Browser des anfragenden Clients, unterschiedliche, für den jeweiligen Browser optimierte, Layouts bereitzustellen. Auf diese Weise können die unterschiedlichen Features der gängigen Browser – insbesondere des Netscape Communicator und des Internet Explorer – in optimaler Weise unterstützt werden. Der User bekommt stets eine auf seinen Browser zugeschnittene Darstellung der Web-Seite angezeigt.

Eine weitere Entwicklungsstufe in diesem Zusammenhang stellt die Möglichkeit dar, nicht nur zwischen verschiedenen Browsertypen, sondern allgemein zwischen unterschiedlichen

Endgeräten unterscheiden zu können, bspw. W@P-Handies, Palm Pilots usw. Der Inhalt muss in diesen Fällen nicht nur in entsprechend angepasstem Layout, sondern auch in einer jeweils dem Endgerät angepassten Sprache (WML statt HTML im Fall von W@P) aufbereitet werden.

3.2 Rollenkonzepte

Rollenkonzepte, d.h. die Verwaltung von Benutzungs- und Zugriffsrechten können ein zentrales Thema bei der Auswahl und der Administration des WCMS werden. Daher sollte darauf geachtet werden, dass diese möglichst die Fähigkeit mitbringen, bereits bestehende Directory Services mitzubenutzen. Dies kann ggf. den zu leistenden administrativen Aufwand erheblich reduzieren.

Die Vergabe von Zugriffsrechten kann auf verschiedenen Ebenen erfolgen, bspw. auf der Absatzebene, der Seitenebene, der Objektebene, der Folderebene usw. Hier realisieren einzelne WCMS sehr unterschiedliche Konzepte. Es ist sinnvoll, frühzeitig im eigenen Unternehmen eine Klärung herbeizuführen, welche konkreten Anforderungen tatsächlich bestehen, um deren Umsetzbarkeit mit den angebotenen Rechtekonzepten existierender Systeme abgleichen zu können. In der Regel sind hierarchisch abgestufte Rechte sinnvoll: Das volle Zugriffsrecht mit der Möglichkeit, alle Elemente des Internetangebots zu verändern, benötigt nur die mit der Gesamtkoordination beauftragte Stelle, in der Regel eine Online-Redaktion. Weitere Zugriffsrechte sollten abgestuft je nach definierter Kompetenz der Akteure vergeben werden. Dafür muss bspw. geklärt und vor Implementierung des WCMS festgelegt werden, wer Templates verändern darf, wer Leitseiten verändern darf oder wer nur die Rechte zur Eingabe von Inhalten besitzt.

Die Vergabe von Zugriffsrechten auf die Menüstruktur kann eine sinnvolle Vorgehensweise sein. Manche Systeme zeigen stets das vollständige Menüverzeichnis an und fragen beim Aufruf eines geschützten Menüpunkts die Authentifizierung ab. Dies kann bei Mitarbeitern allerdings zu einem Gefühl des „Ausgeschlossenseins“ führen. Außerdem kann die Menüstruktur – da alle Menüpunkte im Verzeichnis angezeigt werden, schnell unübersichtlich werden. Diese Nachteile werden vermieden, wenn die Menüs dynamisch generiert werden, so dass dem Anwender nur diejenigen Menüpunkte angeboten werden, für die er tatsächlich mindestens eine Leseberechtigung besitzt. In Extranets mit vielen Funktionalitäten gilt dies äquivalent für die angebotenen Funktionen.

3.3 Informationsorganisation

Eine zentrale Frage bei der Konzeptionierung eines Intranets ist die Frage nach der inhaltlichen Organisation und Strukturierung der angebotenen Inhalte im Menü. Diese Struktur kann bspw. Organisationseinheiten des Unternehmens widerspiegeln und damit einem eher formalen Aufbau folgen. Alternativ ist ein eher inhaltlich orientierter Aufbau der Informationsorganisation denkbar, der eine Sortierung nach Aufgaben, Anlässen oder den Produkten des Unternehmens wählt. Beide Lösungen können über eine Klassifizierung integriert werden.

Klassifizierungen sind Metainformationen (s.a. Abschnitt 3.5), die allen Objekten bei ihrer Erstellung zusätzlich hinzu gefügt werden. Anhand dieser Metainformationen kann dem Anwender dann eine alternative Navigationsmöglichkeit angeboten werden. Außerdem können diese Klassifizierungsinformationen auch als zusätzliche Recherchekriterien dienen.

3.4 Editoren

Wichtig für die verteilte Erstellung von Content ist die Akzeptanz des WCMS durch die Informationsproduzenten (Autoren oder Redakteure). Diese steigt mit der Einfachheit des zu benutzenden Editors. Da viele Autoren eine berechtigte Scheu vor XML- oder HTML-Programmierung besitzen, sind Editoren mit WYSIWYG-ähnlichen Eigenschaften besonders geeignet, um Content dezentral erstellen zu lassen. XML- oder HTML-Kenntnisse sind dann nicht notwendig.

Die Zukunftssprache des web-basierten Content Management ist XML (vgl. New Sales Media 2000; Brosinski 2000)

3.5 Metainformationen

Es ist unabdingbar, zu dem eigentlichen Content sowie zu den sonstigen vorgehaltenen Objekten Metainformationen zu verwalten. Metainformationen beschreiben ein Dokument nach formalen oder inhaltlichen Aspekte. Zu den Metainformationen können u.a. gehören:

- ◆ Autoreninformationen
- ◆ Indexterme für die inhaltliche Repräsentation (die ggf. auch über eine automatische Indexierung erstellt werden können)
- ◆ Erstellungsdatum und Änderungsdatum
- ◆ Versionsangaben
- ◆ Angaben über die Lebensdauer eines Dokuments bzw. dessen Inhalt
- ◆ Sprachinformationen
- ◆ Klassifikationsinformationen
- ◆ Angaben über Dateiformate und -grösse

Über diese Metainformationen werden z.T. wichtige Funktionalitäten des WCMS gesteuert, bspw. die Lebensdauer eines Dokuments bzw. dessen Inhalt und damit die Revisionstermine (z.B. bei Preislisten). Gleichzeitig können sie teilweise als zusätzliche Recherchekriterien dienen (bspw. die Indexterme oder die Klassifikationsinformationen). Eine einfache Verwaltung der Metainformationen ist grundsätzlich geeignet, die Akzeptanz der Anwender zu erhöhen. Ein wichtiges Kriterium für die Systemauswahl ist die Frage, ob Art und Umfang von Metainformationen durch den Anwender festgelegt werden können. Zudem kann eine Normierung von Metainformationen deutlich die Performance eines WCMS erhöhen, indem für unternehmenseinheitliche Informationserschließung gesorgt wird.

3.6 Versionsmanagement

Wissensmanagement hat immer auch den Anspruch, ein Gedächtnis des Unternehmens aufbauen zu wollen. Ältere Versionen von Content und anderen Objekten wieder zur Verfügung zu stellen, ist gerade im Kontext des Wissensmanagement ein wichtiges Thema. Versionsmanagement lässt einen Rückblick auf die Entstehungs- und Veränderungsgeschichte von Dokumenteninhalten zu. Um einem unterschiedlich hohen Änderungsbedarf verschiedener Dokumente gerecht zu werden, sollte ein WCMS eine vom Anwender

frei zu konfigurierende Anzahl der zur Verfügung stehenden historischen Versionen anbieten.

Versionsmanagement ist eine Anforderung an die Archivfunktion eines WCMS und damit an ein leistungsfähiges Dokumentenmanagement.

3.7 Link-Management

Eine der wesentlichsten Funktionen eines WCMS ist das Link-Management. Ausgereifte Systeme sollten über ein „intelligentes“ Link-Management verfügen, welches das Auftreten von „toten“ Links innerhalb des Systems unterbindet und automatisch korrigiert, so dass stets nur gültige Links im System verwaltet und publiziert werden.

Werden Inhalte bzw. ganze Informationsobjekte von Anwendern gelöscht, auf die noch ein oder mehrere Links verweisen, so werden diese Links automatisch ebenfalls eliminiert. Da ein solcher Automatismus möglicherweise auch zu ungewollten Aktionen des Systems führen kann, ist alternativ diese Aktion durch den Anwender selbst auszuführen, nachdem er vom System über eine mögliche Inkonsistenz hingewiesen wurde. Ein WCMS sollte diese alternative Konfiguration anbieten.

Das Link-Management ist für die Qualität von Web-Seiten im Intra-, Extra- oder Internet ein entscheidendes Feature, da es Auswirkungen auf die Zufriedenheit von Mitarbeitern, Partnern und vor allem von Kunden hat. Ein leistungsstarkes Link-Management ist damit eine der wichtigsten Anforderungen, die an ein WCMS gestellt werden müssen.

3.8 Retrievalmöglichkeiten

Neben einer sinnvollen, systematisch aufgebauten Menüstruktur für die Navigation in den Dokumentbeständen, ist eine ausgereifte Retrievalfunktionalität von essenzieller Bedeutung für das schnelle Auffinden von Informationen und damit für den Arbeitsalltag. Neben einer Recherche über eingepflegte Metainformationen (bspw. über die Indexterme) gehört eine Volltext-Retrievalkomponente, die idealerweise auch Treffer innerhalb von Word-, pdf- und anderer Binärobjekten findet, zum wünschenswerten Lieferumfang eines leistungsstarken WCMS.

Ausgefeilte Retrieval-Komponenten bieten gewichtete Ranking-Listen im Anschluss an eine Recherche an, wie sie bspw. auch Suchmaschinen im Internet bekannt sind. Insbesondere für umfangreichere Dokumentbestände ist dies eine wünschenswerte Funktionalität.

Auch die Retrievalkomponenten sollten einfach bedienbar sein, um nicht die Akzeptanz bei den Informationsproduzenten zu mindern.

3.9 Dateiformate

Da innerhalb eines Webauftrittes selten nur HTML- oder XML-Dokumente, sondern auch Word-, pdf- und andere Binärobjekte eine immer bedeutendere Rolle spielen, ist es von enormer Wichtigkeit, dass ein WCMS neben dem Web-Content ebenfalls diese heterogenen Objekte managen kann. Dies kann u.U. für datenbankbasierte Systeme eine Heraus-

forderung darstellen. Daher sollte bei der Auswahl eines WCMS darauf geachtet werden, dass möglichst viele gebräuchliche Objekttypen verwaltet werden können und dies nicht auf den XML- oder HTML-Content beschränkt ist.

Diese Entscheidung kann evtl. eine einschränkende Wirkung auf die in Zukunft im Unternehmen zu verwendenden Dateiformate haben und hat daher eine langfristige Bedeutung.

3.10 Import und –Export

In den häufigsten Fällen wird zum Zeitpunkt der strategischen Entscheidung für ein Content Management in einem Unternehmen bereits ein ausgewachsenes Intranet oder ein zufriedenstellender statischer Internetauftritt betrieben. Wenn deren Informationen zukünftig mit Hilfe eines WCMS gepflegt werden sollen, so stellt eine leistungsfähige Funktion für den Import eine hoch einzuschätzende Erleichterung und Reduzierung der Aufwände bei der Übernahme dieser Web-Seiten dar. Eine solche Importfunktion ist im Idealfall in der Lage, die Struktur des bestehenden Web-Auftrittes zu analysieren und diese im WCMS als eine Menüstruktur abzubilden. Ebenso sollten die Inhalte durch einen Import weitestgehend in das WCMS übernommen werden können.

Eine Exportfunktion ist notwendig für die Publikation der erzeugten Dokumente auf einem oder mehreren Web-Servern. Darüber hinaus sollte eine Exportfunktion Offline-Versionen des Internet-Auftritts erzeugen können, bspw. um diese auf CD-ROM zu brennen.

4 Fazit

Das Content Management ist die zentrale Herausforderung für alle Unternehmen, die mit Kunden und Mitarbeitern im Inter-, Extra- und Intranet effizient kommunizieren oder Knowledge Management betreiben wollen. Auf dem Softwaremarkt werden mehr und mehr Produkte mit dem Etikett Content Management-System angeboten. Viele diese Produkte sind jedoch nicht neu, stammen u.a. aus der Dokumenten-Management-Szene. Nicht alle diese Produkte bieten die volle Funktionalität eines WCMS. Eine Übersicht auf diesem sich rasch entwickelnden Markt ist schwierig und zudem schnell nicht mehr aktuell. Umfangreiche Marktstudien liegen u.a. von Bullinger et al. (2000) und New Sales Media (2000) vor. In der neuesten Studien von New Sales Media sind bereits über 40 Anbieter aufgeführt, ein halbes Jahr zuvor lag die Zahl noch bei 34 Anbietern.

Die Einführung eines WCMS ist eine strategische Zukunftsentscheidung und muss hinsichtlich der benötigten Funktionalitäten genauestens geprüft werden. Der Markt bietet erhebliche Funktionsunterschiede bei den angebotenen Produkten. Generelle Aussagen über benötigte Funktionalitäten sind schwer möglich, da die in den Unternehmen konkret umzusetzenden Anforderungen erheblich variieren. Eine Anforderungsanalyse wird also hinsichtlich der gewünschten und benötigten Funktionalitäten jeweils individuell durchzuführen sein.

Content Management-Systeme gehen in ihren Funktionalitäten weit und entscheidend über reine Dokumenten-Managementsysteme hinaus. D.h. die Trennung zwischen Content und Layout und das Link-Management sind Kernfunktionalitäten eines WCMS und auf jeden Fall unverzichtbare Notwendigkeiten.

Literatur

- Brosinski, Stephan (2000): Web Content Management mit XML. Göttingen: BusinessVillage (eDoc)
- Bullinger, Hans-Jörg/Müller, Martin/Ribero, Miguel (1999): Wissensbasierte Informationssysteme: Enabler für Wissensmanagement. Stuttgart: Fraunhofer IAO
- Bullinger, Hans-Jörg/Schuster, Erwin/Wilhelm, Stephan (Hrsg.) (2000): Content Management Systeme: Auswahlstrategien, Architekturen und Produkte. Düsseldorf: Verlag Handelsblatt GmbH
- Gammel, Robert (2000): Web-Content-Management zerschlägt gordische Kommunikationsknoten. In: Computerwoche Nr. 7/2000, S. 44-46
- Kampffmeyer, Ulrich/Merkel, Barbara (1999): Dokumentenmanagement: Grundlagen und Zukunft. Hamburg: Project Consult
- New Sales Media (2000): WCM Web Content Management: Hersteller und Dienstleister von Web Content Management Lösungen. 4. Auflage. Düsseldorf: New Media Sales, 2000
- Nohr, Holger (2001): Management der Informationsqualität. In: Informationswirtschaft: Innovation für die New Economy. Deutscher Universitätsverlag (erscheint Anfang 2001)
- Wasem-Gutensohn, Jürgen (2000): Content-Management bringt Ordnung ins Datenchaos. In: Computerwoche Nr. 18/2000, S. 32
- Weinstein, Anja (2000): Content Management. In: Internet Professionell, Juli 2000, S. 38-43

Bisher erschienen:Stand:
Oktober 2000

1/2000	Wissen und Wissensprozesse visualisieren	Prof. Holger Nohr
2/2000	Automatische Dokumenterschließung – Eine Basistechnologie für das Wissensmanagement	Prof. Holger Nohr
3/2000	Einführung von Wissensmanagement in einer PR-Agentur	Prof. Holger Nohr
4/2000	Wissensschaffung nach Nonaka und Takeuchi	Susan Bierbrauer und Sebastian Spaleck
5/2000	Einführung in das Wissensmanagement. Reader zu einem Seminar an der Fachhochschule Hamburg	Prof. Holger Nohr
6/2000	Informationsqualität als Werkzeug des Wissensmanagements	Prof. Holger Nohr und Prof. Dr. Alexander W. Roos
7/2000	Knowledge Management in Learning Organizations based on the System Dynamics Approach	Prof. Dr. Alexander W. Roos
8/2000	Wissensmanagement – Die Mobilisierung des Wissens	Prof. Dr. Alexander W. Roos
9/2000	Data Warehousing	Martina Pantelic und Prof. Holger Nohr
10/2000	Wissensmanagement in Stuttgarter Unternehmen – Ergebnisse einer Umfrage	Prof. Holger Nohr
11/2000	Content Management – Die Einführung von Content Management-Systemen	Prof. Holger Nohr
1/2001	Organisationales Lernen als Veränderung der Wissensbasis einer Organisation	Prof. Holger Nohr