



Best Practice – die Erfolgsrezepte der Xparo GmbH

contentXXL in der mittelständischen Industrie

Die Situation:

Ein mittelständischer Zulieferer für die Automobilindustrie möchte sein bereits etwas in die Jahre gekommenes Portal erneuern. Dass dieser Schritt notwendig werden würde, war den zuständigen Personen im Unternehmen durchaus bewusst, Veränderungen im operativen Geschäft hatten jedoch Vorrang. Nun ist aber eine Konsolidierungsphase abgeschlossen, in deren Verlauf das Unternehmen nicht nur wirtschaftlich erfolgreicher wurde, sondern auch noch in der Lage war, zwei kleinere Wettbewerber zu übernehmen, die nun in die vorhandenen Strukturen eingebunden werden sollen.

Die Anforderungen:

Der Marketingleiter wird vom geschäftsführenden Gesellschafter beauftragt, einen Dienstleister zu recherchieren, der mit einem passenden CMS das Portal nicht nur technisch auf den neuesten Stand bringt, sondern auch um verschiedene Funktionen erweitert. So macht er sich auf die Suche und stellt den kontaktierten Softwareunternehmen folgende Informationen zur Verfügung:

Production Innovation GmbH

| | |
|-------------------------|---|
| Branche: | fertigende Industrie |
| Jahresumsatz: | 150 Millionen Euro |
| Mitarbeiter: | 1.500 |
| Niederlassungen: | 5 national 10 international (nur Vertriebsbüros) |

Portal-Ist:

- Statische Seiten, deren Inhalt von einer externen Agentur nach Vorgabe gepflegt wird
- Häufig veraltete Meldungen, Probleme bei der Darstellung
- Zwei getrennte Versionen für Deutsch und Englisch, beide müssen gepflegt werden
- Unterseiten zu den Niederlassungen reine Anfahrtsskizzen
- Wenig Veränderung auf der Seite, da jeder neue Inhalt großen Aufwand nach sich zieht
- Kein Kunden- und kein Mitarbeiterbereich





Portal-Soll:

- Aktuelles CMS, das sich gut in die Microsoft-Landschaft des Unternehmens einfügt (der IT-Leiter hat ihm aufgetragen, die Anbieter explizit danach zu fragen, ob der bereits integrierte Sharepoint-Server für die Dokumentenpflege und gemeinsame Arbeit verschiedener Personen an einem Dokument angebunden werden kann, da dort ja in Zukunft die Produktdaten gepflegt werden sollen)
- Inhalte müssen in Verbindung zueinander gebracht werden: Neuigkeiten zu einem bestimmten Produkt sollen in einer entsprechenden Box in der Kategorienübersicht angezeigt werden können, ohne dort viel verändern zu müssen; zu den einzelnen Produktkategorien soll sofort der richtige Ansprechpartner erscheinen; je nach gewähltem Vertriebsgebiet im Ausland soll die zuständige Niederlassung angezeigt werden.
- Redaktionsablauf: Der Marketingleiter legt großen Wert auf die Einhaltung der von ihm entworfenen Vorgaben zu Formulierung, Stil und Ausdrucksweise. Deshalb möchte er ein System, das die Freigabe aller öffentlichen Artikel erforderlich machen kann, bevor diese im Portal sichtbar werden.
- Die kürzlich übernommenen Firmen sollen zwar eigene Unterportale erhalten, diese sollen aber vorgegebene Inhalte aus dem Hauptportal abbilden, um die Corporate Identity zu sichern.
- Das gesamte Portal soll konsequent zweisprachig ausgelegt sein und die Möglichkeit bieten, weitere Sprachen zu integrieren.
- Für die Vertriebsmitarbeiter in den ausländischen Niederlassungen und für den Außendienst soll es ein Extranet geben, das den Zugriff auf Produktinformationen ermöglicht und Zugang zu einer Reportingmaske gewährt, die von einem externen System bereitgestellt wird.

Die Lösung:

Mit diesen Eckdaten holt er sich der Marketingleiter nun verschiedene Angebote ein, jedoch wird er aus vielen Antworten der Anbieter nicht so recht schlau, weshalb er den IT-Leiter um Hilfe bei der Sortierung bittet. Gemeinsam arbeiten sie drei Kandidaten heraus, die sowohl den technischen als auch den fachlichen Anforderungen gerecht werden. Xparo bietet an, das Projekt mit contentXXL zu realisieren. Bei der Präsentation erhalten sie folgende Vorschläge zur Umsetzung:

Mit dem zu 100% auf neuester Microsoft-Technologie beruhenden CMS contentXXL und dem für contentXXL verfügbaren SharePoint Connector 2007 wird die problemlose Integration in die MS-Umgebung und die Anbindung an die zentral gepflegten Produktdaten mit Übernahme der entsprechenden Metadaten gewährleistet.





Die einzelnen Portal-Inhalte können mit dem ebenfalls enthaltenen Content Relationship Management System über Topic Maps verknüpft werden, beispielsweise kann ein Kontakt als Autor einem Artikel oder eine Mitteilung bzw. ein Dokument einem Produkt zugeordnet werden. Diese Verknüpfung kann manuell per Drag & Drop durch den Redakteur oder auch automatisch über die Zuordnung von Kategorien erfolgen. Templates ermöglichen die flexible Darstellung der verknüpften Objekte an frei wählbaren Stellen der Webseite. Über das Kategoriensystem lässt sich zudem eine alternative Navigationsstruktur, z.B. nach Leistungsangeboten bereitstellen, die entweder der Struktur der Kategorien folgen oder auch als Schlagwortverzeichnisse, z.B. geordnet von A bis Z dargestellt werden können.

Der Bearbeitungs- und Freigabeprozess wird durch einen aufgabenbasierten Workflow mit Versionierung, Checkin/Checkout und Freigabe unterstützt und durch eine übergreifende Protokollfunktion dokumentiert.

Die gewünschte gleichzeitige Verwendung gemeinsamer Inhalte auf den Seiten der Tochterunternehmen wird über die sogenannte Content-Sharing bzw. Cross-Portal-Publishing Solution gewährleistet. Hierbei finden einzelne Content-Objekten auf den verschiedenen Strukturebenen Seite (Thema), Modul (Seitenteilbereich) oder Objekt (z.B. einzelne Mitteilung oder Dokument) (hybrid model) gemeinsame Verwendung.

Das Grundsystem bildet mit Standardmodulen für Ankündigungen, Kontakte, Formulare, Links, Newsletter, Suche und Newsfeeds sowie verschiedene Navigationsmodule die Basis für die Realisierung von typischen Websites. Die über ein Rollenkonzept mit Sicherheitsrichtlinien sehr einfach zu verwaltenden Zugriffsrechte ermöglichen die Bereitstellung von Inhalten für geschlossene Benutzergruppen (Extranet / Intranet).