

# digitalbusiness

4/2011

Infrastruktur | Unternehmenssoftware | Analyse & Optimierung | Cloud | WEB | Security



CONTENT MANAGEMENT

## Das CMS der Zukunft

Den kompletten Redaktionsprozess im Fokus

Customer Experience Management ist derzeit eines der Buzzwords im Content-Management-Bereich. Aber was steckt dahinter? digitalbusiness sprach mit Jörn Bodemann, Vorstand der e-Spirit AG, über das CMS der Zukunft und darüber, wie sich Redaktionsprozesse effizienter und einfacher gestalten lassen.

Auf dem Weg zum  
Social Business

Neue Trends bei Collaboration und die Social-Business-Strategie von IBM

FLAM-basierte Daten  
sorgen für Sicherheit

Ohne einen erhöhten Security-Level ist Cloud Computing undenkbar – und das kostet Geld

Nachfrage sucht und  
findet Angebot

Auf Online-Sourcing-Marktplätzen Anbieter für komplexe individuelle Aufträge finden

CONTENT MANAGEMENT

## Customer Experience und das CMS der Zukunft

**Webprojekte werden immer komplexer, und die hohe Innovationsgeschwindigkeit des Internets stellt hohe Anforderungen an ein Content-Management-System – aber auch an den Nutzer. digitalbusiness sprach mit Jörn Bodemann, dem Vorstandsvorsitzenden der e-Spirit AG, über das CMS der Zukunft und darüber, wie Redaktionsprozesse effizienter und einfacher werden.**

**digitalbusiness: Herr Bodemann, „Customer Experience Management“ ist derzeit eines der Buzzwords im Content Management. Was steckt dahinter?**

*Jörn Bodemann:* Der Hype um das Customer oder Web Experience Management ist eine sehr erfreuliche Entwicklung. Es geht im Grunde darum, Anwendern eine positive Nutzererfahrung zu bescheren. Bei der aktuellen Diskussion stehen in erster Linie die Endnutzer im Vordergrund, also diejenigen, die digitalen Content „konsumieren“. Viele Anbieter und Unternehmen vergessen dabei den Management-Aspekt des Web Experience Management. Denn eigentlich geht es dabei nicht um die Ausgabeseite im Web, sondern vor allem um die Redaktionsseite, also um die Menschen, die

den Content erstellen und sozusagen die „Experience“ managen.

**digitalbusiness: Sie sprechen also von den Mitarbeitern in Produktmanagement, Marketing oder in der Unternehmenskommunikation, die für die Erstellung und Pflege der Inhalte verantwortlich sind?**

*Bodemann:* Genau. Besonders an diesem Punkt in der Informationskette sind positive Erfahrungen im Sinne der Customer Experience wichtig. Es geht darum, die Redaktionsprozesse für Online-Redakteure wesentlich schneller, agiler, effizienter und einfacher zu gestalten. Und natürlich auch darum, im Unternehmen auf diese Weise Zeit und Kosten zu sparen. Webprojekte werden immer komplexer. Das gilt sowohl für die Struktur einer Webseite als auch für die bereitgestellten Inhalte und Services.

**digitalbusiness: Die Erwartungen an eine Website steigen...**

*Bodemann:* Zahlreiche Komponenten spielen zusammen: E-Commerce, Social Media, Content Targeting, Rich Media Management, Analytics usw. sorgen dafür, dass immer höhere Erwartungen an eine Webseite und damit immer höhere Anforderungen an das Content Management gestellt werden. Dem müssen Unternehmen begegnen, wenn sie von den Chancen, die das Web

bietet, profitieren wollen. Ein Content-Management-System, das nicht nur den Inhaltskonsumenten im Blick hat, sondern auch auf die Anforderungen der Redakteure und effiziente Unternehmensprozesse zugeschnitten ist, kann ihnen dabei helfen.

**digitalbusiness: Laut Forrester und anderen Branchenkennern wird keine einzelne Plattform wirklich alle Anforderungen eines Unternehmens abdecken können. Wie sehen Sie das als Hersteller?**

*Bodemann:* Das sehen wir auch so. Die Innovationsgeschwindigkeit in der Internetbranche ist so hoch, dass kein einzelner Hersteller wirklich alle Anforderungen komplett richtig gut abdecken kann. Deshalb haben wir uns für eine Best-of-Breed-Strategie entschieden. Mit unserem Produkt FirstSpirit bieten wir Unternehmen eine High-End-Lösung, die out of the Box alle Content-Management-Anforderungen abdeckt. Wir wissen aber auch, dass es in angrenzenden Bereichen immer einen Spezialisten für bestimmte Anwendungen geben wird, der auf seinem Gebiet längst eine Lösung hat, die wir selbst nicht oder nur mit unverhältnismäßigem Aufwand genauso gut entwickeln könnten. Nehmen Sie zum Beispiel den Bereich Videotechnologie. Da könnten wir natürlich versuchen, eine eigene Lösung auf die Beine zu stellen.

**digitalbusiness: Warum tun Sie das nicht?**



**Jörn Bodemann ist  
Vorstandsvorsitzender  
der e-Spirit AG.**

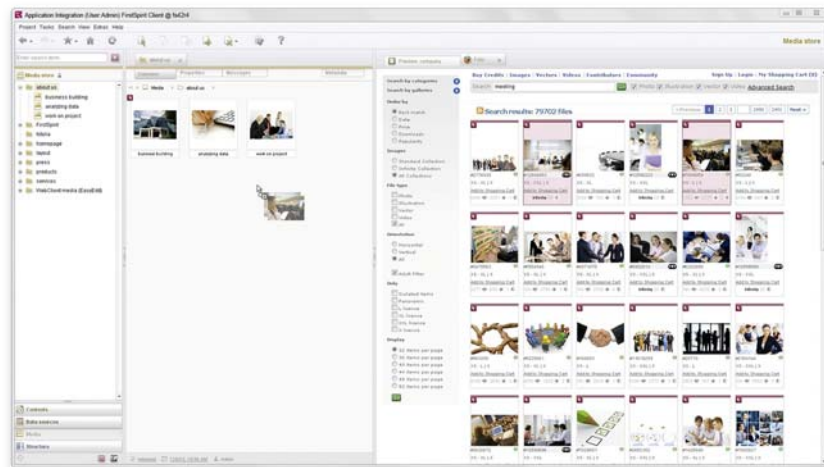
**Bodemann:** Den Vorsprung, den erfolgreiche Anwendungen wie zum Beispiel von MovingImage24 haben, könnten wir kaum aufholen. Deren Kernprodukt ist eine Speziallösung zum Videomanagement, die sie ständig verbessern und an die Anforderungen des Marktes anpassen. Gleiches gilt für hoch spezialisierte Suchfunktionalitäten oder Applikationen in den Bereichen Community-Software, Bildbearbeitung, E-Mail-Marketing oder Webanalyse, für die es bereits gute, etablierte Anbieter gibt. e-Spirit ist ein Content-Management-Spezialist, und das wollen wir bleiben. Wir verstehen unsere Aufgabe deshalb auch darin, die führenden Spezialisten für verschiedene Anwendungen zu finden und ihre Services unseren Kunden so schnell und einfach wie möglich in FirstSpirit zur Verfügung zu stellen. Wir bieten ihnen also eine Drehscheibe, die Content-Management-Funktionen mit Integrationsstärke vereint und die besten Lösungen in eine zentrale Arbeitsoberfläche integrieren kann.

**digitalbusiness: Auf der CeBIT haben Sie das AppCenter für FirstSpirit vorgestellt. Was steckt dahinter?**

**Bodemann:** Mit dem AppCenter stellen wir den Usern eine am Markt einzigartige Technologie zur Verfügung, die die Umsetzung unserer Best-of-Breed-Strategie bedingungslos unterstützt. Es handelt sich um eine Infrastruktur zur Einbindung von Web- und Desktopanwendungen in das CMS. Dazu gehören zum Beispiel Online-Bilddatenbanken, Bildbearbeitungs-, Video-, Geolocation-, Webanalyse-Dienste und Online-Enzyklopädien, aber auch Office-Programme sowie beliebige weitere Web-Anwendungen. Was diese Form der Integration so besonders macht: Der Redakteur arbeitet direkt im CMS in der Oberfläche der angebundenen Anwendung.

**digitalbusiness: Eine vollkommen neue Art der Nutzererfahrung?**

**Bodemann:** Richtig. Der Redakteur kann sich Inhalte aus integrierten Anwendungen direkt im CMS anzeigen lassen, per Drag and Drop übernehmen, redaktionell weiterverarbeiten und dann auf der eigenen Webseite, im Intranet und



**Ein Beispiel für eine AppCenter-Anwendung ist die Integration von Online-Bilddatenbanken wie Fotolia, Pixelio oder iStockphoto in FirstSpirit. Der Redakteur kann direkt im CMS auf der gewohnten Oberfläche der Bilddatenbank arbeiten, Bilder suchen, per Drag & Drop ins CMS übernehmen (inklusive Dubletten-Check und Kaufabwicklung) und dann zum Beispiel auf einer Website veröffentlichen.**

beliebigen weiteren Kanälen veröffentlichen. Er bewegt sich in der gewohnten Oberfläche der Anwendung, zum Beispiel der Bilddatenbank. Wir nutzen die Erfahrungen, die er mit der ihm bekannten Softwarelösung schon hat, um seine Arbeit noch effizienter zu machen. Außerdem entfallen das umständliche Hin- und Her-Wechseln zwischen verschiedenen Programmen und das manuelle Übertragen von Content. Stellen Sie sich vor, was die Optimierung dieser Prozesse für die tägliche Arbeit an Zeiterparnis bedeutet.

**digitalbusiness: Welche Vorteile ergeben sich dadurch für Unternehmen außerdem?**

**Bodemann:** Viele Unternehmen bewegen sich in innovationsgetriebenen Markt-bereichen und der Wettbewerbsdruck steigt in allen Branchen, auch was den jeweiligen Online-Auftritt betrifft – da ist die Time to Market ein kritischer Erfolgsfaktor. FirstSpirit bietet ihnen eine zentrale Plattform, auf der sie schnell alle Ressourcen zusammenführen und ihre Wettbewerbsvorteile besser nutzen können. Die Einbindung einer Web-Anwendung realisieren wir mit dem AppCenter in kürzester Zeit. Heute sprechen wir mit den Standardisierungen durch das AppCenter nicht mehr von Integrationszeiten von mehreren

Monaten, sondern von wenigen Tagen. Für Unternehmen bedeutet diese hohe Innovationsgeschwindigkeit einen enormen Zeit- und Kostenvorteil.

**digitalbusiness: Wohin wird sich der CMS-Markt Ihrer Ansicht nach in den kommenden Jahren entwickeln?**

**Bodemann:** Die Integration von neuen Anwendungen wird eine zentrale Anforderung sein. Content-Management-Systeme werden mehr und mehr zu einer integrativen Plattform, die Inhalte aus der immer heterogener werdenden System- und Applikationslandschaft des Unternehmens zusammenführt und dann in alle digitalen Ausgabekanäle veröffentlicht. Neben Internetauftritt und Intranet sind das auch E-Commerce-Lösungen mit der Möglichkeit zu Cross-Channel-Aktivitäten, die Ausgabe über Print-Produkte genauso wie über mobile Endgeräte, außerdem Kanäle zur Interaktion mit sozialen Netzwerken. Um mit den Anforderungen des Marktes Schritt halten zu können, muss die Branche den Nutzern schnell die passenden Werkzeuge liefern und eine überzeugende „Customer Experience“ bieten können. Mit dem FirstSpirit AppCenter sind wir da ganz vorne mit dabei.

Kennziffer: DBM22478