

## 10 Agentur- Erfolgskonzepte

Seite 4



Der Online-  
Lebensmittelmarkt ist  
erst einmal gegessen  
Seite 12

Etat-Aquisitionen: Der beste Verkäufer  
für Multimedia-Agenturen  
Seite 10

Analyse: Investitionssicherheit  
bei Contentmanagement-Systemen  
Seite 17

## CMS-Systeme sind teuer. Sind die Investitionen auch sicher?

**D**as Content-Management-System ist in vielen Web-Auftritten mittlerweile die zentrale Säule. Bei den erheblichen Kosten für Software und Implementierung ist die Zukunftssicherheit solcher Systeme ein wesentliches Entscheidungskriterium bei der Auswahl. iBusiness hat 25 der wichtigsten Systeme und ihre Anbieter begutachtet.

Kosten von rund 100.000 Euro für die Lizenz und die Implementierung eines Content-Managements-Systems sind durchaus üblich. Dafür erwartet ein Unternehmen allerdings auch eine Zukunftsfähigkeit und nicht, dass diese Investition lediglich bis zum nächsten Relaunch hält.

Damit ein Produkt dies leisten kann, ist eine ständige Pflege und Weiterentwicklung erforderlich. Doch ebenso klar ist, dass es in ein bis zwei Jahren mehr als die Hälfte der jetzigen Hersteller nicht mehr geben wird.

### Top-Thema: Investitionssicherheit bei CMS-Systemen.

Sonderdruck für Scholl Communications AG



SCHOLL COMMUNICATIONS

[www.scholl.de](http://www.scholl.de)

[www.ibusiness.de](http://www.ibusiness.de)

aus iBusiness Executive Summary  
vom Oktober 2001, Ausgabe 19.

In die Wertung gehen ein

- Anzahl Installationen
- Durchschnittskosten der Implementierung inklusive Lizenz
- Anzahl Entwickler
- Anzahl Vertriebsmitarbeiter
- Pro-Kopf-Umsatz Gesamtunternehmen
- Pro-Kopf-Umsatz nach Implementierungen
- Anzahl Vertriebspartner
- Unternehmensgröße nach Umsatz

Neben einigen Großpleiten, die mit Sicherheit zu erwarten sind, werden auch Fusionen und das Aufgeben von Produkten den Markt bereinigen.

Um die Zukunftsfähigkeit von Content-Management-Systemen zu beurteilen hat die iBusiness-Redaktion sowohl die wirtschaftlichen Eckdaten der Produkte als auch ihrer Anbieter abgefragt.

## Gesundheitsfaktor Pro-Kopf-Umsatz

In den einzelnen Bereichen konnten die Unternehmen bis zu fünf Punkte erreichen, je nachdem, welche Position sie mit ihrer jeweiligen Kennzahl innerhalb der Gruppe erreichen. Für eine Positionierung im obersten Fünftel konnte ein Unternehmen also fünf Punkte erreichen, null Punkte wurden vergeben, wenn ein Bereich gar nicht erfüllt wurde (Beispiel: keine Vertriebspartner). Nicht angegebene Werte hat die iBusiness-Redaktion auf Basis der übrigen Werte und des Gruppenvergleiches geschätzt. Die damit verbundene Ungenauigkeit hat aufgrund des groben Gesamtrasters jedoch keinen verfälschenden Einfluss auf das Ergebnis.

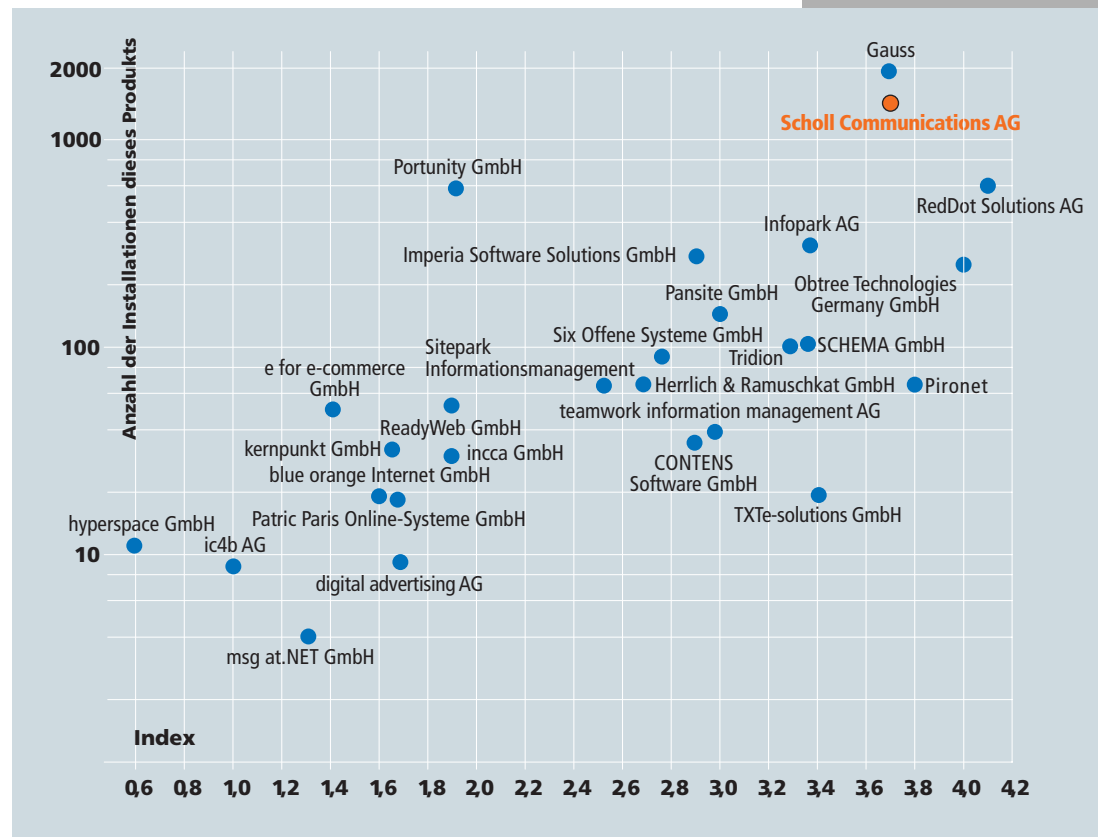
Als direkte, positive Einflussfaktoren fließt die Zahl der Installation, die Zahl der Vertriebspartner sowie die Zahl der Mitarbeiter in Entwicklung und Vertrieb in die Bewertung ein. Negativen Einfluss hat ein niedriger Pro-Kopf-Umsatz des Gesamtunternehmens oder ein ungünstiges Verhältnis von direkten Umsätzen mit dem Produkt und der Teamgröße: Wer also 200 Entwickler beschäftigt, bekommt dafür gute Noten – macht er aber keinen adäquaten Umsatz, gibt's Abzüge.

## Wichtig: Marktdurchdringung

Doch auch wenn ein Unternehmen selbst nicht überlebt, gibt eine hohe Zahl von Installationen eine gute Wahrscheinlichkeit, dass das Produkt im Fall einer Pleite oder Übernahme von einem anderen Unternehmen oder durch einen Buyout weitergeführt wird. Deshalb bekommt dieser Wert in unserer Formel ein besonderes Gewicht. Hersteller mit vielen Installationen wie Gauss, Scholl, Portunity oder RedDot gehören hier zu den Spitzenreitern.

Unternehmensgröße insgesamt ist zwar auch ein wichtiger Faktor, aber nicht entschei-

dend, wenn gleichzeitig die Umsätze mit dem Produkt und die Zahl der Installationen nur gering sind. Denn in diesen Fällen ist die Gefahr hoch, dass ein Strategiewechsel im Unternehmen das Aus für ein solches, strategisch



wenig relevantes Produkt bedeutet.

Ein Indiz für die Zukunftssicherheit des Systems bildet auch die Anzahl der Vertriebspartner bzw. Systemhäuser. Partner sorgen für zusätzliche Verbreitung der Software, garantieren Support unabhängig vom Hersteller und kommen gegebenenfalls auch als Nachfolger in Frage, wenn der Hersteller aufgibt. Die Zahl der Vertriebspartner ist damit neben der Zahl der Installationen das zweite Merkmal, das ausschließlich positiv auf die Bewertung wirkt.

Je höher der Indexwert, um so höhere Chancen hat das jeweilige Unternehmen. Je größer die installierte Basis, um so höher die Überlebenschance des Produkts.

Anbieter, die im oberen rechten Bereich unseres Schaubilds angesiedelt sind, sind darum für Agentur wie Unternehmen eine vergleichsweise sichere Bank. Eine Entscheidung für Anbieter, die im unteren linken Teil des Schaubilds angesiedelt sind, muss hingegen genau überlegt werden.

**Auch Anbieter mit wenig Installationen können sich in der Spitzengruppe positionieren - wenn die Eckdaten des Unternehmens stimmen.**

## Die zukunftssichersten CMS-Anbieter

1. RedDot (Indexwert: 4,1)
2. Obtree (Indexwert: 4,0)
3. Pironet (Indexwert: 3,8)
4. Scholl (Indexwert: 3,7)
5. Gauss (Indexwert: 3,7)

Oliver Missbach ist Mitglied der iBusiness Redaktion.