

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIX
Abkürzungsverzeichnis	XXV
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangslage.....	1
1.2 Handlungsbedarf	7
1.3 Ziele und Adressaten der Arbeit.....	8
1.4 Aufbau der Arbeit.....	9
2 Grundlagen.....	11
2.1 Begriffsabgrenzungen	11
2.1.1 Portale.....	11
2.1.2 Wissensmanagement.....	13
2.1.3 Content-Management.....	15
2.2 Business Architecture in the Information Age	16
2.3 Potentiale einer Architektur für das Content-Management	17
2.3.1 Architekturbegriff	17
2.3.2 Prozesse und Funktionen des Content-Management	18
2.3.3 Einsatzgebiete der Architektur	20
2.4 Bausteine des Content-Management	22
2.4.1 Intranet-Portal	22
2.4.2 Internet-Portal	25
2.4.3 Allgemeines Modell.....	27
2.4.4 Implikationen für das Content-Management	28
2.4.5 Implikationen für die Content-Management-Architektur	29
2.5 Technologische Treiber des Content-Management.....	30

2.5.1	Leistungsfähige Information-Retrieval-Systeme.....	30
2.5.2	Content-Syndication.....	31
2.5.3	Unified Messaging Systeme.....	32
2.5.4	Extensible Markup Language (XML).....	34
2.6	Fallbeispiel E-Plus.....	39
2.6.1	Das Unternehmen.....	40
2.6.2	Struktur des Portals.....	40
2.6.3	Content-Syndication.....	43
2.6.4	Mehrkanalstrategie.....	44
2.6.5	Personalisierung.....	45
2.6.6	Trennung von Inhalt, Funktion und Layout.....	45
2.6.7	Strukturierte Inhalte mittels XML.....	46
3	Content-Management-Strategie.....	48
3.1	Strategische Komponenten des Content-Management.....	48
3.2	Potenzialanalyse.....	51
3.2.1	Fallbeispiel E-Plus.....	51
3.2.2	Allgemeines Vorgehen.....	52
3.3	Auswahl der Content-Cluster.....	53
3.3.1	Fallbeispiel E-Plus.....	53
3.3.2	Allgemeines Vorgehen.....	55
3.4	Auswahl der Content-Partner.....	56
3.4.1	Kooperationsformen und Vertragskomponenten.....	56
3.4.2	Fallbeispiel E-Plus.....	58
3.4.3	Allgemeines Vorgehen.....	61
3.5	Kanalmanagement.....	62
3.5.1	Fallbeispiel E-Plus.....	62
3.5.2	Allgemeines Vorgehen.....	63
3.6	Lösungstechnologien.....	65
3.7	Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen.....	67
3.7.1	Fallbeispiel E-Plus.....	68
3.7.2	Anwendungsgebiete.....	69
3.7.3	Kostenelemente.....	69
3.7.4	Nutzenelemente.....	70
3.7.5	Bausteine eines Business Case für das Content-Management ..	73

3.8 Terminologiemanagement.....	74
3.8.1 Anwendungsgebiete und Nutzenpotenziale	74
3.8.2 Grundlagen.....	76
3.8.3 Begriffsdefekte und deren Auflösung	78
3.8.4 Allgemeines Vorgehen.....	80
4 Prozess- und Systemarchitektur für das Content-Management.....	83
4.1 Fallbeispiele zur Prozessarchitektur	83
4.1.1 Fallbeispiel E-Plus	83
4.1.2 Terminologiemanagement der Helsana Krankenversicherung ..	88
4.2 Prozesslandkarte.....	91
4.3 Rollenmodell	93
4.4 Funktionsübersicht	94
4.5 Content-Nutzung	94
4.5.1 Anwenderzentrierte Content-Nutzung	95
4.5.2 Management des eingehenden Content.....	96
4.5.3 Prozessmodell des Nutzungsprozesses	98
4.5.4 IS-Funktionen	99
4.6 Content-Redaktion.....	100
4.6.1 Content-Quellen.....	100
4.7 Lebenszyklus von Content-Objekten	103
4.7.1 Anforderungen an eine integrierte Content-Redaktion	105
4.7.2 Prozessmodelle	107
4.7.3 IS-Funktionen	114
4.8 Content-Syndication.....	115
4.8.1 Der Zukauf von Inhalten über Content Syndikatoren	117
4.8.2 Content-Syndication im Geschäftsnetzwerk	119
4.8.3 Prozessmodelle	120
4.8.4 IS-Funktionen	123
4.9 Content-Strukturierung.....	124
4.9.1 Ordnungsprinzipien und Ordnungssysteme	126
4.9.2 Metadaten	127
4.9.3 Klassifikationsvarianten.....	129

4.9.4	Prozessmodelle.....	130
4.9.5	IS-Funktionen.....	134
5	Content-Management-Systeme.....	135
5.1	Fallbeispiel E-Plus.....	135
5.1.1	Ursprüngliche Systemarchitektur des Portals.....	135
5.1.2	Einführung eines Content-Management-Systems in 3 Ausbaustufen.....	137
5.2	Markt für Content-Management-Systeme	140
5.3	Serverarchitekturen.....	142
5.3.1	Liveserver.....	142
5.3.2	Staging-Server.....	143
5.3.3	Applikationsserver	144
5.4	Spezialisierte Systeme zur Unterstützung des Content- Management	145
5.4.1	Content-Syndication.....	146
5.4.2	Content-Redaktion und -Nutzung	149
5.4.3	Content-Strukturierung	152
5.5	Content-Management-Systeme.....	157
5.5.1	Autonomy	157
5.5.2	Hyperwave	159
5.5.3	Lotus Knowledge Discovery System	160
5.5.4	Vignette.....	162
5.5.5	SAP	164
5.6	Funktionsportfolio der untersuchten Content-Management-Systeme.....	166
6	Projektszenarien.....	168
6.1	Fallbeispiel E-Plus.....	168
6.2	Fallbeispiel Credit Suisse	169
6.3	Systematik	170
6.4	Rahmenbedingungen	171
6.5	Projekttypen.....	171
6.5.1	Content-Syndication.....	171

6.5.2	Konsolidierung Portal-Landschaft	174
6.5.3	Einführung eines CMS.....	177
6.5.4	Automatische Strukturierung von Inhalten	180
7	Zusammenfassung und Ausblick	184
7.1	Zusammenfassung	184
7.2	Ansätze zur Weiterentwicklung	186
7.3	Ausblick – Die Semantic Web Initiative	187
7.3.1	Grundlagen.....	187
7.3.2	Potenziale für das Content-Management	189
7.4	Ubiquitous Computing – Herausforderung für das Content- Management?	190
7.4.1	Technologische Enabler des Ubiquitous Computing	190
7.4.2	Anwendungsbeispiele des Ubiquitous Computing	196
7.4.3	Herausforderungen für das Content-Management	198
7.4.4	Zusammenfassung und Ausblick	199
Anhang A: Prozessarchitektur – Aufgabenbeschreibungen		201
A.1	Aufgaben des Nutzungsprozesses	201
A.2	Aufgaben des Prozesses „Erstellung Content“.....	202
A.3	Aufgaben des Prozesses „Pflege Content“	203
A.4	Aufgaben des Prozesses „Erstellung Templates“	205
A.5	Aufgaben des Prozesses „Pflege Templates“	207
A.6	Aufgaben des Prozesses „Feedbackmanagement“	208
A.7	Aufgaben des Archivierungsprozesses	209
A.8	Aufgaben des Aggregationsprozesses.....	209
A.9	Aufgaben des Distributionsprozesses	210
A.10	Aufgaben des Strukturierungsprozesses	211
A.11	Aufgaben des Prozesses „Terminologiepflege“	213
Anhang B: IS-Architektur – Funktionsbeschreibungen		215
B.1	Nutzungsfunktionen	215

B.2 Syndicationfunktionen.....	216
B.3 Strukturierungsfunktionen.....	217
B.4 Redaktionsfunktionen.....	218
B.5 Integrationsfunktionen.....	220
Anhang C: Materialien zur Fallstudie E-Plus	223
C.1 Ergebnisse, Lessons Learned und Ausblick	223
C.3 Ansprechpartner	226
C.4 Kontakte und Termine.....	226
Literaturverzeichnis.....	227
Sachverzeichnis.....	241