Premiere

The Digitale verwirklicht für ISPO erstes Content Marketing Projekt auf Thunder

ISPO.com ist das weltweit erste Content Marketing Angebot, das mit der Publishing-Variante des CMS Drupal realisiert wurde.

Eine redaktionelle Website steht und fällt mit dem genutzten Content Management System (CMS). Deshalb gründete Hubert Burda Publishing 2016 die Thunder Coalition, die als gemeinsames Projekt die Version „Thunder“ des Open Source CMS Drupal vorantreibt und somit ein Gegengewicht zu der technologischen Übermacht aus Übersee schafft. Dieser Zusammenschluss kann sich nun über ein neues Mitglied freuen: ISPO.com.

In nur zwölf Wochen Entwicklungszeit realisierten die Telekom-Tochter The Digitale und deren Partner, der Drupal-Spezialist undpaul GmbH, für ISPO das Projekt. Es umfasste sowohl die digitale Umsetzung des aktuellen Brand-Relaunches der größten Sportmesse der Welt, als auch den Umzug des redaktionellen Teils und der B2B-Messeeiten von mehreren verschiedenen Content Management Systemen und Unterseiten auf das neue Portal ISPO.com.

Damit ist ISPO.com das erste [Content Marketing](#) Projekt weltweit, das auf Thunder läuft – und sich in bester Gesellschaft von mehr als 200 Webseiten befindet. Einige Beispiele: 15 deutsche Burda-Seiten wie z.B. bunte.de, elle.de, mein-schoener-garten.de, instyle.de setzen bereits auf Thunder. Außerdem wird die besondere Publishing-Variante von Drupal bereits beim Österreichischen Wirtschaftsverlag, sowie bei den US-Partnern Farm Journal Media (z.B. drovers.com) und ST Media Group International (z.B. boutiquedesign.com) genutzt.

Entscheidung nach intensiver Evaluierung

„Thunder hat sich bei uns in einem intensiven Evaluierungs- und Strategie-Prozess mit dem Kunden gegen viele große Enterprise-CMS durchgesetzt und viele Benchmarks gesetzt“, sagt Peter Bilz-Wohlgemuth, als CTO von The Digitale verantwortlich für das CMS-Projekt. „Mit Thunder profitieren unser Kunde ISPO und wir als Digital-Agentur von einem wachsenden internationalen Netzwerk, das das Publishing-CMS ständig weiterentwickelt. Gleichzeitig ist die Total Cost of Ownership sehr effizient, da es sich bei Thunder um Open Source handelt und keine Lizenzgebühren fällig werden. Johannes Haseitl, Geschäftsführer der undpaul GmbH, erläutert: „Thunder ist eine Plattform wie gemacht für modernes Publishing und Content Marketing, die durch das Open-Source-Prinzip auch mehrfach duplizierbar und damit sehr kosteneffizient ist.“

Die Herausforderung des hochkomplexen Projekts: Im Rahmen des Brandrelaunches von ISPO mussten Inhalte von mehreren verschiedenen Alt-CMS auf Thunder migriert werden. Gleichzeitig sollte eine Webseite geschaffen werden, die es an Benutzbarkeit und technischer Finesse und nicht zuletzt auch Optimierung

für SEO und Social Media mit jeder großen Publisher-Seite aufnehmen kann. Wie erste Messungen zeigen, sind viele der Ziele bereits zum Start verwirklicht worden – unter anderem die extrem schnelle Ladezeit der Inhalte sowohl auf Desktops als auch auf Tablets und Smartphones.

„Ein Projekt in dieser Größenordnung mit tausenden zu migrierenden Seiten, unterschiedlichen Zielgruppen, Use Cases und Business Modellen in einem kurzen Zeitraum in Time umzusetzen, kann nur mit äußerst effizientem und agilem Projektmanagement gelingen. Ohne den klaren Willen und das absolute Commitment des Kunden ISPO und unserer Partner wäre es nicht möglich gewesen“, ergänzt Bilz-Wohlgemuth.

Burda-CTO: Thunder hat das Content Marketing erreicht

Ingo Rube, CTO der Burda Magazine Holding GmbH, kommentiert das so: „Wir freuen uns, dass Thunder nach den klassischen Verlagen nun auch die Welt des Content Marketing erreicht hat“, sagt der Initiator von Thunder. „Kein Publisher kann allein mit der rasanten technologischen Entwicklung Schritt halten. Indem wir Grenzen überwinden und vernetzt arbeiten, können wir gemeinsam das beste Open-Source-Content-Management-System entwickeln und gleichzeitig Zeit und Kosten sparen.“

Wer mehr über das Projekt ISPO.com, das CMS Thunder und seine Möglichkeiten für modernes Content Marketing erfahren möchte, hat die Gelegenheit dazu auf dem von Hubert Burda Media veranstalteten Thunder Day am 20. November in Hamburg. Peter Bilz-Wohlgemuth von The Digitale und Johannes Haseitl von undpaul werden dort den Projektverlauf, die Herausforderungen und Lösungen präsentieren.

Mehr Informationen: <https://www.xing-events.com/thunder-day.html>

Über THE DIGITALE

Die Content Marketing Agentur THE DIGITALE transformiert Unternehmen und Marken zu Medien – mit Hilfe modernster Technologien und digitalem Publishing auf allen digitalen Kanälen. Nach dem Motto „We make Content work for your Business“ sorgt THE DIGITALE durch Content Marketing aber nicht nur für Imagegewinn und Markenbildung, sondern vor allem auch für das Erreichen messbarer Conversion-Ziele, etwa in Form von Leads und Sales. THE DIGITALE ist ein 100-prozentiges Tochterunternehmen der Deutsche Telekom AG.

Kontakt für diese Pressemitteilung:

THE DIGITALE GmbH
Peter Bilz-Wohlgemuth
Chief Technology Officer
Kaulbachstrasse 36
80539 München
peter.bilz@the-digitale.com
+49 89 58 80 300 54
<http://www.the-digitale.com>