

# Alles mit System

## Website-Verwaltung für Kanzleien

Viele Kanzleien bieten jede Menge Informationen auf ihrer Website an. Datenbankunterstützte Content-Management-Systeme können dabei Verwaltung und Pflege erleichtern.

Nichts ist langweiliger als Informationen von gestern. Bei einer Kanzlei-Website sind das beispielsweise Angaben über Anwälte, die längst nicht mehr in der Kanzlei arbeiten, „aktuelle“ Newsletter mit dem Stand von 1998 oder die Nennung von fünf Standorten samt veralteten Telefonnummern und E-Mail-Adressen, wenn die Kanzlei mittlerweile 15 Büros hat. Nachdem die Website entwickelt wurde – dem ersten großen Wurf also – geht den Machern oft die Luft aus. Sollen sie nach all der Mühe doch erst mal kommen, die Interessenten!

Das ist falsch gedacht, denn das Internet funktioniert vollkommen anders. Die Kanzlei stellt sich mit ihrer Website implizit als modernes und in die Zukunft gerichtetes Unternehmen mit einer eigenen Corporate Identity vor. Der Schuss der PR-Kampagne in eigener Sache geht nach hinten los, wenn die Site nicht regelmäßig gepflegt wird. Das Angebot muss immer aktuell sein und laufend mit neuen Inhalten gefüllt werden. Dadurch, dass man sich mit einem aufwändigen Webangebot aus dem Fenster gelehnt hat, definiert man seine eigene Messlatte und provoziert

eine Erwartungshaltung der „Welt draußen“.

Eine kleine Website mit einem HTML-Editor wie Microsoft Frontpage, Adobe GoLive oder Macromedia Dreamweaver zu pflegen und zu erweitern, ist keine große Sache für erfahrene Webdesigner oder IT-Experten. Komplizierter ist das dann schon bei größeren Kanzleien, die mit umfangreichen Mengen an Information zu tun haben: Mitarbeiter kommen und gehen, Standorte werden ausgebaut, Seminare angeboten, Aufsätze veröffentlicht – und mit der Zeit gigantische Archive aufge-



Informationen müssen aktuell sein:  
Dafür stellen immer mehr  
Großkanzleien Content-Manager ein.

baut. Solche Datenmengen sind kaum zu bewältigen, wenn man mit jeder noch so kleinen Änderung – beispielsweise wenn ein Partner promoviert hat oder sich seine E-Mail-Adresse ändert – Dutzende oder gar Hunderte von Seiten von Hand durchforsten und abändern muss. Das nimmt viel Zeit in Anspruch und ist teuer. Immer mehr Großkanzleien stellen deshalb Content-Manager und IT-Spezialisten speziell zur Pflege ihrer Website ein.

Information müssen aktuell sein

Effizienter und unterm Strich wesentlich billiger ist eine ganz andere Strategie: Man baut die Website als Zwei-Komponenten-Modell auf. Auf der einen Seite existiert eine große Datenbank, in die alle Texte und Bilder oder Verweise darauf eingestellt und verwaltet werden. Auf der anderen Seite stehen HTML-Musterseiten – sogenannte Templates – mit genau spezifizierten Designvorgaben wie etwa Layout, Textformatierung und grafische Elemente. Inhalt (Content) und Design werden also getrennt voneinander behandelt.

Was der Benutzer sieht, wenn er eine Seite innerhalb der Rubrik „Anwälte“

mit seinem Browser aufruft, ist die HTML-Musterseite dieser Rubrik. Deren Text- und Bildinhalte werden „on the fly“, also im Moment des Aufrufs durch den User aus der Datenbank in das Template „geschossen“. Solche Seiten, die aus einem immer gleichbleibenden Teil (Designvorgaben) und einem variablen Teil (Texte und Bilder) bestehen, nennt man dynamische Seiten: Erst im Moment des Aufrufs durch den Benutzer werden Inhalt und Form zu einer HTML-Seite zusammengefügt.

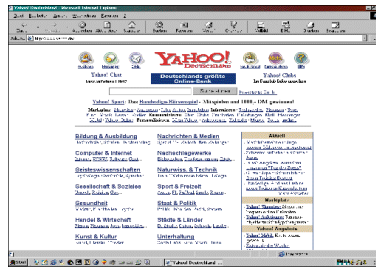
Im Unterschied dazu gibt es die herkömmlichen statischen Seiten, bei denen Inhalt und Design zusammen gelayoutet und dann auf den Serverrechner geschoben werden. Ein Website-Verwaltungssystem, das mit Datenbanken und dynamischen Seiten arbeitet, nennt man auch Redaktionssystem oder Content-Management-System (CMS).

Zu typischen Informationen, die bei einer größeren Kanzlei anfallen, zählen unter anderem Angaben zu den Mitarbeitern. Lebensläufe, Titel, Tätigkeitsbereiche und Standorte müssen immer wieder dem aktuellen Stand angepasst werden – bei der allgemein relativ hohen Fluktuation einer größeren Sozietät

keine leichte Aufgabe. Dasselbe gilt für aktuelle Nachrichten, Pressemitteilungen, Veranstaltungshinweise und Stellenanzeigen. Eine der üblicherweise am stärksten frequentierten Rubriken von Kanzlei-Websites sind die Veröffentlichungen: thematisch aufbereitete Mandantenrundschriften oder Newsletter zu aktuellen Rechtsfragen und Beiträge aus Zeitschriften oder Online-Magazinen im Volltext. Viele Kanzleien legen Wert darauf, große Mengen an Publikationen oder umfangreiche Rechtsprechungsübersichten zur Verfügung zu stellen. Manche ziehen ihre Website sogar als eine Art Portal auf, etwa als ein umfangreiches Angebot mit Beiträgen, Urteilssammlungen und aktuellen Nachrichten.

Layout und Inhalt strikt getrennt

In all diesen Ressorts muss sich laufend etwas tun, die Angaben müssen korrekt sein und veraltete Dateien entweder gelöscht oder ins Archiv gestellt werden. Die tägliche Routine des Einpflegens und Layoutens großer Mengen an Inhalten ist eine Riesenarbeit, wenn man neben der Beschaffung und Verwaltung aller Informationen auch noch



alles entsprechend der Designrichtlinien in HTML setzen muss.

Die herkömmlichen HTML-Editoren funktionieren so: Über eine grafische Oberfläche zimmert man sich eine Website zusammen, indem man mehrere Einzelseiten entwirft und sie hierarchisch strukturiert. Also z.B. Begrüßungsseite, Informationsseite, Seite der Standorte und die der Mitarbeiter. Üblicherweise entwickelt man ein oder zwei Musterseiten entsprechend den Designvorgaben, die dann für jede Rubrik mit anderen Inhalten gefüllt werden. Der HTML-Code, also das was der Browser beim Aufruf der Seite durch den Benutzer anzeigt, wird automatisch erzeugt.

Wie geht man nun vor, wenn man zu den bereits in der Website integrierten neun Anwälten einen zehnten hinzufügen möchte? Man nimmt sich eine bereits gelayoutete HTML-Seite (z.B. „anwaelte\_schmidt.htm“), macht eine Kopie davon, gibt ihr einen eindeutigen Namen („anwaelte\_mueller.htm“) und ändert die Daten, das Foto und eventuelle Links auf Standorte, Publikationen und Seminarangebote. Bei hundert Anwälten ist der Vorgang schon wieder extrem aufwändig, fehleranfällig und unflexibel. Denn wenn man eines Tages

zusätzliche Informationen anbringen, weitere Links auf andere Seiten legen oder das Design verändern möchte, muss das bei allen Seiten von Hand gemacht werden. Dabei erhöht sich der Pflegeaufwand und die Gefahr, das Design zu zerstören. Das Sitemanagement mit HTML-Editoren, wo jeder Inhalt auch gelayoutet werden muss, ist daher nur für kleinere Websites geeignet.

So wie es für den Webdesigner von Vorteil ist, die gesamte Website mit HTML-Editoren über eine grafische Oberfläche erstellen zu können, so ist es für die Kanzlei beim Einfügen neuer Inhalte in die Website sinnvoll, wenn sie mit dem Layout nicht in Berührung kommt. Die Strategie eines Content-Management-Systems, bei dem Inhalt und Layout strikt voneinander getrennt angefertigt und gepflegt werden, erlaubt die problemlose Erstellung und Verwaltung sehr großer Datenmengen.

#### Verwaltung mit CMS einfacher

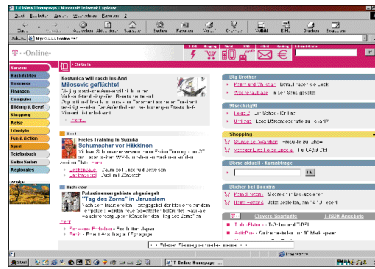
Für jeden Seitentyp – wie etwa Standorte-Übersichtsseite oder Standorte-Einzelseiten – wird eine Musterseite im speziellen Layout entworfen, das Gestaltungselemente wie das Kanzleilogo, sonstige Bilder wie Porträtfotos und

Textformatierungen wie dem Schrifttyp des Fließtextes festschreibt. Auch können hier Angaben zu Links auf andere Seiten festgelegt oder Platz für eine Liste der fünf letzten Publikationen des jeweiligen Anwalts freigehalten werden. Statt manuell eingefügter Inhalte werden im Moment des Aufrufs mit dem Browser Inhalte aus einer Datenbank gezogen und an den spezifizierten Stellen entsprechend der Designvorgaben automatisch gelayoutet. Die Abrufe von Inhalten aus Datenbanken wie etwa einer MySQL-Datenbank unter Linux werden meist mit PHP (Hypertext Preprocessor), ASP (Active Server Pages) oder JSP (Java Server Pages) programmiert. Das sind Programmiersprachen, die speziell für dynamische Webseiten entwickelt wurden.

Das klingt alles ein wenig kompliziert – und die Programmierung ist es auch in der Tat –, ist aber von der Idee her sehr einfach. Der erste riesengroße Vorteil des dynamischen Publizierens ist, dass jede typische Seite nur ein einziges Mal programmiert werden muss: Ob ein Anwalt oder hundert, die Seite bleibt immer dieselbe. Die mit Inhalten gefüllten Einzelseiten in HTML werden im Live-Betrieb im Zusammenspiel mit

Das Site-Management mit HTML-Editoren eignet sich nicht für umfangreiche Websites.





## Was ist ein Portal?

Unter einem Portal versteht man eine Website, die typischerweise eine Vielzahl von Angeboten wie News, Beiträge und Kataloge in diversen Rubriken enthält und häufig auf die Zielgruppe abgestimmte Services und interaktive Tools anbietet. Ein Portal hat meist Zeitschriftencharakter und eignet sich als Ausgangspunkt bei der Suche im Web. Dies gilt für allgemeine, also „horizontal“ ausgerichtete Portale, die Gebiete von Finanzen über Computer zu Lifestyle umfassen, genauso wie für Fachportale, also z.B. „vertikal“ ausgerichtete juristische Portale. Aufgrund ihrer Informationsfülle werden Portale natürlich fast ausnahmslos per Content Management System verwaltet.

Zu den bekanntesten Portalen gehören in Deutschland T-Online, AOL oder auch Yahoo, zu den juristischen Marktplatz Recht und LEGAmidia. Wegen der sehr hohen Besucherzahlen sind Portalsites für Werbetreibende und Anbieter von Online-Inhalten besonders interessant.

den in der Datenbank hinterlegten Angaben erzeugt und müssen nicht jeweils von Hand gelayoutet werden. Außerdem ist die Verwaltung natürlich sehr viel einfacher. Angaben zu Anwälten können schnell hinzugefügt oder gelöscht werden. Auch das Design für Hunderte von Seiten kann sehr viel schneller abgeändert werden als das manuell möglich wäre. Um etwa Überschriften zu vergrößern, genügt es, die Musterseite ein einziges Mal zu ändern.

Übrigens kann man auch das Verlinken einzelner Seiten untereinander oder das Erstellen von Listen wie etwa bei Autoren- oder Beitragsverzeichnissen durch ein CMS automatisch erzeugen. So lässt sich mit jeder neu eingestellten Veröffentlichung das Verzeichnis aller Publikationen automatisch erweitern und dem Autor oder Standort zuordnen. Stellenangebote und Seminare werden nach einer Weile als veraltet deklariert und automatisch ins Archiv gestellt oder entfernt.

Content-Management-Systeme sind nahezu beliebig erweiterbar. So können etwa Anwaltssuchmaschinen aufgesetzt werden, mit denen der Besucher einen Anwalt nach Tätigkeit, Standort oder Sprachkenntnissen finden kann. Aber auch passwortgeschützte Bereiche im Internet oder Intranet sind machbar, über die kanzeleiinterne Informationen wie Urlaubszeiten, momentaner Aufenthaltsort oder derzeit bearbeitete Fälle für Mitarbeiter abrufbar sind.

Auch eine bereits bestehende Kanzlei-Website lässt sich problemlos auf ein CMS-Modell ummodellieren. Das geht

umso einfacher, je übersichtlicher und eindeutiger die Site aufgebaut ist. Dazu muss sie genau analysiert und auf eine Hand voll Musterseiten mit Designvorgaben und Programmierbefehlen reduziert werden. Gleichzeitig wird eine Datenbank aufgebaut, die den gesamten Content enthält, und ein Content-Management-System, das die Eingabe von neuen Inhalten erlaubt.

### Maßanzug oder Stangenware

Kauft man ein CMS vom Regal oder lässt man es sich nach Maß schneiden? Zu den bekanntesten kommerziellen Redaktionssystemen zählen Infooffice, NPS4 von Infopark oder Story Server von Vignette. Diese Produkte kosten je nach Anforderung um die 100.000 DM und mehr. Erfahrungsgemäß sind diese Systeme zudem mehr oder weniger umständlich und reichlich unflexibel, wenn man besondere Dinge damit vorhat. Individuelle Lösungen sind dagegen genau auf die Bedürfnisse zugeschnitten und beliebig erweiterbar. Sie sind allgemein schlanker als fertige Systeme und dazu meist billiger, weil man sich Fachkräfte für die Website-Verwaltung sparen kann. In beiden Fällen amortisieren sich die Kosten für eine größere Kanzlei längerfristig, wenn das Content-Management-System von vornherein flexibel genug konzipiert wird.

Oliver Weiss, [info@oweiss.com](mailto:info@oweiss.com),  
[www.oweiss.de](http://www.oweiss.de)  
 (LEGAmidia, [www.legamedia.de](http://www.legamedia.de))

