

## Interview mit Webmaster Rainer Schwandt

### Das Internet: Gegenwart und Zukunft

Dipl.-Ing. Rainer H. Schwandt, Webmaster, online services, verlag moderne industrie AG & Co. KG, Justus-von-Liebig-Str. 1, D-86899 Landsberg/Lech (r.schwandt@mi-verlag.de; <http://www.mi-verlag.de>; T: 0 81 91/1 25-1 73; F: 0 81 91/1 25-4 82) • Autorenprofil: <http://scientificjournals.com/autor?id=4810> • DOI: <http://dx.doi.org/10.1065/uwsf2003.07.064>

**Almut Beate Heinrich (im folgenden: ABH):** Seit Ihrem Eintritt in das Unternehmen, d.h. seit März 1998, sind Sie eng mit den ScientificJournals (im folgenden: SJ) verbunden, und Ihrer professionellen Arbeit, verbunden mit großem persönlichen Engagement, verdanken die SJ einen erheblichen Teil ihres Erfolges. Als wir 1989 die UWSF herausgaben, die erste wissenschaftliche Zeitschrift im MI-Konzern, war an Internet noch nicht zu denken, auch noch nicht, als 1994 die ESPR hinzukam, die erste internationale wissenschaftliche Zeitschrift des Konzerns – und der Aufbau internationaler Vertriebswege war ein Problem. Mit Hermann Weixler aber, Ihrem Chef, kam 1996 das Internet, und am Ende dieses denkwürdigen Jahres stand der erste Internetauftritt der SJ, der freilich noch rein redaktioneller Natur war. Als Sie 1998 Ihre Arbeit aufnehmen, hatten wir bereits Zugriff auf eine Access-Datenbank, und noch im selben Jahr haben Sie die SJ im PDF-Format online gestellt. Gemeinsam haben wir uns dann um die DOI-Lizenz bemüht (Digital Object Identifier; <http://www.doi.org>), und ich betrachte es nach wie vor als einen Paradigmenwechsel, dass Autoren damit die Möglichkeit haben, ihre Beiträge unmittelbar nach Akzeptanz in OnlineFirst (<http://www.scientificjournals.com/onlinefirst/>) zu publizieren und zu zitieren. – Nachdem wir jetzt eine ganze Reihe von Jahren zusammengearbeitet haben, ist es sicher auch für unsere Leser interessant zu erfahren, wie Sie über Gegenwart und Zukunft des Internet denken.

#### **ABH: Ihre wichtigsten Problemlösungen im Zusammenhang mit den SJ**

**Rainer Schwandt (im folgenden RS):** Das wichtigste Teil ist immer die Datenbank (DB) gewesen. Problemlösungen betrafen die Migration der Access-DB auf eine MS-SQL (SQL: Structured Query Language), verbunden mit dem damaligen Redaktionssystem Webfair, und schließlich die Ablösung von Webfair durch Imperia. Als erstes Projekt haben wir die SJ umgesetzt von Webfair nach PHP (PHP: Hypertext Preprocessor, eine Skriptsprache zum Programmieren), denn Imperia hat keine Programmierung. Webfair hatte Redaktionssystem und Programmierung in einem. Ende 2002 mussten wir im Zuge der Zentralisierung unseren Server hier im Haus ablösen. Damit haben wir die MS-SQL-DB auf eine MySQL migriert. Das ist ein freies Produkt, eine sog. Open-Source-Entwicklung (wie auch PHP), d.h. der Einsatz dieser Software kostet keine Lizenzgebühr. Die Software lässt sich im Internet frei herunter laden und einsetzen. Entwickelt wird sie von Enthusiasten, die dafür keine Bezahlung verlangen. Die nächste Ablösung ist die von Imperia 5 auf 6. Während der Sprung von Imperia 5 auf 6 sehr groß ist, wird er von Version 6 auf 7 eher unproblematisch sein. Wir glauben, dass wir mit My-SQL und Imperia 6 erst einmal auf einer soliden Basis angelangt sind. Gut, die technische Plattform wird sich immer weiterentwickeln, die DB lebt, PHP lebt, aber wir glauben doch, dann eine Plattform erreicht zu haben, wo die großen Umstellungen hinter uns liegen.

**ABH: Internet ist 'kostenlos'.** Während die Online-Ausgaben unserer Print-Zeitschriften von den Abonnenten gerne angenommen werden, ist die Zurückhaltung bzgl. der Internet-Zeitschrift 'Gate to EHS' enttäuschend, zumal wir sie 2001 mit großem Enthusiasmus gegründet haben. Die Abonnenten unserer SJ haben freien Zugang zum EHS-Gate, aber 'freie' Abonnenten sind nach wie vor rar. Leiden wir immer noch an dem Vorbehalt, dass Informationen übers Internet kostenlos zur Verfügung gestellt werden müssen?

**RS:** Bedenken Sie, wie jung das Internet erst ist. Erfunden wurde das World Wide Web 1983/84, übrigens von einem Wissenschaftler, der mit den Kollegen der ganzen Welt Informationen austauschen wollte, und nach wie vor bieten universitäre Bereiche ihre wissenschaftlichen Erkenntnisse im Internet kostenlos an. Ich denke, das ist der Punkt, der uns als kommerzielle Betreiber zu schaffen macht. Hier muss ein Umdenkprozess stattfinden, denn natürlich 'ist Internet nicht kostenlos', und eigentlich weiß das auch jeder, zumal jeder, der selbst eine Website pflegt. Zudem verläuft der Alterungsprozess der 'Information' immer schneller, wir kommen um das Internet gar nicht herum, ganz davon abgesehen, dass der Zugang zur Information via Internet komfortabler ist als via Print-

Medium. Wir müssen dahin kommen, dass der Leser sich daran gewöhnt, für die Information das zu bezahlen, was sie 'wert' ist. Das Problem ist, wir müssen bis zu diesem Umdenkprozess durchhalten. – Es wird ja auch immer wieder die Bezahlung in kleinen Mengen gefordert, über Pay-by-View, doch das ist technisch so kompliziert, dass es bis jetzt praktisch nicht existiert.

**ABH: Hinzu kommen Bedenken grundlegender Art.** Unsere Autoren sind zwar mit der OnlineFirst-Publikation ganz glücklich, doch nicht selten höre ich die Frage "... und wann erscheint mein Beitrag in der richtigen Zeitschrift"?

**RS:** Warum ist das so? Warum legt der Autor mehr Wert darauf, dass sein Beitrag auf Papier gedruckt ist? Ich nehme an, es ist eine Image-Sache (was du schwarz auf weiß besitzt ...).

**ABH:** Es besteht wohl auch immer noch das Vorurteil, Informationen im Internet sind vorläufiger Natur, sind nicht bewertet, können schnell gelöscht und nicht richtig archiviert werden, und der Zugang ist nicht gesichert. Das ist das eine. Dann kommt es wohl auch sehr auf den Typ des Nutzers an (Lesen vs. Recherchieren), und insofern auf die Art der Information.

**RS:** Ich glaube, dass die Info-Verbreitung online die auf Papier ablösen wird. Es ist viel sinnvoller, die digitale Information zum Kunden zu senden, und der druckt sie aus, als ein Druckwerk zu legen, zu binden und schließlich inzwischen veraltete Information zu versenden.

#### **ABH: Die Zukunft des Internet?**

**RS:** Ich bin überzeugt, dass das Internet Einzug in den normalen Alltag halten wird, Radio und Fernsehen vergleichbar. In Zukunft wird das ganze Leben irgendwie mit dem Internet verbunden sein.

#### **ABH: Haben intensive Internetbenutzer bestimmte Persönlichkeitsmerkmale?**

**RS:** Als wir anfangen mit dem Internet, war der typische Internetbenutzer einigermaßen gut ausgebildet, verfügte über einigermaßen Budget, war zumeist männlich und zumeist jung. Heute geht die Internetnutzung über alle Bevölkerungs- und Ausbildungsschichten und alle Altersklassen. Nur die heute wirklich deutliche Rentengeneration haben wir noch nicht ganz erreicht. Aber es gibt bereits Bücher und Kurse für Pensionisten, wie die Österreicher so nett sagen, die sehr gut angenommen werden.

#### **ABH: Was halten Sie von Suchmaschinen (SM)?**

**RS:** Sind im Internet ein ganz unabdingbares Werkzeug. Nichtsdestotrotz haben wir festgestellt, dass sich der allzu große Aufwand mit Seitenbeschreibungen und Keywords nicht lohnt. Wir haben heute die Situation – im Ggs. zu früheren Jahren –, dass es eigentlich nur eine wichtige SM gibt, und das ist Google. Sie funktioniert im wesentlichen so, dass sie bestimmte Websites als besonders wertvoll betrachtet, und zwar deshalb, weil viele Leute, nachdem sie ein Suchergebnis bekommen haben, zu dieser Website gehen. Wenn nun diese 'wertvolle' Website auf eine andere verlinkt, bekommt die andere einen Bonus, weil sie tendenziell ebenfalls 'wertvoll' sein muss. Link- und Bannertausch, also Netzwetkbildung ist wichtig.

#### **ABH: Unsere Webstatistik**

**RS:** Wir haben ein ganz typisches Business-Profil: hohe Zugriffe tagsüber und an den Wochentagen, was dafür spricht, dass die meisten unserer Besucher ein berufliches Interesse haben. Interessanterweise stellen wir fest, dass die Einschnitte am Samstag am größten sind, nicht aber am Sonntag. Wir stellen Trends fest, benutzen die Statistik aber nie, um einzelne Benutzer zu identifizieren. Wir können mit der Statistik feststellen, was gut funktioniert. Auch Seitenfehler lassen sich damit identifizieren.