

Content Management – ohne ganzheitlichen Ansatz nicht überlebensfähig

In Folge der eingetretenen Ernüchterung im E-Business-Umfeld ist eine Konzentration auf das Wesentliche zu beobachten und weiterhin zu erwarten. Dies bedeutet Fokussierung auf Business-Modelle und Geschäftsprozesse, die einen schnellen Ertrag für die getätigten Investitionen sicherstellen. Nicht mehr das technisch Machbare, sondern das geschäftlich Sinnvolle zählt. Gefragt ist die kosteneffiziente Nutzung von Web-Technologien, um einen einfachen Zugriff auf alle Daten und Systeme eines Unternehmens zu realisieren. Hierzu werden Anwendungen benötigt, die sich an den Geschäftsprozessen und nicht an technischen Systemgrenzen orientieren. Um solche Anwendungen mit vernünftigem Kosten- und Zeitaufwand realisieren zu können, ist eine einheitliche Sicht auf alle Daten, Systeme, Applikationen und Prozesse eines Unternehmens erforderlich. Technisch heißt das, aus einer heterogenen IT- Landschaft heraus, die Inhalte für geschäftsrelevante Anwendungen in homogener Weise zur Verfügung zu stellen.

Daniel Heck, Director of Corporate Communications der Day Software Holding AG (www.day.com)

Es genügt also nicht mehr, Content zu managen, Content muss vereinheitlicht werden. Die am Markt überlebenden Systeme werden sich von Content Management-Systemen zu Content Unification-Systemen entwickeln müssen. Durch diese ganzheitliche Sicht wird klar, dass es nicht mehr zeitgemäß ist, Lösungen aus vielen verschiedenen Tools zusammenzubauen, die dann mühsam integriert werden müssen. Es wird eine Konvergenz der Systeme geben, die in Web-Vorhaben eingesetzt werden und Anbieter, denen es gelingt, den ganzheitlichen Ansatz – die Content Unification – effizient umzusetzen, werden klar im Vorteil sein. Dadurch, dass sämtliche Inhalte (und nicht Applikationen) verwaltet und über das Web zugänglich gemacht werden, können sich Unternehmen stets ein klares Bild von dem Wissen und den Ressourcen in ihrer Organisation machen und Geschäftspartner sowie Kunden daran teilhaben lassen. Das ist Content Unification – die Zusammenführung, Vereinheitlichung, Rationalisierung und Weitergabe von geschäftlichem Wissen und Prozessen über Abteilungs- und geografische Grenzen hinweg, innerhalb und ausserhalb des Unternehmens.

Communiqué Unify ermöglicht Content Unification

Das Softwareunternehmen Day verfügt mit „Communiqué Unify“ über ein vollständig Java-basiertes Produkt, das Content Unification ermöglicht. Es stellt eine skalierbare Infrastruktur für die effiziente Verwaltung aller vorhandenen digitalen Inhalte, Informationen und Prozesse über das Web bereit und schützt somit bereits getätigte IT- Investitionen.

Communiqué Unify zeichnet sich durch eine plattformunabhängige Software-Bus-Architektur aus, deren wesentlicher Baustein der ContentBus ist. Dieser stellt ein „Virtual Repository“ für Unternehmensinhalte aller Art dar. Rohdaten aus beliebigen Datenspeichern und Softwaresystemen werden durch ihn in verwaltbare und wiederverwendbare Inhalte verwandelt. Er ermöglicht den Lese-/Schreibzugriff in Echtzeit auf sämtliche Datenquellen wie Dateisysteme, Datenbanken, Middleware, EAI-Tools, Unternehmens- oder kundenspezifische Applikationen oder Legacy-Systeme.

Day setzt auf anerkannte Industriestandards. Communiqué Unify ist zu 100% in Java programmiert, ist innerhalb jedes J2EE-Applikations-Servers lauffähig, nutzt alle Vorteile des Java JDK 1.3 aus und bietet JMS- sowie eine erweiterte JDBC-Unterstützung. Ebenso werden Web Services über SOAP und UDDI-Protokolle unterstützt. Day engagiert sich zudem bei der Entwicklung neuer Standards: Unter der Leitung von Day entsteht zurzeit die Spezifikation einer Standardschnittstelle zu Content Repositories.

„GlaxoSmithKline“ - Anwendungsbeispiel der Partner Day und UNIC

Bei GlaxoSmithKline (GSK) Schweiz, eines der weltweit führenden forschungsorientierten Arzneimittel- und Healthcare- Unternehmen, stand die Umsetzung mehrerer neuer Internet-Informationen-Portale an. Für die Neugestaltung sämtlicher Web-Inhalte entschied sich GSK für die Day-Software Communiqué und den Implementierungspartner UNIC Internet Consulting. Der entscheidende Faktor beim effizienten und umfassenden Management des Internet-Auftrittes war die offene ContentBus-Architektur von Communiqué, welche die einfache Anbindung von externen Datenquellen, Applikationen und Legacy-Systemen erlaubt.

Neben der Corporate- Website www.gsk.ch wurden für die Produktparten und Servicebereiche, eigene Websites und Portale eingerichtet.

Schwerpunkt Portal-Aufbau

Der Projekt-Schwerpunkt lag auf der Erstellung und einfachen Verwaltbarkeit mehrerer Portale innerhalb GSK. Deren gewünschte aktive Bewirtschaftung respektive der GSK- Unternehmensinformationen bedingte eine konsistente, applikationsunabhängige Datenstruktur, welche mittels Communiqué geschaffen wurde, indem die Daten mit Zusatzfunktionalitäten (Content Services) versehen wurden. Dazu gehörten u.a. Versionskontrolle, Indexierung, Authoring, Workflow oder Zugriffskontrolle. Im Gegensatz zu üblichen Content Management-Prozessen, in denen diese Content Services nur auf unstrukturierte Daten wie Texte oder Bilder angewendet werden, müssen bei einem Portal vornehmlich auch strukturierte Daten auf diese Weise verarbeitet werden. Und einer der Vorteile von Communiqué ist die Fähigkeit, eine solche einheitliche Datenstruktur mittels der ContentBus-Architektur bereitstellen zu können. Über Konnektoren kann der Benutzer vom ContentBus auf unstrukturierte und strukturierte Daten in verschiedenen Backend-Systemen zugreifen. Daten werden im ContentBus durch die Anwendung der Content Services zu einheitlichem Content. Der vereinheitlichte Content ermöglicht den Benutzern und Applikationsentwicklern die darunterliegenden Daten wesentlich effizienter zu nutzen.

Alltagsarbeit mit Communiqué innerhalb der GSK

Der Schulungsaufwand für Communiqué ist außerordentlich gering gewesen und entsprechend einfach läuft die Alltagsarbeit innerhalb GSK. Inhalte werden auf Redaktionsseite einfach mittels Web-Browser eingegeben, kopiert und eingefügt oder aus existierenden Office-Dokumenten importiert. Die komplette

Tätigkeit des Autors findet allein im Explorer statt. Zudem ist die browser-basierte mehrsprachige Autorenumgebung von Communiqué vollständig in das Produkt integriert, so dass das einmal erstellte Design, Layout und die Stilvorlagen auf allen Web-Seiten und bei jeder Art von Datenpräsentation konstant sind.

Auch die Grafikgenerierung gestaltet sich mit Communiqué als leichte Übung. Die Software verfügt über ein integriertes System zur Grafikbearbeitung und Veröffentlichung. Bildmaterial wird nur ein einziges Mal in Originalform gespeichert und bei jedem Gebrauch der Grafik aufbereitet und wiedergegeben. Wird das Originalbild verändert, werden alle speziell für die jeweiligen Seiten vorgenommenen Änderungen sofort umgesetzt, sobald die Seite dargestellt wird - ohne die Originaldatei zu verändern.

Ein weiterer entscheidender Faktor war ein Pool an Communiqué-Templates, die den GSK-Mitarbeitern das Verfassen der Beiträge für die Website erleichtern und die Formatierung entsprechend der Layout-Richtlinien übernehmen. Durch die Verwendung des gleichen Grund-Layouts sind die Design-Kosten für jede weitere Website somit praktisch Null. Diese Template-Toolbox stellt gewissermaßen die Elemente einer Standard-Site dar, die als Basis für neue Websites dient. Wenn eine Business Unit jetzt einen Internet-, Intranet- oder Portal-Auftritt mit Communiqué plant, muss man sich nur noch über Layout und Design den Kopf zerbrechen. Das sind Synergien, welche Konzerne erreichen wollen.