

Was bringt ein kluges Content Management System (CMS)?

Ein kommerziell betriebener Webauftritt muss die Erwartungen der Besucher erfüllen und die Interessen des Betreibers wahren. Praxisbezogene Lösungen haben sich durchgesetzt, und Innovationen müssen heute einen nachweisbaren Mehrwert generieren. Worauf es bei der Wahl des Content Management Systems und der Agentur ankommt.

■ Noch vor 10 Jahren wurden Internetseiten oder Homepages mit Programmen erstellt, die dem Administrator einiges an Know-how in HTML abverlangten. Um aber die Bewirtschaftung einer Internetseite auch einem Laien zu ermöglichen, wurden so genannte Content Management Systems (CMS) entwickelt. Zu Deutsch: Online-Systeme, mit denen sich der Inhalt (Content) administrieren/bewirtschaften (Management) lässt.

Das CMS deckt alle wichtigen Funktionen wie das Anlegen einer neuen Seite oder das Abfüllen von Inhalten mit Bildern ab. Natürlich gibt es bei diesen CMS grosse Unterschiede, sowohl im Preis als auch in der Qualität, beziehungsweise der Benutzerfreundlichkeit. Zusätzlich zum CMS gibt es zudem Module, die Aufgaben übernehmen, wie z.B. das einfache Integrieren von News oder das Erstellen eines Newsletters. Intelligente CMS erlauben, dass solche Module jederzeit und separat zugeschaltet werden können.

Open Source vs. Eigenentwicklung

Immer mehr wird von Open Source Lösungen gesprochen, u.a. auch im Zusammenhang mit Content Management Systemen. Was versteht man darunter? Bei einer Open Source Software ist der Quellcode oder Programmcode für jedermann zugänglich. Dieser kann abgeändert, erweitert und weiterverkauft werden. Die Basis dieser Software wächst im selben Stil d.h. verschiedene Programmierer und Agenturen entwickeln weiter, wobei keine grundlegende Strategie besteht. Als User einer solchen Software ist man also auf Weiterentwicklung anderer angewiesen.

Eine Eigenentwicklung wird im Gegensatz von einer Agentur programmiert und vorangetrieben. Der Quellcode kann nicht gelesen und verändert werden. Die Basis und alle Weiterentwicklungen sind je nach Agentur strukturiert und strategisch geplant worden. Hier ist man als User von einer Agentur abhängig. Man sollte sich aber vor einer Zusam-

menarbeit nach der strategischen Ausrichtung bezüglich des CMS informieren. Wie lange ist die Software schon im Einsatz, und welches sind die nächsten Ausbauschritte? Auch geben Kundenreferenzen Auskunft darüber, mit welchem Zeithorizont ein solches System eingesetzt wird. Schlussendlich ist es aber wie so oft eine Vertrauensfrage, die nur im persönlichen Gespräch gefestigt werden kann. Sympathien spielen auch in diesem Bereich eine wichtige Rolle.

Modularität des CMS

Ein CMS muss ausbaubar sein. Es muss sowohl für einen Zwei-Mannbetrieb wie aber auch für ein Grossunternehmen eine passende Lösung geben. D.h. aber auch, dass man klein starten und später, wenn ein erster Return eingespielt ist, erweitern kann. Dafür bieten einige CMS verschiedene Module an, die je nach Anforderungen und Branche eingesetzt werden können.

So sollte z.B. eine Firma, die Produkte verkauft, mit einem einfachen Image-Auftritt starten und, sobald eine gewisse Besucherzahl erreicht ist, die Site mit einem Katalog und eShop ausrüsten können.

Zu beachten ist auch, dass diese Module jederzeit, also auch noch drei Jahre später, integriert werden können. Dies bedingt, dass ein CMS immer wieder auf den neusten Stand gebracht wird, sodass neu entwickelte Module, ohne Verursachung von Anpassungskosten, aufgeschaltet werden können.

Modul-Auswahl:

Newsletter, News (Archiv) Administration, Job/Stellen, Bild Management, Dokumenten Management, Formular Generator, Katalogsystem, Online-Shop, Chat, Umfrage Modul, Workflow, Forum, Referenzen

Bewirtschaftung

Eine einfache und effiziente Bewirtschaftung der Inhalte ist das A und O jedes CMS, denn hier spart man Zeit und Geld. Man sollte sich die Möglichkeiten der Software demonstrieren lassen, denn nur so erhält man ein vergleichbares Bild, was die Benutzerfreundlichkeit betrifft.

Grundsätzlich sind mindestens nachstehende Funktionalitäten erforderlich:

- Erstellen und Formatieren von Text/Inhalt
- Upload und Integration von Bildern
- Upload von Dokumenten

- Erstellen von Links und anderen Textelementen
- Anlegen von beliebig vielen Seiten & Menüpunkten
- Bearbeiten der Menüstruktur

Was ist ein suchmaschinenfreundliches CMS?

Das CMS legt die Basis für jede professionelle Suchmaschinen-Optimierung. Deshalb ist es von Vorteil, wenn die Agentur, die das CMS entwickelt, auch die Mechanismen der Suchmaschinen kennt. Einfache Zugriffe mit kurzen Wegen und optimalem Content vereinfachen den Suchmaschinen, sich über die Inhalte der Website und somit das Angebot der

Firma zu informieren. Die Chance auf eine Top 10 Platzierung ist umso grösser, wenn viele präzise Informationen zu einem Thema angeboten werden. Trotzdem werden immer noch CMS mit Frames oder für die Suchmaschinen unlesbaren Menüs eingesetzt, was eine Suchmaschinen -Optimierung aufwendiger und kostenintensiver macht. Auch hier geben Kundenreferenzen einen Anhaltspunkt, ob

der Aspekt «Suchmaschinenfreundlichkeit» bei der Entwicklung des CMS berücksichtigt wurde.

Fazit

Die Wahl der Agentur ist massgeblich wichtig, denn mit ihr entscheiden sich die zukünftigen, strategischen Weiterentwicklungsmöglichkeiten des CMS, der modulare Aufbau, die Einfachheit der Bewirtschaftung und die «Suchmaschinenfreundlichkeit» der Programmierung. ■



■ INM Inter Network Marketing AG

Die INM AG ist spezialisiert auf die Konzeption, Entwicklung und Wartung von Websites und Web-Applikationen, welche höchsten Anforderungen gerecht werden müssen. Mit innovativen und praxisingerechten Lösungen zählt die INM AG auch im Online- & Suchmaschinen-Marketing zu den führenden Anbietern in der Schweiz.

Die INM AG ist seit 11 Jahren mit heute 25 Mitarbeitern am Markt.

Weitere Informationen: www.inm.ch