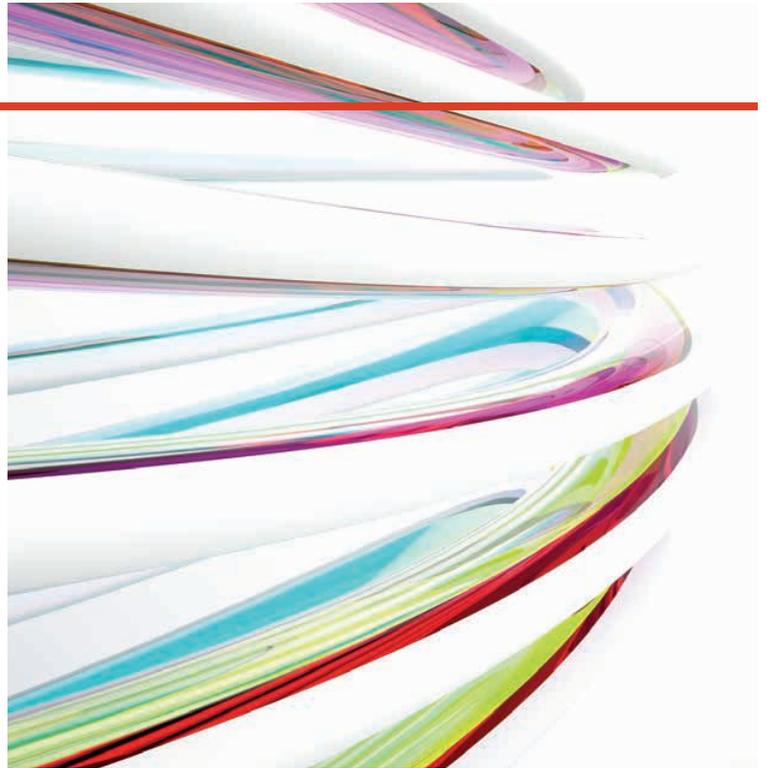


## Duell der Systeme: CMS vs. DXP

Content-Management-Systeme,  
Digital-Experience-Plattformen,  
Customer Experience, Personalisierung

[www.dmk-ebusiness.de/  
cms-vs-dxp](http://www.dmk-ebusiness.de/cms-vs-dxp)

**Tim Neugebauer**, Mitgründer der **DMK E-Business GmbH**, verantwortet in der Geschäftsführung die Bereiche Strategie, Beratung und Vertrieb. DMK E-Business ist ein agiler Technologie-Dienstleister und hat sich auf die Implementierung von quelloffenen CMS, DXP, CRM- und E-Commerce-Lösungen spezialisiert. Zudem bietet das Unternehmen Beratung bei der digitalen Neuausrichtung von Geschäftsmodellen und im Management digitaler Innovationen.



Viele Unternehmen sehen sich im Zuge der digitalen Transformation unter Zugzwang, neue Lösungen zu implementieren, um nicht den Anschluss an die Konkurrenz zu verlieren. Sie sind gefordert, die stetig wachsenden Kundenbedürfnisse zu erfüllen, etwa indem sie relevante Customer Experiences entwickeln. Denn nur auf diese Weise scheint es zu gelingen, sich vom Wettbewerb positiv abzuheben.

Doch viele Unternehmen sind nicht in der Lage, attraktive Kundenerlebnisse zu schaffen. Der Grund: Sie setzen veraltete Content-Management-Systeme (CMS) ein, bei denen nicht nur die Usability häufig zu wünschen übrig lässt, sondern darüber hinaus eine Optimierung für mobile Devices nicht möglich ist. Zu diesen gibt es mittlerweile sehr gute und vor allem zeitgemäße Alternativen: Content-Management-Systeme und Digital-Experience-Plattformen (DXP). Allerdings ist die Entscheidung für oder gegen ein solches System nicht leicht. CMS oder DXP – welches Produkt ist für welches Unternehmen ideal?

„Kundenerlebnis“ ist das Schlüsselwort

Content-Management-Systeme sind seit Langem bewährt und kommen in vielen Unternehmen zum Einsatz. Anwender schätzen ihre Offenheit und Stabilität. Daneben machen seit geraumer Zeit Begriffe wie Digital-Experience-Plattform, Customer-Experience-Plattform (CXP) und User-Experience-Plattform (UXP) von sich reden. Während bei einem CMS vor allem die Content-Verwaltung eine zentrale Rolle spielt, steht bei einer DXP der Nutzer im Mittelpunkt: durch die Möglichkeit, Inhalte personalisiert auszuspielen. Indem Unternehmen die Nutzer-Interaktion und Kriterien wie die Verweildauer auf



spezifischen Inhaltsseiten auswerten, können sie den Besuchern relevante Informationen in Echtzeit anzeigen.

Im Zuge der Digitalisierung und des wachsenden Konkurrenzkampfs wird diese Funktion immer wichtiger. Denn es sind nicht mehr allein Produkte oder Leistungsangebote, die Kunden zu einem Kauf verleiten. Vielmehr sind es positive Informations- und Einkaufserlebnisse, die Konsumenten an eine Marke oder ein Unternehmen binden. Das gilt sowohl im B2C-Umfeld als auch für Beschaffungsprozesse im Geschäftskunden-Kontext (B2B).

### CMS: ‚Content‘ im Fokus

Von einem CMS profitieren Unternehmen in vielerlei Hinsicht: Anwender benötigen keinerlei oder nur sehr geringe Kenntnisse bezüglich der technischen Umsetzung. Vor allem in der Content-Pflege zeigen CMS ihre Stärken: Redakteure können sich auf die reine Texterstellung fokussieren und etwaige Änderungen problemlos vornehmen und in Echtzeit ausspielen. Das ermöglicht einen einfachen redaktionellen Workflow und eine kollaborative Arbeit an Inhalten. Vorteilhaft ist zudem, dass das Design (Template) separat von den redaktionellen Inhalten gespeichert wird. So kann sich ein Unternehmen jederzeit für ein neues Design entscheiden, ohne alle Inhalte ändern zu müssen.

Auch das Endgeräte-übergreifende Ausspielen von Inhalten ist problemlos möglich. Durch die Trennung von Inhalt und Gestaltung lassen sich aktuelle Responsive-Design-Konzepte realisieren und Informationen in jeweils geeigneter Struktur im passenden Nutzungskontext (Desktop, Mobile etc.) bereitstellen.

Quelloffene CMS wie TYPO3 verfügen über offene Schnittstellen, sodass sich Module beliebig erweitern oder austauschen lassen. Unternehmen profitieren von vorgefertigten Bausteinen, die sie in das System integrieren können – wodurch sich die Abhängigkeit von externen Dienstleistern reduziert. Daneben können im CMS mehrere Benutzer gleichzeitig arbeiten und mehrsprachige Websites sowie verschiedene Domains einfach administrieren.

### Open Source steht für Flexibilität

Auf quelloffene Systeme zu setzen, kann eine gute Idee sein: Klassische Vorteile sind neben der Anbieterunabhängigkeit und der Flexibilität in der Nutzungstiefe auch die Individualisierbarkeit. Open-Source-CMS lassen sich bedarfsgerecht optimieren und den Anforderungen des Unternehmens entsprechend anpassen. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Lizenzkostensparnis: Unternehmen können die Software meist ohne Lizenz nutzen, sollten die Implementierung und individuelle Anpassung aber von einem professionellen Dienstleister vornehmen lassen.

Ein weiterer großer Vorteil ist, dass quelloffene Lösungen von Communities getrieben sind. Somit ergibt sich eine Entwicklungsgeschwindigkeit, die andere Anbieter nicht erreichen. Zudem lassen sie sich problemlos an betriebliche Informationssysteme anbinden – ihrer Offenheit und standardisierten Schnittstellen sei Dank. Ein Beispiel hierfür ist die Verknüpfung mit dem ERP- und/oder CRM-System, was einen wechselseitigen Datenaustausch ermöglicht.

### Sicherheit stellt hohe Anforderungen

Viele Unternehmen sind bereits Opfer eines Cyber-Angriffs geworden, weshalb der Sicherheitsaspekt absolut wichtig ist. Da CMS in der Regel vollständig webbasiert funktionieren, lauert die permanente Gefahr eines Angriffs aus dem Internet. Während quelloffene Systeme in anderen Aspekten viele Vorteile bieten, stellen sie in puncto Sicherheit besondere Anforderungen. Gerade wegen ihrer Offenheit sind die Systeme sehr robust und bleiben durch regelmäßige Releases stets aktuell. Sie bieten damit aber auch eine große Angriffsfläche, insbesondere wenn Anbieter die Sicherheitslücken nicht schnell schließen. CMS wie TYPO3 ►

stellen mit dem sogenannten Security-Bulletin einen leistungsfähigen Mechanismus bereit, der sicherstellt, dass das Tool gemäß aktuellen Sicherheitsanforderungen betrieben werden kann.

Um in Sachen Security auf der sicheren Seite zu sein, sollten sich Unternehmen vor der Auswahl folgende Fragen stellen:

- Wo wird das CMS gehostet und wie erfahren ist der Infrastrukturanbieter mit dem Betrieb des Systems?
- Wer kümmert sich um das laufende Management der Server-Hardware und der servernahen Software?
- Welcher Wartungs- und Pflegevertrag für die CMS-Schicht ist mit dem Dienstleister abgeschlossen? Passen die Leistungen von Webhosting-Provider und CMS-Dienstleister zusammen? Oder gibt es unklare Zuständigkeiten?

Zudem sind zum Schutz der Daten regelmäßige Backups sinnvoll. Im Rahmen von Webhosting-Angeboten geschieht das für gewöhnlich automatisiert.

### Personalisierung nur über Drittsysteme

Wenn Unternehmen ihre Website-Besucher zukünftig mit personalisierten Inhalten ansprechen möchten, wird dies mit einem CMS – zumindest im Kernfunktionsumfang – schwierig. Technologische Innovationen wie Künstliche Intelligenz (KI), Machine-Learning & Co. sind zwar auf der Roadmap für zukünftige Releases, im Moment müssen sich Unternehmen allerdings mit Workarounds oder – ebenso eine mögliche und durchaus sinnvolle Strategie – mit Drittsystemen begnügen, die sich an das CMS anbinden lassen. Derzeit stellen offene CMS nur eingeschränkte Personalisierungsfunktionalitäten zur Verfügung.

### Digital-Experience-Plattformen – sinnvolle Alternative zu CMS?

Was als Schwäche von CMS angesehen wird, gilt als große Stärke von DX-Plattformen: Sie verbinden Content, Commerce und Community in einer Lösung. Von Haus aus bringen sie spezifische Personalisierungs- und Automatisierungswerkzeuge mit, die es erlauben, Inhalte zielgruppengerecht und performanceorientiert auszuspielen. Zusätzlich bedienen sie mehrere Kanäle oder Touchpoints, wie etwa Web, Mobile, Social-Media, E-Mail oder verbundene Geräte. Indem DXPs sämtliche Daten aus Systemen wie PIM, DAM oder CRM intelligent miteinander verknüpfen, können Unternehmen eine durchgängigere Customer Journey und damit eine noch spezifischer ausgerichtete Customer Experience schaffen.

Der Umgang mit der Plattform gestaltet sich für mehrere Nutzergruppen einfach und effizient: Neben Mitarbeitern, Partnern, Lieferanten und anderen Anwendern können sich insbesondere Kunden personalisiert bewegen, was eine integrierte Interaktion zwischen den Nutzern ermöglicht. Damit ist das digitale Erlebnis über verschiedene Kanäle und unterschiedliche Backend-Systeme hinweg integriert und optimiert.

### Cloud ermöglicht globale Vernetzung

Gerade für Unternehmen mit internationaler Ausrichtung ist es oftmals mit hohen Kosten und einer steigenden Komplexität verbunden, Serverkapazitäten und Website-Infrastruktur weltweit verteilt vorzuhalten. Gleichzeitig erfordern internationale Geschäfte eine performante und gut skalierbare Auslieferung aller Inhalte in den relevanten Märkten. Wer nicht in eigene Serverkapazitäten investieren will, ist mit einer DXP gut beraten: Anbieter wie Acquia stellen ihr System als Cloud-Service zur Verfügung.

Damit ergeben sich im internationalen Geschäft wesentliche Vorteile: Inhalte lassen sich über Landesgrenzen hinweg spiegeln, bei hohen Zugriffszahlen werden weitere Kapazitäten ergänzt. Eine integrierte Content-Delivery-Systematik ermöglicht, auch Multimedia-Dokumente wie Bilder, Videos und Audiodateien lastverteilt auszuspielen. DXPs sind deshalb für einen globalen Ansatz geeignet, also für Unternehmen mit Niederlassungen und Geschäftsaktivitäten auf verschiedenen Kontinenten.

### Infrastrukturbindung mit offener Perspektive

Überlegen Unternehmen, eine DXP einzusetzen, sollten sie bedenken, dass sie wahrscheinlich für viele Jahre an ein System gebunden sind. Derzeit ist nicht absehbar, wie sich diese Plattformen am Markt entwickeln. Während sie heute im Gartner-Quadrant gut positioniert sind<sup>[1]</sup>, ist die Tendenz für die nächsten fünf bis zehn Jahre zwar aussichtsreich, aber nicht vollständig absehbar. Zusätzlich verfügen DXPs nur über ein bestimmtes Set an Funktionalitäten und sind in der Regel mit erheblichen Lizenzkosten verbunden.

Insbesondere für Unternehmen mit quelloffener Infrastruktur, die neben einem CMS weitere Systeme wie ERP, CRM und PIM benutzen, kann der Nachteil groß sein: Für sie ist die bisherige Flexibilität mit einem integrierten CMS nicht mehr vollständig gegeben. DXPs verfügen zwar ebenfalls über Schnittstellenfunktionen, die schnelle Integration eines anderen Systems ist aber nur eingeschränkt möglich.

## CMS oder DXP? Letztlich eine Frage der Strategie

Die Entscheidung zwischen beiden Ansätzen ist nicht einfach – jedoch letztlich eine Frage der Abwägung zwischen den jeweiligen Vor- und Nachteilen. An quelloffenen CMS schätzen viele Unternehmen die lange Etablierung am Markt, den geringen Einarbeitungsaufwand, die Flexibilität und die vielfältigen Weiterentwicklungsmöglichkeiten. Für eine DXP sprechen der globale Ansatz und die Personalisierungsoptionen – Themen, die zukünftig an Bedeutung zunehmen und schon heute tief in der DXP integriert sind. Zudem überzeugt eine DXP durch die Möglichkeit der (personalisierten) Kundenansprache, die die Nutzerbedürfnisse in den Fokus rückt.

Gleich, welche Branche und welches Unternehmen: Für alle empfiehlt sich eine möglichst objektive Auswahl über die reinen

Nutzenversprechen der Systemanbieter hinaus. Dabei können gerade spezialisierte CMS- und DXP-Dienstleister unterstützen, die in beiden Feldern aktiv sind. Deshalb sollten in die Auswahl eines Systems nicht nur die Geschäftsführung, sondern auch alle weiteren Mitarbeiter, die mit dem System täglich arbeiten, einbezogen werden – um gemeinsam abzuwägen, welche Auswahlkriterien schließlich den Ausschlag geben. ■

### Referenzen

- [1] <https://dri.es/acquia-a-leader-in-2017-gartner-magic-quadrant-for-web-content-management>

## Zeutschel ScanStudio

### Scanner und Fotostudio in einem



Das Beste aus zwei Welten: Studiofotografie und Scantechnologie



Wechselbare Aufnahmesysteme



Zeutschel ErgoLED: flexible LED-Beleuchtung



Ergonomisches Arbeiten



### Komplett modular, flexibel wie nie

Kamera mit Wechselobjektiven, aufrüstbare digitale Backs und eine Vielzahl an Aufnahmesystemen nicht nur für gedruckte Originale, sondern für alle Arten von Durchlichtvorlagen – alles für die Digitalisierung in höchster Qualität. Zusammen mit der frei einstellbaren LED-Beleuchtung bietet das Digitalisierungssystem nie geahnte Flexibilität und sorgt für schatten- und reflexfreie Ergebnisse in einer Qualität, die sogar die etablierten Digitalisierungsrichtlinien übertrifft.

Die Perfect Book 3.0 Software, durchdachte Automatikfunktionen und ein ergonomisches Arbeitsplatzdesign tun ihr übriges, um Zeutschel ScanStudio zur zukunftssicheren Systemlösung für höchste Qualität und Produktivität zu machen.

Sie möchten mehr erfahren?  
Schreiben Sie an [info@zeutschel.de](mailto:info@zeutschel.de)

Besuchen Sie uns:  
**Deutscher Bibliothekartag, Berlin**  
12. – 15.06.2018 · Stand Nr. B241