

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	13
Teil I	Theorie des Web Content Management	17
Kapitel 1	Einführung	19
1.1	Was ist ein Web-Content-Management-System?	20
1.1.1	Grundanforderungen an ein WCM-System	22
1.2	Wann ist der Einsatz von WCMS sinnvoll oder sogar notwendig?	29
1.3	WCMS können alles?	35
1.3.1	»Durch den Einsatz eines Web-Content-Management-Systems sparen wir Geld.«	35
1.3.2	»Durch den Einsatz eines WCMS wird unser Auftritt im Internet besser.«	35
1.3.3	»Durch den Einsatz eines WCMS ist unser Webauftritt immer aktuell.«	36
1.3.4	»Die Qualität unserer Website steigt durch den Einsatz eines WCMS.«	37
1.3.5	»Mit einem WCMS hat unsere Website mehr Erfolg.«	37
1.4	Zusammenfassung	37
Kapitel 2	Auswahl des richtigen WCMS	39
2.1	Positionierung	41
2.2	Zeit am Markt	42
2.3	Programmierinterface/API	42
2.4	Rechteverwaltung	43
2.5	Directory-Server	43
2.6	Freigabeverfahren	44
2.7	Datenbanken	45
2.8	Suchmaschine	46
2.9	E-Commerce-Funktionalitäten	47

2.10	SSL	47
2.11	Application Service Providing	48
2.12	Server-Betriebssystem	48
2.13	Client-Unterstützung	49
2.14	Referenzen	50
2.15	Beratungsleistungen durch den Produkthanbieter	50
2.16	Schulungsangebote	51
2.17	Preis-Leistungs-Faktor	51
2.18	Zusammenfassung	52
Kapitel 3	DMS, CMS, WCMS ...	53
3.1	Dokumentenmanagement	55
3.2	Content Management	55
3.3	Wissensmanagement	56
3.4	Portale	59
3.5	Zusammenfassung	60
Kapitel 4	Integration von externen Anwendungen und Funktionen	61
4.1	CGI	62
4.2	PHP	63
4.3	Java (J2EE/JSP)	64
4.4	JavaScript	65
4.5	Active Server Pages	66
4.6	Proprietäre Lösungen	66
4.7	Vorteile und Grenzen von server- und clientseitiger Programmierung	66
4.8	Zusammenfassung	67
Kapitel 5	Kosten eines WCM-Systems	69
5.1	Lizenzmodelle	70
5.1.1	ASP	70
5.1.2	Open Source	72
5.1.3	Lizenz	72
5.2	Lizenzkostenfaktoren	73
5.2.1	Concurrent User/Sessions	73
5.2.2	Named User/Autoren	74
5.2.3	Anonymer User/Leser	74
5.2.4	Leistungsfähigkeit des Server-Systems	74

5.2.5	Anzahl Dokumente	74
5.2.6	Außergewöhnliche Konzepte	74
5.3	Lizenzkosten verschiedener Hersteller	75
5.3.1	Beispiel CM4all (Content Management AG)	75
5.3.2	Beispiel CONTENTS (CONTENTS Software GmbH)	75
5.3.3	Beispiel VIP (Gauss Interprise AG)	75
5.4	Akademische Förderprogramme	76
5.4.1	Hyperwave Academic User Program (HAUP)	76
5.4.2	CONTENTS	77
Kapitel 6	Speicherung der Daten	79
6.1	Wichtige Faktoren der Datenablage	80
6.1.1	Zugriffsschutz	80
6.1.2	Datensicherheit	80
6.1.3	Widerspruchsfreiheit	81
6.1.4	Redundanzen	82
6.1.5	Failover	82
6.1.6	Skalierbarkeit	82
6.2	Datenbanken vs. Flatfile	82
6.2.1	Flatfile	83
6.2.2	Relationale Datenbanken	84
6.2.3	Objektorientierte Datenbanken	85
6.3	Anbindung von Datenbanken	87
6.4	Entscheidungshilfe	88
Teil II	Web Content Management in der Praxis	91
Kapitel 7	Planung der WCMS-Arbeit	93
7.1	Kernkompetenzen	94
7.1.1	WCMS-Kompetenz	94
7.1.2	Webkompetenz	96
7.1.3	Designkompetenz	96
7.1.4	Projektkompetenz	97
7.2	Arbeitsvorbereitungen	98
7.2.1	Zieldefinition	99
7.2.2	Design ausprägen	100
7.2.3	Navigation konzipieren	101
7.2.4	Inhalte bestimmen	101

7.2.5	Prototyp erstellen	103
7.2.6	Eine Internetagentur beauftragen	104
7.3	User-Interface	105
7.4	Content-Analyse	105
7.4.1	Gruppierung	106
7.4.2	Strukturierung	107
7.4.3	Darstellung	108
7.4.4	Beschreibung	109
7.5	Automatisierung	109
7.6	Nutzerverwaltung	110
7.7	Dokumentation	111
Kapitel 8	Durchführung der WCMS-Arbeit	113
8.1	Administratorenzugänge schaffen	115
8.2	Redakteurszugänge schaffen	115
8.3	Template-Programmierung	116
8.4	User-Interface und Automatisierung	117
8.5	Funktionskontrolle und Testlauf	118
8.6	Einführung des WCMS im Unternehmen	119
8.7	Dateneingabe und Site-Launch	121
8.8	Alltagsbetrieb	122
Kapitel 9	Beispiel: phpCMS	125
9.1	Kurzprofil »phpCMS«	126
9.1.1	Produkt	126
9.1.2	Programmierer	126
9.1.3	Beschreibung	126
9.2	Schwerpunkt dieser Betrachtung	126
9.3	Installation von phpCMS	127
9.3.1	Entpacken des Archivs	127
9.3.2	Schreib-, Lese- und Ausführrechte setzen	127
9.3.3	Testen der Installation	128
9.4	Konfigurations-Interface	128
9.5	Demosite	130
9.6	Bearbeiten von Inhalten	133
9.7	Anpassung des Templates	137
9.8	Dynamische Menüs	139
9.9	Zusammenfassung	140

Kapitel 10	Beispiel: Appix Portal System	141
10.1	Kurzprofil »Appix Portal System«	142
10.1.1	Produkt	142
10.1.2	Hersteller	142
10.1.3	Beschreibung	142
10.2	Schwerpunkt dieser Betrachtung	142
10.3	Arbeiten mit Appix	143
10.3.1	Grundlagen	143
10.3.2	Seiten	145
10.3.3	Info-Container und Boxen	146
10.3.4	Erstellen von Menüs	153
10.3.5	Zugriffsrechte	156
10.3.6	Integration von Formularen	159
10.3.7	Bannerverwaltung	161
10.3.8	Bildmaterial-Archiv	162
10.3.9	Newsletter	163
10.3.10	FAQ	165
Kapitel 11	Beispiel: Projekt InfoSite	167
11.1	Kurzprofil »InfoSite«	168
11.1.1	Produkt	168
11.1.2	Hersteller	168
11.1.3	Beschreibung	168
11.2	Schwerpunkt dieser Betrachtung	169
11.3	Arbeiten mit InfoSite	169
11.3.1	Nutzerverwaltung	170
11.3.2	Arbeitsgruppen	174
11.3.3	Schlagworte	175
11.3.4	Suchabfragen	176
11.3.5	Menüs automatisch anpassen	178
11.3.6	Templates	179
11.3.7	Fazit	183
11.4	»Frühaufsteher gesucht ...«	183
11.4.1	Der Smarteditor	188
11.5	Management meistern	191
11.5.1	Workflow und Vorschau	192
11.5.2	Personalisierung	192
11.5.3	Profile	193
11.5.4	Medienverwaltung	194
11.5.5	Das Administrations-Interface von InfoSite	194

Kapitel 12	Beispiel: CONTENTS professional 2.0	197
12.1	Kurzprofil »CONTENTS professional 2.0«	198
12.1.1	Produkt	198
12.1.2	Hersteller	198
12.1.3	Beschreibung	198
12.2	Schwerpunkt dieser Betrachtung	198
12.3	Erstellung von Templates	198
12.3.1	Content-Template	201
12.3.2	Header-Template	204
12.3.3	Footer-Template	207
12.4	Erstellung einer Navigation	207
12.5	Anmelden der Templates im Content-Management-System	210
12.6	Einfügen von Locations	215
12.7	Anzeige von Fehlern	217
12.8	Hinzufügen von Seiten	218
12.9	Erstellen von Inhalten	221
12.10	Publizieren	226
Teil III	Marktübersicht	229
Kapitel 13	Marktstudien	231
13.1	Intention	232
13.2	Verschiedene Ansätze	232
13.2.1	Fragebogen	232
13.2.2	Individuelle Betrachtung	233
13.2.3	Livestudien	233
13.2.4	Zusammenfassung	234
13.3	Marktstudie in diesem Buch	234
13.4	Andere Marktübersichten und Studien	234
13.4.1	NewMediaSales.com	235
13.4.2	Deutsche Post AG	236
13.4.3	Ovum	237
13.4.4	Forrester Research	237
13.4.5	contentmanager.de	238
13.4.6	wcmsbu.ch	238
Kapitel 14	Produkte	239
14.1	3i-Internet Data Management Feature	240
14.2	Appix Portal System	241
14.3	CM4all	242

14.4	Communiqué	245
14.5	CONTENS 2.0 professional	245
14.6	Content Management Server 2001	248
14.7	CoreMedia Publisher	250
14.8	CU E-Business-Server	252
14.9	dimedis @it 3.8	253
14.10	hyper.net	255
14.11	Hyperwave Information Server/Information Portal	256
14.12	inSITE Business Suite	258
14.13	Interconomy.Net	260
14.14	InterNews 2000	261
14.15	InterRed	262
14.16	Intrexx 2001	263
14.17	iRacer 3.0	263
14.18	NPS (Network Productivity System)	264
14.19	PANSITE 4.0	268
14.20	pirobase	270
14.21	RedDot 4.0	272
14.22	Roxen	274
14.23	SchemaText	276
14.24	synformation.com 2.0	277
14.25	TeamSite 5.0	279
14.26	viaMEDICI	279
14.27	Vignette Content Management Server	280
14.28	VIP Plattform	281
14.29	web4biz	282
14.30	WebGate 5	285
14.31	Übersicht	286
Kapitel 15	Die Sicht der Hersteller	295
15.1	Fallstudie Infopark: Ein Delfin geht ins Netz	296
15.2	CONTENS	299
15.3	PANSITE – das Content-Management-System	300
15.4	InfoSite 4.1	302
Anhang	Glossar	305
	Stichwortverzeichnis	315