

Forrester Wave Content Platforms Q2 2021

15. Juni 2021 10:16 Uhr | Dr. Ulrich Kampffmeyer | [Permalink](#)

FORRESTER

LICENSED FOR INDIVIDUAL USE ONLY

The Forrester Wave™: Content Platforms, Q2 2021

The 14 Providers That Matter Most And How They Stack Up

by DocAuthor

June 14, 2021

Die aktuelle [Forrester](#) Wave Studie zu Content Platforms 2021 ist erschienen. Der Bericht kann bei verschiedenen Anbietern heruntergeladen werden, so z.B. bei Nuxeo: <https://bit.ly/3gjaJUG>.

Vierzehn Anbieter von "Content Platforms", andern Ortes auch CSP Content Services Platforms genannt, haben es diesmal in den Bericht geschafft: Box, Google, GRM Information Management, Hyland, IBM, iManage, Laserfiche, M-Files, Microsoft, NetDocuments Software, Newgen Software Technologies, Nuxeo, OpenText und SER Group. Immerhin ein Anbieter aus Deutschland dabei. Um in diese Wave aufgenommen zu werden, muss das Unternehmen mehr als 20 Millionen US Dollar Umsatz, einen Fokus auf Großunternehmen, eine klare Markt- und Release-Strategie und ein ausgewiesenes "Cloud-First"-Angebot besitzen (letzteres ist bei einigen der Anbieter immer noch zweifelhaft).

Autorin ist die bekannte Analystin Cheryl McKinnon zusammen mit Srividya Sridharan und Danielle Jessee.

In der kostenfreien Wave-Publikation vom 14.6.2021 werden die Anbieter des Marktsegmentes "Content Platforms" nach 25 Kriterien bewertet und entsprechend in einer Wave-Darstellung kartiert. Wer mehr Details zu den Anbietern sucht muss allerdings auf den kostenpflichtigen Bericht "[Now Tech: Content Platforms, Q1 2021](#)" zurückgreifen. Aber schon die Wave gibt einen guten Einblick in den sich verändernden Markt – seinerzeit einmal ECM kategorisiert, nun als Content Platforms mit fast den gleichen Anbietern besetzt. Der Trend geht in Richtung Cloud. Hinzu kommt weitere Funktionalität, die ältere On-Premises-ECM-Lösungen vermissen ließen: bessere Information Governance, Künstliche Intelligenz, Maschinelles Lernen, Automatisierung und einfache Konfigurationswerkzeuge. Die Integration mit führenden

Anwendungen, Office-Suiten, Collaboration, ERP, CRM & Co. spielt dabei eine entscheidende Rolle. Dies aus der Cloud heraus mit einer vorgefertigten Standardlösung ist nicht immer einfach.

Wie steht es nun um den neuen Begriff "Content Platforms". Bisher hatte Forrester lange an ECM Enterprise Content Management festgehalten und sich in den letzten drei Jahren dann in Richtung Content Services bewegt. Hier wurden entsprechende Übersichten zu Business Content Services (bisheriges ECM) und Transactional Content Services veröffentlicht. Sehr konkret ist die Definition dieses Marktsegmentes nicht. Es geht eher um begriffliche Abgrenzung denn um tatsächliche Inhalte oder Funktionalität.

Die Forrester Wave^(TM)

Natürlich steht meistens bei solchen Analysen ein aussagekräftiges Bild im Vordergrund, das gleichzeitig fast immer das Aushängeschild des jeweiligen Analystenhauses ist. Dabei muss man immer berücksichtigen, dass es sich um eine reduzierte, "flach gedrückte" Sicht auf einen differenzierten Datenbestand handelt. Jede kleine Änderung an den Kriterien oder Bewertungen einzelner Kandidaten ändert sofort die gesamte Sicht.

FIGURE 1 Forrester Wave™: Content Platforms, Q2 2021



Forrester benutzt die Einordnungen Leaders, Strong Performers, Contenders und Challengers für die Achsen des Angebotsumfangs (Current Offering) und die Strategie des Anbieters.

In die Gruppe der führenden Unternehmen, die sowohl strategisch als auch vom Angebot gut aufgestellt sind, fallen [Microsoft](#), [OpenText](#), [Hyland](#) und [Box](#). Bei Microsoft ist es das Office365/Teams/Sharepoint-Portfolio, das erheblich um Records-Management- und Automatisierungs-Funktionalität in der Cloud ausgebaut wurde. Content Services, die weite Verbreitung der Plattform und die kontinuierliche Erweiterung berechtigen zu dieser Positionierung. Der Traditionsanbieter OpenText setzt erst kürzlich verstärkt auf Cloud-Angebote. Mit der OpenText Extended ECM Plattform wird praktisch die gesamte Bandbreite von ECM und Content Services abgedeckt. Hyland hat durch Aufkäufe von Marktbegleitern erheblich an Gewicht gewonnen, hat aber noch einiges im Bereich Cloud und Produktkonsolidierung vor sich. Funktionalität ist vielfältig vorhanden und auch die Marktdurchdringung wächst, wie aber mit den Akquisitionen umgegangen wird, muss sich

noch zeigen. Interessant ist, dass für die Einordnung hier nicht Onbase sondern Alfresco Digital Business Platform benutzt wurde. Box ist ein reiner Cloud-Anbieter, der sich mit der Digital Business Suite aus dem EFSS-Umfeld in das ECM-Terrain begeben hatte. Box hat sein Angebot besonders in den Bereichen Governance, Sicherheit und Automatisierung professionalisiert.

Im Segment der Strong Performer fallen mit großem Leistungsangebot der deutsche Anbieter [SER Group](#) und [Newgen Software Technologies](#) aus Indien auf. SER ist mit der DOXIS4CLOUD iECM Suite auf dem Weg in die Cloud, Newgen ist mit OmniDocs Contextual Content Services Platform dort schon angekommen. Im Mittelfeld tummeln sich dann die "üblichen Verdächtigen" aus dem ECM-Bereich: [IBM](#), [Laserfiche](#), [Nuxeo](#) und [M-Files](#) sowie [GRM Information Management](#). IBM ist hier nicht mit den traditionellen ECM-Produkten sondern mit der Lösung IBM Cloud Pak for Business Automation betrachtet worden. Laserfiche spielt in Europa keine Rolle und ist auch erst auf dem Weg in die Cloud. Nuxeo wurde von Hyland übernommen, steht aber noch als eigenständiges Angebot, quasi zu Hyland Alfresco, am Markt.

Im Feld der Contender findet sich eine Mischung wenig vergleichbarer Anbieter. [iManage](#) zehrt mit iManage Work noch von den Vorgängerzeiten. [NetDocuments](#) ist als Newcomer klein ganz unten platziert (und es hätten auch noch zahllose andere gute Anbieter alternativ einen Platz in der Wave gefunden). Wenig verständlich ist die Positionierung von [Google](#) in diesem Umfeld. Forrester sagt im Bericht hierzu: "Google lags in workflow and governance but has increasing enterprise appeal. Google Workspace offers rich collaborative and authoring capabilities in addition to the library and repository services provided by Google Drive — all delivered in a cloud-native architecture."

Die Anbieter, ihre Produkte und die Einschätzungen sind in der Studie im Detail erläutert. Die der Wave zu Grunde liegenden Daten können der Scorecard entnommen werden.

Die Forrester Wave Scorecard

Die Scorecard zur Wave gibt die Werte wieder, die für die grafische Positionierung benutzt wurden.

FIGURE 2 Forrester Wave™: Content Platforms Scorecard, Q2 2021

	Forrester's weighting	Box	Google	GRM Information Management	Hyland	IBM	Manage	Laserfiche	M-Files
Current offering	50%	3.20	2.49	2.74	3.52	3.53	2.18	3.18	2.92
Content migration	8%	5.00	3.00	1.00	5.00	3.00	1.00	3.00	3.00
Packaged applications	9%	1.00	1.00	3.00	5.00	3.00	1.00	5.00	3.00
Integrations and interoperability	7%	5.00	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00
Repository scale	3%	5.00	5.00	3.00	3.00	3.00	1.00	1.00	1.00
Metadata	9%	1.00	1.00	5.00	3.00	5.00	3.00	3.00	5.00
Search	2%	1.00	5.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Intelligent content services	7%	3.00	3.00	5.00	3.00	5.00	3.00	3.00	3.00
Lifecycle management	7%	3.00	1.00	3.00	3.00	5.00	3.00	3.00	3.00
Knowledge/social graphs	5%	3.00	5.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	3.00
Developer support	5%	5.00	5.00	1.00	3.00	3.00	1.00	5.00	3.00
App design/development tools	10%	3.00	3.00	3.00	5.00	3.00	1.00	3.00	1.00
Collaborative content services	14%	4.00	2.40	1.00	3.60	2.60	4.00	3.00	3.00
Transactional content services	14%	3.00	1.40	3.40	3.00	4.60	1.40	3.40	3.00
Strategy	50%	4.36	2.44	2.92	4.04	3.40	2.68	3.24	3.00
Product vision	20%	5.00	3.00	3.00	5.00	3.00	1.00	3.00	3.00
Execution roadmap	12%	3.00	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00	5.00	3.00
Partner ecosystem	20%	5.00	3.00	1.00	3.00	5.00	3.00	3.00	3.00
Market approach	20%	3.00	1.00	3.00	5.00	3.00	5.00	3.00	3.00
Delivery model	16%	5.00	5.00	5.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00
Supporting products and services	12%	5.00	1.00	3.00	5.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Market presence	0%	4.00	5.00	2.00	3.00	3.00	2.00	3.00	2.00
Product revenue	50%	3.00	5.00	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00	1.00
Active customers	50%	5.00	5.00	3.00	3.00	3.00	1.00	3.00	3.00

All scores are based on a scale of 0 (weak) to 5 (strong).

FIGURE 2 Forrester Wave™: Content Platforms Scorecard, Q2 2021 (Cont.)

	Forrester's weighting	Microsoft	NetDocuments	OpenText	SharePoint	Software Nuxeo	OpenText	SER Group
Current offering	50%	3.80	1.98	4.06	2.94	3.67	4.27	
Content migration	8%	5.00	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00	
Packaged applications	9%	3.00	1.00	3.00	3.00	5.00	5.00	
Integrations and interoperability	7%	3.00	1.00	3.00	3.00	5.00	5.00	
Repository scale	3%	5.00	1.00	3.00	3.00	3.00	3.00	
Metadata	9%	3.00	3.00	5.00	3.00	3.00	5.00	
Search	2%	3.00	3.00	5.00	3.00	3.00	5.00	
Intelligent content services	7%	5.00	1.00	5.00	3.00	1.00	3.00	
Lifecycle management	7%	3.00	3.00	5.00	3.00	5.00	5.00	
Knowledge/social graphs	5%	5.00	3.00	3.00	3.00	1.00	3.00	
Developer support	5%	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	
App design/development tools	10%	5.00	1.00	5.00	3.00	3.00	5.00	
Collaborative content services	14%	4.00	4.00	4.00	3.00	4.60	4.60	
Transactional content services	14%	3.00	1.00	4.60	2.60	4.60	4.20	
Strategy	50%	4.76	1.56	2.92	2.52	4.44	2.84	
Product vision	20%	5.00	1.00	3.00	3.00	5.00	3.00	
Execution roadmap	12%	5.00	3.00	5.00	1.00	3.00	5.00	
Partner ecosystem	20%	5.00	1.00	3.00	3.00	5.00	1.00	
Market approach	20%	5.00	1.00	3.00	3.00	5.00	3.00	
Delivery model	16%	5.00	3.00	1.00	3.00	3.00	3.00	
Supporting products and services	12%	3.00	1.00	3.00	1.00	5.00	3.00	
Market presence	0%	5.00	1.00	1.00	1.00	4.00	1.00	
Product revenue	50%	5.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	
Active customers	50%	5.00	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00	

All scores are based on a scale of 0 (weak) to 5 (strong).

Die Scorecard macht auch die unterschiedlichen Gewichtungen deutlich, die Forrester für die Einordnung gewählt hat. Die Präsenz am Markt spielt offenbar doch nur eine sehr nachgeordnete Rolle. Das Angebot und die Strategie machen jeweils 50% aus, wobei das “Current Offering” weiter aufgesplittet ist als die “Strategy”. Bestimmte Funktionalität erhält so in einigen Fällen ein relativ sehr geringes Gewicht. Die Cloud-Fähigkeit wird nur implizit gewertet, obwohl sie die Grundlage für die Zusammenstellung der Produkte sein soll. Immerhin spielen auch Metadaten weiterhin eine wichtige Rolle um Information geordnet abzulegen und zu erschließen. Und auch die transactional Content Services gehen bei Forrester nicht unter. Wie schon gesagt, wer mehr Details zu den Anbietern sucht muss allerdings auf den kostenpflichtigen Bericht “[Now Tech: Content Platforms, Q1 2021](#)” zurückgreifen oder die kostenpflichtigen Beratungsservices von [Forrester](#) in Anspruch nehmen.

Fazit

Die Forrester Wave bietet traditionell einen guten Eindruck, wohin sich Märkte und Anbieter entwickeln. Auch wenn manchmal die Zusammenstellung und die Einordnung etwas fragwürdig ist, lassen sich hieraus Trends ablesen. Auf Basis einer solchen Darstellung eine Produktvorauswahl oder gar eine Produktauswahl durchzuführen, ist falsch. Es muss immer noch geprüft werden, ob eine Lösung die individuellen Anforderungen einer Organisation erfüllt.

Eines wird aber aus dem [Bericht](#) von Forrester deutlich: die Cloud ist die führende Umgebung der Zukunft. On-Premises wird in den nächsten Jahren noch weiterleben oder als hybride Lösung “überwintern”, jedoch setzen inzwischen alle ECM-Anbieter auf Lösungen aus der Wolke. Dabei sollte man aber nicht vergessen, an die Sicherung und den Schutz der Informationen in der Cloud und entsprechende Backup-Szenarien zu denken. Eine einzelne Cloud allein ist nicht ausreichend um die Verfügbarkeit und Sicherheit für einen längerfristigen Zeitraum zu bieten.