

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Multimedia und Qualität .....</b>	<b>1</b>
1.1	Die Bedeutung der Qualität im Wettbewerb .....	1
1.1.1	Neukundengewinnung durch Qualität.....	4
1.1.2	Ertragssicherung durch Qualität .....	5
1.1.3	Minderung von Fehler- und Haftungsrisiken durch Qualität .....	5
1.1.4	Kundenbindung durch Qualität .....	6
1.1.5	Zusammenfassung.....	6
1.2	Definition von Multimedia.....	7
1.3	Definition von Qualität .....	8
1.3.1	Produktbezogener Ursprung.....	9
1.3.2	Definition nach ISO 8402.....	9
1.3.3	Leistungsbezogene Qualität .....	10
1.3.4	Qualität von Multimedia-Projekten.....	12
1.3.5	Kundenanforderungen .....	15
1.3.6	Kundenerwartungen .....	16
1.3.7	Zusammenfassung.....	18
1.4	Qualitätsmanagement und -sicherung.....	19
1.4.1	Qualitätsmanagement.....	19
1.4.2	Qualitätsmanagementsystem.....	22
1.4.3	Abgrenzung zur Qualitätssicherung.....	25
1.4.4	Qualitätssicherung und Multimedia .....	26
1.4.5	Wege zur erfolgreichen „Projektqualität“ .....	32
1.4.6	Zusammenfassung.....	34
<b>2</b>	<b>Projektbezogenes QS-Modell .....</b>	<b>37</b>
2.1	Welchen Zweck hat ein QS-Modell? .....	39
2.2	Welchen Umfang hat ein QS-Modell?.....	40
2.3	Welche Prozesse beinhaltet ein QS-Modell?.....	42
2.3.1	Kernprozesse eines QS-Modells .....	42
2.3.2	Projektprozesse und Kundenorientierung .....	43

2.3.3	Beteiligte an den QS-Prozessen.....	43
2.3.4	Konkretisierende Inhalte für das QS-Modell.....	44
2.4	Erfolgsfaktoren und QS-Werkzeuge .....	45
2.5	Zusammenfassung.....	46
<b>3</b>	<b>Einsatz von QS-Werkzeugen.....</b>	<b>49</b>
3.1	Vorüberlegungen .....	50
3.1.1	Einordnung in den Gesamtkontext .....	50
3.1.2	Rentabilität von QS-Methoden .....	51
3.2	Drei branchenneutrale Basic-Tools.....	54
3.2.1	QS-relevante Problemstellungen .....	55
3.2.2	Verhältnis von QFD, FMEA und FBP .....	55
3.2.3	Quality Function Deployment (QFD) .....	56
3.2.4	Failure Mode and Effects Analysis (FMEA) .....	66
3.2.5	Fehler-Beseitigungsprozeß (FBP).....	73
3.3	Zusammenfassung von QFD, FMEA und FBP .....	79
3.4	Abschlußüberlegung: Datenbank oder Papier .....	80
<b>4</b>	<b>Qualitätssicherung und Projektmanagement .....</b>	<b>83</b>
4.1	Projekt und Projektmanagement .....	83
4.1.1	Sechs typische Phasen von Multimedia-Projekten .....	84
4.1.2	Aufgaben des Projektmanagements.....	85
4.1.3	Handwerkzeug des Projektmanagements.....	86
4.1.4	Zusammenspiel von Projektmanagement und Qualitätssicherung .....	87
4.1.5	Zusammenfassung.....	88
4.2	Initiierung von QS-Maßnahmen .....	89
4.2.1	Wann QS-Werkzeuge einsetzen? .....	89
4.2.2	Welche QS-Werkzeuge einsetzen?.....	93
4.2.3	Wie intensiv QS-Werkzeuge einsetzen?.....	94
4.2.4	Zusammenfassung.....	97
4.3	Der Projektmanager als Changemanager.....	98
4.3.1	Glaubwürdige Qualitätsphilosophie .....	99
4.3.2	Schulungen veranlassen.....	100
4.3.3	Zusammenfassung.....	101
4.4	QS-orientiertes Zeit- und Kostenmanagement .....	101
4.4.1	Zeit- und Kostenrahmen festlegen .....	103
4.4.2	Additions- und Subtraktionsplanung.....	103
4.5	Pflichtenheft/Projektleistungsplan erstellen .....	108
4.5.1	Begriff, Inhalt und Bedeutung.....	108
4.5.2	Teamorganisation auf Grundlage des PLP.....	109
4.6	Rechtsfragen/Vertragsgestaltung .....	109
4.6.1	Richtiges Verständnis juristischer Grundstrukturen .....	110

4.6.2	Verträge ersetzen keinesfalls saubere Arbeit.....	113
4.6.3	Mitwirkung des Kunden beim Projekt .....	116
4.7	Zusammenfassung.....	118
<b>5</b>	<b>Fragen zu Leistungsmerkmalen von Multimedia-Angeboten und Programmen .....</b>	<b>121</b>
5.1	Einleitung.....	121
5.2	Aufbau und Anwendung .....	122
5.2.1	Zielgruppenorientierte Leistungsmerkmale.....	124
5.2.2	Nutzen- und Inhaltsmerkmale .....	125
5.2.3	Medienorientierte Leistungsmerkmale .....	127
5.2.4	Technische Leistungsmerkmale .....	128
<b>6</b>	<b>Qualitätsstandards – Ein Instrument zur Sicherung der Informationsqualität in Multimedia-Produktionen.....</b>	<b>129</b>
6.1	Einführung.....	129
6.2	Das Konzept „Informationsqualität“ .....	130
6.3	Maßnahmen zur Sicherung der Informationsqualität .....	133
6.4	Multimedia-Qualitätsstandards .....	138
6.4.1	Interaktionsqualität.....	138
6.4.2	Textqualität.....	141
6.4.3	Bildqualität .....	142
6.4.4	Sprachliche Qualität .....	143
6.4.5	Ein Qualitätsstandard für Multimediaprodukte .....	144
6.5	Bewertung.....	145
6.6	Fazit .....	147
<b>7</b>	<b>Strategie und Beratung.....</b>	<b>151</b>
7.1	Der Weg in die eEconomy.....	151
7.2	Überlegungen vor Beginn eines Multimedia-Projekts .....	152
7.2.1	Strategische Einstiegsoptionen.....	152
7.2.2	Team-Zusammensetzung.....	154
7.3	Die „Business Integration-Methodologie“ .....	156
7.3.1	Mit Methode zum Erfolg .....	156
7.3.2	Die Säulen des Wandels.....	156
7.3.3	QVS – Quality and beyond.....	157

<b>8</b>	<b>Branchenkenntnis – Ein wichtiger Faktor der Qualitätssicherung.....</b>	<b>159</b>
8.1	Einleitung .....	159
8.2	Technik- und Branchenkompetenz.....	159
8.3	Wege zu branchenspezifischem Knowhow.....	161
8.3.1	Consulting Units .....	162
8.3.2	Spezialisierte externe Berater .....	162
8.3.3	Durchführung von Kompetenz-Workshops.....	163
8.4	Fazit.....	163
<b>9</b>	<b>Marktforschung und Marketing als Beitrag zur Qualitätssicherung.....</b>	<b>165</b>
9.1	Einleitung .....	165
9.2	Grundbegriffe .....	166
9.3	Private PC-Benutzer in Westdeutschland .....	167
9.3.1	Sozioökonomische Charakterisierung.....	167
9.3.2	Lebensstilmodelle .....	169
9.3.3	Westdeutsche SINUS-Milieus .....	170
9.3.4	Anspruchsprofile der westdeutschen SINUS-Milieus ....	174
9.3.5	Stilprägnanzen.....	179
9.4	Zusammenfassung und Einordnung .....	180
	Anmerkungen.....	183
<b>10</b>	<b>Qualitätssicherung für Internet- und Intranetanwendungen .....</b>	<b>185</b>
10.1	Einleitung .....	185
10.2	Qualitätssicherung – nur ein technischer Aspekt?.....	186
10.3	Internet – 4 Räder und ein begehbarer Innenraum? .....	186
10.4	Intranet – ein Thema der IT-Abteilung?.....	188
10.5	Qualitätssicherung – ein inhaltlicher Aspekt!.....	189
10.6	Zehn Lösungsansätze zur inhaltlichen Qualitätssicherung .....	190
10.6.1	Fokussierung statt Standard.....	191
10.6.2	Original statt Kopie.....	191
10.6.3	Symbiose statt Addition.....	192
10.6.4	Empfang statt Grabbeltisch .....	192
10.6.5	Interaktion statt Reaktion.....	193
10.6.6	Nutzen statt Technik .....	194
10.6.7	Vernetzung statt Verkapselung .....	194
10.6.8	Optimierung statt Datenlast .....	195
10.6.9	Dynamik statt Stillstand.....	195
10.6.10	Lokalisierung statt Übersetzung .....	196
10.7	Zusammenfassung.....	196

<b>11</b>	<b>Qualitätssicherung bei Electronic-Commerce .....</b>	<b>197</b>
11.1	Definition von E-Commerce .....	197
11.2	Bedeutung von E-Commerce.....	198
11.3	Messung der Qualität .....	199
11.3.1	Quantitative Erfolgsanalyse .....	199
11.3.2	Qualitative Erfolgsanalyse.....	200
11.4	Qualitätsbausteine .....	201
11.4.1	Qualitätsbaustein Nutzenorientierung.....	201
11.4.2	Qualitätsbaustein Technik.....	206
11.4.3	Qualitätsbaustein Marketing-Mix-Orientierung.....	208
11.5	Fazit .....	211
<b>12</b>	<b>Qualitätssicherung bei Hybrid-Projekten.....</b>	<b>215</b>
12.1	Definition von „Hybrid“ .....	215
12.2	Die Bedeutung von Hybrid-Projekten.....	215
12.3	Ablauf eines Hybrid-Projekts .....	218
12.3.1	Bestandsaufnahme .....	218
12.3.2	Zielgruppen-/Marktanalyse .....	218
12.3.3	Zielbeschreibung und Erfolgsauswirkung .....	218
12.3.4	Medienempfehlung .....	218
12.3.5	Konzeption .....	219
12.3.6	Gestaltung.....	219
12.3.7	Programmierung .....	219
12.3.8	Qualitätskontrolle.....	219
12.3.9	Pflegekonzept .....	219
12.4	Kernkompetenzen für Hybrid-Projekte .....	220
12.5	Qualitätssicherung in der Praxis .....	220
12.6	Fazit .....	223
<b>13</b>	<b>Qualitätssicherung bei POI und POS-Projekten .....</b>	<b>225</b>
13.1	Einleitung.....	225
13.2	Problemfelder und Erfolgsfaktoren .....	227
13.3	Qualitätssicherungsprozeß.....	229
13.3.1	Unternehmenanalyse und Strategieberatung.....	230
13.3.2	Zielgruppen- und Nutzenbestimmung.....	231
13.3.3	Unternehmensinterne Erfolgsfaktoren .....	233
13.3.4	Aufmerksamkeit und Bewerbung .....	234
13.3.5	Qualität durch Diskretion .....	235
13.3.6	Gestaltung von POI/POS-Systemen .....	235
13.3.7	Projektbegleitende und -nachfolgende Qualitätssicherung.....	238
13.4	Zusammenfassung und Ausblick .....	239

<b>14</b>	<b>Qualitätssicherung im Bereich des Computer-Based Training .....</b>	<b>243</b>
14.1	Definition .....	243
14.2	Wann und warum CBT?.....	244
14.3	Was braucht ein Produzent?.....	245
14.3.1	Didaktik.....	246
14.3.2	Redaktion.....	246
14.3.3	Medien.....	246
14.3.4	Design .....	247
14.3.5	Technologische Kompetenz .....	247
14.3.6	Typischer Produktionsablauf.....	248
14.4	Was sind typische Probleme? .....	249
14.4.1	Definieren der Lernziele.....	249
14.4.2	Einsatzkonzeption .....	249
14.4.3	Didaktisches Konzept und Inhalt .....	250
14.4.4	Technische Aspekte.....	250
14.5	Mögliche Lösungswege .....	251
14.5.1	Basisüberlegungen.....	251
14.5.2	Planung.....	252
14.5.3	Umsetzung.....	253
14.6	Fazit.....	253
<b>15</b>	<b>Qualitätssicherung bei virtuellen Computerspielen .....</b>	<b>255</b>
15.1	Einleitung.....	255
15.2	Verfahren zur Qualitätssicherung .....	256
15.2.1	Change Control .....	257
15.2.2	Risikomanagement.....	258
15.2.3	Verfahren innerhalb der Entwicklung.....	259
15.2.4	Verfahren innerhalb der Produktion .....	260
15.2.5	Verfahren der Qualitätskontrolle .....	261
15.3	Fazit.....	262
<b>16</b>	<b>Förderung der Kundenbeziehung durch qualifizierte Betreuung .....</b>	<b>265</b>
16.1	Einleitung .....	265
16.2	Vom Projekt zur Betreuung .....	265
16.2.1	Investition und Return: Von Nehmen-Nehmen zu Geben-Geben.....	266
16.2.2	Fazit.....	269
16.2.3	Was heißt in diesem Zusammenhang Qualität? .....	269
16.2.4	Was sind die Ziele der Qualitätssicherung einer Kundenbetreuung?.....	270

16.3	Instrumente .....	271
16.3.1	Branchenkompetenz .....	271
16.3.2	Fachliche Qualität .....	273
16.3.3	Organisatorische Qualität.....	275
16.3.4	Geben-Nehmen-Vertrag.....	277
16.3.5	Zusammenfassung und Ausblick .....	278
<b>17</b>	<b>Erfolgskontrolle und Optimierung von E-Commerce-Angeboten mit „Cyberbrand“ .....</b>	<b>279</b>
17.1	„Wissen, wie der Laden läuft“ .....	279
17.2	Cyberbrand.....	280
17.3	Erster Abschnitt: Erfolgskontrolle .....	281
17.3.1	Die Datenerfassung .....	281
17.3.2	Die Datenanalyse .....	283
17.3.3	Die Visualisierung .....	283
17.3.4	Die Interpretation .....	283
17.4	Zweiter Abschnitt: Optimierung .....	284
17.5	Fazit .....	285
<b>18</b>	<b>ISO 9000 und Neue Medien – Veränderte Bedingungen in der Multimedia-Branche .....</b>	<b>287</b>
18.1	Eine Branche im Wandel .....	287
18.2	Konzentration auf neue Aufgaben .....	288
18.3	Mittel zum Zweck .....	289
18.4	Vorteile für alle .....	289
18.5	ISO 9000 hat Zukunft .....	291
18.6	Worauf warten? .....	291
18.7	QMS ist keine Garantie .....	292
18.8	Qualität der Qualität.....	292
<b>19</b>	<b>Qualität: Die subjektive Betrachtungsweise .....</b>	<b>295</b>
19.1	Wahrnehmung von Qualität .....	295
19.2	Qualität der Produkte .....	297
<b>20</b>	<b>Der Blick nach vorne – wozu Qualitäts-Management? .....</b>	<b>301</b>
20.1	Einleitung.....	301
20.2	Was ist Qualität? .....	301
20.3	Sinn und Zweck von Qualitätsaktivitäten .....	302
20.4	Wozu Qualitätsmodelle und Zertifizierung? .....	302
20.5	Qualität als Wettbewerbsvorteil .....	304
20.6	Wohin geht die Reise? .....	304

21	<b>Komplexe Dynamik in Natur, Wirtschaft und Internet: Qualitätssicherung am Rande des Chaos.....</b>	307
21.1	Vom linearen zum nichtlinearen Denken.....	307
21.2	Komplexität und Nichtlinearität in der Natur .....	309
21.3	Komplexität in Wirtschaft und Gesellschaft .....	311
21.4	Qualitätssicherung in Unternehmen und virtuellen Märkten .....	313
22	<b>Redesign 2.0 – Warum und wie sich Entscheider für die Zukunft wappnen müssen .....</b>	319
23	<b>Evit@ – Evaluation elektronischer Informationsmittel.....</b>	329
23.1	Einleitung .....	329
23.2	Ergebnisse der ersten Projektphase .....	330
24	<b>„Made in Germany“ – Brauchen wir für die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien ein neues Qualitätssiegel?.....</b>	333
24.1	Einleitung .....	333
24.2	„BayernOnline“ – Bayerns Weg in die Wissengesellschaft.....	334
24.2.1	Ziele von BayernOnline.....	335
24.2.2	Die Aktionsbereiche von BayernOnline .....	336
24.3	Schritt für Schritt – die Relevanz der Qualität .....	337
24.3.1	Erster Schritt: Aufbau von Bürgernetzen .....	337
24.3.2	Zweiter Schritt: Errichtung von Telezentren .....	338
24.3.3	Dritter Schritt: Aufbau virtueller Marktplätze.....	339
24.3.4	Vierter Schritt: Qualität als Vertrauensbasis .....	339
24.4	Was ist zu tun?.....	340
25	<b>Ratgeber zur aktiven Umsetzung.....</b>	341
25.1	Subjektive Relevanz der Qualität bestimmen .....	341
25.2	Interne Abläufe durchleuchten.....	342
25.3	Pilotprojekt durchführen.....	343
25.4	Darüber berichten!.....	345
	<b>Autorenverzeichnis .....</b>	347
	<b>Index .....</b>	355



Qualitätssicherung bei Multimedia- Projekten

Merx, O. (Hrsg.)

1999, XX, 358 S. 50 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-540-65409-4