

Gute Wahl

von Anna Kalakikou-Schmidt

Den Unternehmen abgeschaut: Auch Kommunen nutzen zunehmend Contentmanagement-Systeme (CMS) zur Pflege und Redaktion ihrer ins Netz gestellten Inhalte. Entscheidender Erfolgsfaktor ist neben der Auswahl der richtige Einsatz eines solchen Systems.

Die Entwicklung von kommunalen Websites geht weit über die Bereitstellung eines herkömmlichen Informationsangebots hinaus. Personen, Informationen und Verfahren können mittels Internettechnologie in zweckvolle Zusammenhänge gestellt werden, daher gilt es, nicht nur die Ämterstruktur abzubilden, sondern den Mehrwert zu nutzen, den das Medium bietet: für Bürger, Wirtschaftstreibende und Touristen, aber auch für die Verwaltung.

Der Bürger möchte schnell zu allen aktuellen Informationen gelangen, die er für seine Fragestellung benötigt, sei es zum Thema Umzug oder einfach zu aktuellen Veranstaltungshinweisen in seinem Stadtteil. Dabei kommen die gesuchten Informationen unter Umständen von ganz unterschiedlichen Ämtern oder gar von Nicht-Verwaltungsstellen. Content sind aktuelle Freizeitangebote ebenso wie die Adressen und Sprechzeiten der Meldebehörde oder Formulare, die dem Nutzer als Download angeboten werden. Ein guter Service im Bereich elektronische Bürgerdienste muss die unterschiedliche Herkunft des Content ebenso berücksichtigen, wie die unterschiedlichen Nutzergruppen und deren Anforderungen. Eine nachvollziehbare Navigationsstruktur

und verschiedene Suchfunktionen sind hierfür Voraussetzung.

Die Pflege des Angebotes durch eine zentrale Stelle, die alle Informationen erhält und dann über statische HTML-Seiten und Editoren online

hen. Contentmanagement-Systeme bieten sich hier als Lösung an. Hierbei ist nicht allein die Anzahl der zu pflegenden Seiten ausschlaggebend. Sicher ist die Investition bei einem Umfang von lediglich vierzig oder fünfzig Seiten nicht sinnvoll. Berück-



Akten en gros: An verwendbarem „Content“ mangelt es den Kommunen nicht.

stellt, stößt schnell an ihre Grenzen. Zudem darf das umfangreiche und stetig zunehmende Informationsangebot nicht auf Kosten der originären Arbeit in den Verwaltungsstellen ge-

sichtigt werden sollte aber der künftig wachsende Umfang und die Aktualität des Angebotes, die Gewährleistung der Pflege und die Ziele, die mit dem eigenen Internet-Auftritt

verfolgt werden. Zielsetzungen im Bereich des Bürgerservice sind vor allem:

1. Die dezentrale Pflege der Inhalte. Eine Aktualisierung der Inhalte soll jedem Mitarbeiter für seinen Bereich am eigenen Arbeitsplatz möglich sein. Damit können Änderungen zeitnah eingegeben werden und die Einbindung verwaltungsexterner Inhalte wird möglich: Vereine geben ihre Inhalte im Bereich „Freizeit“ oder „Veranstaltungen“ ein. Das Freischalten der Informationen bleibt in der Verantwortlichkeit einer städtischen Online-Redaktion.

2. Die Einbeziehung weiterer Dienstleister. Das Contentmanagement-System soll als Plattform weiteren Dienstleistern der Stadt zur Verfügung gestellt werden, etwa der Volkshochschule oder den Stadtwerken. Die Trennung von Layout und Inhalt erlaubt die Darstellung gleicher Inhalte an verschiedenen Stellen in unterschiedlichem Design.

3. Unterschiedliche Wege der Navigation und Suche für den Nutzer. Bürger, Touristen und die Wirtschaft sollen die gesuchte Information über die Hauptnavigation, über eine alternative Navigation nach Themenbereichen und über qualifizierte Suchfunktionen erhalten. Querverlinkungen entfallen automatisch beim Entfernen bestimmter Inhalte und es entstehen keine „toten Links“, wie sie mit zunehmender Komplexität eines statischen Angebotes oft auftauchen, wenn Inhalte an einer Stelle wegfallen.

Es gibt inzwischen eine große Anzahl von CMS, die über die genannten Grundfunktionen verfügen. Viele sind aus Kundenprojekten der

Agenturen entstanden und wurden später modifiziert und auf den Markt gebracht. Den Vorteilen steht meist die kostenintensive Anschaffung eines CMS gegenüber, die einen gut geplanten Entscheidungsprozess voraussetzt. Auf die Frage, welches Contentmanagement-System das richtige für die betreffende Kommune ist, kann die Antwort deshalb nur lauten, dass in der Regel kein Standardprodukt immer alle Anforderungen in ihrer Gesamtheit erfüllt.

Für den Auswahlprozess ist daher die Formulierung der eigenen Anforderungen unabdingbare Voraussetzung. Das Know-how der beteiligten Mitarbeiter muss dabei ebenso berücksichtigt werden wie die vorhandene technische Basis und Systemarchitektur: Wie liegt der vorhandene Content vor? Welche Datenbanken existieren? Reduzieren sich die eigenen Anforderungen auf ein einfaches Redaktionssystem oder müs-

sen ein Dokumenten-Management beziehungsweise Schnittstellen zu anderen Systemen und Datenbanken vorhanden sein? Welche Funktionalitäten muss das System in jedem Fall bieten?

Schließlich bleibt die Frage der anfallenden Kosten, die sich nicht allein auf den Preis des Contentmanagement-Systems reduzieren lassen. Je nach Anforderungen sind nämlich Anpassungen des Systems nötig. Ein vermeintlich günstiges System kann schlimmstenfalls hohe Folgekosten aufwerfen, wenn es für die Umsetzung der geforderten Aufgaben mit laufender Programmierarbeit verbunden ist. Und: Auch die Schulung der Mitarbeiter in der Verwaltung ist Teil des zu kalkulierenden Budgets.

Anna Kalakikou-Schmidt ist Mitarbeiterin der seitenblick interaktive medien GmbH, Stuttgart.

Funktionen von CMS

Contentmanagement-Systeme bieten viele Vorteile. Im Folgenden die wichtigsten auf einen Blick:

- Trennung von Layout und Inhalt. Design und Inhalte eines Internet-Angebotes sind unabhängig voneinander. Die Inhalte werden über Templates (Ausgabeschablonen) gesteuert und aufbereitet. Für die Aktualisierung der Inhalte sind keine Programmierkenntnisse nötig.
- Benutzerverwaltung mit der Möglichkeit, Gruppen- und Nutzerrechte zu vergeben.
- Ablage der Inhalte in einer medienneutralen Datenbank und damit die Möglichkeit der Archivierung. Die Inhalte sind somit auch für andere Plattformen verwendbar. Über Verschlagwortung und Verknüpfung sind verschiedene Suchfunktionen beziehungsweise auch unterschiedliche Wege der Informationsschließung realisierbar.
- Workflow-Mechanismen, die es dem jeweiligen Redakteur erlauben zu bestimmen, wann Inhalte veröffentlicht werden und wie lange sie online bleiben, bevor sie im Archiv erscheinen.