

Headless CMS: Ein CMS für alle Kanäle

Kein Kopf, keine Probleme – so oder so ähnlich klingt es häufig im Web, wenn es um Headless CMS geht. So einfach ist es natürlich nicht. Dennoch: Headless-Ansätze sind mittlerweile Enterprise-ready und bringen einige bestechende Vorteile mit.

- „Content first“
- Je mehr Kanäle, desto besser
- Das Frontend entscheidet
- 1 CMS für alle Kanäle

Omnichannel: Ein Content, alle Kanäle

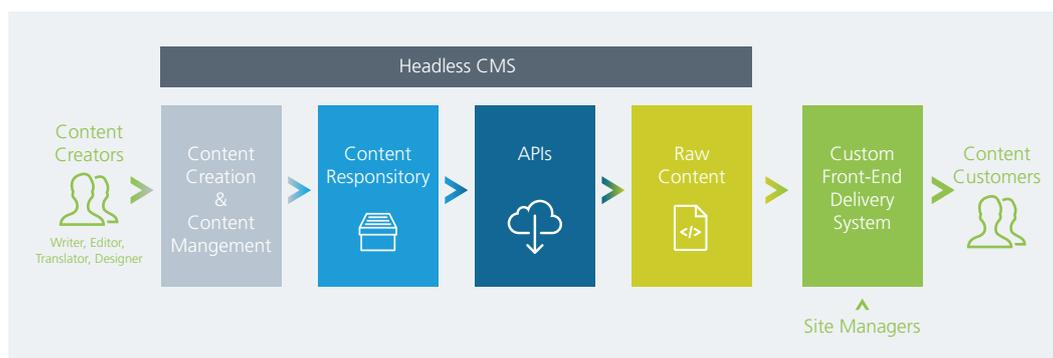
Da das Styling des Contents bei Headless-Ansätzen komplett im Frontend stattfindet, kann ein Contentstück problemlos in unterschiedlichsten Kanälen oder Frontends eingesetzt werden. Stichwort „Content first“. Normalerweise müsste der Content pro Kanal händisch gepflegt und angepasst werden, ggf. in verschiedenen CMS. Im Headless-Ansatz bleibt der Content gleich; das jeweilige Frontend greift über die API auf den Content zu und entscheidet über das Aussehen. Gerade für Omnichannel-Strategien mit Mobile Apps, IoT-Geräten, Displays am Point of Sale oder TV-Apps ist das sehr wertvoll.

Geschwindigkeit mit Apps

Webseiten werden headless als Apps entwickelt, die sehr schnell aus der Cloud geladen werden. Der Vorteil: Styles und Layouts werden nur einmal geladen, nicht mehr bei jedem Klick. Nach der Initialzündung wird nur noch der reine Content nachgeladen. Ein Klick und die nächste Unterseite ist da.

- nur 1 Load für Styles & Co.
- „smooth“ von Subseite zu Subseite
- der neue Standard in Sachen Sitespeed

2017 stieg die Absprungrate in Tests um ein Drittel, wenn die Ladezeit der Seite von 1 auf 3 Sekunden erhöht wurde. Heute ist die Toleranz der User sicher noch geringer und der Wert weitaus höher.



Ihre Ansprechpartnerin

Sylvia Pauleikhoff
Account Management Neukunden

T +49 521 98647 304
M sylvia.pauleikhoff@comspace.de