

Content im Wandel

Warum das klassische Content Management-System nicht mehr zukunftsweisend ist.

Gastbeitrag

•• Von Michael Malik

WIEN. Die eigene Website ist heute – für Ein-Personen-Unternehmen genauso wie für große Konzerne – Visitenkarte, Aushängeschild und digitale Anlaufstelle und das rund um die Uhr und weltweit.

Doch die Anforderungen an die Online-Präsenz steigen stetig. Längst sind statische Texte nicht mehr ausreichend, um die Aufmerksamkeit des Besuchers zu halten. Bilder, Videos und Social-Plugins diversifizieren den Inhalt, der *dynamisch* geworden ist und bei jedem neuen Besuch für Abwechslung sorgen soll.

Auch der Websitebenutzer hat sich vom reinen Consumer weiterentwickelt und ist mit dem Wandel des Internets zum *Prosumer* – also Produzent und Konsument zugleich – geworden.

Das Werkzeug CMS

Unabhängig davon, ob die Website oder das Nachrichtenportal nun in der Hand des Betreibers oder einer Agentur liegt: In den meisten Fällen bedient man sich eines Content-Management-Systems (kurz CMS) zur Verwaltung und Pflege der Inhalte.

Ein CMS ist jedenfalls immer nur so gut, wie sehr es den Inhalt in einer repräsentativen und attraktiven Form abbildet, ausreichend Gestaltungsmöglichkeiten



© Identrum (2)

Entwicklung

Identrum zeichnet für die Onlinepräsenz des Architekturbüro nonconform verantwortlich.

gibt, die Bedürfnisse des Autors abdeckt, die Inhaltseingabe vereinfacht und trotzdem flexibel genug bleibt, um sich an fortlaufende Änderungen anzupassen.

Drupal als Ausgangspunkt

Bei Identrum haben wir uns das Open Source CMS „Drupal“ zum Steckenpferd gemacht. Ob eine kleine Unternehmenswebsite mit 20 bis 30 Seiten oder ein großes Portal mit Millionen Besuchern im Monat – Drupal ist durch Skalierbarkeit und Lastverteilung in der Lage, jeden noch so großen Besucheransturm zu stemmen. Paradebeispiele dafür sind das Nachrichtenportal „Zeit Online“, die „BBC“ oder die

Onlineaffin

Michael Malik ist Digital Strategist bei Identrum, der Agentur für Markencharisma.

Website des Weißen Hauses. An diesen Beispielen ist außerdem gut erkennbar, dass das System *flexibel* und *modular* hinsichtlich Funktionalität und Design an die Bedürfnisse der Kunden angepasst werden kann.

Sharing is Caring

Durch das öffentlich Machen des Quelltexts kann eine breite Entwicklergemeinschaft an der Entwicklung von Drupal teilhaben. Das führt dazu, dass sich um das CMS herum ein Ökosystem gebildet hat, das laufend Erweiterungen herausbringt und den Fortbestand sichert. Identrum ist in der österreichischen Drupal-Community sehr aktiv und steuert regelmäßig selbst programmierte Module bei, die andere Entwickler wiederum nutzen können.

Inhaltsplattform

Dieser modulare Aufbau macht Drupal mehr zur einem Content Management-Framework. Nach dem Baukastenprinzip kann damit Stein für Stein ein CMS zusammengebaut werden, mit dessen Hilfe Inhalte bedarfsorientiert für das Internet publiziert und verwaltet werden können. Als Contentplattform steht Drupal somit im Mittelpunkt verschiedener Kanäle, über die der Inhalt dem Konsumenten zur Verfügung gestellt werden kann – von der Website oder dem Online-Shop über den RSS-Feed, auf Social Media-Portalen oder als Wissensquelle für einen Chatbot.

Das Format kann so unterschiedlich und flexibel gestaltet und ausgeliefert werden, dass der Leitsatz „Form follows function“ auch im Webdesign universelle Wahrheit sein sollte.

