

Manfred Wiesinger

Der Einsatz von Web Content Management Systemen bei Kleinst- und Kleinunternehmen im Dienstleistungsbereich

Ein Vergleich von Open Source- und kommerziellen Lösungen

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

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

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2004 GRIN Verlag
ISBN: 9783638276061

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/24829>

Manfred Wiesinger

Der Einsatz von Web Content Management Systemen bei Kleinst- und Kleinunternehmen im Dienstleistungs- bereich

Ein Vergleich von Open Source- und kommerziellen Lösungen

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com



DIPLOMARBEIT

Der Einsatz von
Web Content Management Systemen
bei Kleinst- und Kleinunternehmen
im Dienstleistungssektor
Ein Vergleich von Open Source- und
kommerziellen Lösungen

Ausgeführt am:

TECHNIKUM WIEN

Studiengang Elektronische Informationsdienste

Ausgeführt von:

Manfred Michael Wiesinger

2004

*„Am Ziel deiner Wünsche wirst du jedenfalls eins vermissen:
dein Wandern zum Ziel“*

Marie von Ebner-Eschenbach

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einleitung	6
1.1	Danksagung	6
1.2	Wissenschaftliche Vorgehensweisen und Fragestellungen	7
1.3	Problemstellung	8
1.4	Zusammenfassung	11
1.5	Abstract	12
1.6	Begriffserklärung	13
1.6.1	Was sind „Kleine und Mittlere Unternehmen“?	13
1.6.2	Was ist „Content“?	14
1.6.3	Was ist „Content Management“?	15
1.6.4	Was ist ein „Web Content Management System“?	15
1.6.5	Grundlagen von Web Content Management Systemen	16
1.6.6	Wozu Web Content Management Systeme?	18
2	Content-Management bei Kleinstunternehmen	22
2.1	„Content“ und „Assets“	22
2.2	Typen von Informationen und Änderungsfrequenzen	25
2.2.1	Statische Informationen	25
2.2.2	Dynamische Informationen	27
2.2.3	Semidynamische Informationen	28
2.2.4	Beispiele aus der Praxis	30
2.3	Content-Quellen	31
2.3.1	Interne Content-Quellen	31
2.3.2	Externe Content-Quellen	33
2.4	Metadaten	36
2.5	Web Content Management für Kleinstunternehmen	37
2.6	Newsletter für Kleinstunternehmen	38
2.7	Conclusio, oder: „WCMS – das Gelbe vom Ei?“	40
3	Web Content Management Systeme	43
3.1	Der Zweck von Web Content Management Systemen	43
3.1.1	Optimierung des Publishingprozesses	43
3.1.2	Effizientes Informationsmanagement	46

3.1.3	Wertschöpfung und Kostensenkung	48
3.2	Techniken für WCMS	49
3.2.1	Skriptsprachen.....	49
3.2.2	XML, Extensible Markup Language	52
3.2.3	XHTML, Extensible Hypertext Markup Language	53
3.2.4	CSS, Cascading Style Sheets	54
3.2.5	MySQL, My Structured Query Language	54
3.2.6	Zope, Z Object Publishing Environment	55
3.3	Arten von WCMS-Lösungen	55
3.3.1	Die WCMS-Feature-Matrix von Jörg Dennis Krüger	56
3.3.2	Klassifizierung von WCMS	57
3.4	Lizenzformen	60
3.4.1	Open Source.....	61
3.4.2	Kommerzielle Lösungen.....	65
4	Open Source Lösungen	70
4.1	Einleitung	70
4.2	TYPO3	70
4.2.1	Einleitung.....	70
4.2.2	Technik	71
4.2.3	Funktionsumfang	72
4.2.4	Erweiterbarkeit.....	76
4.2.5	Zielgruppe	79
4.2.6	Vorteile von TYPO3	79
4.2.7	Nachteile von TYPO3.....	81
4.2.8	Referenzen	82
4.3	Contenido	83
5	Kommerzielle Lösungen.....	87
5.1	Einleitung	87
5.2	webEdition	88
5.2.1	Einleitung.....	88
5.2.2	Technik	88
5.2.3	Funktionsumfang	89

5.2.4	Erweiterbarkeit.....	91
5.2.5	Zielgruppe	93
5.2.6	Vorteile von webEdition	94
5.2.7	Nachteile von webEdition.....	95
5.2.8	Referenzen	97
5.3	Weblication	97
6	Die Bedeutung von WCMS für Kleinst- und Kleinunternehmen	101
6.1	Die Kriterien bei der Auswahl des „richtigen“ WCMS	101
6.2	Wirtschaftliche Aspekte	105
6.2.1	Praxisbeispiel	106
6.3	Operative Aspekte und Change Management	107
6.3.1	Warum scheitern WCMS-Projekte?	107
6.3.2	Die sieben Todsünden einer WCMS-Implementierung.....	109
7	Umfrage	112
7.1	Einleitung	112
7.2	Fragenkatalog	112
7.3	Ergebnisse	113
8	Conclusio	118
9	Verzeichnisse	120
9.1	Abkürzungsverzeichnis	120
9.2	Abbildungsverzeichnis	123
9.3	Tabellenverzeichnis.....	124
9.4	Literaturverzeichnis.....	125
9.4.1	Bücher	125
9.4.2	Internet	125

1 EINLEITUNG

1.1 DANKSAGUNG

Zwanzig Jahre Ausbildung – auf diesem Weg hat mich meine Mutter stets, nicht nur mit Rat und Tat, sondern natürlich auch finanziell unterstützt. Für sie mag es zwar selbstverständlich sein, doch nun möchte ich ihr meinen herzlichsten Dank dafür aussprechen.

Der zweite Dank gilt meiner Freundin Margit – auch sie unterstützt mich jederzeit mit Ratschlägen und gibt mir die Möglichkeit, mich in meiner Freizeit zu entspannen und sich gegenseitig zu unterhalten.

Die Personen, die am Gelingen meines Praktikums und meiner Diplomarbeit maßgeblich beteiligt waren, sind mein Betreuer Mag. Michael Grill MSc und meine Firmenbetreuerin bei e-flow, Frau Mag. Katharina Geyer MAS(lis).

Herrn Mag. Grill danke ich dafür, mir stets die Richtung auf dem Wege durch die Diplomarbeit, angefangen bei der Findung eines Themas bis hin zum Feinschliff, gezeigt zu haben. Frau Mag. Geyer hat mich bei e-flow sehr herzlich aufgenommen und ein äußerst angenehmes Arbeitsklima geboten, wofür ich ihr sehr dankbar bin.

1.2 WISSENSCHAFTLICHE VORGEHENSWEISEN UND FRAGESTELLUNGEN

Im Zuge meines Studiums wurden mir verschiedene Bereiche des Informationsmanagements, oder der Elektronischen Informationsdienste generell, näher vorgestellt. Der Bereich Web Content Management hat mich davon am Meisten interessiert.

So beschloss ich, mein Praktikum in diesem Bereich zu absolvieren und fand in der Internetagentur e-flow ein ausgezeichnetes Betätigungsfeld. Ich konnte diesen Bereich des E-Business nun nicht nur in der Theorie, sondern nun auch in der Praxis kennen lernen – dass dieser meine Diplomarbeit beherrschen wird war mir sehr bald klar. Bisher war E-Business zum Großteil ein Betätigungsfeld von größeren Unternehmen, doch auch KMU finden stetig mehr Interesse daran. Da e-flow Internetlösungen speziell für kleine und mittlere Unternehmen umsetzt, konnte ich sehr genau die Anforderungen, die diese Betriebe an E-Business-Lösungen stellen, erfahren.

Neben den Erfahrungen, welche ich während des Praktikums ansammeln konnte, bildeten qualitative Inhaltsanalysen in einschlägiger Fachliteratur sowie umfangreiche Recherchen auf diversen Websites, allen voran www.contentmanager.de und die Webseiten der erwähnten WCMS-Lösungen, die Grundlage für meine Arbeit.

Um einen Praxisbezug der theoretischen Betrachtungen herstellen zu können, wählte ich als Methode die Umfrage mit anschließender quantitativer Analyse – eine telefonische Umfrage unter Kleinst- und Kleinunternehmen aus dem Dienstleistungssektor.

1.3 PROBLEMSTELLUNG

„Täglich werden mehr Geschäfte über das Web abgewickelt. Wie viele aber genau, vermag keiner zu sagen. Selbst wenn es jemand für einen bestimmten Augenblick sagen könnte, wäre es bereits im nächsten überholt.“¹

So beschreibt Daniel Amor, der Autor der Buches „Die E-Business-(R)Evolution“ die Problematik um die Erhebung von Statistiken über das E-Business. Nimmt man aber konkrete, zu fixen Zeitpunkten messbare Werte als Quelle, so ist es zumindest teilweise möglich, die Entwicklung des Internets und damit des E-Business zu bestimmen. Einer dieser Werte ist die Anzahl der Hosts, also der Domains im Internet. Diese wird regelmäßig über die internationale Auswertung des Domain Name System (DNS) statistisch erhoben welche das Internet Systems Consortium (ISC) durchfhrt. Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung in den vergangenen zehn Jahren.

Jahr (Jänner)	Anzahl	Veränderung
1994	2.217.000	
1995	4.852.000	+ 118,85%
1996	9.472.000	+ 95,22%
1997	16.146.000	+ 70,46%
1998	29.670.000	+ 83,76%
1999	43.230.000	+ 45,70%
2000	72.398.092	+ 67,47%
2001	109.574.429	+ 51,35%
2002	147.344.723	+ 34,47%
2003	171.638.297	+ 16,49%
2004	233.101.481	+ 35,81%

Tabelle 1: Entwicklung der Anzahl der Internethosts von 1994 bis 2004²

¹ Amor, Daniel: Die E-Business-(R)Evolution/Das umfassende Executive-Briefing, Bonn, 2001, S.46

² URL: <http://www.isc.org/ops/ds> [24.03.2004] Anmerkung am Rande: Im Jahr 1981 wurden 213 Hosts von dieser Statistik erfasst Quelle: URL: <http://www.isc.org/ops/ds/host-count-history.php> [24.03.2004]

Auf Österreich entfallen, wenn man die Domains „.at“, „.co.at“ und „.or.at“ zusammenzählt, 327.042 Hosts³, das sind etwa 0,14% aller Hosts weltweit (Stand: 24.03.2004).

Die grafische Darstellung dieser Entwicklung zeigt einen stetigen und steilen Anstieg.

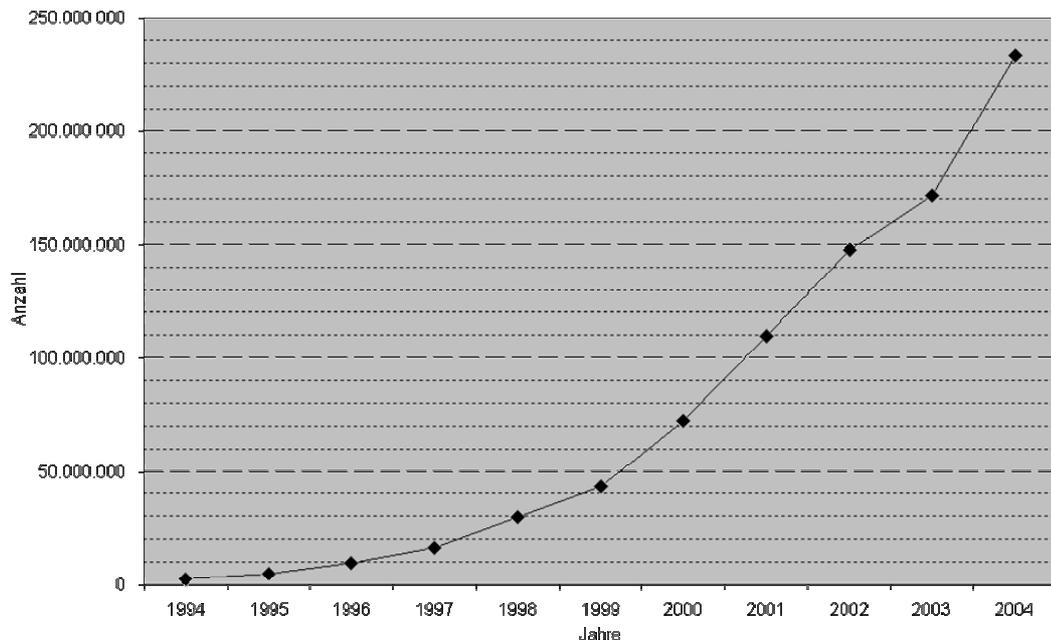


Abbildung 1: Entwicklung der Anzahl der Internethosts von 1994 bis 2004⁴

Aus dieser Statistik wird deutlich, dass E-Business in der heutigen Zeit einen zunehmend höheren Stellenwert hat. Laut einer Studie der Statistik Austria⁵ hatten im Jänner 2003 62,6% der Unternehmen in der Größenklasse von zehn bis 49 Angestellten eine Website. Sei es als Geschäftsfeld, oder „nur“ als Visitenkarte des Unternehmens. Diese Zahl wird auch in den kommenden Jahren stetig wachsen, bis heute ist kein Ende in Sicht.

Wie aus diesen Zahlen zu sehen ist, werden die Websites immer zahlreicher. Bei diesem Konkurrenzdruck ist es nun notwendig, die eigene Internetpräsenz aktuell und informativ zu halten. Schon bei geringem Umfang und längeren Aktualisierungszyklen wird die Wartung der Website aufwändig und verlangt einerseits nach hohen Ausgaben, andererseits nach speziellem Know-how und Arbeitszeit.

³ URL: http://www.nic.at/de/news/stats/st_statistiken.asp [24.03.2004]

⁴ URL: <http://www.isc.org/ops/ds> [24.03.2004]

⁵ URL: ftp://www.statistik.at/pub/neuerscheinungen/ecommerce_web.pdf [03.05.2004]