

CMS-Anbieter vor neuen H

Der Markt für Web-Content-Management-System gleicht einem Haifischbecken, in dem sich viele verschiedene Anbieter tummeln. Nicht zu übersehen ist jedoch der Trend Richtung Enterprise Content Management und Java. Einige Hersteller haben Software und Marketing bereits umgebaut. *Andreas Kapp*

Je umfangreicher eine Netzpräsenz wird, je mehr Autoren im Intranet publizieren, desto schwieriger und kostspieliger wird das Aktualisieren, Finden und Verwalten der Inhalte. An diesem Punkt setzt sich bei den Unternehmen meist die Überzeugung durch, dass eine Website in die Unternehmensprozesse und Informatikstrukturen eingebunden sein will. Das Bedürfnis nach Web Content Management Systems (WCMS) ist also nicht abzustreiten. Und als Geldsparmaschinen werden sie von ihren Herstellern vielfach angepriesen.

Doch welche Einsparungen und Effizienzsteigerungen für die Unternehmen unter dem Strich übrig bleiben, ist schwierig abzuschätzen. Denn die Kosten für die Einführung eines WCMS sind beträchtlich: Zu den Lizenzkosten im sechsstelligen Bereich muss meist noch der Aufwand in mindestens gleicher Höhe für die Realisierung budgetiert werden. Viele WCMS-Hersteller verdienen bis zu 50 Prozent ihres Umsatzes mit der Integration ihrer Systeme beim Kunden.

Microsoft steht vor der Tür

«Die Euphorie am Markt hat sich gelegt. Die Kunden sind realistischer geworden, was die Kosten anbelangt», stellt auch Jürg Stuker, CTO von namics, fest. Hinzu komme, so Stuker, dass die WCMS-Hersteller meistens Startups sind und somit auch finanziell genauer unter die Lupe genommen werden. Denn wer will schon ein System kaufen, das bald nicht mehr unterstützt wird?

Die derzeitige Konsolidierung wirft auf Kundenseite einige Fragen auf. Der Eintritt von Microsoft in den WCMS-Markt hat die Situation zusätzlich verschärft. Noch schrecken viele vor den Lizenzkosten von 90 000 Franken pro CPU bei Microsoft zurück. Gemäss Insidern ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis Redmond die Preise senkt. Erwartet wird dies, sobald der Content Management Server 2002 kommt, der zudem kompatibel zum neuen .NET-Applikationsserver sein wird.

Day will Content Repository Interface für Java standardisieren

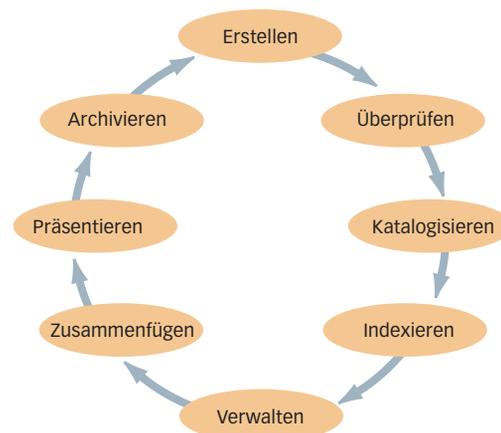
David Nüscheler, CTO von Day Software, hat beim Java Community Process (JCP) einen Vorschlag für die Erweiterung der Java-Plattform um eine Content-Management-Schnittstelle eingereicht. Der Vorschlag «JSR170» schlägt die Entwicklung einer bidirektionalen Schnittstelle für ein «Content Repository» vor. Das neue Interface soll das Verwalten von «Content» herstellerübergreifend normieren. Über die Schnittstelle sollen die üblichen CMS-Dienste wie Versionierung durch Autoren, Volltextsuche,

Zugriffskontrolle, Inhaltskategorisierung und Zugriffsprotokollierung auf einheitliche Weise zur Verfügung gestellt werden.

Day verfolgt mit der Schnittstelle das Ziel, alle CMS-Systeme gleichermaßen benutzbar und aus Anwendersicht austauschbar zu machen. Den Begriff «Content» fasst Nüscheler breit: «Alle Dokumente und Daten eines Unternehmens, die angezeigt, verwaltet, geändert, umhergeschickt oder publiziert werden.»

Unterstützt wird der Antrag unter an-

Content-Lebenszyklus



CMS-Software bietet Funktionen für alle Phasen, die multimedialer Content durchläuft.

Unter Druck verschmelzen

WCMS-Spezialist Stuker vergleicht die Situation mit dem Verdrängungswettbewerb der Datenbankhersteller in den Neunzigerjahren: «Es gibt ein Markt für vielleicht ein Dutzend CM-Systeme weltweit.» Nicht zu übersehen ist, dass viele WCMS-Hersteller derzeit die Windows-Plattform für unsicheren Boden halten und in die bei Grossunternehmen etablierte UNIX-Welt flüchten.

Dieser Trend wird auch von einer Studie des Marktforschers Frost & Sullivan bestätigt. So prognostizieren die Analysten eine Verschmelzung des Marktes für web-basierte Content-Management-Systeme mit jenem der klassischen Dokumentenverwaltung. Das Volumen des so neu entstandenen Marktes für «Enterprise Content Management» (ECM) beziffert die Studie in Europa derzeit auf 485 Millionen US-Dollar. Bis zum Jahr 2005 soll der ECM-Markt dann aber 1,5 Milliarden US-Dollar

hergeben. Die Anbieter von WCMS-Software haben zwar gemäss Frost & Sullivan eine gute Ausgangslage, um sich ein gutes Stück von diesem Kuchen abschneiden zu können. Doch zu erwarten ist, dass auch die grossen Anbieter von Unternehmenssoftware wie IBM, Oracle oder SAP aufs Parkett treten werden.

Ebenfalls in den Startblöcken sind die Hersteller von Dokumentenverwaltungssystemen wie Documentum, die den Web-Hype zwar verpasst, inzwischen aber technologisch aufgeholt haben. So haben die meisten WCMS-Hersteller ihr Marketing neu ausgerichtet. «Smart Active Content» (Vignette) oder «Total Business Integration» (Day) oder «Unified Content Management» (Gauss) sind die neu abgesteckten Claims.

Kein Überleben ohne Java

Auch an der Technologiefrente sind die klassischen WCMS-Hersteller zusätzlichem Druck ausgesetzt. So gilt die Kompatibilität mit der Java Enterprise Application Server Plattform (J2EE) als kritischer Erfolgsfaktor für das Bestehen der Hersteller im Markt. Mit der Version 6 hat Vignette bereits von der Skriptsprache TCL auf Java umgestellt. Auch Documentum und Interwoven haben Schnittstellen zu J2EE im Angebot. Day hat ihre Software Communiqué in einem Kraftakt neu in Java geschrieben und Obtree hat mit C4 die Loslösung von der reinen Microsoft-Plattform geschafft. Ebenso ist YoungCulture daran, ihr CMS vom ColdFusion Server auf die Java-Plattform zu übertragen.

Die zunehmende Unabhängigkeit der WCMS von der Server-Infrastruktur dürfte auch der Kompetitivität Auftrieb geben. War die Einführung eines WCMS einst ein langwieriger Prozess, können heute die gleichen Projekte schon in kurzer Zeit realisiert werden – so versprechen die Anbieter.

Ein Blick auf den Schweizer Markt zeigt denn auch, dass einiges in Bewegung ist. So hat die Zürcher

Konferenz zu Open Source CMS

Einen Einblick in das Schaffen der Szene bietet die erste Konferenz zu Open-Source-Content-Management-Systemen, die am 21. und 22. März 2002 an der ETH in Zürich stattfindet. Neben den bekannteren Systemen wie OpenCMS und Zope CMF werden auch drei Schweizer CMS-Projekte präsentiert. <http://conference.wyona.org>

erausforderungen

Kantonalbank auf Jahresende 2001 den historischen Wildwuchs der Websites im Intranet geordnet und Vignette 5 eingeführt. Auch im Intranet von Credit Suisse Financial Services (CSFS) müssen die historisch gewachsenen Websites nach der Zusammenlegung mit dem Private Banking neu geordnet werden. Ein Teil der Inhalte wird mit Obtree verwaltet, der grössere Teil von Webmastern mit Frontpage. Für die Internetseite von CSFS arbeiten 250 Autoren und 50 Redaktoren am WCMS von Interwoven. Auch im Intranet der UBS wird an einer Webpublishing-Anwendung auf der Basis von Vignette 5 gearbeitet. Ebenso ist der Telekomanbieter Orange dabei, sein hausgemachtes WCMS-System durch Interwoven zu ersetzen. Und der Migros Genossenschaftsbund hat mit migros.ch als erste schweizerische Unternehmung mit dem Microsoft Content Management Server im Internet Erfahrungen gesammelt.

Während die etablierten WCMS-Anbieter vor allem um die fetten Budgets der grossen Unternehmen buhlen, bemühen sich im mittleren und unteren Preissegment

die Webagenturen um WCMS-Aufträge. «Der Einstieg mit einem WCMS ist nicht einfach. Der Lizenzbrocken, den Kunden am Anfang für ein WCMS bezahlen müssen, ist nicht beliebt», sagt Andreas Kuefer, Geschäftsleitungsmitglied bei Silversite. Die Basler setzen für die Neuausrichtung von manor.ch auf «CommonSpot» als WCMS, das auf dem Cold Fusion Server aufsetzt.

Open Source auf dem Vormarsch

Auch die Zofinger Previon bietet ein günstiges WCMS. Dieses fungiert auch als Türöffner, um Projekte zu akquirieren. Dazu Geschäftsführer Roger Wernli: «Vor zwei Jahren hätten wir unser System auch für 100 000 Franken verkaufen können. Das geht heute nicht mehr, denn inzwischen gibt es gute Open-Source-Lösungen.»

Nicht wenige der kleineren Anbieter geben gerade wegen der Open-Source-Konkurrenz ihr hausgemachtes WCMS auf. «Ein Content-Management-System zu verkaufen ist unendlich schwierig», stellt Andrej Vckovski, CTO von Netcetera, resigniert fest. Die Zür-

cher Software-Schmiede hat deshalb die Vermarktung ihres hauseigenen CMS «SiteControl» eingestellt.

Voll auf Open Source setzt etwa die ETH Zürich: «Wir erhoffen uns von Open Source grosse qualitative und finanzielle Vorteile», sagt Andreas Dudler, Direktor Informatikdienste an der ETH, der die unterschiedlichen Publikationsbedürfnisse der Forscher mit einem standardisierten CMS lenken will. Im Moment werden zwei Pilotinstallationen getestet. Die Favoriten sind zope.org und wyona.org. Auch die Webzeitung ETH-Life wechselt ihr Redaktionssystem, das auf Vignette aufgebaut ist und ersetzt es durch eine massgeschneiderte Lösung mit Perl und Linux im Wert von 100 000 Franken.

Bereits kündigt sich unter den Open-Source-CMS ein Konkurrenzkampf an. Die Konsolidierung scheint auch in diesem Bereich vorprogrammiert zu sein. Michael Wechner von Wyona, welche mit «NZZ Online» ein Referenzprojekt vorweisen kann, prophezeit denn auch: «Es wird im Open-Source-Bereich pro Programmiersprache höchstens ein gutes CMS geben.»

WCMS-Hersteller in Stichworten

Atomz Wie beim Such- und Indexierungsdienst für Websites von Atomz, der in der Schweiz von der NZZ und der Bank für Internationalen Zahlungsausgleich eingesetzt wird, kommt auch beim CMS «Atomz Publish» das Miete-Modell zur Anwendung. Die Preisspanne für das Miet-CMS beträgt je nach Umfang zwischen 15 000 und 75 000 US-Dollar pro Jahr. Dieses kann mit «Atomz Search» kombiniert werden. www.atomz.com

Day Day hat zwei Produkte im Angebot: Communiqué (CQ) Enterprise ist der Nachfolger des bisherigen CMS für die Java-Plattform. Mit CQ Unify und dem «Content Bus» will Day in die Liga der Unternehmensdatenverwaltung vorstossen. Communiqué Enterprise kostet ab 150 000 CHF, Communiqué Unify ist ab 400 000 CHF zu haben. www.day.com

Gauss Mit VIP Enterprise von Gauss wird der Content auf der neuen Website von swisscom.com verwaltet. Obwohl das System von Anfang an in Java und mit XML-Schnittstellen konzipiert war, wurde

die Architektur für VIP Content Manager 8 nochmals grundlegend überarbeitet, um die zugekaufte Workflow-Engine zu integrieren. Lizenzkosten ab 60 000 CHF. www.gaussenterprise.com

Interwoven TeamSite ist ein Perl-basiertes Enterprise Content Repository System mit VB-, Java-Script- und Java-J2EE-Schnittstellen. Mit Version 5.51 wurden Performance und Skalierbarkeit des Repository verbessert und die Benutzeroberflächen lokalisiert. Lizenzen für Webprojekte kosten bis 400 000 CHF. www.interwoven.com

Microsoft «Microsoft Content Management Server 2001» heisst das CMS von Microsoft, das die Redmonder im März für 36 Millionen US-Dollar von NCompass gekauft haben und das seit Herbst letzten Jahres unter neuem Namen firmiert. Das System funktioniert nur unter Windows zusammen mit Microsoft Information Server (IIS) und verwendet die alte ASP-Schnittstelle. Der Preis beträgt 46 000 US-Dollar pro CPU plus zusätzlich die Kosten für eine SQL-Server-Lizenz. Falls

benutzerspezifische Einstellungen gewünscht sind, braucht es eine Microsoft-Commerce-Server-Lizenz. www.microsoft.com/cmserver/

Obtree Mit der neuen Version C4 hat sich Obtree von der Windows-Plattform gelöst und auf Unix Fuss gefasst. Die Anbindung an SAP, COM-Schnittstellen und XML-Daten ist jetzt einfacher. Eine erweiterte Version gibt es mit einer OEM-Lizenz von Autonomy, die aber auf Web-Content beschränkt ist. Das System kostet ab 120 000 CHF für 4 CPUs, im Bundle mit Autonomy 500 000 CHF. www.obtree.com

Vignette Vignette will den Begriff «Content Management» erfunden haben. Mit einem Nettoverlust von 1,5 Milliarden US-Dollars im Jahr 2001 sind die Kalifornier eine echte Dotcom. Mit der Version 6 hat sich die Firma von TCL Script verabschiedet und sich eine neue Java-kompatible Architektur zugelegt. Eine Lizenz für das CMS-Framework aus San Francisco kostet ab 250 000 Euro, etwa den gleichen Betrag kostet die von Vignette angebotene Realisierung. www.vignette.com

youngculture Die Zürcher Firma realisiert E-Business-Projekte mit dem hauseigenen CMS. Der Hersteller konzentriert sich auf den schweizerischen Markt. Ein Drittel des Umsatzes stammt aus Produktlizenzen, zwei Drittel aus dem Projektgeschäft. Avisiert werden mittlere und grosse Unternehmen. Das Basismodul gibt es ab 35 000 CHF. Dazu kommen jeweils noch Projektkosten ab 70 000 Franken. www.youngculture.ch

Weiterführende Informationen

Die Zahl der verfügbaren Content-Management-Systeme ist gross. Die Website www.contentmanager.de bietet eine Markt- und Produkteübersicht mit über 250 Einträgen. Mit dem «Comparator» können die meisten CMS-Produkte und ihre Eigenschaften dynamisch verglichen werden. Day, Obtree und Microsoft CMS werden am 27. Februar in Lausanne von Aseantics direkt verglichen. www.aseantics.ch/intranet