# Content Management System

Content Management Systeme unterstützen die Anwender bei der Erstellung, Kontrolle, Freigabe, Publizierung und Archivierung der Inhalte entlang ihres Lebenszyklus.[1] Das Arbeiten mit Content Management Systemen erfolgt über einen Browser oder einen Client. Sie haben sich bis heute neben der Möglichkeit der Pflege von den einfachen Inhalten zu komplexen Informationsplattformen entwickelt. Sie ermöglichen eine effiziente Erstellung, Bearbeitung und Veröffentlichung von Inhalten und verfügen über Sicherheitsmechanismen um Abfolge von Arbeitsprozessen an Inhalten sicherzustellen. Sie kontrollieren und erkennen den Inhalt wie Texte und Bilder.[2]

Die Vorteile die ein Content Management System für einen Nutzer mit sich bringt, sind:

- Einarbeitung ohne Programmierkenntnisse
- Mehrsprachigkeit
- Historisierung von Dokumenten - Wiederherstellbarkeit
- Gleichzeitige Verwendung durch mehrere Anwender
- Einheitliche Darstellung
- Automatisierung der Funktionen
- Mehrkanalfähigkeit
- Compliance
- Trennung vom Livesystem und Content-Pflege durch Publizierung [3]

Nachfolgend werden die Merkmale eines Content Management Systems aufgeführt und erläutert.

## Trennung von Inhalt, Funktion und Layout

Wenn eine Webseite aufgerufen wird, werden die anzuzeigenden Inhalte dynamisch generiert. Hierfür speichert ein Content Management System die Inhalte, die Funktion wie Formatvorlagen und das Layout einer Webseite getrennt voneinander ab. Dies hat zudem noch den Vorteil, dass abhängig von Nutzerrechten und verwendetem Endgerät, auf welchem die Inhalte angezeigt werden, das System den Inhalt und den Aufbau der Seite individuell zur Laufzeit zusammenstellt.[4] In der nachfolgenden Abbildung wird das Schema dieser Trennung dargestellt.

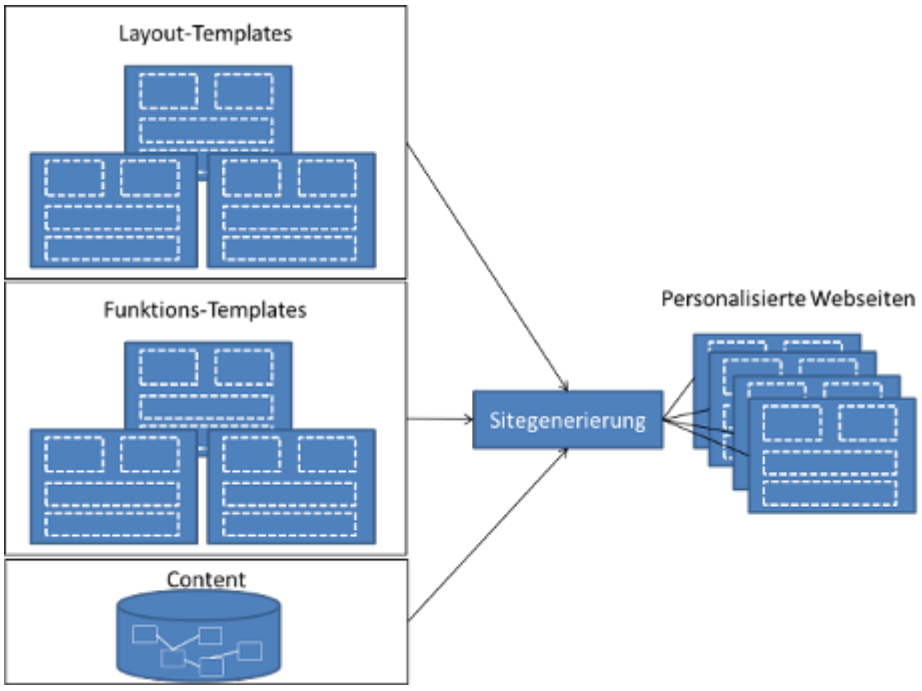


Abbildung: Trennung von Inhalt, Funktion und Layout [5]

# Mehrkanalfähigkeit

Mit der Mehrkanalfähigkeit können zentral erfassten Inhalt über verschiedene Kanäle publiziert werden. Die Inhalte passen sich an die verschiedenen zur Verfügung stehenden Kanäle an. Zu den Kanälen können Webbrowser von Desktop-Rechnern und mobilen Endgeräten, mobile Apps, soziale Netzwerke oder auch Printmedien gehören. Das Unternehmen kann bestimmte Inhalte vorschreiben als auch der Anwender kann zwischen gebotenen den Inhalten innerhalb seiner Sicht selektieren. Jedoch gehen inhaltliche Schwerpunkte über alle genutzten Kanäle hinweg nicht verloren.[6]

Abbildung: Mehrkanalfähigkeit[7]

# Personalisierung

Mit Personalisierung wird die Funktion bezeichnet, dass allen Benutzern Funktions- und Informationsangebot in einem Portal oder Content Management System unterschiedlich präsentiert wird.[8] Hier lässt sich die Personalisierung in drei Arten unterscheiden:

- **rollenbasiert:** Jeder Benutzer bekommt Rollen im System zugewiesen. Entsprechend den Rollen und den zu erledigenden Aufgaben werden die Inhalte und Funktionen gefiltert und dem Benutzer wird nur das angezeigt, was er sehen darf. Durch die kontinuierliche Pflege der Rollen wird gewährleistet, dass der Benutzer an Informationen herankommt, welche für ihn nicht bestimmt sind.[8]
- **benutzergetrieben:** Der Benutzer gestaltet sich gestaltet sich die Ansicht und Funktionen im System nach seinen Vorlieben und entsprechend seiner Arbeitsweise. Voraussetzung ist, dass er Zugriffsrechte auf die Inhalte und Funktionen besitzt. Zu den Gestaltungsspielräumen können z. B. die Layoutanpassung und das Abonnement von bestimmten Inhalten gehören.[9]
- **implizit:** Implizite Personalisierung erfolgt durch Sammeln von Benutzerinformationen. Das System analysiert datenschutzgerecht die erfassten und nachgeschlagenen Inhalte von Benutzer und empfiehlt somit die Zusammenstellung der persönlichen Inhalte und Funktionen.[10]

# Workflow-Management

Ein Workflow-Management unterstützt den Benutzer beim Bearbeiten von Inhalten und bietet die Definierung und Kontrolle der aufeinander folgenden Arbeitsschritte an Inhalten. So können z. B. Redakteure ihre Inhalte zur Kontrolle an Chefredakteure weitergeben und den Weg bis zur Veröffentlichung und der Archivierung, welche nach einer vorgegebenen Zeit erfolgt, auslösen.

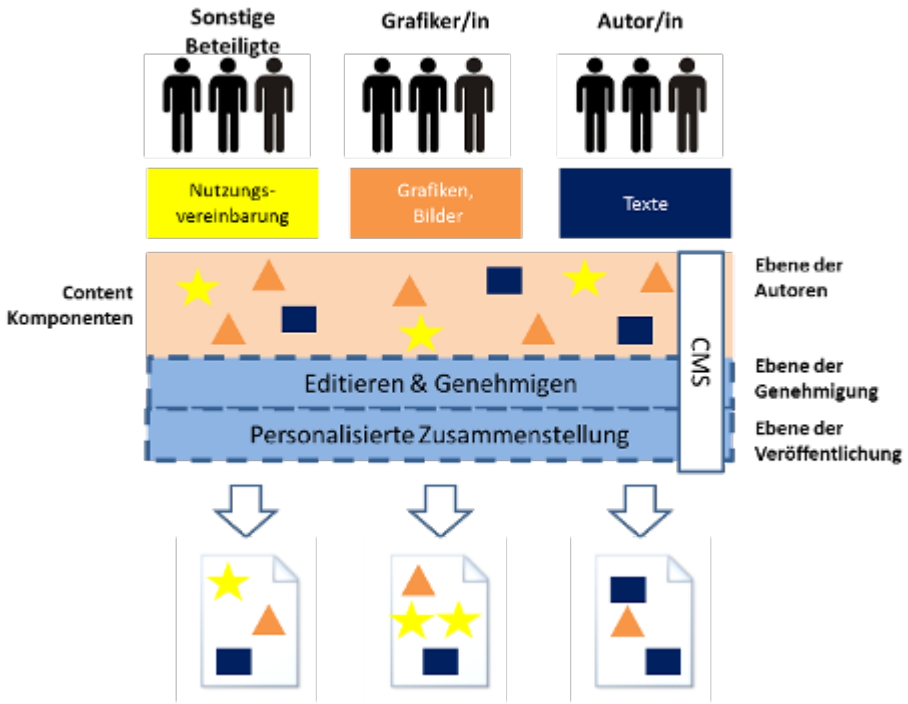


Abbildung: Schema eines Content Management Systems[11]

⇐ Komponenten eines Intranet Portals

## Link: Literaturverzeichnis

[1] Vgl. Christ, Oliver (2003).

[2] Vgl. DATACOM (2014b).

[3] Vgl. cybox (o.J.), mit eigenen Ergänzungen.

[4] Vgl. e-teaching (29.11.2011) und Christ, Oliver (2003) - S. 45.

[5] In Anlehnung an Christ, Oliver (2003) - S. 45.

[6] Vgl. Filli, Sergio; Notter, Stephanie (15.04.2013) und Christ, Oliver (2003) - S. 44.

[7] Entnommen aus e-Spirit (2014b) mit eigenen Anpassungen.

[8] Vgl. Großmann Martina; Koschek Holger (2005) - S. 94.

[9] Vgl. Großmann Martina; Koschek Holger (2005) - S. 95.

[10] In Anlehnung an e-teaching (29.11.2011).

[11] In Anlehnung an e-teaching (29.11.2011).

From:
https://wi-wiki.de/ - **Wirtschaftsinformatik Wiki - Kewee**

Permanent link:
**https://wi-wiki.de/doku.php?id=anwendung:intranet_strukturen:intranet_portal:komponente:content_management_system**

Last update: **2015/03/17 18:55**