
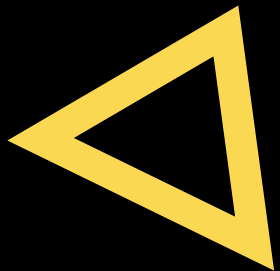




Wie die nächste Generation von
agilen CMS für Sie arbeiten kann

Der ultimative Leitfaden für Headless Content Management Systeme



Der ultimative Leitfaden für Headless CMS


Wie die nächste Generation von agilen CMS für Sie arbeiten kann

Lassen Sie uns zunächst über die Terminologie sprechen. Headless („kopflös“) und decoupled („entkoppelt“) beschreiben die Architektur hinter modernen Content Management Systemen (CMS) und heben diese Systeme von traditionellen CMS und ihren Einschränkungen ab. Leider tragen diese technischen Bezeichnungen wenig dazu bei Entscheidungsträgern und nicht-technischen Anwendern zu helfen, zu verstehen, was diese modernen CMS anders machen. Durch Kommunikationsprobleme zwischen Entwicklern und anderen Teammitgliedern wird diese Situation häufig noch verschärft.

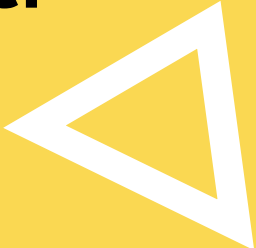
Wenn es um die Auswahl eines CMS geht, ist es wichtig, dass Produktmanager die zukünftigen Bedürfnisse ihrer Produkte und die Auswirkungen des CMS berücksichtigen. Herkömmliche CMS wurden für Websites entwickelt, und trotz der Bemühungen, sie zu modernisieren und API-freundlicher zu machen, fallen sie oft hinter Konkurrenten zurück, die das Content-Management von einem API-first-Ansatz aus neu überdacht haben.

Forrester verwendet einen aussagekräftigeren Begriff für die Zukunft der CMS:





„Wir brauchen einen neuen Container, um die Herausforderungen von morgen zu meistern. Aufbauend auf der Architektur des headless CMS, glaubt Forrester, dass dieser neue Container bereits Gestalt annimmt: Agiles CMS. Forrester definiert Agile CMS als: Eine Lösung für das gemeinschaftliche Kuratieren, Erstellen und Bereitstellen von Inhalten über Kanäle und Kampagnen hinweg durch iterative Entwicklungs- und Bereitstellungsprozesse“.

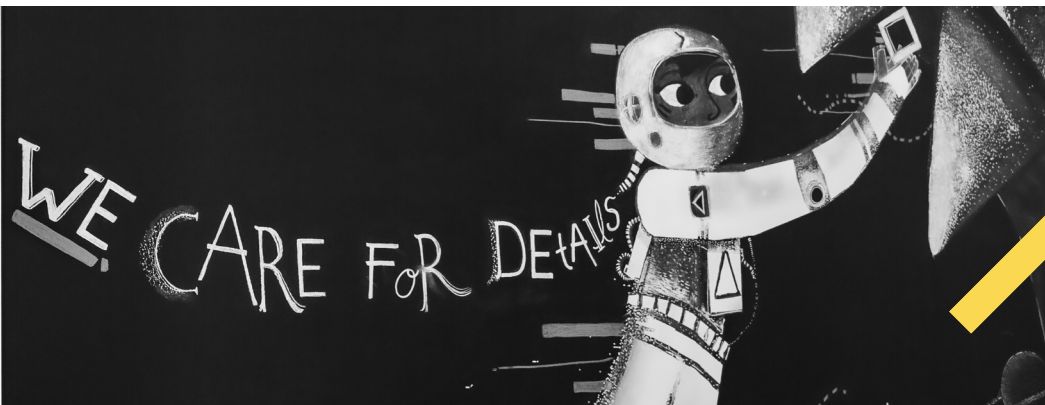


“It’s The End Of Web CMS As We Know It (And I Feel Fine)“, Mark Grannan,
Forrester Research, Inc, 15. November 2018.



Anstatt Inhalte fest mit einer Webseite oder Anwendung zu verheiraten, bieten headless und decoupled CMS mehr Flexibilität, wo und wie Sie Ihre Inhalte bereitstellen, und ermöglichen es Ihnen, Inhalte in Ihrem gesamten digitalen Portfolio effizienter zu nutzen. Ihr Team profitiert von effizienteren Content-Workflows. Und Sie können sich auf die nächsten Schritte für Ihr Produkt konzentrieren. Es ist zwar gut wenn man versteht, was die Begriffe bedeuten, aber was Sie wirklich wissen müssen, ist, wie und warum diese nächste

Generation von Content-Management-Lösungen eine kluge Wahl für Ihr Unternehmen sein kann. In diesem Whitepaper erläutern wir in nicht-technischen Begriffen, was ein CMS „headless“ macht und, was noch wichtiger ist, wie durch den headless-Ansatz ein CMS agiler wird und Ihre wachsenden digitalen Anforderungen besser erfüllen kann. Wir stellen Ihnen eine Checkliste mit Schlüsselkriterien zur Verfügung, anhand derer Sie feststellen können, ob Headless das Richtige für Sie ist, und gehen dann tiefer in die Materie ein wie man die unterschiedlichen Anbieter von headless CMS bewerten kann.



Die wichtigsten Begriffe

- 1. Headless CMS** – Jede Art von Content-Management-System, bei dem das Content-Repository body von der Präsentationsschicht head getrennt ist.
- 2. Headless vs. Decoupled CMS** – Es gibt unterschiedliche Auffassungen darüber, was die Unterschiede zwischen headless und decoupled sind, und ob es sie überhaupt gibt, da beide Inhalte über APIs bereitstellen. Für uns besteht der Hauptunterschied darin, dass ein headless CMS Entwicklern die vollständige Kontrolle darüber gibt, wie der Inhalt angezeigt wird, während ein decoupled CMS den Inhalt für die Präsentation aufbereitet.
- 3. APIs (Application Programming Interface, Programmierschnittstelle)** – Programme interagieren miteinander über APIs. Headless CMS verwenden APIs, um Inhalte an digitale Plattformen zu liefern.

Was bedeutet „Headless“?

Früher wurden Webseiten von Entwicklern oder anderen versierten Personen erstellt, die gelernt hatten, Inhalte in eine Seite zu kodieren. Die ersten CMS versteckten diesen Code hinter einer benutzerfreundlichen Oberfläche, wodurch es für Nicht-Entwickler einfach wurde, Webseiten zu aktualisieren und zu ergänzen. Die heutigen traditionellen CMS haben viel mehr Funktionen, aber hinter den Kulissen sind Inhalt und Code häufig immer noch in web-zentrierten Frameworks zusammengefasst.

Headless CMS verfolgen einen anderen Ansatz, indem sie Inhalte getrennt von dem Code speichern, der zum Aufbau der Präsentationsschicht verwendet wird. Auf diese Weise kann ein System Ihren gesamten Inhalt verwalten, unabhängig davon auf welchem Kanal er angezeigt werden soll. Jeder Inhalt kann über APIs in jeden digitalen Kanal gezogen werden, ohne den ursprünglichen Inhalt direkt zu ändern. Das Schöne daran ist, dass dadurch der Content-Management-Prozess rationalisiert wird, während gleichzeitig die Reichweite jedes einzelnen Inhalts vervielfacht wird.

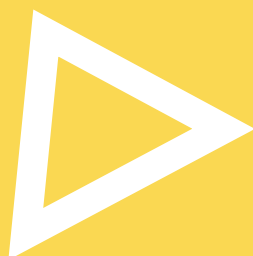




„Um alte technologische Barrieren weiter aus dem Weg zu räumen, müssen kanalzentrierte Technologien weichen. Sogar in der Martech traditionell ein technologisch stark fragmentierter Bereich sind kanalzentrierte Technologien auf dem Rückzug, da Unternehmen ihre Prozesse agiler gestalten“

“It’s The End Of Web CMS As We Know It (And I Feel Fine)“, Mark Grannan,

Forrester Research, Inc, 15. November 2018.



Warum auf headless wechseln?

Traditionelle CMS wurden für Websites gebaut und sind häufig sehr kanalzentriert, was zu der Situation führen kann, dass in Unternehmen für jeden Kanal unterschiedliche CMS verwendet werden. Aber moderne Unternehmen sind nicht um Kanäle herum organisiert. Wird kanalzentrierte Technologie durch eine agilere Technologie ersetzt, die produkt- und teamübergreifend eingesetzt werden kann, steigert das unweigerlich die Omnichannel Experience. Mit der Fülle der digitalen Kanäle, die zur Verfügung stehen, werden veraltete CMS zu großen Hindernissen für die Agilität. **Die beiden größten Faktoren, die den Wandel derzeit vorantreiben, sind:**

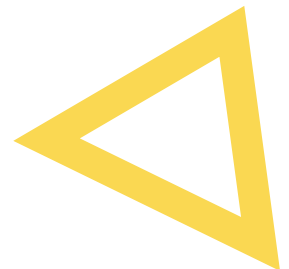
1. Frustration über zu viele CMS.

Angesichts der explosionsartigen Zunahme digitaler Plattformen werden Unternehmen häufig durch eine Vielzahl von CMS-Instanzen – Dutzende oder sogar Hunderte – gelähmt. Infolgedessen müssen sie Inhalte von einem Website-CMS in ein App-CMS kopieren, und anschließend vielleicht noch in ein CMS für digitale Anzeigen. Für diese Unternehmen ist die Konsolidierung von Inhalten in einem headless Content-Hub eine Neuerung.

2. Der Wunsch, schneller zu entwickeln und

zu liefern. Für Unternehmen, die sich in einem digitalen Wandel befinden, ist die Frage CMS vs. Headless CMS nicht nur eine IT-Entscheidung; es ist eine strategische Entscheidung für digitale Führungskräfte und ihre Teams, wie sie ihre technischen Stacks aufrüsten wollen, um agiler und wettbewerbsfähiger zu sein.

Und warum vielleicht doch nicht?



Für kleine Unternehmen, die keine digitalen Teams haben, ist ein headless CMS oft nicht die beste Wahl. Sie erfordert technische Fähigkeiten und Kapazitäten zur Handhabung der Präsentationsschicht. Für Unternehmen, die derzeit sehr eng mit ihren Legacy-System verbunden sind, kann ein headless CMS eine Herausforderung für das Change-Management darstellen, und die Migration von lokalen Servern in die Cloud erfordert Veränderungen bei Mitarbeitern, Prozessen und Technologie. Unternehmen die stark an ihre Legacy-Systeme gebunden sind, haben jedoch die Möglichkeit, parallel dazu ein headless CMS zu pilotieren.

Digitale Teams können als eine Art Proof-of-Concept ein einzelnes Projekt headless aufsetzen, ohne dass sie gezwungen wären, sich sofort dazu zu verpflichten, ihr altes CMS zu abzureißen und komplett zu ersetzen. Diese Tests können den geschäftlichen Nutzen demonstrieren und dazu führen, dass mehr und mehr Teams und Abteilungen einen headless Ansatz für das Content Management verfolgen, und das Unternehmen auf diese Weise darauf vorbereiten irgendwann komplett umzusteigen.

Ist Headless CMS das richtige für Sie?

Das Hinzufügen, Aufrüsten oder Ändern Ihres CMS könnte diese Probleme kurzfristig erleichtern, aber dadurch verlängert sich nur der Zyklus von der Auswahl eines CMS Implementierung des CMS über das CMS hinauswachsen, es (schmerzhaft) durch ein neues CMS ersetzen. Die alte Methode bestand darin, diesen Prozess endlos zu wiederholen, wodurch Zeit und Geld verschwendet wurden. Zukunftsorientierte Produktmanager sollten moderne CMS-Optionen in Betracht ziehen, die das Potenzial haben, mit Ihrem Unternehmen zu wachsen. Ein headless CMS kann alle Vorteile bieten, die Sie von einem neuen CMS erwarten, und es wird durch die Anpassung an Ihre zukünftigen Bedürfnisse weiterhin einen Mehrwert bieten. Anstatt auf die Suche nach einem CMS nur für Ihr nächstes Produkt oder einen einzelnen aufstrebenden Kanal zu gehen, können Sie an der Konkurrenz vorbei direkt auf den Markt gehen.



Sie verwenden bereits mehrere CMS?

Das Kopieren von Inhalten zwischen verschiedenen CMS ist ineffizient und führt zu Inkonsistenzen. Ein headless CMS kann Ihnen helfen, Geschwindigkeit und Qualität zu verbessern.

Sie sind bei der Durchführung von Änderungen und der Veröffentlichung von Inhalten stark von den Entwicklern abhängig?

Das Warten auf Entwickler zur Bearbeitung oder Veröffentlichung von Inhalten führt zu unnötigen Verzögerungen, und lenkt Entwickler von ihren Kernfunktionen ab. Ein headless CMS schafft ein gesundes Ausmaß von Ermächtigung der Redaktionsteams und Trennung der Kompetenzen.

Produkteinführungen scheinen immer auf inhaltsbezogene Verzögerungen zu stoßen, und inhaltliche Operationen dauern lange oder erfordern mehr Ressourcen?

Steigende, komplexe Anforderungen an ein herkömmliches CMS oder die Verwaltung mehrerer CMS kann zu

umständlichen und zeitaufwändigen Arbeitsabläufen führen, da Sie manuelle Arbeiten übernehmen müssen, um die Mängel des CMS auszugleichen. Ein headless CMS kann Ihnen dabei helfen, Ihre Arbeitsabläufe zu optimieren, und Ihre Produkte und Inhalte schneller auf den Markt zu bringen. arbeiten, die sie bevorzugen, und erspart ihnen die Routinearbeit, die mit einigen traditionellen CMS verbunden ist.

Produkteinführungen scheinen immer auf inhaltsbezogene Verzögerungen zu stoßen, und inhaltliche Operationen dauern lange oder erfordern mehr Ressourcen?

Steigende, komplexe Anforderungen an ein herkömmliches CMS oder die Verwaltung mehrerer CMS kann zu umständlichen und zeitaufwändigen Arbeitsabläufen führen, da Sie manuelle Arbeiten übernehmen müssen, um die Mängel des CMS auszugleichen. Ein headless CMS kann Ihnen dabei helfen, Ihre Arbeitsabläufe zu optimieren, und Ihre Produkte und Inhalte schneller auf den Markt zu bringen.

Es wird immer schwieriger, Entwickler zu finden und zu halten, die an Ihrem CMS arbeiten?

Ein CMS, das bestimmte Programmiersprachen erfordert oder für Entwickler mühsam zu pflegen und zu erlernen ist, begrenzt die Auswahl an guten Mitarbeitern. Ein headless CMS ermöglicht es Entwicklern, in den Sprachen zu arbeiten, die sie bevorzugen, und erspart ihnen die Routinearbeit, die mit einigen traditionellen CMS verbunden ist.

Das CMS behindert Sie mehr darin Ihre Ideen umzusetzen, als dass es Sie unterstützt?

Ein herkömmliches CMS kann sich wie eine zu enge Kiste anfühlen, deren Wände stark einschränken, und Ihre besten Ideen blockiert. Ein headless CMS beseitigt diese Barrieren, indem es Inhalte flexibler und überall dort zugänglich macht, wo Sie sie verwenden möchten.

Die Auswahl des richtigen Anbieters: Nicht alle headless CMS sind gleich

Jetzt, da Sie sich entschieden haben, Headless Systeme in Ihre CMS-Suche aufzunehmen, schränken wir die Optionen ein. Headless CMS ist ein Begriff für eine sich schnell entwickelnde Kategorie, so dass nicht alle Anbieter die gleiche Art Produkt anbieten, nur weil sie es „Headless“ nennen. Einige bieten Enterprise-Funktionalitäten, einige sind Open-Source, und einige haben begrenzte Funktionen, mit denen man leicht experimentieren kann, die aber nicht effektiv skalieren können. Wenn Sie headless Systeme bewerten, achten Sie auf diese Punkte:

- 1. Architektur**
- 2. Content**
- 3. Content Operations**
- 4. APIs und Erweiterbarkeit**



Architektur



Beim Vergleich headless CMS ist es hilfreich, sich daran zu erinnern, dass headless bedeutet, dass das Content-Repository und das Frontend, mit dem die Inhalte angezeigt werden, entkoppelt sind. Alle Konfigurationen in der Abbildung unten können als headless bezeichnet werden, aber die Freiheit, die sie Entwicklern, Produktmanagern und Redakteuren geben variiert.

Content

Headless konzentriert sich normalerweise darauf, wie der Content aus dem CMS heraus auf verschiedene Plattformen gelangt. Produktmanager wollen (und müssen) aber auch verstehen, wie Content innerhalb des CMS verwaltet wird. Die Trennung der Bereitstellung von der Verwaltung von Inhalten löst nur einen Teil der Herausforderung.

Die Frage bleibt: Wie organisieren und verwalten Sie Inhalte zur Nutzung über verschiedene Plattformen hinweg?

Ein herkömmliches CMS organisiert Inhalte als Seiten. Die Verwendung mehr oder weniger starrer Schablonen/Templates bindet Überschriften, Copytext und Bilder zusammen an spezifische Layouts. Dieser seitenzentrierte Ansatz schränkt Ihre Möglichkeiten ein,

Inhalte in verschiedenen Layouts für verschiedene Kanäle wiederzuverwenden. Dieses Problem kann auch bei headless CMS, die einen seitenzentrierter Ansatz verfolgen bestehen bleiben.

Einen anderen Weg gehen Sie mit dem was Content-Infrastruktur nennen. Anstatt Inhalte um Seiten herum zu organisieren, beginnt es mit einem Content-Model — einem Rahmen für die Organisation von Inhaltstypen und die Definition, wie sich diese Typen untereinander verhalten.

Ein Content-Model kann für jede Organisation eigens entwickelt werden, oder auf einem existierenden aufbauen. Das Content-Model bricht Ihren Content in einzelne Elemente herunter, wie etwa die Überschrift eines Blog-Posts oder die Beschriftung einer einzelnen Schaltfläche. Sie können dann festlegen, wie sich jedes Element auf andere bezieht. Auf diese Weise können Sie ein flexibles Modell erstellen, das ohne Berücksichtigung der Darstellung für jeden digitalen Kanal gleichermaßen funktioniert.



Content Operations

Das CMS Ihrer Wahl sollte einen schnellen und konstanten Fluss von Inhalten von der Erstellung bis zur Auslieferung ermöglichen. Werfen wir darum zunächst einen tieferen Blick auf die grundlegenden Funktionen, die Sie von einem CMS erwarten können.

Ist die Redaktionsoberfläche einfach zu bedienen? Kann sie an die Vorlieben Ihres Teams angepasst werden? Sind Funktionen zur täglichen Zeitersparnis bereits enthalten?

Contentful bietet eine Reihe von UI-Erweiterungen, die es Ihnen erlauben, die Redaktionsoberfläche auf der Grundlage der Bedürfnisse Ihrer Teams und Arbeitsabläufe anzupassen. Sie können das Erscheinungsbild von Feldern ändern, Dialogfelder mit hilfreichen Tipps für Redakteure hinzufügen, zusätzliche Drop-Downs, mit mehr Optionen hinzufügen, und weitere Werkzeuge integrieren, damit Redakteure z.B. auf Formulare, Videos und andere Assets zugreifen können, ohne zwischen Bildschirm-Fenstern hin und herspringen zu müssen.

Wie granular sind die Berechtigungen und Rollen konfigurierbar?

Inhaltskontrolle und Konsistenz sind wichtig für die Aufrechterhaltung eines starken Markenbildes. Bietet das CMS ausreichend Kontrolle, um jedem den Grad des Zugangs zu ermöglichen den sie benötigen, während die Inhalte vor nicht autorisierte Änderungen geschützt sind?

Wie einfach ist es Inhalte in der Vorschau anzuzeigen

Für Redakteure ist es wichtig zu sehen, wie ihre Inhalte später auf der Seite aussehen. Müssen sie auf einen Entwickler warten, der Inhalte veröffentlichen muss, nur damit sie ihre Inhalte in der Vorschau sehen und Freigaben einholen können, ist das äußerst zeitaufwändig und ineffizient.

Achten Sie bei der Auswahl Ihres neuen CMS darauf, dass es Ihnen eine direkte Vorschau mit allen aktuellen Änderungen bereitstellt, und dass es einfach ist, diese Vorschau mit jedem zu teilen, der sie braucht, um Inhalte zu genehmigen.

Können Redakteure Inhalte selbst veröffentlichen?

Veröffentlichung in die Hände von Redakteuren und anderen Endbenutzern zu legen, beschleunigt Ihre Zeit bis zur Markteinführung deutlich. Das CMS sollte darum die Veröffentlichung über die redaktionelle Oberfläche ermöglichen, damit Änderungen an Live-Inhalten in Minuten, nicht in Tagen, vorgenommen werden können.

Schauen Sie als Nächstes über die grundlegenden Merkmale hinaus ob und wie das CMS agile Praktiken unterstützt.

Parallele Arbeitsabläufe:

Können Teams parallel an einem Projekt arbeiten, oder müssen sie sich sequentiell abwechseln? Mit ausgereiften Systemen wie Contentful können Redakteure Inhalte erstellen, während Entwickler am Frontend arbeiten. Eine externe Agentur kann zeitgleich eine neue digitale Plattform aufbauen und Inhalte über APIs auslesen. Ein granulares Rechte-Management erlaubt eine Feinabstimmung von Zugriffs- und Änderungsrechten auf Element-Ebene, so dass universelle Inhalte stets geschützt sind, ohne lokale Teams in ihrer Flexibilität zu beschränken.

Iterative Entwicklung:

Statt eine große Zahl an Änderungen in periodischen Produktveröffentlichungen zu bündeln, veröffentlicht man heute mehrere Updates mit einigen wenigen Änderungen sehr häufig, teils täglich. Beinhaltet das CMS Werkzeuge und Funktionen, die das Experimentieren leicht machen und neue Ideen testbar machen, ohne Ihre produktive Website zu gefährden? Gibt es einen Prozess, um diese Änderungen in Produktion zu bringen, ohne Redakteure aus dem CMS zu werfen? Können Sie das CMS aktualisieren, ohne Inhalte über einen längeren Zeitraum einzufrieren? universelle Inhalte stets geschützt sind, ohne lokale Teams in ihrer Flexibilität zu beschränken.

Skalierbarkeit:

Klein starten und später skalieren ermöglicht Ihnen eine schnelle Markteinführung und frühes Kundenfeedback. Einige CMS erfordern eine große Investition (in Form von Lizenzkosten und Entwicklungsaufwand), nur um die Plattform implementieren, andere lassen Sie sofort mit der Entwicklung starten und machen Ihnen den Weg frei für schnelle Skalierung von Erfolgen.



APIs und Erweiterbarkeit

Headless CMS verwenden APIs zur Bereitstellung von Inhalten für verschiedene digitale Plattformen, aber APIs können viel mehr als nur die Bereitstellung von Inhalten. APIs und Erweiterungen helfen dem CMS bei der Integration mit anderen Tools, die Sie verwenden (PIM, Personalisierung, Automatisierung, etc.), wodurch das CMS besser auf Ihre eigenen Arbeitsprozesse eingestellt werden kann.

Die Wahl eines CMS, das erweiterbar ist, hilft Ihnen, mehr aus Ihrer Technologie-Investitionen herauszuholen. Anstatt sich an starre, vorgegebene Arbeitsabläufe zu halten, oder viel Zeit mit dem Kopieren von Daten zwischen verschiedenen Systemen zu verbringen, können Sie mit einem headless CMS, das APIs nutzt und Erweiterungen ermöglicht, den Fluss Ihrer Inhalte und Daten wie von einer zentralen Drehscheibe steuern, und von dort Ihre zusätzlichen Systeme bedienen.

Wenn Sie sich verschiedene headless Anbieter ansehen, werden Sie sehen, dass einige ihre Systeme als „purpose-built“ oder „API-first“ beschreiben. Anders als einige der traditionellen CMS-Anbieter, die versuchen den Trend für sich zu nutzen, indem Sie eine API für ihren Inhalt hinzugefügt haben, sind diese API-first Systeme von Anfang an darauf ausgelegt content management und Auslieferungsprozesse über Schnittstellen abzubilden.

API-first headless CMS können über die Bereitstellung von Inhalten über eine Schnittstelle (zweifelsfrei die Grundanforderung für headless) weit hinaus gehen, und mehr Flexibilität und Möglichkeiten zur Integration bieten. Das können zum Beispiel das Management von Inhalten und Daten über eine API sein (also nicht nur das reine Auslesen von Inhalten), eine spezielle API zur Vorschau in redaktionellen Workflows, oder eine API zur Bildmanipulation. Contentful bietet darüber hinaus sogar die Möglichkeit über GraphQL auf die Inhalte zuzugreifen. Mit Hilfe dieser APIs können weitere Werkzeuge und Programme integriert und das CMS auf Ihre Bedürfnisse angepasst werden. So entstehen innovative digitale Touchpoints und Produkte für Ihre Kunden.



Getting buy – in for headless

Entwickler setzen sich oft für headless CMS ein, weil sie aus ihrer täglichen Arbeit die Auswirkungen und Vorteile von APIs, CDNs, SDKs und ähnlichen Abkürzungen, bei denen ihre nicht-techniker Kollegen abschalten, kennen und schätzen. Genauso wichtig ist jedoch der Fokus darauf, wie Ihnen headless Systeme bei der Erstellung, Verwaltung und Nutzung von Content helfen können. Glücklicherweise gibt es eine gemeinsame Grundlage, auf denen Entwickler und andere Stakeholder CMS-Optionen bewerten können: Die Struktur von Inhalten (Content-Infrastruktur). Einige headless CMS hinterlegen Inhalte in dem digitalen Äquivalent eines großen Eimers, ohne zusätzliche Struktur, die den Übergang von einem einzelnen Ausgabekanal hin zu echtem Multi-Channel unterstützt. Erst durch das Hinzufügen einer sinnvollen Struktur können Inhalte auch effizient aus dem Eimer geholt, und in verschiedenen digitalen Anwendungen ausgespielt werden.

Eine gute Content-Infrastruktur sollte daher:

Einheitlich sein, mit allen Inhalten an einem einzigen Ort.

Dadurch entfallen Content-Silos und Dopplungen. Die Bearbeitung ist schneller und einfacher – den Text oder das Bild an einer Stelle ändern, und die Änderung wird überall dort ausgespielt, wo die dieser Inhalt verwendet wird.

Inhalte sind konsistent und können schnell über alle Kanäle publiziert werden. Die Vereinheitlichung von Inhalten hilft Endkunden und Entwicklern, in dem sie Nutzung von vielen unterschiedlichen Systemen (und die Notwendigkeit viele, teilweise komplexe Systeme zu beherrschen) überflüssig macht. Die Erstellung neuer und das Bearbeiten bestehender Inhalte wird schneller, einfacher und konsistenter.

Modular sein, für einfache Nutzung und Wiederverwendung auf digitalen Plattformen.

Anstatt Inhalte auf einer Seite zusammenzuwerfen, sollten besser die Inhalte von Seiten in logischen Komponenten gespeichert sein. Dieser modulare Ansatz macht es leicht, Inhalte in verschiedenen Layouts und auf verschiedenen Plattformen wiederzuverwenden.

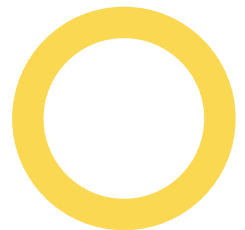
Dadurch, dass Inhalte mit Blick auf die Wiederverwendung strukturiert werden, wird nicht nur die Redakteursarbeit sinnvoller genutzt, und die Reichweite des Inhalts erhöht. Es macht es auch einfacher, schnell neue Landingpages, Microsites, und sogar ganz neue Kanäle einzurichten, da große Teile des nötigen Contents schon abholbereit vorliegen.

Organisiert sein, um Zusammenarbeit und parallele Arbeitsabläufe zu unterstützen.

Modularer Inhalt ist nur ein Teil der Gleichung. Eindeutig kategorisierter Inhalt erlaubt Redakteuren wie Entwicklern parallel zu arbeiten, denn wenn jeder weiß wo die verschiedenen Typen zu finden sind und wie sie sich aufeinander beziehen, kann verhindert werden, dass Änderungen zu große Auswirkungen auf Dritte haben. Redakteure können Inhalte erstellen, bearbeiten, und veröffentlichen, während Entwickler gleichzeitig neue Funktionen, Software usw. erstellen. Das ist ein klarer Wettbewerbsvorteil für Unternehmen, die schnell handeln wollen oder müssen.

Erweiterbar sein, so dass es Ihren Bedürfnissen nicht nur heute, sondern auch in der Zukunft entspricht.

Ihr Content ist so einzigartig wie Ihr Unternehmen. Starten Sie mit einem benutzerdefinierten Content-Model, und integrieren dann Ihre bevorzugten Werkzeuge und Programmiersprachen. Da sich Ihre Bedürfnisse immer wieder ändern werden, sollte das Content-Model leicht modifizierbar sein, ohne in Abhängigkeiten und aufgeblähtem Code zu enden, wie es bei der Erweiterung von herkömmlichen CMS so häufig geschieht. Ein erweiterbares CMS sollte sich grenzenlos anfühlen, statt einzuschränken.



Contentful ist ein headless CMS für das ganze Team

Contentful hat nicht nur all die Funktionen, die Entwickler an einem Headless System schätzen, sondern überzeugt auch mit seiner Redaktionsoberfläche für Produkt-, Marketing- und Redaktionsteams. Dazu gehören intelligente Suchfunktionen, die Inhalte zur Wiederverwendung schnell auffindbar machen, Werkzeuge zur Zusammenarbeit, und eine lange Liste von Integrationen, die es erlauben von einem gemeinsamen Dashboard aus zu arbeiten, statt ständig zwischen Programmen wechseln zu müssen. So können nicht nur die Entwickler schnell neue Produkte und digitale Funktionen erstellen. Sie werden überrascht sein, wie viel Sie in Zukunft ohne Entwickler selber umsetzen können. CMS-Entscheidungen sind häufig ein Kompromiss zwischen Endkunden, Marketing-Teams und Entwicklern. Mit Contentfuls Content Management API können Entwickler auch die komplexesten digitalen Ökosysteme organisieren und verwalten. Die APIs sind gut dokumentiert, und dank einer Vielzahl von Vorlagen und direktem Support durch Contentful finden sich erfahrene Entwickler schnell zurecht.

Contentful ist der einzige cloud-native Anbieter, der im aktuellen Forrester Wave Report aufgenommen wurde: „[Contentful's] API-first and cloud-native approach excels [and is] a good fit for progressive digital initiatives that want to unify content services across channels and projects.“

Inspire and create positive change

Wir sind denkwerk. Wir helfen Unternehmen, die Chancen des digitalen Wandels zu nutzen und einen bedeutungsvollen Unterschied im Leben ihrer Kunden zu machen.



Think. Make. Accelerate.

denkwerk ist ein Beratungs- und Agenturhybrid mit drei einfachen Grundsätzen: Wir sind leidenschaftlich darin, Probleme zu lösen und den Status quo neu zu denken. Wir stellen Menschen in den Mittelpunkt, um relevante Produkte und Erlebnisse zu kreieren. Wir arbeiten in agilen, autonomen Teams, um unsere Kunden schneller voranzubringen.

The future, faster

Von Designsprints bis Scrum. Wir arbeiten agil und mit Zug nach vorne. Dabei verbinden wir Strategie, Design, Technologie und Kommunikation auf höchstem Niveau, begleiten unsere Kunden in allen Fragen der digitalen Transformation und schaffen bessere Perspektiven für die Zukunft.

Deine Ansprechpartner bei denkwerk:

Kaan Karaca

Executive Technical Director

Jan van Randenborgh

Technical Director — E-Commerce

Come say hello

Lust zu reden?

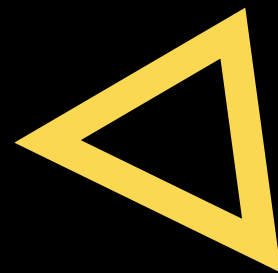
hello@denkwerk.com

Viel Talent?

jobs@denkwerk.com

Wie können wir helfen?

business@denkwerk.com



Unsere Standorte:

Berlin:

Reichenberger Str. 124
10999 Berlin
+49 30 344 0986 00
hello@denkwerk.com

Hamburg:

Neuer Pferdemarkt 1
20359 Hamburg
+49 40 609 4495 00
hello@denkwerk.com

Köln:

Vogelsanger Str. 66
50823 Köln
+49 221 29 42 100
hello@denkwerk.com

München:

Lindwurmstr. 88
80337 München
+49 89 45 23 54 642
hello@denkwerk.com

