



[Künstler Burgy Zapp](#)

Tridion weist auf ungenutzte Potenziale bei Content Management Systemen hin

Die Ziele bei der Anschaffung eines Content Management Systems (CMS) sind hoch gesteckt, doch die Umsetzung lässt bei fast zwei Dritteln aller Unternehmen zu wünschen übrig. Dies belegen Umfrageergebnisse des Instituts für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen unter 200 Content Managern und IT-Verantwortlichen aus Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Größe - variierend von zwei bis 65.000 Mitarbeitern.* Fokus der weltweit angelegten Studie war herauszufinden, wie Unternehmen mit ihren Informationen und Dokumenten umgehen und in welchem Maße die Optimierungs-Potentiale der Content-Management-Lösung genutzt werden. Gerade einmal 14 % der Befragten gaben an, mit dem CMS Informationen und Dokumente - sowohl im Internet als auch im unternehmensinternen Intranet und Extranet - parallel zu verwenden. Die restlichen 86 % nannten als Ursache für die mangelnde Nutzung von Informationen auf unterschiedlichen Kanälen, dass die Inhalte redundant in verschiedenen Systemen gespeichert werden. Weiterhin verwendet mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen ihr Content Management System nur zur Verwaltung der Inhalte auf den Unternehmens-Websites. Nur knapp jedes zweite Unternehmen (45 %) hat dagegen das CMS in die unternehmensinternen Informationssysteme, wie Data Warehouse und Customer Relationship Management Software, integriert.

Tridion, europäischer Anbieter von XML-basierten Enterprise Content Management-Lösungen, reagiert darauf und gibt Unternehmen Tipps, wie sie geplante CMS-Projekte effizient in die Tat umsetzen können. Unter der E-Mail-Adresse german.news@tridion.com stehen CMS-Experten jederzeit mit Rat und Tat zur Seite.

„Unsere Untersuchung ergab, dass die Hintergründe für die Anschaffung eines CMS hauptsächlich die Wiederverwendbarkeit und Mehrfachverwendung von Inhalten, die Multi Channeling-Möglichkeiten sowie die Durchgängigkeit von Gestaltungsrichtlinien (wie Corporate Design und Layout) waren“, erklärt Florian Stahl, Leiter des Projekts am Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen. „Die wenigsten dieser Kaufargumente wurden jedoch in die Praxis umgesetzt. Gründe dafür sind einerseits die mangelnde Bedarfsanalyse

bei der Anschaffung

This content is available for purchase. Please select from available options.

[Login & Purchase](#)

- [7 Euro/Monat NEWSabo digital - sofort zugreifen.](#)
- [13,5 Euro/Monat NEWSabo plus inklusive 5x Login & Print-Ausgabe - sofort zugreifen.](#)