

B.1 Leistungsmerkmale

II. zm-online

Der Webauftritt der Zahnärztlichen Mitteilungen basiert auf einer modernen, responsiven und SSL-zertifizierten Website. Die Erreichbarkeit des Servers und damit der Website muss im Jahresdurchschnitt zu 99,5 Prozent gewährleistet sein. Erwartet werden (entsprechend des Google Speed Tests überdurchschnittlich) schnelle und damit user- sowie suchmaschinenfreundliche Ladezeiten.

Es ist Aufgabe des Konzessionsnehmers, dafür zu sorgen, dass der Webauftritt modernen Webstandards entspricht, SEO-optimiert und konform hinsichtlich europäischer Datenschutzstandards ist. Die Steuerung der Inhalte basiert auf einem modernen und intuitiven Content Management System, das eine rasche und benutzerfreundliche Veröffentlichung des Portalangebots der zm (Text/Archiv, Audio, Video, Fortbildungsangebot/CME, Stellenangebote, Termine/Fortbildungen) ermöglicht. Die verwendete CMS-Version darf nicht älter als zwei Jahre sein und wird regelmäßig aktualisiert. Der Zugriff auf die Inhalte und das Content Management System beruht auf einem stufenartigen, granularen Rechtesystem, das die Schaffung verschiedener Benutzergruppen ermöglicht und somit den Zugriff für Administratoren, Redakteure sowie Dienstleister steuert. Hinsichtlich der Veröffentlichung von Content müssen der redaktionelle Workflow und die damit verbundenen Freigabeprozesse im Content Management System abgebildet werden. Alle redaktionellen Webinhalte müssen auf üblichen mobilen Endgeräten friktionsfrei und gut nutzbar abgerufen werden können. Zudem stellt der Konzessionsgeber jeweils zum Jahresanfang ein Konzept zur inhaltlichen und technischen Weiterentwicklung der Marke (Softlaunch, Meilensteine) mit entsprechendem Zeitplan vor.

Datenschutz

Der Betreiber der Website muss ein Datenschutz-Management zur Dokumentation von Prozessen und Meldepflichten gewährleisten. Die betriebenen IT-Systeme (Content Management, Adserver, Videosever, Newsletter-Software usw.) müssen datenschutzkonform im Sinne europäischer Standards (DSGVO) in Bezug auf Berechtigungen und Löschfristen verarbeitet werden. Der Betreiber muss sicherstellen, dass mit allen zum Betrieb benötigten Drittanbietern und Beteiligten Auftragsverarbeitungsverträge geschlossen werden. Alle Prozesse und Verfahren müssen sauber dokumentiert werden.

User- und Datenmanagement - Archivierung

Die einmalige Registrierung auf der Website der Zahnärztlichen Mitteilungen ermöglicht die Schaffung verschiedener (Frontend-) Usergruppen. Die Registrierung der User erfolgt dabei datenschutzkonform und über das Double-Opt-In-Verfahren. Passwörter müssen dabei verschlüsselt gespeichert werden und den qualifizierten Anforderungen der DSGVO entsprechen.

Die Registrierung eines „einfachen“ Users authentifiziert diesen über das Double-Opt-In-Verfahren und ermöglicht ihm den Download des Heft-PDFs. Die Registrierung eines „CME“-Users erweitert die Rechte eines einfachen Users und ermöglicht den Usern die Absolvierung von Fortbildungsfragebögen und damit Erlangung von Fortbildungspunkten, die bei den landesspezifischen Zahnärztekammern eingereicht werden können. Hierbei muss sichergestellt sein, dass die bereits registrierten und in Zukunft neu registrierten User Zugriff auf ihre Fortbildungshistorie erhalten und die erlangten Fortbildungszertifikate über ihren Frontendzugriff intuitiv und sicher herunterladen- und ausdrucken können. Der Registrierungsprozess muss DSGVO-konform gestaltet sein. Darüber hinaus muss es möglich sein, dass sich User für die Rechtegruppe des „Terminveranstalters“ registrieren können und entsprechend ihrer Rechtegruppe im Namen ihres Unternehmens Termine und Fortbildungsangebote für Zahnärzte einstellen können.

Archiv

Der Websiteauftritt der zahnärztlichen Mitteilungen umfasst die Darstellung der veröffentlichten Printheftse seit 2002. Dabei muss sichergestellt sein, dass die einzelnen Ausgaben der Zahnärztlichen Mitteilungen sortiert und gegliedert für die Leserschaft erreichbar sind. Neben der Darstellung eines PDFs der Heftausgabe muss jeder veröffentlichte Heftartikel der zm seit 2002 sowie jeder Online-Artikel seit 2020 dabei als Einzelartikel per html in gut lesbarer Form und vollständig erreichbar sein. Dies umfasst in der Summe über 12.000 Artikel. Alle Elemente und Funktionalitäten müssen von den gängigen mobilen Endgeräten zu 100 Prozent abrufbar und darstellbar sein. Es muss sichergestellt sein, dass die Onlineversion der Heftausgabe - mit Heftcover, Heftdownload, Inhaltsverzeichnis und responsiv aufbereiteten Einzelartikeln - zeitgleich mit Veröffentlichungstermin der Heftausgabe auf zm-online erreichbar gemacht wird. Die für die Printversion der Heftausgabe aufbereiteten Artikel müssen hierbei vollautomatisch in das Content Management System übertragen werden, um eine Online-Aufbereitung zu vereinfachen. Diese Datenübertragung, -anpassung und -prüfung gehört zu den Aufgaben des Konzessionsnehmers.

Nachrichten

Der Webauftritt der Zahnärztlichen Mitteilungen umfasst ebenso die Abbildung der gesammelten tagesaktuellen Nachrichten der Dentalwelt seit 2020. Hierbei muss sicher-

gestellt werden, dass diese nach wie vor erreichbar und kategorisiert abgebildet werden. Dies beinhaltet sämtliche Inhalte aus verschiedenen Nachrichtenkategorien wie Politik, Zahnmedizin, Gesellschaft, Praxis sowie zum Starter, soziales Engagement und Produktnachrichten. In der Summe umfasst das aktuell rund 8.000 News-Artikel. Die intuitive Veröffentlichung neuer Artikel muss in einer adäquaten Struktur gewährleistet werden, die eine dynamische Ausspielung von Related Content sicherstellt. Die Artikel müssen dabei modernen Anmaßungen entsprechen, nutzerfreundlich und suchmaschinenfreundlich aufbereitet werden und druckbar sein sowie über eine Social Media Integration verfügen.

CME

Der Webauftritt der Zahnärztlichen Mitteilungen ermöglicht den Usern durch die Teilnahme an regelmäßigen Fortbildungsfragebögen sogenannte CME-Punkte zu erlangen, um diese bei den zuständigen Landes Zahnärztekammern anerkennen zu lassen. Diese Fragebögen bleiben authentifizierten und registrierten Usern vorbehalten (siehe oben „Datenschutz“) und bilden eine wissenschaftliche Befragung zahnärztlichen Wissens ab. Dabei müssen die User eine bestimmte Anzahl an Fragen richtig beantworten und haben dabei maximal drei Versuche zur Verfügung. Es muss sichergestellt werden, dass nicht bestandene Fortbildungen den Usern nicht mehr die Möglichkeit zur Erlangung von Fortbildungspunkten gewähren.

Bestandene Fortbildungen können als PDF-Zertifikat im Frontend für den eingeloggten User eingesehen werden. Darüber hinaus muss sichergestellt werden, dass der User seine über die Jahre erlangten Zertifikate intuitiv auffindbar herunterladen kann. Ebenso muss sichergestellt sein, dass die Fortbildungen nur in einem bestimmten Zeitraum absolviert werden können und deshalb mit einem Zeitstempel versehen werden müssen. Nach Ablauf des Datums können keine CME-Punkte mehr erlangt werden. Die Gesamtheit der Ergebnisse und damit die Erfolgsmessung eines jeden Fortbildungsangebots muss im Frontend über eine Nutzerstatistik dargestellt werden.

Inserate

Das Portalangebot der Zahnärztlichen Mitteilungen umfasst einen umfangreichen Stellen- und Praxismarkt, der die in der Printausgabe veröffentlichten Jobangebote und andere Inserate – responsiv aufbereitet – abbildet. Hierbei muss es dem User möglich sein, über eine umfangreiche Filterfunktion das Inserats-Angebot passgenau zu filtern. Neben einer Volltextsuche muss es möglich sein, das Angebot nach Region und Postleitzahl sowie Fachgebieten zu filtern und zu durchsuchen sowie jedes Angebot zu drucken. Es muss möglich sein, dass diese Inserate aus einem Drittsystem zeitgleich mit der Heftveröffentlichung und dabei vollautomatisiert online abgebildet werden. Der Konzessionsnehmer verpflichtet sich, den Online-Rubrikenanzeigenmarkt zu einem modernen, konkurrenzfähigen Online-Angebot auszubauen und stetig weiterzuentwickeln.

Terminbereich

Die Website der Zahnärztlichen Mitteilungen ermöglicht es registrierten Veranstalter-Usern, verschiedene Fortbildungsangebote für Zahnärzte auf der Website der zm zu veröffentlichen. Dabei muss es diesen Usern über ein Frontendinterface möglich sein, Termindetails zu der Fortbildungsveranstaltung einzutragen sowie begleitendes Bild- und Textmaterial (PDF-Programm) hochzuladen. Nach einer redaktionellen Prüfung der eingetragenen Termine erlangen die Veranstalter eine Information über Erfolg oder Misserfolg ihrer Freigabe. Die eingetragenen Fortbildungen bleiben hierbei über das Frontend archiviert und können von den berechtigten Usern eingesehen oder gegebenenfalls korrigiert werden.

Analog zu den Inseraten auf zm-online.de (siehe oben) müssen die Fortbildungsangebote für die User der Website sortier- und filterbar sein, so dass diese passgenau entsprechend den Suchkategorien der User dargestellt werden können.

Es muss sichergestellt sein, dass die freigegebenen und veröffentlichten Fortbildungsveranstaltungen über eine Schnittstelle (z.B. XML Export) vollautomatisiert in Drittsysteme überführt und dort abgebildet und abgedruckt werden können.

Vermarktung

Für die Vermarktung der Website der Zahnärztlichen Mitteilungen können entsprechende moderne und responsive Werbeflächen angelegt und genutzt werden. Die Verarbeitung der Ausspielung der Werbung muss dabei datenschutzkonform erfolgen. Der technologische Betrieb der werblichen Ausspielung muss dabei getrennt vom Content Management System der Website erfolgen und dabei über eine Adservertechnologie ausgelagert werden. Es muss sichergestellt sein, dass die Ausspielung von Displaywerbung die User Experience und die Ladezeiten der Website nicht beeinträchtigen oder behindern. Dies gilt insbesondere für die Darstellung von Displaywerbung im First-view-Bereich, wenn der Zugriff auf die Seite mobil erfolgt. Es muss sichergestellt sein, dass die Freigabe der einzelnen Werbemittel durch die Redaktion intuitiv erfolgen kann.

Der Konzessionsnehmer trägt das wirtschaftliche Risiko. Er beteiligt die Herausgeber in einem vertraglich zu definierenden Umfang an dem wirtschaftlichen Erfolg (Erlöse aus Industrie- und Rubrikenanzeigen sowie Vertriebserlöse) von zm, zm-online und zm-Newsletter (s. hierzu bereits B 1 Leistungsmerkmale, Ziff. I.1).

Newsletter

Es muss sichergestellt sein, dass die User auf der Website der zahnärztlichen Mitteilungen die Möglichkeit haben, die verschiedenen Newsletter der zm zu abonnieren (aktuell wöchentlicher Newsletter, Heft-Newsletter, zm-Starter Newsletter, ePaper-Newsletter, Werbe-Newsletter). Die Anmeldung hierfür muss DSGVO-konform und über das Double-Opt-In-Verfahren geschehen.

Darüber hinaus muss es der Redaktion möglich sein, die verschiedenen Newsletter der Redaktion über eine zeitgemäße Newsletter-Software benutzerfreundlich anzulegen, zu bestücken, zu verschicken und den Traffic auszuwerten. Die Software muss dabei fähig sein, endgerät- und providerkompatibel Newsletter in einer einheitlichen Darstellung aufzulösen. Weitere Anforderungen an die Software wären ein modernes Bouncemanagement, Kampagnenfähigkeit und qualifiziertes Reporting. Das bestehende Angebot an Newslettern soll kontinuierlich ausgebaut und weiterentwickelt werden, um ein modernes und zielgruppenorientiertes Newsletter-Angebot zu bieten.

Portalbetrieb

Die Website der Zahnärztlichen Mitteilungen wird aus der Redaktion der zm in Berlin gesteuert und bestückt.

Die technische Betreuung und der technische Portalbetrieb müssen sichergestellt und über kurze Reaktionsfristen und feste Ansprechpartner abgedeckt sein. Der Konzessionsnehmer stellt hierbei die Sicherheit und Erreichbarkeit der Systeme sicher, verantwortet die Wartung und Pflege der technischen Systeme und stellt sämtliche Drittsysteme und Analysetools zur Verfügung.

Der Konzessionsnehmer stellt eine Erreichbarkeit und Arbeitsfähigkeit des CMS von 98 Prozent im Jahresmittel innerhalb der Arbeitszeiten der Redaktion (werktags 08.30 bis 17.00 Uhr) sicher. Reguläre Wartungsarbeiten sind möglichst auf die Wochenenden oder nach Ende der Dienstzeiten (ab 17.00 Uhr) zu legen, damit die im Produktionsplan fixierten Termine eingehalten werden. Sie sind mindestens vier Wochen vorher schriftlich mit der Redaktion abzustimmen.

Auf Seiten des Konzessionsnehmers betreut ein Portalmanager die Website und stellt eine stetige Weiterentwicklung von zm-online hin zu einem zeitgemäßen, konkurrenzfähigen Newsportal sicher. Über einen ständigen Austausch der Redaktion mit dem Konzessionsnehmer werden technische und redaktionelle Optimierungen an der Website hinsichtlich Tools, Website-Funktionalitäten, Suchmaschinenoptimierungen usw. sichergestellt. Der Konzessionsnehmer schult die Redaktion regelmäßig nach Funktionsupdates. Neue Redaktionsmitglieder erhalten eine Einführungsschulung. Der Konzessionsnehmer erstellt regelmäßige Reportings und Reichweitenanalysen hinsichtlich der eigenen Performance der Website sowie der Konkurrenzangebote und stellt hiermit einen nach Kennzahlen betriebenen und auf Wachstum angelegten Portalbetrieb sicher. Der Konzessionsnehmer übernimmt darüber hinaus den Kunden-/User-support, sofern es sich nicht um redaktionell inhaltliche Fragestellungen handelt.

Mengengerüst zm-Website: (Stand 12.02.2026)

- 15.648 News-Artikel
- 12.014 Heft-Artikel seit 2002 bis heute
- 479.149 Bilder in unterschiedlichen Bildgrößen, Zuschnitten auf dem Webserver
- 49 CME-Fortbildungen (9 aktiv / 40 abgelaufen / 348 ausgeblendet)
- 869.509 CME-Teilnahmen, davon 828.814 mit vergebenen Punkten

- 1.038 Termine/Veranstaltungen im System
- 32.209 Websitebenutzer
- 10.919 Inserate (5.343 Stellenanzeigen + 5.576 Rubrikanzeigen)
- 927 NL-Empfänger ePaper Infoservice
- 18.708 NL-Empfänger zm-Newsletter
- 5.358 NL-Empfänger zm-Starter-Newsletter

III. ePaper

Der Konzessionsnehmer verpflichtet sich zur Entwicklung eines leistungsfähigen ePapers, das als Alternative zur Printausgabe dienen soll. Dabei soll die Printausgabe der zm vollständig im ePaper abgebildet sein. Mittelfristig soll das ePaper die Printausgabe sukzessive ersetzen.

Bei der Entwicklung und dem Betrieb des ePapers ist insbesondere auf folgende Merkmale zu achten:

1. Intuitive Bedienung für die Leserinnen und Leser,
2. Interaktive Elemente (mögliche Integration von Videos, Links, Podcasts etc.).
3. Barrierefreiheit.
4. Responsives Design: Das ePaper muss auf allen Geräten (Desktop, Tablet, Smartphone) perfekt aussehen und funktionieren.
5. SEO-Funktionen: Die ePaper Software sollte es Google und anderen Suchmaschinen ermöglichen, alle Texte im Magazin zu indexieren, um ihre Sichtbarkeit zu erhöhen.
6. Detaillierte Analysemöglichkeiten: Fundierte Daten über das Leserverhalten als die Grundlage für die Optimierung.
7. DSGVO-Konformität.

Die Nutzer des ePapers müssen sich initial registrieren. Dabei kann der Konzessionsnehmer weitere Daten von den Nutzern erheben, die zur besseren Vermarktung der zm genutzt werden können. Die erhobenen Daten verbleiben im Eigentum der Konzessionsgeber und können von diesen jederzeit genutzt werden. Der Registrierungsprozess, die Speicherung und die Verwendung der Daten müssen DSGVO-konform gestaltet sein. Mit der Anmeldung für das ePaper verzichten die Nutzer auf den Bezug der Printausgabe.