

Daniela Straub / Wolfgang Ziegler

Effizientes Informationsmanagement durch komponentenbasierte Content-Management- Systeme (CCMS)

Praxishilfe und Leitfaden: Grundlagen –
Auswahl und Einführung – Systeme am Markt

Studien

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

tcworld GmbH
Heilbronner Str. 86
70191 Stuttgart
Telefon +49 711 65704-0
E-Mail info@tekomp.de
www.tekomp.de

ISBN 978-3-96393-006-5 Softcover
ISBN 978-3-96393-007-2 E-Book PDF

4., aktualisierte Auflage 2019

Lektorat und Layout: Elisabeth Gräfe, www.fraugraefe.de

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Die Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung und Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien ist untersagt.

© tcworld 2019

Es gelten die Allgemeinen Lizenzbedingungen der tcworld GmbH für elektronische Publikationen: https://www.tekomp.de/fileadmin/tekomp.de/Downloads/tekomp-Publikationen/2023-04-25_Lizenzbedingungen-allgemein_de.pdf

Lizenznehmer dieser Publikation ist:

Lizenznummer: Leseprobe

Effizientes Informationsmanagement durch komponentenbasierte Content-Management-Systeme (CCMS)

Praxishilfe und Leitfaden: Grundlagen –
Auswahl und Einführung – Systeme am Markt

4., aktualisierte Auflage

Erstellt von
Dr. Daniela Straub, Gesellschaft für Technische Kommunikation –
tekom e.V., Stuttgart
Prof. Dr. Wolfgang Ziegler, Hochschule Karlsruhe –
Technik und Wirtschaft

Leseprobe

Inhalt

Teil A: Content-Management-Systeme und Informationsentwicklung

1	Einführung in die Studie	13
1.1	Herausforderungen an die Unternehmen im Umgang mit Informationen	13
1.2	Content-Management-Systeme als Problemlöser	13
1.3	Fokus dieser Studie	13
1.4	Ziele der Studie	14
1.5	Zielgruppe und Einsatzszenarien	15
1.5.1	Zielgruppe der Content-Management-Studie	15
1.5.2	Aufbau und Einsatzszenarien für die CMS-Studie	15
1.6	Kooperationspartner der CMS-Studie	17
1.7	Konzeption der Studie	18
1.7.1	Erster Schritt – Workshop mit Anwendern und Experten, Vorstudie im Jahr 2005	19
1.7.2	Weitere Schritte: Befragung der Anwender in den Jahren 2005, 2008, 2013 und 2018	20
1.7.3	Anmerkungen zur Stichprobe	24
1.7.4	Dritter Schritt – Systemanbieterbefragung	25
1.7.5	Vierter Schritt – Tipps von Anwendern	27
2	Theoretischer und fachlicher Hintergrund	29
2.1	Hintergrund und heutiger Stand der Content-Management-Systeme	29
2.2	Content-Management-Systeme in verschiedenen Anwendungsfeldern	30
2.2.1	Dokumentenmanagementsysteme	31
2.2.2	Web-Content-Management-Systeme	31
2.2.3	Spezielle Content-Management-Systeme für Informationsentwicklung und -management	32
2.3	Fokus Informationsentwicklung und -management	33
3	Der Status quo in der Informationsentwicklung	36
3.1	Rahmenbedingungen und Organisation der Informationsentwicklung	36
3.2	Art und Umfang erstellter Informationsprodukte	39
3.3	Aktuelle Anforderungen in der Informationsentwicklung	44
3.3.1	Anforderung an die Strukturierung	46
3.3.2	Anforderung Übersetzungsmanagement	51
3.3.3	Die IT-Landschaft in der Informationsentwicklung	54
3.3.4	Editor-Programme und Layoutsysteme	54
3.3.5	Grafikprogramme	59
3.3.6	Printsysteme	60
3.4	Derzeitige Verbreitung von Content-Management-Systemen	62
3.4.1	Einsatz von Content-Management-Systemen	63
3.4.2	Genutzte Funktionalitäten zur Prozessunterstützung	66

4	Entscheidungshilfe pro oder kontra Content-Management-System	69
4.1	Unternehmensbedingte Entscheidungsfaktoren	69
4.2	Produktbedingte Entscheidungsfaktoren	71
4.3	Anforderungsbedingte Entscheidungsfaktoren	72
4.4	Argumente gegen die Einführung eines Content-Management-Systems	74
4.5	Aufwand und Kosten bei der Einführung eines Content-Management-Systems	76
4.5.1	Notwendige Vorarbeiten zur Einführung eines Content-Management-Systems aus Sicht der Hersteller	77
4.5.2	Dauer der Einführung des Content-Management-Systems	79
4.5.3	Kosten und Kostentreiber bei der Einführung eines Content-Management-Systems	81
4.5.4	Betriebskosten für Content-Management-Systeme	84
4.5.5	Kosten-Nutzen-Relation, Return-on-Investment und Zufriedenheit	86
Teil B: Schritte zur Systemeinführung		
5	Vorgehensmodell zur Einführung und Projektplanung	88
5.1	Kritische Erfolgsfaktoren	88
5.1.1	Prozessreife	88
5.1.2	Konzeption und Planung von der Implementierung	89
5.1.3	Professionelles Projektmanagement	89
5.1.4	Frühzeitiges Erkennen von Risiken	90
5.1.5	Begleitung von Veränderungsprozessen	91
5.1.6	Projekt- und unternehmensspezifische Erfolgsfaktoren	91
5.2	Vorgehensmodell	91
6	Von der Ist-Analyse zum Sollkonzept	94
6.1	Phase 1: Ist-Analyse	94
6.2	Phase 2: Darstellung des Optimierungspotenzials und Wirtschaftlichkeitsbetrachtung	95
6.2.1	Darstellung der Projektrisiken und des Optimierungspotenzials	95
6.2.2	Wirtschaftlichkeitsbetrachtung	96
6.2.3	Beispielrechnung	97
6.3	Phase 3: Definition des Soll-Zustandes	99
6.3.1	Soll-Zustand „Technologie und IT-Architektur“	100
6.3.2	Soll-Zustand „Prozesse“	100
6.3.3	Soll-Zustand „Mitarbeiter“	103
6.3.4	Lastenheft	103
7	Von der Auswahl zum laufenden System	106
7.1	Phase 4: System- und Anbieterauswahl	106
7.1.1	Schritte des Auswahlverfahrens	106
7.1.2	Auswahl von Alternativen mit Bewertungsmatrix	107
7.1.3	Investitionsrechnung	111
7.1.4	Kriterien für die Auswahl von Systemanbietern	113
7.1.5	Präferierte Softwarevarianten	115

7.2	Phase 5: Pflichtenhefterstellung	117
7.3	Phase 6: Interne Vorbereitungen auf den Einsatz des Content-Management-Systems	118
7.3.1	Erarbeiten eines Content-Management-Konzepts	119
7.3.2	Darstellung des Content-Management-Konzepts in einem erweiterten Redaktionsleitfaden	123
7.3.3	Proof-of-Concept und Prototyp	123
7.3.4	Projektmanagement und Ressourcen	123
7.4	Phase 7: Systemanpassung	123
7.4.1	Veränderung der Systemlandschaft durch die Einführung von Content-Management-Systemen	124
7.4.2	Veränderung der Verantwortlichkeiten durch Einführung von Content-Management-Systemen	127
7.5	Phase 8: Systemeinführung	129
7.5.1	Erstimplementierung	129
7.5.2	Einführungsphase	130
7.6	Phase 9: Schulungsmaßnahmen	131
8	Erfahrungsberichte der Anwender zur Einführung	134
8.1	Konzeptionsphase	134
8.1.1	Tipps aus 2018	134
8.1.2	Tipps aus 2013	139
8.1.3	Tipps aus 2008	140
8.2	Anbietersauswahl	141
8.2.1	Tipps aus 2018	141
8.2.2	Tipps aus 2013	144
8.2.3	Tipps aus 2008	144
8.3	Implementierungsphase	145
8.3.1	Tipps aus 2018	145
8.3.2	Tipps aus 2013	147
8.3.3	Tipps aus 2008	148
9	Nutzung und Optimierung implementierter Systeme	151
9.1	Phase 10: Nutzung und Optimierung bestehender Content-Management-Systeme	151
9.1.1	Geplante Aktivitäten im Bereich Content-Management-System	151
9.1.2	Systemnutzung	152
9.1.3	Methoden der Optimierung des Content-Management-Systems	153

Teil C: Content-Management-Systeme im Überblick

10	Beschreibung der wichtigen CMS-Funktionalitäten	156
10.1	Aufbau und Inhalt des Fragebogens	156
10.1.1	Anbieterangaben	157
10.1.2	Redaktionelle Funktionalitäten	158
10.1.3	Technische Anforderungen/Beschreibungen	158
10.1.4	Systemumfeld und Dienstleistungen	158
10.1.5	Projektumfeld	158

10.1.6 Systemnutzung	158
10.1.7 Preise	159
10.2 Beschreibung der Content-Management-System-Funktionalitäten	159
10.2.1 Verwaltung von Objekten (Modulen/Dokumenten/ Publikationen)	160
10.2.2 Grafik- und Medienverwaltung	162
10.2.3 Retrieval-Mechanismen (Suche und Anzeige)	164
10.2.4 Content Management (Re-Use/Varianten/Verknüpfung/ Generierung)	165
10.2.5 Bearbeitung, Anzeige und Workflow von Modulen/ Dokumenten/Publikationen	168
10.2.6 Unterstützung für XML	171
10.2.7 Standardisierte Erfassungsstrukturen und -methoden	172
10.2.8 Übersetzungs-/Terminologie-/Sprachmanagement	174
10.2.9 Editoren	176
10.2.10 Redaktionelle Administration durch (berechtigte Anwender	177
10.2.11 Cross Media Publishing	178
11 Systemüberblick	180
11.1 Verwendung des Systemüberblicks	180
11.2 Auswertung der Anbieterangaben	181
11.3 Auswertung des Systemüberblicks	313
11.3.1 Anwenderzielgruppen und Branchen	313
11.3.2 Standardfunktionalitäten	313
11.3.3 XML	314
11.3.4 Szenarien/Use Cases	315
11.3.5 Dienstleistungen, Prozessunterstützung, Weiterentwicklung	315
Anhang	
Abbildungsverzeichnis	317
Tabellenverzeichnis	319
Fragebogen	323

Zusammenfassung

Die steigende Zahl und die weiter wachsende Vielfalt an produktbezogenen Informationen, die immer kürzer werdenden Produktlebenszyklen und die Globalisierung der Märkte haben in den letzten Jahren nachhaltige Veränderungen in der Informationsentwicklung mit sich gebracht.

Insbesondere die Sprachenvielfalt mit der daraus resultierenden Notwendigkeit, Inhalte in verschiedenen Fremdsprachen zu verwalten, ist für viele Unternehmen als neue, grundlegende Aufgabe hinzugekommen. Zudem hat die Anzahl von Produktvarianten, mit denen individuellen Kundenwünschen nachgekommen werden will, bei vielen Produkten zugenommen. Auch die Vielfalt der Ausgabemedien ist mit dem Aufkommen von mehr und verschiedenen mobilen Geräten, wie etwa Tablets, Pads, Notebooks, Smart- und iPhones, sowie der Entstehung immer neuer verschiedener Web-Anwendungen wie u. a. der Content-Delivery-Portale (CDP) gewachsen.

Verantwortliche und Manager sind vor das Problem gestellt, gestiegene Anforderungen im Redaktionsprozess und mehr Leistung hinsichtlich der geforderten Ergebnisse mit immer weniger personellen Ressourcen zu bewältigen. Wo diese Herausforderungen nicht gemeistert werden, entsteht zusätzlich der Kosten- und Zeitdruck bei immer schwerer zu lösenden Qualitätsproblemen. Die gestiegene Komplexität erfordert zunehmend effiziente und zuverlässige Prozesse und Standards, um Qualitätsforderungen des Kunden, etwa nach einheitlicher Terminologie, Konsistenz der Aussagen und lokalisierten Informationen nachzukommen.

Viele Unternehmen sehen in Content-Management-Systemen die optimale Lösung, um die Leistung und Leistungsfähigkeit ihrer Redaktionsprozesse zu steigern. War es im Jahr 2005 nur jede 5. befragte Abteilung (20 %) – darunter überwiegend in Großunternehmen –, so ist die Zahl heute übergreifend auf etwa 58 % (2013: 45 %) an Abteilungen angewachsen, die Content-Management-Systeme nutzen. Rechnet man noch die Unternehmen hinzu, die gerade im Begriff sind, ein CMS einzuführen oder auszuwählen, sind mit ca. 71 % die Mehrzahl der Unternehmen mit dem Thema befasst oder verfahren.

Insbesondere in den großen Unternehmen ist heutzutage ein CMS unverzichtbar. Knapp 90 % der Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern haben sich bereits für den Einsatz eines CMS entschieden oder nutzen es bereits, bei denen mit zwischen 250 und 500 Mitarbeitern ist es gut die Hälfte (51 %).

Der Bedarf ist also vorhanden, und nach wie vor erwägen weitere Unternehmen die Einführung eines Content-Management-Systems, denn sie bringen verschiedene Produktivitätsgewinne mit sich, wie etwa:

- Vermeidung von Inkonsistenzen und Redundanzen in der Informationsentwicklung
- Mehrfachnutzung von Inhalten
- Verwaltung von Information in verschiedenen Sprachen, Versionen und Varianten
- Vermeidung von Redundanzen bei der Übersetzung
- Optimierung des Übersetzungsworkflows
- Verfügbarkeit von Schnittstellen mit ERP-, PPS- und ähnlichen Systemen
- Automatisierbarkeit des Publikationsvorgangs
- Single Sourcing
- Medienübergreifende Publikation

Teil A: Content-Management-Systeme und Informationsentwicklung

1 Einführung in die Studie

In der Einführung zur Studie wird die aktuelle Situation von Unternehmen im Umgang mit Informationen dargestellt und inwiefern hier Content-Management-Systeme zum Einsatz kommen können. Zudem werden der Fokus und die Ziele der Studie sowie deren Konzeption beschrieben.

1.1 Herausforderungen an die Unternehmen im Umgang mit Informationen

Derzeit stehen viele Unternehmen vor der Aufgabe, die Methoden der Dokumentationserstellung den neuen Bedürfnissen und Gegebenheiten anzupassen.

Die Gründe hierfür sind vielfältig, häufig jedoch reichen die bisherigen Arbeitsweisen und die eingesetzten Werkzeuge allein nicht mehr aus, um die Komplexität der Varianten, der Fremdsprachen oder der Änderungen termingerecht und kostengünstig abzuarbeiten.

1.2 Content-Management-Systeme als Problemlöser

Abhilfe versprechen moderne Redaktionssysteme, die sich zum großen Teil unter dem Stichwort „Content-Management-Systeme“ (CMS) zusammenfassen lassen. Sie versprechen innovative Lösungen für Probleme und mehr Effizienz im Redaktionsprozess, indem sie gleichzeitig hohe Qualitätsanforderungen erfüllen. Seit Jahren hat sich eine ganze Reihe von Anbietern auf dem Markt für Content-Management-Systeme etabliert, die die Funktionalitäten, die Prozessunterstützung und vor allem den Effizienzgewinn auf ihren Webseiten, in „Whitepapers“, Fachzeitschriftenartikeln und Vorträgen verbreiten. Die Systeme sind jeweils aus einer unterschiedlichen Historie heraus entstanden. Sie haben daher in Teilbereichen verschiedene funktionale Schwerpunkte und lassen sich in bestimmten Bereichen unterschiedlich nutzen.

1.3 Fokus dieser Studie

Eine Marktstudie über den gesamten Markt der unter dem Titel Content-Management-System auftretenden Software erscheint sowohl aufgrund der nahezu unüberschaubaren Menge an Systemen wie auch aufgrund der stark divergierenden Anforderungen der verschiedenen Anwendergruppen nicht zielführend. Aus diesem Grund wird in der vorliegenden Marktstudie der Fokus auf den Bereich der Informationsentwicklung und des Informationsmanagements gelegt, wobei der Ausgangspunkt in der Unterstützung Technischer Redaktionen liegt. Aber auch in anderen Bereichen oder Branchen kann die Erstellung und Verwaltung von Inhalten mit

ähnlichen Philosophien wie in der Technischen Dokumentation erfolgen. So können beispielsweise die Jahresberichte von Aktienfonds nach ähnlichen Prinzipien erstellt werden wie etwa eine Bedienungsanleitung für ein technisches Gerät. Für die vorliegende Studie kommen somit als Content-Management-Systeme alle Softwareanwendungen in Betracht, die dazu dienen, die Effizienz der Informationsentwicklung und des Informationsmanagements zu optimieren, indem sie es erleichtern

- Inhalte vorzubereiten
- Inhalte mit verschiedenen Werkzeugen in ein System zu integrieren
- Inhalte zu verwalten und
- Inhalte in ein Zieldokument zu publizieren.

Diese speziellen CMS zeichnen sich u. a. durch folgende Funktionalitäten aus:

- Wiederverwendbarkeit von Informationen
- Archivierung und Recherche
- Versionierung
- Sprachenmanagement
- Unterstützung von Standard-Editoren
- Freigabeworkflow
- Grafikmanagement
- Medienneutrale Datenhaltung und medienspezifische Ausgabe

Nicht in Betracht gezogen werden in der Studie Softwareanwendungen für die Archivierung von Dokumenten (Dokumentenmanagementsysteme) oder für das Web-Content-Management.

1.4 Ziele der Studie

Im Fokus der Studie stehen Auswahl, Einführung und Betrieb spezieller Softwareanwendungen, die dazu dienen, durch Content Management die Effizienz im Informationsmanagement zu optimieren. Die Studie gibt einen detaillierten Überblick über die am Markt gängige Systeme, beschreibt bei diesen über 100 Funktionalitäten und Schnittstellen und schildert ihre Einsatzmöglichkeiten in der Erstellung und im Management von Informationen. Eine Bewertung der Systeme im Sinne einer Rangfolge findet allerdings nicht statt, zu unterschiedlich sind die Einsatzszenarien und Anforderungen.

1.5 Zielgruppe und Einsatzszenarien

1.5.1 Zielgruppe der Content-Management-Studie

Die Studie der tekom dient dazu, allen Interessierten aus dem Bereich der Informationsentwicklung einen runden und umfassenden Überblick über das Thema „Spezielle Content-Management-Systeme für das Informationsmanagement“ zu geben.

Sie wendet sich damit an:

- Informationsentwickler und Technische Redakteure, die sich generell über Content Management informieren wollen
- Verantwortliche für die Informationsentwicklung, die vor der Entscheidung stehen, ob sie ein Content-Management-System einführen
- Verantwortliche für die Informationsentwicklung, die sich entschieden haben, ein Content-Management-System einzuführen, und die sich über die nächsten Schritte informieren wollen
- Mitarbeiter in der Informationsentwicklung, die bereits ein Content-Management-System einsetzen und Optimierungsmöglichkeiten dafür suchen, die mit dem derzeitigen System unzufrieden sind, Probleme haben und einen Wechsel auf ein neueres System (Upgrade) in Erwägung ziehen.

1.5.2 Aufbau und Einsatzszenarien für die CMS-Studie

Der Aufbau der Studie orientiert sich an den Phasen zur Entscheidung über und Einführung eines Content-Management-Systems. Die wichtigsten Stadien sind in der nachfolgenden Abbildung 1 dargestellt.



Abbildung 1: Phasen der Entscheidung und Systemeinführung als Ausgangspunkt für den Aufbau der CMS-Studie

Zu jeder dieser Phasen werden in den verschiedenen Abschnitten der Studie detaillierte Informationen gegeben. Teil A der Studie widmet sich in erster Linie den Aspekten Grundlagen, Umfeld und Status quo von Content Management in der Informationsentwicklung. Zudem befasst er sich mit verschiedenen Kriterien für oder gegen die Einführung eines Content-Management-Systems.

Teil B der Studie bespricht detailliert ein Vorgehensmodell für die Einführung eines Content-Management-Systems, insbesondere die Betrachtung der Optimierungspotenziale und der Wirtschaftlichkeit, die Systemauswahl und die Schaffung aller Voraussetzungen für die Einführung. Zum Abschluss sind verschiedene Anwenderberichte wiedergegeben. Sie zeigen Erfahrungen, die Unternehmen bei der Einführung von CMS gemacht haben.

Ein Überblick über 16 im Bereich der Informationsentwicklung vertretene Content-Management-Systeme hinsichtlich über 100 Funktionalitäten schließt sich

als Teil C der Studie an. In diesem Abschnitt werden zudem alle wichtigen CMS-Funktionen und ihre Bedeutung für den Anwender detailliert erklärt.

In jeder dieser Phasen sind Entscheidungen zu treffen. Die tekom-Studie liefert die dafür notwendigen Informationen und damit die gesuchten Antworten. Sie ist eine Praxishilfe u. a. für die in Tabelle 1 gelisteten Fragestellungen:

Tabelle 1: Überblick über die Informationsziele und Kapitel der CMS-Studie

Informationsziele und Fragestellung	Kapitel
Allgemeine Informationen zu Content-Management-Systemen	
Was bedeutet „Content-Management-System“?	Teil A: Theoretischer und fachlicher Hintergrund
Wozu dienen die verschiedenen Funktionen eines Content-Management-Systems?	Teil A: Aktuelle Anforderungen und Status quo in der Informationsentwicklung Teil C: Beschreibung aller wichtigen CMS-Funktionalitäten
Entscheidung pro oder kontra Content-Management-System	
Kann ein Content-Management-System in unserem bestimmten Umfeld gewinnbringend eingesetzt werden?	Teil A: Aktuelle Anforderungen und Status quo in der Informationsentwicklung Teil A: Entscheidungshilfe pro/kontra Content-Management-System Teil B: Von der Ist-Analyse zum Sollkonzept
Was kostet ein Content-Management-System und ab wann macht es sich bezahlt? Lohnt sich die Investition?	Teil A: Entscheidungshilfe pro/kontra Content-Management-System Teil B: Von der Ist-Analyse zum Sollkonzept
Wie kann man den Nutzen und die Wirtschaftlichkeit der Investition bestimmen?	Teil A: Entscheidungshilfe pro/kontra Content-Management-System Teil B: Von der Ist-Analyse zum Sollkonzept
Auswahl	
Welche Content-Management-Systeme gibt es aktuell am Markt und was leisten diese?	Teil C: Systemüberblick
Wie finde ich das passende System und den „richtigen“ Systemanbieter?	Teil B: Von der Auswahl zum laufenden System Teil C: Systemüberblick
Was ist bei der Kooperation mit einem Systemanbieter zu beachten?	Teil B: Von der Auswahl zum laufenden System
Schaffung der Voraussetzungen und Einführung	
Wie hoch ist der Aufwand für die Einführung eines Content-Management-Systems?	Teil A: Entscheidungshilfe pro/kontra Content-Management-System Teil B: Von der Ist-Analyse zum Sollkonzept Teil B: Von der Auswahl zum laufenden System
Welche Voraussetzungen müssen zur Einführung geschaffen werden? Was wird anders, wenn man mit einem Content-Management-System arbeitet?	Teil B: Vorgehensmodell zur Einführung und Projektplanung Teil B: Von der Auswahl zum laufenden System
Wie führt man ein Content-Management-System ein?	Teil B: Vorgehensmodell zur Einführung und Projektplanung Teil B: Von der Ist-Analyse zum Sollkonzept Teil B: Von der Auswahl zum laufenden System

Informationsziele und Fragestellung	Kapitel
Was sind kritische Erfolgsfaktoren für die System-einführung und wie ermittle ich das Risiko dabei?	Teil B: Vorgehensmodell zur Einführung und Projektpla-nung Teil B: Von der Ist-Analyse zum Sollkonzept Teil B: Von der Auswahl zum laufenden System
Nutzung, Evaluation und Optimierung	
Wie kann die Nutzung des Content-Management-Sys-tems verbessert werden?	Teil B: Nutzung und Optimierung implementierter Systeme
Systemüberblick	
Wie findet man das für seine Redaktion passende Con-tent-Management-System?	Teil B: Von der Ist-Analyse zum Sollkonzept Teil C: Systemüberblick
Tipps von Anwendern	
Anwenderberichte	Teil B: Erfahrungsberichte der Anwender
Welche Erfahrungen haben andere Unternehmen mit der Einführung eines Content-Management-Systems gemacht?	Teil B: Erfahrungsberichte der Anwender

1.6 Kooperationspartner der CMS-Studie

Die tekomp-Studie wurde wieder als Kooperationsprojekt durchgeführt. Die Studienprojekte in den Jahren 2005 und 2013 wurden seitens der tekomp initiiert, ihr oblag die Projektleitung sowie die Studienkonzeption, die Durchführung und Erstellung. Dazu konnte die tekomp weitere Projektpartner gewinnen: Herrn Prof. Dr. Wolfgang Ziegler von der Hochschule Karlsruhe Technik und Wirtschaft sowie im Jahr 2005 für die erste Studie Herrn Christoph Antenhofen vom Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) in Stuttgart.

Hochschule Karlsruhe (HsKA) Technik und Wirtschaft

Prof. Dr. Wolfgang Ziegler ist Diplom-Physiker und lehrt seit 2003 an der Hochschule Karlsruhe Technik und Wirtschaft (HsKA) im Studiengang Kommunikation und Medienmanagement, früher Technische Redaktion. Er arbeitet seit 1997 auf dem Gebiet der Technischen Kommunikation und ist als Dienstleister und im Maschinen- und Anlagenbau bei der Konzeption, Einführung und Optimierung von XML-basierten Redaktionssystemen tätig. Sein Arbeitsgebiet an der HsKA sind Content-Management- und Content-Delivery-Technologien im Bereich des Technischen Informationsmanagements. Er ist als freier Berater (I4ICM) tätig sowie als Dozent bei zahlreichen Veranstaltungen für Content-Management-Anwender und -Interessierte. Darüber hinaus pflegt er engen Kontakt mit Anbietern und Anwendern im Rahmen von Industrie- und Hochschulprojekten.

Projektfunktion: Für die Studie brachte Prof. Ziegler speziell für das Content Management in der Informationsentwicklung sein Expertenwissen mit ein, u. a. bei der inhaltlichen Entwicklung der Fragebögen und bei der Interpretation der Daten. Zudem stellte er Kontakte zu den Systemanbietern her. Als Autor der Studie brachte er viele theoretische Überlegungen zu Content-Management-Systemen ein, entwickelte 2005 das Vorgehensmodell zur Systemeinführung und verfasste die detaillierte Erläuterung der CMS-Funktionalitäten zum Anbieterfragebogen.

Gesellschaft für Technische Kommunikation – tekomp Deutschland e.V.

Dr. Daniela Straub ist Diplom-Psychologin mit dem Schwerpunkt Organisation. Nach mehreren Jahren empirischer Forschung im Universitätsbereich war sie zunächst für eine der führenden internationalen Unternehmensberatungen im Bereich Prozessoptimierung/Organisationsentwicklung tätig. Seit 2003 ist sie Mitarbeiterin der tcworld GmbH bzw. tekomp und zuständig für den Bereich Beratungsprojekte. Zu ihren Schwerpunkten gehören die Erstellung von Studien und Umfragen für die Technische Dokumentation sowie die Durchführung von Benchmarking-Projekten.

Projektfunktion: Frau Dr. Daniela Straub war für das Projektmanagement und die Projektleitung zuständig. Sie entwickelte die Konzeption und Gliederung der Studie und war hauptverantwortlich sowohl für die methodische Umsetzung der Anwender- und Systemanbieterfragebögen als auch für die organisatorische Durchführung beider Befragungen. Zudem führte sie die statistische Auswertung der Ergebnisse durch und übernahm die redaktionelle Bearbeitung der Studie. Als Autorin der Studie stellte sie die Ergebnisse aus dem Expertenworkshop, der Anwender- und der Anbieterbefragung dar und brachte Überlegungen insbesondere zu den Managementthemen ein, wie etwa Methoden der Prozessbeschreibung, Ansätze zur Wirtschaftlichkeitsberechnung oder des Change Management.

Dr. Michael Fritz ist Diplom-Betriebswirt mit dem Schwerpunkt Marketing. Nach Tätigkeiten als Leiter einer Bildungsstätte und Erfahrung in verschiedenen Verbänden ist er seit 1996 Geschäftsführer der Gesellschaft für Technische Kommunikation – tekomp Deutschland e.V. Seit 2001 führt er auch die Geschäfte der tcworld GmbH, an die die tekomp verschiedene wirtschaftliche Aktivitäten ausgelagert hat.

Projektfunktion: Dr. Michael Fritz wirkte als Initiator und Lenkungsausschuss in der tekomp-CMS-Studie.

1.7 Konzeption der Studie

Für die Erarbeitung der Studie wurde eine Vorgehensweise in drei Teilschritten gewählt. Die Teilstudien Anwenderbefragung und der Systemanbieterbefragung wurden im Jahr 2005 das erste Mal durchgeführt und im Jahr 2008, 2013 und 2018 im Zuge der Aktualisierung der Content-Management-Studie wiederholt.

- Vorstudie im Jahr 2005: Expertenworkshop als Basis zur Fragebogenkonzeption und zur Generierung von Erfahrungswerten
- Erste Teilstudie: Anwenderbefragung zu Rahmenbedingungen in der Informationsentwicklung und Anforderungen
- Zweite Teilstudie: Umfassende Systemanbieterbefragung sowohl zu den Funktionalitäten und Schnittstellen als auch zum Systemhersteller und dessen Firmengeschichte

11 Systemüberblick

Im letzten Abschnitt der Studie findet sich ein detaillierter Überblick über die Funktionen und Schnittstellen von 16 gängigen Content-Management-Systemen in der Informationsentwicklung zu den im Fragebogen erfassten Aspekten.

11.1 Verwendung des Systemüberblicks

Im Folgenden sind die Angaben der Hersteller tabellarisch in der Übersicht zusammengefasst. Die Tabellen enthalten die zentralen Informationen zum Hersteller.

Für den Systemüberblick wurden in den Tabellen folgende Symbole verwendet:

- Standard-Funktionsumfang: ●
- Konfigurierbar: ○ / bereits in Einzelfällen realisiert: ○* / bereits häufig realisiert: ○**
- Programmierbar: ○ / bereits in Einzelfällen realisiert: ○* / bereits häufig realisiert: ○**
- Funktion nicht vorgesehen: ✕
- Bereits in Einzelfällen realisiert: *
- Bereits häufig realisiert: **
- „ja“ bzw. „trifft zu“: √

Für die Angaben und Inhalte des Systemüberblicks ist der jeweilige Hersteller verantwortlich. Die Reihenfolge der genannten Systeme entspricht ihrer alphabetischen Reihenfolge.

Der Systemüberblick kann folgendermaßen genutzt werden:

- Die Informationen können Grundlage für Vorüberlegungen zu einem Content-Management-System-Einsatz sein.
- Die Angaben zeigen deutlich, was die einzelnen Systeme leisten, welche Funktionalitäten sie bieten, und sie vermitteln einen Eindruck von den Systemen.
- Rahmenbedingungen für die Systemeinführung, wie etwa Dauer der Systemschulung, werden ersichtlich.
- Der Überblick ermöglicht einen ersten Vergleich der Systeme.
- Die Angaben können für die Evaluierung eines Systems genutzt werden.
- Systeme können anhand zentraler Kriterien in eine Vorauswahl genommen werden, z. B. durch eine Eingrenzung anhand der Zielgruppe.
- Sie können zur Erstellung eines Lasten- oder Pflichtenhefts dienen, da sich in den Fragen zentrale Kriterien für die Herstellerbewertung zeigen.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Phasen der Entscheidung und Systemeinführung als Ausgangspunkt für den Aufbau der CMS-Studie	15
Abbildung 2: Prozentuale Verteilung der Teilnehmer nach Position im Unternehmen	22
Abbildung 3: Prozentuale Verteilung der Teilnehmer nach Unternehmensgröße	23
Abbildung 4: Prozentuale Verteilung der Teilnehmer nach Anzahl der Mitarbeiter in der Technischen Dokumentation	24
Abbildung 5: Prozentuale Verteilung der Teilnehmer nach Art des Unternehmens	24
Abbildung 6: Prozentualer Anteil von Unternehmen, die bestimmte Informationsbausteine als sinnvoll erachten	37
Abbildung 7: Mittelwerte der Anzahl neu zu erstellender und zu pflegender Dokumente nach Mitarbeiterzahl in der Technischen Dokumentation	40
Abbildung 8: Häufigkeitsverteilung bestimmter Informationsprodukte	41
Abbildung 9: Anzahl unterschiedlicher erstellter Informationsprodukte pro Abteilung pro Jahr	41
Abbildung 10: Prozentuale Häufigkeit der Medien, in denen Informationsprodukte publiziert werden	43
Abbildung 11: Anzahl der verschiedenen Medien, in denen Unternehmen ihre Informationsprodukte publizieren	43
Abbildung 12: Verbreitung verschiedener multimedialer Elemente	44
Abbildung 13: Verbreitung von formalen Strukturdefinitionen	47
Abbildung 14: Verbreitung von inhaltlichen Standards	48
Abbildung 15: Verbreitung der Ansätze zur Klassifikation von Metadaten	49
Abbildung 16: Verbreitung von weiteren Standardansätzen aus unterschiedlichen Bereichen der Erfassung, Erstellung und Publikation von Inhalten	50
Abbildung 17: Anzahl der Sprachen, in die die Technische Dokumentation übersetzt wird	52
Abbildung 18: Ausgangssprachen und Quellsprachen für die Übersetzung	53
Abbildung 19: Editoren in der Informationsentwicklung innerhalb und außerhalb des CMS	55
Abbildung 20: Translation-Memory-Systeme in der Informationsentwicklung	56

Abbildung 21: Translation-Memory-Systeme in der Informationsentwicklung mit und ohne CMS	56
Abbildung 22: Translation-Memory-Systeme in der Informationsentwicklung	57
Abbildung 23: Terminologiesysteme in der Informationsentwicklung	57
Abbildung 24: Terminologiesysteme in der Informationsentwicklung mit und ohne CMS	58
Abbildung 25: Textkontrollsysteme in der Informationsentwicklung	59
Abbildung 26: Textkontrollsysteme in der Informationsentwicklung mit und ohne CMS	59
Abbildung 27: Häufigkeiten von bestimmten Grafikprogrammen	60
Abbildung 28: Häufigkeiten von bestimmten Printsystemen	61
Abbildung 29: Häufigkeiten von bestimmten Printsystemen mit und ohne CMS	62
Abbildung 30: Einsatz von Content-Management-Systemen	63
Abbildung 31: Unternehmensbereiche, die Content-Management-Systeme nutzen	65
Abbildung 32: Anzahl Unternehmensbereiche, die Content-Management-Systeme nutzen	65
Abbildung 33: Methoden des Variant managements mit und ohne Content-Management-System	68
Abbildung 34: Bewertung der Kosten-Nutzen-Relation nach Einführung eines Content-Management-Systems	86
Abbildung 35: Einschätzung der Dauer bis zum Return-on-Investment	87
Abbildung 36: Zufriedenheit nach Einführung eines Content-Management-Systems	87
Abbildung 37: Beispiel für eine kumulierte Amortisationsrechnung	98
Abbildung 38: Beschreibung von Prozessen in verschiedenen Detaillierungsgraden	101
Abbildung 39: Excel-Tool für eine Präferenzmatrix	109
Abbildung 40: Excel-Tool zum Angebotsvergleich	111
Abbildung 41: Beispiel für einen Kostenvergleich	113
Abbildung 42: Von den Unternehmen im Hinblick auf Content-Management-Systeme geplante Aktivitäten	151

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Überblick über die Informationsziele und Kapitel der CMS-Studie	16
Tabelle 2: Rahmenbedingungen für die Erstellung der TD	36
Tabelle 3: Einsatz von Topics als Informationseinheiten in der Softwareentwicklung und in anderen Branchen	38
Tabelle 4: Einsatz von Informationseinheiten mit und ohne CMS	38
Tabelle 5: Anzahl der an der Dokumentationserstellung beteiligten Mitarbeiter (ohne Übersetzung) in verschieden großen Unternehmen	39
Tabelle 6: Formale Strukturdefinition und CMS-Systemeinsatz	47
Tabelle 7: Inhaltliche Strukturen und CMS-Systemeinsatz	48
Tabelle 8: Vorgaben für die Erstellung Technischer Dokumentation und Größe des Unternehmens	51
Tabelle 9: Einordnung der Unternehmen nach Entscheidungsphase	64
Tabelle 10: Einsatz von Content-Management-Systemen im Hinblick auf Redaktionen	66
Tabelle 11: Nutzung von verschiedenen Funktionalitäten in Verbindung mit einem Content-Management-System	67
Tabelle 12: Bedingungen von Unternehmen, die sich kontra Content-Management-System entscheiden	70
Tabelle 13: Bedingungen von Unternehmen, die sich pro Content-Management-System entscheiden	70
Tabelle 14: Bedingungen von Produkten und Content-Management-System-Einsatz	71
Tabelle 15: Entscheidungsrelevante Anforderungen an Content-Nutzung und -Verwaltung	72
Tabelle 16: Entscheidungsrelevante Anforderungen an Metainformation zum Content	72
Tabelle 17: Entscheidungsrelevante Anforderungen an Handhabung des Contents	73
Tabelle 18: Entscheidungsrelevante Anforderungen an Umgang mit Varianten	73
Tabelle 19: Entscheidungsrelevante Anforderungen an Arbeitsteilung und verteilte Zusammenarbeit	73
Tabelle 20: Entscheidungsrelevante Anforderungen an Standardisierung	73

Tabelle 21: Entscheidungsrelevante Anforderungen an Systemunterstützung	73
Tabelle 22: Entscheidungsrelevante Anforderungen an Publikation	73
Tabelle 23: Argumente gegen die Einführung eines Content-Management-Systems	74
Tabelle 24: Gründe für und gegen CMS	75
Tabelle 25: Einschätzung der Aufwände zur CMS-Einführung bei verschiedenen Arbeitspaketen	76
Tabelle 26: Notwendige Vorarbeiten zur Einführung ein Content-Management-Systems aus Sicht der Systemanbieter	78
Tabelle 27: Zusammenhang zwischen der Dauer der Konzeptionsphase und Anzahl von Mitarbeitern in der Technischen Dokumentation	80
Tabelle 28: Zusammenhang zwischen Dauer der Systemeinführung und der Anzahl von Mitarbeitern in der Technischen Dokumentation	80
Tabelle 29: Zusammenhang zwischen Gesamtprojektdauer und der Anzahl von Mitarbeitern in der Technischen Dokumentation	81
Tabelle 30: Mittelwerte und der Mediane zur Dauer der Konzeptions- und Einführungsphase	81
Tabelle 31: Investitionskosten für Content-Management-Systeme in Euro nach Anzahl der Mitarbeiter des Unternehmens	83
Tabelle 32: Betriebskosten für Content-Management-Systeme in Euro nach Anzahl der Mitarbeiter des Unternehmens	84
Tabelle 33: Übersicht über Mittelwerte und Median zur Dauer sowie zu den Kosten	85
Tabelle 34: Beispiel für eine Risiko-Assessment-Matrix	90
Tabelle 35: Vorgehensmodell zur Einführung eines Content-Management-Systems	92
Tabelle 36: Beispiel für eine Argumentenbilanz zur Einführung eines Content-Management-Systems	96
Tabelle 37: Beispiel für kumulierte Amortisationsrechnung	98
Tabelle 38: Vorschlag zur standardisierten Prozessbeschreibung	102
Tabelle 39: Beispiel für eine ungewichtete Entscheidungsmatrix	108
Tabelle 40: Beispiel für eine gewichtete Entscheidungsmatrix	110
Tabelle 41: Beispiel für eine Kostenvergleichsrechnung	112

Tabelle 42: Kriterien für die Auswahl eines Systemanbieters (Erhebungsjahr 2014)	114
Tabelle 43: Präferenzen von Unternehmen mit unterschiedlicher Mitarbeiterzahl bei der Auswahl von Softwaresystemen (Erhebungsjahr 2014)	116
Tabelle 44: Editor-Systeme nach Content-Management-System-Nutzung	125
Tabelle 45: Systeme nach Content-Management-System-Nutzung	126
Tabelle 46: Zuständigkeiten Technischer Redakteure vor und nach Einführung eines Content-Management-Systems	127
Tabelle 47: Verteilung der Verantwortlichkeiten bei den Befragten	129
In diesem Abschnitt finden sich Erläuterungen zu den verschiedenen Funktionalitäten zum Verwalten unterschiedlicher Objekte.	160
Tabelle 48: Verwaltung von Objekten (Modulen/Dokumenten/Publikationen) (Frage Nr. 3.1)	160
Tabelle 49: Grafik- und Medienverwaltung (Frage Nr. 3.2)	163
Tabelle 50: Funktionen der Grafik- und Medienverwaltung, die vom Content-Management-System unterstützt werden (Frage Nr. 3.2)	163
Tabelle 51: Such- und Anzeigemöglichkeiten für die vom Content-Management-System verwalteten Objekte (Frage Nr. 3.3)	164
Tabelle 52: Content Management (Reuse/Varianten/Verknüpfung/ Generierung, Frage Nr. 3.4)	165
Tabelle 53: Bearbeitung, Anzeige und Workflow von Modulen/Dokumenten/ Publikationen (Frage Nr. 3.5)	169
Tabelle 54: XML-Funktionalitäten (Frage Nr. 3.6)	171
Tabelle 55: XML-Strukturdefinition (Frage Nr. 3.7)	172
Tabelle 56: Strukturierungsmethoden (Frage Nr. 3.7)	173
Tabelle 57: Klassifikationsmethoden oder -technologien (Frage Nr. 3.7)	173
Tabelle 58: Weitere spezielle XML-Standard-(Teil-)Strukturen (Frage Nr. 3.7)	174
Tabelle 59: Übersetzungs-/Terminologie-/Sprachmanagement (Frage Nr. 3.8)	174
Tabelle 60: Anbindung an Textkontroll- und Terminologiesysteme (Frage Nr. 3.8)	176
Tabelle 61: Anbindung des Editors an weitere Sprach- und Terminologiesysteme (Frage Nr. 3.8)	176
Tabelle 62: Anbindung von Editoren (Frage Nr. 3.9)	176
Tabelle 63: Rollen- und Rechtevergabe (Frage Nr. 3.10)	177

Tabelle 64: Weitere Funktionen zur redaktionellen Administration (Frage Nr. 3.10)	177
Tabelle 65: Cross Media Publishing (Frage Nr. 3.11)	178

Leseprobe