

Grundlagen Content Management

Andreas Anstock

Inhaltsangabe:

Kapitel 1: Definition

Was ist Content Management?

Was ist ein Content Management System?

Kapitel 2: Motivation

Kapitel 3: Der Content Lifecycle:

1. Inhalte erstellen
2. Kontrolle und Freigabe
3. Publizieren
4. Archivieren

Kapitel 4: Statisches vs. Dynamisches Webpublishing

Kapitel 5: Komponenten eines Content Management Systems

1. Benutzerverwaltung
2. Redaktionelle Verwaltung
3. Import-/ Exportschnittstellen

Kapitel 6: Wann rentiert sich ein CMS und wie wählt man das passende aus?

Kapitel 7: Quellenangabe

1. Definition

Was ist Content Management?

Content Management ist eine Form der Verwaltung von Inhalten einer Webseite mit einer Trennung von Inhalt, Design und Funktionalität. (Hier sei angemerkt, dass ich den Begriff des Content Management mit dem des Web Content Management gleichsetze)

Was ist ein Content Management System?

Ein CMS ist komplexe Software, die der Erstellung, Überwachung, Freigabe, Veröffentlichung und Archivierung von Inhalten für Websites dient.

2. Motivation

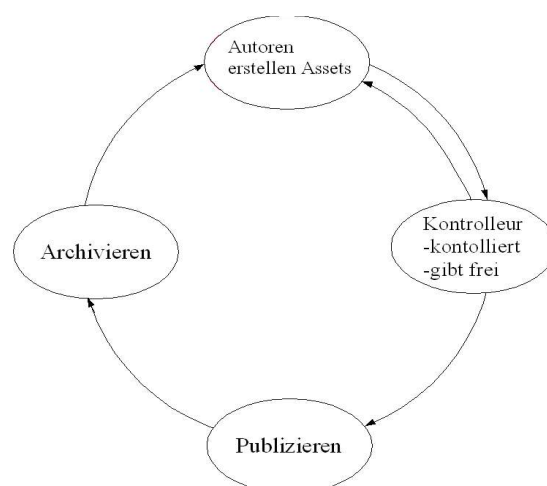
Zu Beginn des Internets waren meist mehrere Autoren und ein Webmaster für die Erstellung der Website verantwortlich, wobei es allein die Aufgabe des Webmasters war, das Design zu erstellen und die Texte bzw. die vom Autor erstellten Inhalte einzubinden.

Etwas später gab es einen „Run“ auf das Internet, jeder wollte möglichst schnell möglichst viele Informationen ins Netz stellen. Für einen Webmaster war dies jedoch nicht mehr zu bewältigen. So wurden zum einen weitere Personen damit beauftragt, die Informationen ins Web zu stellen, zum anderen taten es die Autoren selbst. Dadurch, dass die eine Person nicht wusste, welche Seiten eine andere Person löscht oder hinzufügt, entwickelte sich eine Inkonsistenz auf diesen Seiten, d.h. die Kontrolle über die Struktur und die Inhalte ging verloren, was sich z.B. durch Linkinkonsistenz oder sogar den Verlust mancher Inhalte, und dadurch Wissen, bemerkbar machte. Mit der Erstellung von immer mehr Seiten wurde nach einiger Zeit ein weiteres Problem deutlich: die Seiten veralteten, wenn sie nicht gewartet worden waren. D.h. der Inhalt war nicht mehr aktuell, das ist vor allem bei Nachrichtenseiten ein großes Problem gewesen.

3. Der Content Lifecycle

Aus den oben genannten Gründe versuchte man mehr Struktur und Konsistenz in große Webseiten zu bringen.

Der Content Lifecycle beschreibt die Lebensphasen des Inhaltes einer Seite.



3.1. Inhalte Erstellen

Als erstes wird geplant, was überhaupt auf die Seite soll, und die Themen werden an die einzelnen Autoren vergeben. Der Autor recherchiert, wobei er auf das Archiv bzw. andere Inhalte zurückgreifen kann, und erstellt dann Objekte, sogenannte Assets. Das können alle möglichen Medienformate sein z.B. Text, Grafiken oder Videos. Dies bezeichnen wir als den

Content.

3.2 Kontrollieren und Freigeben

In dieser Phase wird der Content auf inhaltliche und gestalterische Korrektheit geprüft. Hier gibt es mehrere Ansatzmöglichkeiten: Im einfachen Fall wird der Content durch den Ersteller selbst geprüft.

Besser ist hier jedoch die Einführung einer Hierarchie, in der dann die Prüfung durch einen oder mehrere entsprechend autorisierte Mitarbeiter (Redakteure) erfolgen muss.

Bei nur einem überprüfenden Redakteur spricht man von dem 4-Augen-Konzept: erst wenn der Content durch 2 Personen (Redakteur, Autor) akzeptiert wurde, wird die Seite veröffentlicht.

Wird der Content nicht akzeptiert, geht er zurück an den Autor zur Überarbeitung.

Ein anderer Ansatz zur Freigabe kann auch z.B. sein, dass 50% aller Autoren dem Asset zustimmen müssen, damit publiziert werden darf.

3.3 Publizieren

Nachdem ein Dokument freigegeben wurde, wird es in dieser Phase in das vorgefertigte Design eingefügt und für die Öffentlichkeit sichtbar gemacht. Hierbei gibt es grundsätzlich zwei verschiedene Formen des Webpublishing, zum einen das dynamische, zum anderen das statische Webpublishing, auf die ich in Kapitel 4 eingehen werde.

3.4 Archivieren

Da Informationen bzw Inhalte mit der Zeit veralten, muss sichergestellt werden, dass diese nach einer bestimmten Zeit automatisch archiviert oder einer Aufarbeitung unterzogen werden. Hier ist wichtig, dass die Inhalte auch später noch zu Recherchezwecken zugreifbar sind. Auch sollte bei der Archivierung darauf geachtet werden, dass vorhandene Referenzen aus noch aktuellen Seiten nicht ungültig gemacht werden, bzw. zu Fehlern führen.

Bei kleineren Unternehmen spielt das keine so große Rolle, hier können unter Umständen die Seiten auch gelöscht werden.

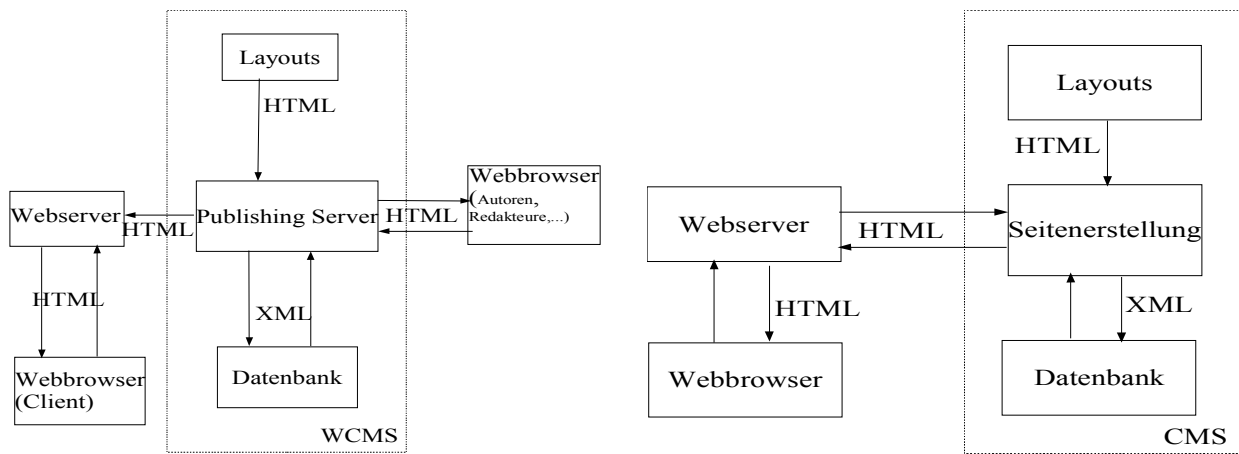
Dies geschah auch beim traditionellen Webpublishing, was sich oft als Fehler erwies, da es teilweise zu einem unnötigen Wissensverlust führte.

Ein weiterer Vorteil der Archivierung ist, dass der Schaden beim Verlust der aktuellen Daten geringer ist wenn man auf ein Backup zurückgreifen kann.

Jetzt können wir den Begriff des Content Managements noch einmal etwas genauer definieren: Content Management ist die Umsetzung des Content Lifecycles unter Berücksichtigung der Trennung von Inhalt, Design und Funktionalität.

4. Statisches vs. Dynamisches Webpublishing

Wie schon oben erwähnt gibt es zwei grundlegende Formen der Bereitstellung von Webseiten (auf Mischformen werde ich nicht weiter eingehen, es sei aber erwähnt, dass es solche gibt)



<p>Beim statischen Webpublishing liegt das Content Management System auf dem Publishing Server. Bei der Veröffentlichung erstellt das CMS aus allen vorhanden Seiten HTML-Dateien und legt sie auf den Webserver, wo sie zugänglich für die Öffentlichkeit sind.</p>	<p>Beim dynamischen Webpublishing werden die Seiten direkt aus der Datenbank publiziert. Erst auf Anfrage des Users wird die Seite erstellt</p>
<p>+ gute Performance + Unkompliziertes Backup + Statische Seiten werden von Suchmaschine erfasst - nicht geeignet für häufige Aktualisierung - Layoutänderungen für mehrere Dateien aufwendig</p>	<p>+ Leichte Aktualisierung + Einfache Verwaltung - Für ausreichende Performance hohe Rechnerressourcen - Viele Suchmaschinen erfassen keine dynamischen Seiten</p>

5. Komponenten eines Content Management Systems

5.1 Die Benutzerverwaltung

5.1.1 Benutzerverwaltung für Inhalte:

Hier wird festgelegt, wer das Recht hat, Inhalte zu bearbeiten bzw freizugeben.

5.1.2 Benutzerverwaltung für das Design:

Hier wird festgelegt, wer das Recht hat, das Design zu bearbeiten.

5.1.3 Gruppenverwaltung:

Hier gibt es die Möglichkeit, nicht nur einzelnen Personen, sondern ganzen Gruppen bestimmte Rechte zu geben, und Gruppen zu verwalten. Dies kann auch die Benutzerverwaltung vereinfachen, da meistens mehrere Personen die gleichen Rechte haben.

5.1.4 Verwaltung von Benutzeraufgaben und Benachrichtigung:

Hiermit soll der redaktionelle Workflow unterstützt werden. Wenn ein Asset vom Redakteur akzeptiert oder verworfen wird, sollte der Autor eine Benachrichtigung erhalten. Dies kann zum Beispiel durch eine E-Mail oder durch eine interne Messagefunktion geregelt werden.

5.1.5 Administrationsfunktion:

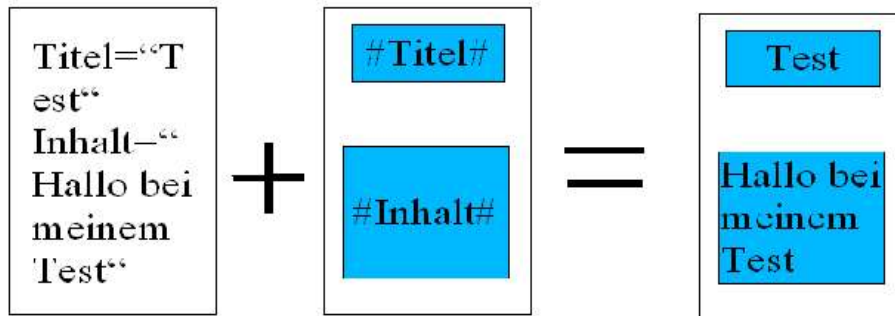
Es müssen Personen das Recht haben, neue Benutzer anzulegen, Benutzer zu löschen und Rechte bestimmter Personen bzw. Gruppen zu erweitern oder zu reduzieren.

5.2 Die Redaktionelle Verwaltung

Die Redaktionelle Verwaltung unterstützt die Umsetzung des Content Lifecycles. Hier werden wir den Content Lifecycle etwas näher betrachten.

5.2.1 Die Seitenerstellung

Die folgende Graphik zeigt schematisch, wie ein bestimmter Inhalt in das vorgegebene Layout eingefügt wird.



Anhand eines vorgegebenen Layouts wird das Aussehen der Webseite bestimmt. Im Layout werden Stellen, die später mit einem bestimmten Inhalt gefüllt werden sollen, mit sogenannten Keywords versehen. Der Content, der genau an diese Stelle soll, muss mit dem gleichen Keyword gekennzeichnet sein. Nun sucht sich das CMS nacheinander die zu füllenden Stellen im Layout und fügt den Content mit dem passenden Keyword ein.

5.2.2 Kontroll-/ Freigabezyklen

Der Kontroll-/ Freigabezyklus läuft so ab wie schon in Punkt 3.2 besprochen, mit einer kleinen Ergänzung. Da bei der Kontrolle auch die gestalterische Korrektheit überprüft werden muss, sollte die Seite vorher für den Redakteur aufgebaut werden. Aus diesem Grund ist die Seitenerstellung vor der eigentlichen Seitenfreigabe aufgeführt. Dies bedeutet aber nicht, dass die Seite schon veröffentlicht ist. Es bleibt Aufgabe des Freigabemechanismus zu bestimmen, ob die Seite publiziert wird.

5.2.3 Versionskontrolle und Archivierung

Jeder Inhalt einer Seite veraltet in der Regel. Nun kann die Seite aktualisiert oder ins Archiv geschoben werden. Wie eine Veralterung einer Seite vorgeht, ist nicht fest definiert. Hier gibt es mehrere Lösungsansätze:

Festdatum: Die Seite gilt ab einem bestimmten Zeitpunkt als veraltet. Der Autor bekommt eine Nachricht und kann die Seite aktualisieren oder sie wird im Archiv gespeichert.

Diese Lösung hat den Nachteil, dass der Autor ohne Vorwarnung reagieren muss.

Halbwertszeit: Die Seite gilt ab einem bestimmten Zeitpunkt als veraltet. Der Autor bekommt nach der Hälfte der Zeit die Nachricht, dass die Seite veraltet, nun kann er die Seite aktualisieren oder er wird wieder nach der Hälfte der Zeit benachrichtigt, bis eine bestimmte Zeitgrenze unterschritten ist.

5.3 Import- / Exportschnittstellen

Die Interaktion mit anderen Programmen und Systemen ist für ein CMS in Bezug auf Benutzerfreundlichkeit sehr wichtig. Deshalb sind Schnittstellen und ein modularer Aufbau nötig für gutes CMS. Jedes CMS hat seine eigenen Schnittstellen, daher ist der Vergleich der einzelnen

CMS schwierig.

Man kann jedoch folgende Schnittstellen mittlerweile zum Standard zählen:

- Import und Export von HTML- XML- Dokumenten
- Import bestehender Seiten
- Import bestehender Datenbestände für Benutzer-, Aufgaben-, Link- und Dokumentenverwaltung

6. Wann rentiert sich ein CMS und wie wählt man das passende aus

Die Einführung eines CMS lohnt sich bei Seiten, die sehr großen Umfang haben, d.h. viel Inhalt der verwaltet werden muss. Desweiteren lohnt es sich, wenn man Informationen mit kurzer Lebensdauer (z.B. Nachrichten) publizieren will, da nicht jedes mal eine neue Seite erstellt werden muss, sondern man einfach den Inhalt in ein fertiges Layout einfügen kann. Auch bei einer großen Anzahl von Autoren hilft ein CMS bei der Verwaltung dieser. Wenn man Autoren ohne Kenntnis von HTML Programmierung beschäftigt, ist es einfacher ein System zu haben, was Inhalt, Design und Funktionalität trennt. Autoren sollen sich nicht auf die Erstellung von Webseiten sondern auf das Verfassen von Inhalt konzentrieren. Manche CMS sind in der Lage, Seiten auf verschiedenen Ausgabegeräten anzuzeigen, dadurch erspart man sich die Arbeit, die gleiche Seite doppelt zu erstellen.

Nicht jedes CMS unterstützt alle diese Funktionen, daher ist die Frage, wie ich ein passendes System für meine Webseite finde.

Als Anhaltspunkt, wie man sich das passende CMS aussucht, dienen folgende Fragen:

- Welche Features brauche ich?
- Welche Zielgruppe möchte ich erreichen? (Nachrichtenseiten mit geringer Lebensdauer der Inhalte oder Wissenschaftliche Seiten mit meist langer Lebensdauer)
- Welche finanziellen Mittel stehen zur Verfügung? (Jedes Feature kostet meistens Geld)
- Welche Hardware steht mir zur Verfügung? Nicht jedes CMS läuft auf jedem Server und kann jede Datenbank benutzen.

Man sieht, dass ein Content Management System nicht für jede Website eine Lösung ist aber die Arbeit in manchen Fällen um einiges erleichtern kann.

7. Quellenangabe

„Web Content managen – Professioneller Einsatz von CMS“, Jörg Dennis Krüger, Matthias Kopp

„Konzeption und Realisierung eines WCMS“, Wolfgang Wiese

„Content Management Anwendungen- Spezifikation von Internetanwendungen auf Basis von CMS“, Lars Ehlers

www.contentmanager.de