



Alpen-CMS

Joomla, Wordpress und TYPO3 kennt nahezu jeder. Aber haben Sie schon von der Speziallösung für integriertes Katalogmanagement der FAW GmbH gehört oder von kick-image? Auch diese Programme gehören zur CMS-Familie. Sie zählen zu den rot-weiß-rotten Lösungen.

Von Karin Legat

CMS - Das Buchstabentrio steht für Content-Management-System. Inhalte managen, organisieren und pflegen, damit sagt der Begriff CMS schon das Wichtigste aus. CMS ist ein Softwaresystem, mit dem sich Inhalte unabhängig vom Ausgabemedium verwalten lassen. »Die Grundidee liegt in der medienneutralen Verwaltung von digitalen Daten wie Texten, Textbausteinen, Bildern und Videos«, erklärt



Knud Steiner, FAW. »Idee der medienneutralen Verwaltung von Daten.«

Knud Steiner, Geschäftsführer der FAW GmbH, aus dem Softwarepark Hagenberg. Genau aus diesem Bestreben heraus ist das eine oder andere österreichische CMS entstanden. »Immer häufiger sind Anfragen nach einem kleinen, selbst-administrierbaren Bereich für Termine oder News auf statischen Websites an uns herangetragen worden. Das war der ausschlaggebende Punkt für das Erstellen unseres eigenen Programms«, erinnert sich Reynhard Boegl von kick-image.at - High End Webdesign. »CMS Self!Service lite« ist grenzübergreifend im Einsatz. Bisher steht das System nur in deutscher Sprache zur Verfügung, eine englische und somit internationale Version ist jedoch bereits in Arbeit.

CMS für Web und Speziallösungen

Ein CMS ist nahezu für jeden Einsatzbereich eine gute Wahl, bei der einfachen Homepage für Firmen, Vereine und Privatpersonen ebenso wie bei der Umsetzung von Portalen, Communities, Shops und Börsen. »Man sollte jedoch schon in der Planungsphase das für den geplanten



Beispiel für integriertes Katalogmanagement

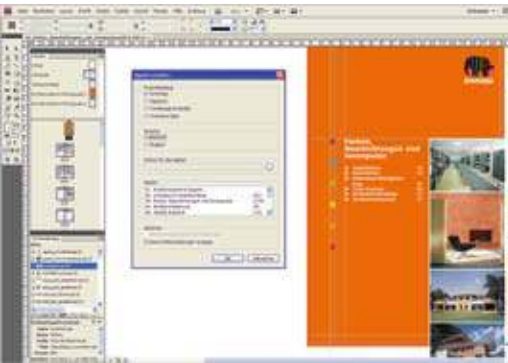
- **Import der Basisdaten** (Produkte und Artikel) aus dem ERP (Enterprise Resource Planning System)
- **Definition der Strukturen** für www, Print-Katalog und Katalog für spezielle Kunden (evtl. sind die Katalogstrukturen trotz gleicher Datenbasis unterschiedlich)
- **Regelmäßige Datenpflege** und Anreicherung, etwa Produktbilder und Auslobungen
- **Freigabe** durch den Content Manager für die www-Ausgabe
- **Automatische Generierung** der Druckvorstufe des Print-Katalogs, Feintuning, Druckfreigabe, Katalogdruck
- **Zusammenstellung** von Sonderangeboten, Generierung eines Flugblattes, Freigabe und Druck

(Diese Schritte sind laut FAW nicht sequentiell zu verstehen, sondern laufen – gesteuert durch das CMS – während des Content-Lifecycle verzhant ab.)



Reynhard Boegl, kick-image.at. »CMS bietet Erweiterung von statischen Websites.«

Zweck richtige CMS auswählen. Einige CMS erlauben nur eine schlichte Homepageerstellung, andere Systeme sind nahezu unendlich erweiterbar«, informiert Gerda Schmied von der Agentur Austrianweb. Am bekanntesten sind Systeme, die www-Inhalte für Internet und Intranet verwalten. »Hier spricht man von Web Content Management Systemen«, erläutert Steiner. Von Web-CMS profitiert



Die Katalogerstellung bei Synthesa übergibt Produktdaten direkt an Adobe InDesign.

jeder, der Content wie News und Angebote regelmäßig pflegen muss. Durch die zentrale Pflege erhalten die Inhalte mehr Konsistenz und Qualität. Standardprodukte sind am Markt weit verbreitet, CMS-Produkte für komplexe Content-Strukturen dagegen weniger. Hier bedarf es Eigenentwicklungen. Ausschlaggebend für jeden Kunden ist die Kosten-Nutzen Rechnung. Ein Pluspunkt für CMS, denn sie schaffen eine gewaltige Zeit- und Kostenersparnis. »Wir sehen eine berechtigte Coexistenz von Web-CMS für Publishing im WWW, integriert mit Speziallösungen, die den Content-Management-Lifecycle des Kunden individuell abdecken«, stellt Steiner fest. Während bei Web-CMS Unternehmen aller Größen und Branchen darauf zurückgreifen



Gerda Schmied c Austrianweb Webdesign. »Auf richtige Lösung für geplanten Zweck achten.«

– auch heimische CMS-Entwickler - reduziert sich das bei speziellen CMS-Lösungen auf mittlere und große Betriebe. »Unternehmen müssen eine gewisse kritische Menge an Inhalt auf mindestens zwei Ausgabemedien publizieren, zum Beispiel umfangreiches Produktsortiment im WWW und im Printkatalog«, erklärt Steiner. Komplexe CMS-Lösungen orientieren sich am Kundenbedarf. Das CMS-System der FAW GmbH umfasst etwa Backoffice, Kundenportal, WWW-Publishing sowie einen automatischen Kataloggenerator. Aktuell steht ein Onlineshop zur Diskussion. Die Module können nach Bedarf gewählt werden, das Backoffice zur zentralen Content-Pflege wird gemeinsam verwendet.

80 Prozent Zeitersparnis

Jahrelang wurden in der Firmengruppe Synthesa die Daten händisch erfasst. Fehler im manuellen Abgleich wurden in Kauf genommen, ebenso Abweichungen zwischen den Datenbeständen im ERP-System und im Internet. Ein österreichisches CMS brachte die Lösung dieser Probleme. Peter Eichmayer, Assistent der Werbeleitung, blickt zurück: »Zuerst haben wir Standardlösungen getestet, aber wir haben rasch realisiert, dass wir damit nicht weit kommen. Durch unser umfangreiches Portfolio und die daraus resultierende notwendige Individualität waren besondere Ansprüche an das CMS gegeben. Unterschiedliche Datenbanken mussten eingebunden, Website und gedruckte Kataloge generiert werden. Wir generieren einmal jährlich vier unterschiedliche Produktkataloge mit insgesamt 800 Seiten Umfang. Mit der FAW GmbH haben wir nun einen kompetenten Partner. Die Produktbereiche der Website werden 1:1 in die gedruckte Preisliste



Vorteile

- keine/geringe Grundkenntnisse notwendig
- leichte Administration
- Änderungen sind schnell erstellt und online ersichtlich
- zeitgesteuerte Inhaltsveröffentlichungen sind möglich
- Bedienung nicht ortsgebunden, weltweiter Zugriff per Internet
- Gleichzeitiges Arbeiten ist möglich, selbst mit unterschiedlichen Rechten
- Unabhängigkeit von einer Webagentur
- enorme Kosten- und Zeitersparnis

Nachteile

- Initialer Aufwand für Dateneinpflege und Mitarbeiterschulung
- Sicherheitstechnische Maßnahmen sind laufend notwendig z.B. gegen Manipulation der Website
- Gewisse Einschränkung des gestalterischen Freiheitsraums auf diversen Ausgabemedien, da das CMS grundlegende Strukturen vorgibt

Datenquelle: FAW GmbH

hineingespiegelt. Bilder werden aus einer einzigen Quelle für unterschiedliche Ausgabeplattformen und Dateiformate generiert. Die weitgehende Automatisierung des Layouts schließt Fehlerquellen nahezu aus und reduziert den Zeitbedarf von vormals vielen Wochen auf wenige Tage. Wir sparen 80% des Zeiteinsatzes. Rechnet man die Zeit für das initiale Einpflegen der Daten ein, sieht die Bilanz zwar etwas anders aus, aber dieser Zeitaufwand ist einmalig. Die laufende Datenpflege fällt nicht ins Gewicht. Neben dem Zeitfaktor sind die Kosten entscheidend. Wir sprechen in unserem Bereich von 30.000 bis 40.000 Euro jährlich, die wir in der Druckvorstufe und beim hausinternen Zeitaufwand einsparen. Bei dieser Bilanz muss jeder Geschäftsführer Ja zu CMS sagen.« □