

Neuer Webauftritt der SÄZ

Vielfältig, schnell, flexibel

Bruno Kesseli

Dr. med. et lic. phil., Chefredaktor



Sie lesen gerade einen Artikel in der *Schweizerischen Ärztezeitung*. So viel steht fest. In welchem Medium und unter welchen Umständen Sie das tun, entzieht sich natürlich meiner Kenntnis. Bis vor einigen Jahren wäre ich stillschweigend davon ausgegangen, dass SÄZ-Leserinnen und -Leser in den allermeisten Fällen ein gelbes Heft in der Hand halten. Doch die Zeiten und der Mediengebrauch haben sich geändert, nicht nur für Digital Natives.

Zwar gibt es die SÄZ schon seit vielen Jahren auch in elektronischer Form. Doch unsere Website war über lange Zeit in erster Linie als elektronisches Archiv konzipiert, in dem sämtliche nach dem Millennium publizierten Artikel in PDF-Form vorlagen. Vor einigen Jahren erfolgte der Schritt hin zu einem Webauftritt, der die Möglichkeiten des Mediums Internet umfassender nutzte und der Leserschaft gegenüber der Printausgabe mit Online-Rubriken wie dem «SÄZ-Forum» und einer eigenen Newsrubrik einen Mehrwert bot.

Doch bei allen Vorzügen hatte diese Website Eigenschaften, die mit der flächendeckenden Verbreitung handlicher Mobilgeräte wie Smartphones und Tablets zunehmend als Schwächen ins Gewicht fielen. Die Artikel waren in der Onlineausgabe nur als PDF zugänglich, und die Website war «starr», das heisst, sie passte sich nicht automatisch dem Format des jeweils verwendeten Geräts an. Auf kleinen Geräten war das Handling der Artikel dadurch umständlich und die Lesbarkeit erschwert.

Seit einem Monat ist damit nun Schluss. Mit einem weiteren Relaunch wurde der Onlineauftritt der SÄZ technisch und optisch auf den neuesten Stand gebracht und für zukünftige Anforderungen gerüstet, soweit diese absehbar sind. Die wichtigsten Neuerungen lassen sich unter den Stichworten «Mobile Responsiveness» und «vereinfachte Navigation» zusammenfassen.

Die zentrale Neuerung besteht darin, dass sich die Darstellung der aufgerufenen Inhalte automatisch der Grösse des Bildschirms anpasst, auf dem sie angezeigt werden. Die Website ist also «Mobile responsive». Damit dies bei den Artikeln funktioniert, dürfen diese nicht nur als PDF hinterlegt werden, sondern müssen auch im HTML-Format vorhanden sein. Um eine Navigation auch ohne Computermaus, also auf einem Tablet oder Smartphone, zu vereinfachen, sind die

Inhalte grafisch einfach in Streifen untereinander dargestellt. Dies ermöglicht es den Nutzern, das gewünschte Ziel in vielen Fällen rasch durch Scrollen anzusteuern.

Nach rund einem Monat kann bilanziert werden, dass die Umstellung gut gelungen ist. Dass bei einer derart tiefgreifenden Umstellung kleine Fehler – im Informatikjargon sogenannte Bugs – auftreten, ist unvermeidlich. Die Fehlermeldungen, für die wir den aufmerksamen Nutzern unserer Website dankbar sind, hielten sich bisher glücklicherweise in Grenzen. Selbstverständlich sammeln wir auch abgesehen von Hinweisen auf echte Fehler Rückmeldungen aller Art. Diese werden ausgewertet und bei späteren Verbesserungen des Webauftritts berücksichtigt.

Auch wenn die Printausgabe für die Redaktion das zentrale Medium bleibt, wollen wir mit der SÄZ-online eine attraktive Ergänzung dazu bieten.

Auch wenn die Printausgabe für die Redaktion vorerst das zentrale Medium bleibt, wollen wir mit der SÄZ-online eine attraktive Ergänzung, für ein gewisses Leserssegment vielleicht gar eine Alternative dazu bieten. Wir würden uns darüber freuen, wenn auch eingefleischte «Papier-Leser/-innen» der SÄZ die Vorzüge des schnellen Mediums Internet entdeckten. So bietet beispielsweise die Kommentarfunktion die Möglichkeit, innert kürzester Zeit seine Meinung zu einem Beitrag kundzutun und sich mit Kolleginnen und Kollegen darüber auszutauschen. Im gedruckten Heft ist dies nur sehr umständlich möglich. Wir hoffen, dass «Leserbrief-Pingpongs», die sich über Wochen hinziehen, bald schon definitiv der Vergangenheit angehören. Auch Online-first- oder Online-only-Beiträge wie aktuelle Nachrichten aus dem Gesundheitswesen, Interviews oder Standpunkte sollen zur Vielfältigkeit der Website beitragen und einen Mehrwert zur Printausgabe generieren.

Ich hoffe, dieser kleine Werbespot für den neuen Onlineauftritt der SÄZ animiert Sie dazu, unsere Website demnächst einmal zu besuchen. Die Frage, ob Sie dies vielleicht sogar auf dem Sessellift beim Skifahren tun, ist mittlerweile ja keineswegs mehr abwegig. Wir freuen uns darüber, wenn Sie uns von Ihren Erfahrungen berichten.

bkesseli[at]emh.ch