Template: Vorbereitung CMS-Evaluierung

(das vorliegende Template sowie die enthaltenen Tabellen dienen der internen Vorbereitung)

# Vorwort und Erklärung

Vielen Unternehmen fällt die strategische Auswahl eines geeigneten Content Management Systems schwer. Die Hauptgründe liegen in der Komplexität der eigenen Anforderungen, die häufig schwer zu definieren sind, sowie der umfangreichen und unübersichtlichen Systemvielfalt.

Mit der zunehmenden Onlinenutzung und der damit einhergehenden, steigenden Bedeutung des Internets für die Kundengewinnung und –bindung wird ein passendes CMS jedoch missionskritisch. Die Auswahl eines bestmöglich geeigneten Systems ist somit von strategischer Bedeutung. Dabei gilt zu beachten: Es gibt nicht das eine, beste CMS. Die unterschiedlichen Systeme bringen spezifische Stärken und Schwächen mit, die vor dem Hintergrund der eigenen Anforderungen beurteilt werden müssen. Dafür ist eine strategischeh Vorgehensweise unerläslich.

Das vorliegende Template ist Teil 1 eines 2-teiligen Vorlagen-Sets und dient zur internen Vorbereitung der CMS-Evaluierung. Es soll dabei helfen, strategische Fragestellungen zu formulieren und zu beantworten sowie den Ablauf der CMS-Auswahl zu strukturieren. Die hier formulierten Fragen bilden die Grundlage für die Ausgestaltung des sogenannten Request for Proposal (RFP). Dieser wird an in Frage kommende Anbieter versandt und dient zu Ermittlung der Eignung einzelner Systeme. Der RFP ist Teil 2 des Vorlagen-Sets.

**Das entsprechende Template für den RFP haben Sie zusammen mit diesem Template erhalten.**   
Liegt es nicht vor, können Sie es auch jederzeit unter [info@contentXXL.de](mailto:info@contentXXL.de) anfordern.

Aufgrund der unterschiedlichen Gegenheiten eines jeden Unternehmens, verstehen sich die folgenden Fragestellungen und Antwortmöglichkeiten als Hilfestellung ohne Anspruch auf Vollständigkeit. Sie liefern Anhaltspunkte, die auf eine Vielzahl von Unternehmen zutreffen werden, jedoch im Idealfall an die Gegebenheiten des eigenen Unternehmen angepasst werden sollen. Der Vorteil dieser Vorlage liegt insbesondere darin, dass Sie sich mit den eigenen Zielen und Anforderungen auseinandersetzen.

Teil 1: strategische Fragestellungen

# Frage 1: Warum wird ein neues CMS benötigt?

*[Der folgende Text dient zur Erklärung und soll durch die eigene Antwort ersetzt werden]*

*Bevor Sie mit der Suche beginnen und sich durch den meist langwierigen und mühsamen Prozess der System-Evaluierung quälen, sollten Sie sich darüber klar werden, warum ein neues CMS notwendig geworden ist. Mögliche Ansatzpunkte können sein:*

* *Welche Probleme ergeben sich in der Nutzung des gegenwärtigen Systems?*
* *An welche funktionalen Grenzen ist das bisherige System gestoßen?*
* *Welche neuen Anforderungen haben sich ergeben?*
* *Wo bestanden Unzufriedenheiten der Nutzer (Redaktion, Admins, Templater u.ä.)?*
* *Gab es Probleme in der Zusammenarbeit mit dem Hersteller (z.B. magelhafter Support)?*

*Hinweis: Gerade im Mittelstand werden häufig alte Systemversionen eingesetzt. Möglicherweise lassen sich „funktionale Mängel“ auch durch ein (deutlich weniger aufwändiges) Update auf eine neue Version des selben Systems beseitigen.*

***Definieren Sie hier die Gründe, die dazu geführt haben, ein neues CMS zu evaluieren!***

# Frage 2: Welche Ziele sollen mit der Einführung des neuen CMS oder mit dem damit zu realisierendem Projekt erreicht werden?

*[Der folgende Text dient zur Erklärung und soll durch die eigene Antwort ersetzt werden]*

***Formulieren Sie hier messbare Ziele****, die mit der Einführung des neuen Systems erreicht werden sollen. Dabei kann es sich sowohl um strategische Ziele wie auch operative Ziele handeln. Formulieren Sie Ihre Ziele idealerweise nach der SMART-Formel (Specific, Measureable, Accepted, Reachabel, Timely) und schaffen Sie mittels Gliederung in Ober- und Teilziele sowie durch Priorisierung eine klare Zielhierarchie.*

*Ein Beispiel für ein messbares Ziel könnte lauten: Der Zeitaufwand für die Erstellung neuer (Blog)Beiträge soll mit dem neu eingeführten System um 50% reduziert werden.*

# Frage 3: Was sind die wesentlichen Nutzungsszenarien für das CMS sowie das damit umgesetzte Projekt

*[Der folgende Text dient zur Erklärung und sollen durch die eigene Antwort ersetzt werden]*

*Die entscheidende Frage an dieser Stelle lautet: Welche Anwendungen sollen mit dem CMS realisiert werden oder künftig realisierbar sein und wozu dienen diese Anwendungen.*

*Mögliche Beispiele für Anwendungsszenarien können z.B. eine Corporate Website zur Darstellung des Unternehmens und seiner Leistungen, ein Corporate Blog zum Aufbau einer regelmäßigen Leserschaft, eine eigene Brand Community zur Kundenbindung, ein Social Intranet für die bessere interne Kommunikation, ein Support-Portal für Lieferanten und Kunden oder die webgestützte Leadgenerierung darstellen.*

*In vielen Fällen werden mehrere Anwendungen mit jeweils spezifischen Zielen eine Rolle spielen. Diese stellen jeweils eigene, spezielle Anforderungen an Funktionalität und Nutzung des Systems. Beispielsweise erfordert ein Support-Portal einen geschlossenen Nutzerbereich mit personalisierten Inhalten. Dies bedeutet, dass eine Loginfunktion sowie ein granulares Rechte- und Rollenkonzept benötigt wird. Redakteure müssen in diesem Kontext Inhalte für spezielle Gruppen erstellen und freigeben können und vieles mehr.*

***Definieren Sie hier die geplanten Anwendungsteile und was für deren Umsetzung benötigt wird! Analysieren Sie hiefür auch, über welchen Funktionen die einzelnen Anwendungen zwingend verfügen müssen. Die Funktionsliste aus dem RFP kann Ihnen hier als Orientierung dienen.***

# Frage 4: Was sind die kritischen Erfolgsfaktoren zur Erreichung der definierten Ziele und zur Umsetzung der Nutzungsszenarien?

*[Der folgende Text dient zur Erklärung und soll durch die eigene Antwort ersetzt werden]*

*Um die definierten Nutzungsszenarien umzusetzen und die höchstmögliche Zielerreichung zu gewährleisten, müssen gewisse Funktionalitäten zwingend vorhanden und möglichst gut orchestriert sein.*

*Zum Beispiele erfordert das Szenario der Leadgenerierung die schnelle Erstellung ansprechender Landingpages sowie von Formularen zur Abfrage der Lead-Daten.*

***Definieren Sie hier, welche Funktionalitäten und Abläufe maßgeblichen Einfluss auf den Erfolg der geplanten Anwendung haben!***

# Frage 5: Welche technischen und menschlichen Ressourcen stehen intern zur Verfügung?

*[Der folgende Text dient zur Erklärung und soll durch Ihre eigene Antwort ersetzt werden]*

*Gibt es technologische Rahmenbedingungen, die beachtet werden müssen/sollen? Hierzu kann z.B. die Frage nach der bevorzugten, technologischen Basis (Server, Datenbanken, Programmsprachen etc.) gehören. Dies wird unter anderem von den im Unternehmen bereits vorhandenen Fähigkeiten und Technologien beeinflusst.*

*Ebenso ist zu entscheiden, ob die technische Betreuung von System und Anwendung (Installation, Erweiterung / Anpassung, Wartung) selbst übernommen werden soll bzw. kann. Diese Fragestellung ist wichtig im Zusammenhang mit der zeitlichen Planung, aber auch im Zusammenhang mit der Auswahl geeigneter Partner und ähnlichem.*

***Definieren Sie hier welche Technologien, Fähigkeiten und Ressourcen im Unternehmen vorhanden sind und welche Auswirkungen dies auf die Systemwahl (auch technisch) hat!***

# Frage 6: Wieviel Budget steht für das neue System beziehungsweise das damit umzusetzende Projekt zur Verfügung?

*[Der folgende Text dient zur Erklärung und soll durch Ihre eigene Antwort ersetzt werden]*

*In den wenigsten Projekten spielt Geld keine Rolle. Wahrscheinlicher ist, dass vorab bereits Budgets definiert wurden. Da sich die Kosten für das System und insbesondere die Projektumsetzung stark unterscheiden können, stellt die Frage nach dem Budget einen wichtigen, limitierenden Faktor für die Systemauswahl dar.*

*Hinweis: Open Source Systeme verursachen zwar keine Lizenzkosten, müssen bei der Betrachtung der* ***Gesamtkosten*** *(Total Cost of Ownership) jedoch nicht zwangsläufig günstiger sein. Achten Sie bei der Kostenanalyse nicht nur auf die Lizenzkosten sondern berücksichtigen Sie auch andere Kostenbestandteile (spätere Erweiterung, Anpassung, Wartung, Betrieb) – in aller Regel ist dies der deutlich größere Kostenblock.* ***Wichtiger als der Kaufpreis sind die Gesamtkosten sowie das Preis-Leistungsverhältnis.***

***Definieren Sie hier das zur Verfügung stehende Budget und planen Sie auch Budgets für die laufende Betreuung und Weiterentwicklung der Anwendung ein! Definieren Sie ihre preislichen Erwartungen an das System.***

# Frage 7: Wie ist die Zeitplanung für den Beschaffungsprozess sowie das gegebenenfalls mit dem System umzusetzende Projekt

*[Der folgende Text dient zur Erklärung und soll durch Ihre eigene Antwort ersetzt werden]*

*Die zeitliche Planung bestimmt Deadlines für die einzelnen Auswahlschritte und darf daher nicht außer Acht gelassen werden.*

***Definieren Sie hier die Zeitplanung!***

Teil 2: Tabellen zur CMS-Evaluierung

# Tabelle 1: Liste potentieller Anbieter (Longlist)

Führen Sie eine erste Recherche geeigneter Anbieter durch. Orientieren Sie sich dabei an den bereits definierten Anforderungen sowie den vorliegenden Restriktionen (Budget, Technologien u.ä.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Unternehmen | Produktname | Website | Anmerkungen |
| contentXXL GmbH | contentXXL | www.contentxxl.de |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# Tabelle 2: Versand der Fragebögen zur CMS-Evaluierung

Notieren Sie an wen der RFP versandt wurde und wann Sie die Antwort erhalten haben.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Unternehmen | Produktname | RFP versendet am: | Antwort erhalten am |
| contentXXL GmbH | contentXXL |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# Tabelle 3: Shortlist geeigneter CMS-Anbieter

Erstellen Sie hier eine Shortlist der geeigneten Anbieter. Die Beurteilung erfolgt auf Grundlage der beantworteten Fragebögen. Tragen Sie hier nur die Anbieter ein, deren CMS weiter evaluiert werden soll, zum Beispiel im Rahmen einer Produktpräsentation, von Workshops oder Testinstallationen.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Unternehmen | Termin Produktvorstellung | Ggf. Termin für Workshop |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

# Tabelle 4: Übersicht Stärken und Schwächen einzelner CMS-Anbieter

Auf Basis der erhaltenen Antwortbögen können Sie hier die wesentliche Vor- und Nachteile einzelner Systeme im Hinblick auf Ihre Anforderungen überblicksartig festhalten. Führen Sie diesen Schritt nur für die Anbieter der Shortlist durch.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Anbieter: z.B. contentXXL | Stärken | Schwächen |
| Unternehmen |  |  |
| Produktfunktionalität |  |  |
| Service / Support |  |  |
| Lizenzierung und Pricing |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Anbieter 2: | Stärken | Schwächen |
| Unternehmen |  |  |
| Produktfunktionalität |  |  |
| Service / Support |  |  |
| Lizenzierung und Pricing |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Anbieter 3: | Stärken | Schwächen |
| Unternehmen |  |  |
| Produktfunktionalität |  |  |
| Service / Support |  |  |
| Lizenzierung und Pricing |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Anbieter 4: | Stärken | Schwächen |
| Unternehmen |  |  |
| Produktfunktionalität |  |  |
| Service / Support |  |  |
| Lizenzierung und Pricing |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Anbieter 5: | Stärken | Schwächen |
| Unternehmen |  |  |
| Produktfunktionalität |  |  |
| Service / Support |  |  |
| Lizenzierung und Pricing |  |  |