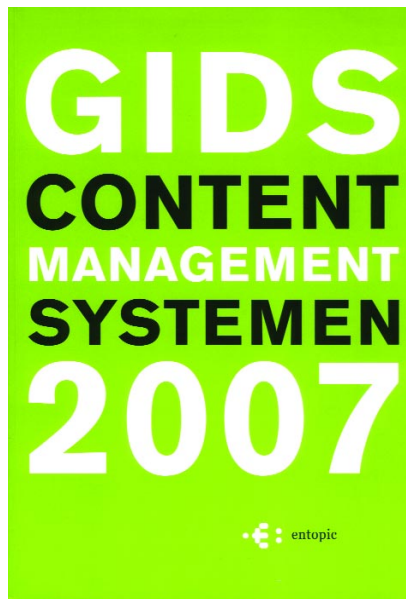


Recensie

De wondere wereld van content management



Door Bart van der Meij

De relatie tussen organisatie en internet is de afgelopen jaren aan verandering onderhevig. Sinds de opkomst van het internet midden jaren negentig zijn bedrijven en instellingen op zoek gegaan naar de mogelijkheden die dit nieuwe medium biedt. In eerste instantie brachten bedrijven hun brochures en contactgegevens online, zodat een grote bedrijvengids ontstond. De volgende stap was het organiseren van de eigen informatiestromen, zodat deze gebruikt kon worden voor het sneller publiceren van informatie op het net. Nog altijd werden tekst en plaatjes speciaal bij elkaar gezocht om tot een actuele pagina te komen. In de organisatie kwamen het intranet op, de bedrijfseigen variant van het internet. Afdelingen publiceerden hier de (openbare) informatie die ze beschikbaar hadden, maar ook overkoepelende initiatieven zoals smoelenboeken en handboeken. Inmiddels ging de techniek verder en werd het mogelijk geïntegreerde content aan te bieden. Voor organisaties werd het steeds meer noodzakelijk om de content aan te bieden op een interactieve manier: zichtbaarheid, actualiteit en interactiviteit, het internet maakt het mogelijk de verkopen te verhogen.

De ontwikkelingen van de laatste paar jaren zijn goed omschreven door Chris Anderson in zijn blogosphere boek *The Long Tail* (Anderson, 2006). Door de steeds meer geavanceerde technische mogelijkheden om informatie te zoeken en te publiceren en door de dalende kosten daarvan, wordt het steeds beter mogelijk niche-markten met content aan te boren. Zijn stelling is dat steeds één betaalde download van heel veel producten evenveel, zo niet meer, oplevert dan de grote hoeveelheid downloads van een top 25 aan producten. Dit is de Long Tail. Beschikbaarheid van content en het kunnen vinden ervan zijn zo de sleutelwoorden van content management geworden voor de komende jaren.

Naast de content zelf, zijn de systemen waarmee de content naar de gebruiker wordt gebracht daarom zeer belangrijk. Immers, het snel kunnen publiceren, terugvindbaar maken en samenstellen van actieve webpagina's kan het verschil maken tussen webverkoop of niet. De rol van Content Management Systemen is daarom voor grote organisaties zeer belangrijk geworden. In Nederland zijn echter tientallen leveranciers actief, niet alleen met zelfstandige producten, maar ook met geïntegreerde toepassingen bij bijvoorbeeld collectiemanagement-, bibliotheek- en documentmanagementsystemen.

In de *Gids Content Management Systemen 2007* worden in het eerste deel op heldere wijze de theorie, functionaliteit, trends en ontwikkelingen van content manage-

ment (systemen) uiteengezet. Daarbij komen niet alleen technische aspecten aan de orde, maar ook de selectie en implementatie van systemen. In het tweede deel worden 26 content management systemen uitgebreid beschreven, zowel de achtergrond van de leveranciers als de functionaliteiten. Hoewel er in Nederland veel meer systemen op de markt zijn dan de 26 uit de gids, is een keuze gemaakt aan de hand van beschreven criteria. Zo moet de leverancier activiteiten in Nederland hebben en moet het product zelfstandig in de markt staan, naast de ontwikkelhistorie en functionele eigenschappen.

De verwachtingen ten aanzien van content management zijn hooggespannen. Nu steeds meer duidelijk wordt dat snelle, hoge en relevante beschikbaarheid van content en interactiviteit tussen organisatie en consument winnaars lijken in de huidige Web 2.0 race, zullen de grotere systemen in de komende jaren ongetwijfeld functionaliteiten gaan bieden op het gebied van user generated content (denk aan folksonomy's en wiki's), maar ook op het gebied van sociale netwerken, zoals Librarything, del.icio.us of Ning (van de Bibliotheek 2.0 blog) dat doen. Aan de andere kant zullen leveranciers ook proberen de content niet alleen via de pc bij hun consument te krijgen, maar meer en meer via games, mobiel internet en digitale televisie zo dicht mogelijk bij u en mij in de persoonlijke omgeving. Kijkt u vanuit dat perspectief maar eens naar ontwikkelingen als Twitter of Jaiku, waarop ik door Gerrit Visser werd geattendeerd. Hij publiceerde over deze nieuwe mobiele microblogs al een indrukwekkende start4all pagina.

Theo Hylkema, Hans Postma, Joost Simons (red.). Gids Content Management Systemen 2007. Entopic. ISBN 90 806653 7 1.

Bart van der Meij is management consultant Ordina Public Management Consulting, Groningen - bart.van.der.meij@ordina.nl