

Quick and dirty? Statische Website versus Content Management System

Die Frage „Benötige ich überhaupt eine Website“ beantworten heutzutage nur noch wenige Unternehmen mit einem „Nein“. Das Potenzial eines guten Webauftritts haben die meisten erkannt. Viel schwieriger gestaltet sich jedoch oftmals die Frage nach der Umsetzung der Site. Wie soll diese aussehen? Welche Information sollte oder muss ich gar im WWW zur Verfügung stellen? Weiterhin bleibt oftmals ungeklärt in welcher technischen Ausprägung der neue Internetauftritt erstellt werden soll.

Gerade kleinere und mittelständische Unternehmen greifen heutzutage nach wie vor auf die klassische, statische HTML Variante zurück. Ein (Web) Content Management System sei, so die Meinung einiger Entscheider, zu aufwändig in der Inbetriebnahme und lohne sich nur für die „Großen“. Dieser Artikel stellt die beiden Ansätze gegenüber und soll Ihnen bei Ihrer Entscheidungsfindung behilflich sein.

Was ist ein Content Management System (CMS)?

Allein die Übersetzung der drei Begriffe „Content“, „Management“ und „System“ ins Deutsche beschreibt den Begriff bereits recht treffend. Demnach ermöglicht ein solches System die einfache Verwaltung (Management) von Inhalten (Content) auf einer Website. Ein Anwender, im Zusammenhang mit Content Management Systemen auch als Redakteur bezeichnet, kann sämtliche Inhalte einer Webseite ohne Kenntnisse einer Programmiersprache bearbeiten, einfügen oder entfernen. Weiterhin ermöglicht ein Content Management System rollenbasierte Zugriffsverwaltungen, d.h. mehrere Redakteure mit jeweils unterschiedlich ausgeprägten Berechtigungen können zeitgleich an einer Website arbeiten.

Die Aussage „ein CMS ist eine Verwaltungssoftware für meine Website“ ist allerdings nicht ganz korrekt. Ein CMS ist keine Software im klassischen Sinne, sondern vielmehr eine Webanwendung. Dies bedeutet, dass die Verwendung eines CMS bequem über einen beliebigen Browser erfolgen kann. Man unterscheidet dabei zwischen dem so genannten „Backend“ und „Frontend“ des CMS.

Während das Backend die administrative Oberfläche des Systems beinhaltet, stellt das Frontend die eigentliche Website dar. Der technische Fokus liegt dabei besonders auf der strikten Trennung zwischen Inhalt und Layout. Diese Trennung ermöglicht es, die optische Darstellung der Website auszutauschen ohne dabei die Inhalte anfassen zu müssen. Die Inhalte werden in einer Datenbank wie beispielsweise MySQL zentral gespeichert und verwaltet, das Layout (& Design) erfolgt über „Schablonen“ – so genannten Templates

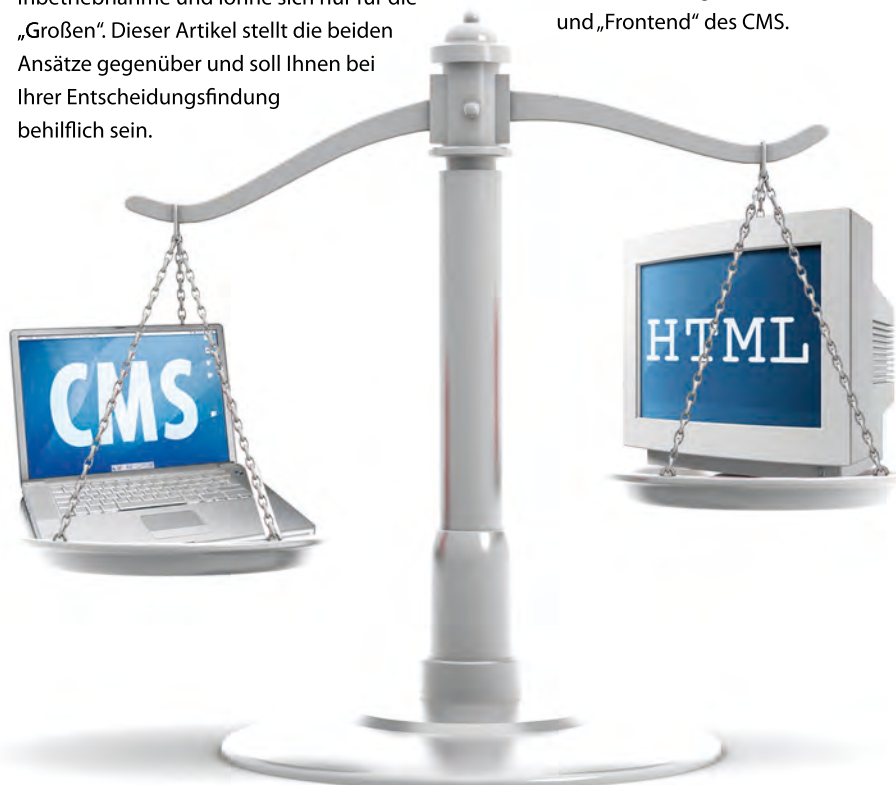
Welche Content Management Systeme sind am Markt erhältlich? Und vor allem: Worin unterscheiden sie sich?

Um es vorwegzunehmen: Die Aufgabe, hier eine vollständige Liste der am Markt erhältlichen Content Management Systemen anzuführen, würde den Rahmen des Artikels deutlich sprengen. Stattdessen sollen nur die bekanntesten erwähnt und vor allem der Unterschied zwischen kommerziellen Enterprise- und kostenfreien Open Source Lösungen herausgestellt werden.

Die große Mehrheit der unterschiedlichen Content Management Systeme erfüllen die an sie gerichteten Kernanforderungen recht ähnlich. Deutlicher sind die Unterschiede in Bezug auf Performance, Bedienbarkeit und vor allem Kosten. Kommerzielle Content Management Systeme sind bereits ab einigen 100 € erhältlich, allerdings existieren auch Lösungen die mit einem sechsstelligen Eurobetrag zu Buche schlagen. Solch teure System finden vor allem in sicherheitskritischen Bereichen Anwendung.

Ein CMS muss in der Anschaffung jedoch nicht zwangsweise etwas kosten. Viele Content Management System sind als „Open Source“ Varianten erhältlich und stehen dabei den kommerziellen Produkten in keinsten Weise nach.

Zu den bekanntesten Vertretern von Open Source Content Management Systemen gehören zweifelsfrei TYPO3, WordPress, Drupal und Joomla. Eine Bestandsaufnahme finden Sie unter: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Content_Management_Systems.



Für welches Content Management System Sie sich letztlich entscheiden hängt von vielen Faktoren ab. Möchten Sie beispielsweise ein einfaches Blog (Web Logbuch) einrichten, ist WordPress die wohl richtige Wahl. Soll es etwas umfangreicher und komplexer werden (mehrere Redakteure, Multilingualität etc.), könnte es z.B. auf TYPO3 hinaus laufen.

Doch woher wissen Sie, wann für Sie welches System in Frage kommt? Die Antwort auf diese Frage fällt recht unspektakulär aus: Sie müssen zum einen wissen was Sie möchten, zum anderen benötigen Sie einen kompetenten und vor allem erfahrenen Partner der Sie auf Basis Ihrer Anforderungen und Wünsche berät. Bevor es jedoch soweit ist, sollten Sie sich zunächst der Frage stellen, auf die dieser Beitrag die Antwort zu versuchen gibt:

„Benötige ich, bzw. lohnt sich für mich überhaupt ein CMS, um mein Unternehmen im WWW zu repräsentieren?“

HTML: Der klassische Ansatz im Internet

Bevor die Frage nach Sinn und Unsinn eines Content Management Systems beantwortet werden kann, sollte die Alternative dargestellt und unter die Lupe genommen werden. Diese besteht in der technischen Grundlage des Internets – dem HTML (Hypertext Markup Language). HTML ist eine Auszeichnungssprache und Grundlage jeder Internetseite. Auch sämtliche Content Management Systeme machen da keine Ausnahmen, auch sie erzeugen HTML Code, welcher durch einen Browser (z.B. Internet Explorer) ausgewertet und dargestellt wird. Für einen Redakteur eines CMS bleibt dieser Vorgang allerdings transparent, die Aufgabe übernimmt das System von selbst. Vergleichbar ist dies mit dem Erstellen eines Microsoft Word Briefes in dem eine Überschrift fett gestaltet werden soll. Man selbst muss lediglich die entsprechende Schaltfläche klicken und Word zeichnet den gewählten Text entsprechend aus. Verzichtet man auf den Einsatz eines CMS obliegt die Aufgabe der Anordnung und Auszeichnung (Formatierung) der Inhalte dem Web-Administrator. Hierfür ist es in den meisten Fällen nötig mindestens ein bis zwei (Web-) Sprachen zu beherrschen. Zwar existieren Editoren und Baukastensysteme die das einfache Erstellen einer Internetseite suggerieren, allerdings halten viele davon nicht das was sie versprechen.

Sofern also das Know-how bzgl. HTML und Co vorhanden ist, steht dem Bearbeiten, Hinzufügen und Entfernen von Inhalten einer Website nichts mehr im Wege. Das Know-how in Websprachen stellt damit den ersten Faktor, der als Entscheidungshilfe pro oder contra CMS herangezogen werden sollte, dar.

Ich kann HTML – Daher benötige ich kein CMS!

Eine gewagte Behauptung, die sich jedoch nicht verallgemeinern lässt. Rein theoretisch könnte man zwar jede Website der Welt „händisch“ bearbeiten, allerdings ist dies nicht immer wirtschaftlich. Dies soll an einem kleinen Beispiel verdeutlicht werden:

Gegeben sei eine Website bestehend aus 10 Inhaltsseiten. Auf Inhaltsseite 3 soll nun der erste Absatz fett dargestellt werden.

Allein für solche Aufgaben rechtfertigt sich der Aufwand für die Installation eines Content Management System nicht. In diesem Szenario erledigt ein geübter Web-Administrator diese Aufgabe binnen weniger Augenblicke. Interessanter wird es hingegen wenn es darum geht einen Menüpunkt zu ändern. Soll beispielsweise aus dem Menüpunkt „Über uns“ der Menüpunkt „Wir über uns“ werden, muss ein Web-Administrator diese Änderung (ohne Zuhilfenahme eines CMS) händisch auf allen 10 Seiten separat vornehmen. Ein Redakteur eines CMS hingegen ändert dies exakt ein Mal an einer Stelle und die Änderung wirkt sich auf alle betroffenen Seiten aus.

Bei 10 Inhaltsseiten ist der Mehraufwand vielleicht noch vertretbar, bei 100 oder mehr hingegen wird es indiskutabel.

Ein weiterer wichtiger Faktor liegt damit im Umfang einer zu erstellenden Website. Je umfangreicher diese also wird, desto interessanter wird ein Einsatz eines Content Management Systems. Analog verhält es sich bei der Häufigkeit notwendiger Änderungen an den Inhaltsseiten.

Eine pauschale Aussage ab wie viel Seiten sich der Einsatz eines CMS lohnt lässt sich dennoch nicht treffen. Eine vernünftige Entscheidung lässt sich nur fällen, wenn weitere Faktoren berücksichtigt und in die Waagschale geworfen werden.

Flexibilität ist ein solcher Faktor. Je flexibler die Website auf Änderungen, seien sie betrieblicher, informativer oder grafischer Natur, reagieren soll, desto empfehlenswerter ist die Verwendung eines CMS. Wie bereits erwähnt nimmt ein CMS eine strikte Trennung zwischen Inhalt und Layout vor. Dadurch lässt sich der „Anzug“ der Site genauso leicht wechseln wie Sie vielleicht abends Ihren Anzug gegen den Sportdress austauschen.

Selbstverständlich stellen auch die Kosten ein wichtiges Kriterium zur Entscheidungsfindung dar. Open Source Content Management Systeme sind zwar kostenfrei erhältlich, dies bedeutet allerdings nicht, dass das Betreiben eines CMS völlig kostenfrei ist. Zum einen benötigen Sie, unter der Voraussetzung, dass Sie die Installation nicht selbst vornehmen können oder wollen, einen Partner der die Installation und Einrichtung für Sie übernimmt.



Die Installation selbst ist zudem nicht auf jedem Webpaket ohne weiteres möglich, sondern erfordert umfangreichere und damit teurere Webpakete. TYPO3 beispielsweise benötigt für den Betrieb einige Erweiterungen und Einstellungen auf die Sie bei den handelsüblichen Paketen keinen Einfluss haben. Reicht für kleinere, statische HTML – Websites bereits ein Webpaket für ca. 3-4 € monatlich aus, schlagen Webpakete die den Einsatz eines Content Management Systems erlauben mit 10-200 € zu buche. Es handelt sich bei dem Betrag von 200 € im Übrigen um keinen Tippfehler. Je nachdem wie komplex, umfangreich und frequentiert der Aufbau des CMS werden soll, lohnt es sich das Anmieten eines Root-Servers. Mit einer solchen Maschine erhalten Sie das Höchstmaß an Flexibilität, sind aber zeitgleich auch selbst für den Betrieb und die Datensicherung verantwortlich. Für die meisten CMS basierten Websites reichen in der Regel jedoch Webpakete zwischen 10 und 40 € vollkommen aus.

Fazit

Der Einsatz eines Content Management Systems sollte gut überlegt und geplant werden. Hierzu ist es zwingend erforderlich im Voraus die Ziele, Flexibilität und

Pro

- + Einfache Bearbeitung ohne Programmierkenntnisse möglich
- + Hohe Flexibilität
- + Vorteile bei der Pflege umfangreicher Websites
- + Rollenbasierte Berechtigungsstufen ermöglichen paralleles Arbeiten mehrerer Redakteure
- + Austausch von Templates
- + Aufwand der nachträglichen Pflege wird minimiert, dadurch ergeben sich Einsparpotenziale

Contra

- Für einfache Webvisitenkarte unverhältnismäßig
- Höhere Kosten bei Hostingverträgen
- Installation erfordert Know How
- Initiale Installation ist im Vergleich zu einer statischen Website meist mit höheren Kosten verbunden
- Aufwand der nachträglichen Pflege wird minimiert, dadurch ergeben sich Einsparpotenziale

Umfang der zu erstellenden Website zu definieren. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass auch für eher kleinere Websites ein CMS durchaus attraktiv sein kann. Wer die Inhalte seiner eigenen, kleinen Website selbst pflegen möchte und darüber hinaus keine Websprache beherrscht, sollte sich ein CMS aufbauen oder dies von seinem Partner durchführen lassen. Wer hingegen nur mit einer kleinen Webvisitenkarte im WWW vertreten sein möchte, greift besser zu einer kleinen statischen HTML Website. Umfangreichere Projekte können hingegen auf eine CMS basierte Struktur nicht verzichten.



Zum Autor

Christian Hildenbrand hat Wirtschaftsinformatik an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg studiert und als Dipl.-Wirtschaftsinformatiker (BA) abgeschlossen. Seit Anfang 2008 ist er Geschäftsführer des auf kleine und mittelständische Unternehmen spezialisierten Unternehmens IT & Management Solutions GmbH. Das Unternehmen hat sich auf die Planung, Konzipierung und Umsetzung professioneller Content Management Systeme wie beispielsweise TYPO3 spezialisiert. Zum weiteren Portfolio gehören auch die Installation und Einrichtung von Onlineshops sowie die Integration von Schnittstellen.

