

X.media.interaktiv

**Springer**

*Berlin*

*Heidelberg*

*New York*

*Barcelona*

*Budapest*

*Hongkong*

*London*

*Mailand*

*Paris*

*Singapur*

*Tokio*



Nach dem Studium der Biologie und Medizin und langjähriger Berufstätigkeit im Bereich internationales Marketing und Kommunikation gründete **Dr. Richard Schiffman** 1990 die Firma Digital Fusion. Die Schwerpunkte seiner Aufgaben umfassen hier Beratung und Design von Kommunikationsstrategien, die Programmentwicklung sowie die Filmproduktion für On- und Offline-Medien. Zudem referiert er seit Jahren über neue Medien an Hochschulen und Lehrinstitutionen im In- und Ausland.

**Yvonne Heinrich** spezialisierte sich nach dem Studium der Grafik, Kunst und Kunstgeschichte auf Computerkunst im Business-to-Business-Bereich, aber auch für Kinder- und Jugendbücher. Sie ist Spezialistin für 2D- und 3D-Grafik-Design und führt auch Software-schulungen für Frauen durch.

**Günther Heinrich** studierte Elektrotechnik und Informatik. In dem gemeinsam mit seiner Schwester Yvonne gegründeten Unternehmen pan.M Multimedia ist er vor allem zuständig für Beratung, Schulung, Programmierung und Programmdesign sowie Netzwerkplanung, Animationen, Ton- und Spezialeffekte.

Das Autorenteam arbeitet seit Jahren in der Multimediaentwicklung, auch in internationalen Entwicklungsgruppen, eng zusammen.

Richard S. Schifman  
Günther Heinrich  
Yvonne Heinrich

# Multimedia- Projektmanagement

Von der Idee zum Produkt

Mit 64 Abbildungen



Springer

Dr. Richard S. Schiffman  
Digital Fusion  
Schultheiß-Straße 21  
D-81447 München

Günther Heinrich  
Yvonne Heinrich  
Wilhelm-Kuhnert-Straße 24  
D-81543 München

*Multimedia-Projektmanagement* ist eine aktualisierte und ergänzte Buchausgabe der unter dem Titel *Multimedia Design interaktiv!*, ISBN 3-540-61200-9, Springer-Verlag Berlin Heidelberg New York, 1997 erschienenen Medienkombination (Buch und CD-ROM).

ISBN-13: 978-3-540-64784-3

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Multimedia-Projektmanagement: von der Idee zum Produkt/  
Richard S. Schiffman; Yvonne Heinrich; Günther Heinrich. - Berlin;  
Heidelberg; New York; Barcelona; Budapest; Hongkong; London; Mailand; Paris;  
Singapur; Tokio; Springer, 1999  
(X.media.interaktiv)  
ISBN-13: 978-3-540-64784-3 e-ISBN-13: 978-3-642-98006-0  
DOI: 10.1007/978-3-642-98006-0

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland vom 9. September 1965 in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtsgesetzes.

© Springer-Verlag Berlin Heidelberg 1999

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Künkel + Lopka Werbeagentur, Heidelberg  
Satz: Word-Dateien vom Autor; Belichtung: perform k+s textdesign gmbh, Heidelberg  
SPIN: 10686028 33/3142 – 543210 – Gedruckt auf säurefreiem Papier

# Vorwort

- *Though this be madness, yet there's method in't.*  
- *Ist dies schon Tollheit, hat es doch Methode.*

**D**ie gewonnene Erfahrung bei der Erstellung von Multimedia-Anwendungen hat gezeigt, daß die Vielfalt an *Überlegungen*, *Know-how* und *Möglichkeiten* oft den Erfahrungsstand des einzelnen überschreitet. Um Abhilfe zu schaffen, wurde das vorliegende Manual entwickelt, welches die maßgeblichen Überlegungen didaktisch vorträgt und deren Verflechtungen darstellt.

Die Ergänzung durch themenbezogene **Checklisten** und kurze **Faustregeln** erlauben dem Leser, das Buch auch als Nachschlagewerk bei der Planung von Multimedia-Programmen einzusetzen.

Bewußt lehnt sich das Buch nicht an die eine oder andere Plattform der digitalen Speicherung an, denn unseres Erachtens richtet sich die *Auswahl der Präsentationsplattform* nach der Kommunikationsstrategie.

Deswegen werden anfänglich die **Ziele**, die **Planung**, die **Gestaltung** und die **Bewertung** von computergestützten Multimedia-Applikationen ausführlich abgehandelt, insbesondere *im Hinblick auf die Zielgruppe*. Hieraus ergeben sich Auswahlkriterien, die eine optimierte Definition der anzuwendenden Speichermöglichkeiten (z. B. Disketten, Festplatte, CD-ROM, CD-ROM-XA, CD-INTERACTIVE, DVD, Online, Online-Offline-Hybride etc.) ermöglichen.

Insgesamt richtet sich das Werk mehr nach dem *Wie*, *Was*, *Wann* und *Wen* von Multimedia als nach den technischen Gegebenheiten des Programmierens. Dennoch lassen wir die Technik nicht außen vor. Im Gegenteil. Nur mit einem klaren Verständnis für das Machbare und die dazu gehörige Technik ist die Entwicklung eines Multimedia-Werks möglich.

Somit erhält der Leser eine sachliche Einleitung in die Konzeption, Planung und Realisierung einer Multimedia-Produktion. Dabei werden die unterschiedlichen Anforderungen für Offline-



und Online-Entwicklungen verdeutlicht. Neben dem Projektmanagement und der Einführung in die Technik werden die rechtlichen Aspekte moderner Kommunikation ausführlich besprochen.

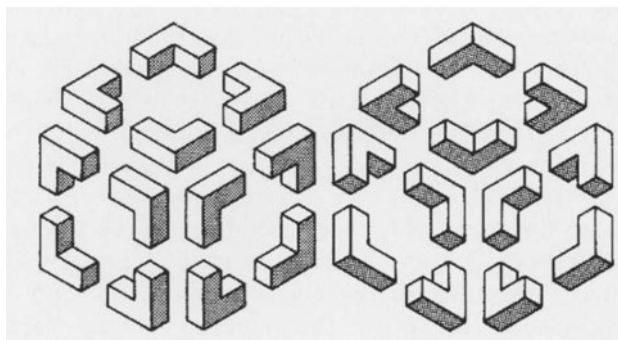
An dieser Stelle möchten wir unseren gebührenden Dank an Herrn Gregor Reichle, Springer-Verlag, aussprechen, mit dessen freundlicher Unterstützung wir dieses Multimedia-Powerpack ausarbeiten konnten. Wir wünschen allen Lesern viel Spaß und freuen uns auf einen interaktiven Dialog!

München, im Herbst 1998

*Richard Schiffman*

*Günther Heinrich*

*Yvonne Heinrich*



# Inhalt

<b>1</b>	<b>Kommunikationsstrategie</b> .....	1
1.1	Megatrends.....	2
1.2	Ziele .....	3
1.3	Meine Scheibe und Mein Publikum.....	6
1.4	Impact und Image .....	7
1.5	Implementation .....	8
1.6	Management by Phantasy .....	16
1.7	Hunger nach Wirklichkeit.....	17
<b>2</b>	<b>Kommunikation mit neuen Medien</b> .....	21
2.1	Ziele: Heute und Morgen .....	22
2.2	Was Ihr Wollt oder Wie es Euch Gefällt .....	23
2.3	Darf es etwas Ästhetisches sein? .....	25
2.4	Kraft der Navigation .....	26
2.5	Multilingual?/Multinational? .....	32
2.6	Egonomics .....	34
2.7	All That Meat and No Potatoes.....	36
2.8	Auswahl von Publishing-Medien und Plattformen.....	38
2.9	Harte Entscheidung – Software .....	42
2.10	Wege und Verwirrungen.....	43
2.11	Wer führt? .....	46
<b>3</b>	<b>Projektmanagement</b> .....	49
3.1	Was steht an? .....	49
3.2	Wie geht es weiter.....	51
3.3	Wann fällt etwas an?.....	52
3.4	Kompetenzen, Unterschriften und Visionen.....	57



<b>4</b>	<b>Technische und organisatorische Voraussetzungen</b> .....	59
4.1	Publishing-Formate.....	59
4.2	Pflichtenheft – was ist mein Standard?.....	62
4.3	Was heißt beste Qualität? .....	71
4.4	Auf Knopfdruck gehen nur die Lichter aus .....	73
4.5	Binär kompatibel oder Hauptsache Rund .....	74
4.6	Information ist Zeit – haben wir soviel?.....	74
4.7	Datenbank-Publishing oder Quick & Dirty .....	75
4.8	Outsourcing oder gleich eine Bank.....	76
4.9	Kostensparen macht krank.....	78
<b>5</b>	<b>Konzeption einer Multimedia-Anwendung</b> .....	83
5.1	Klärung von Zielen, Bedarf und Erwartungen .....	84
5.2	Inhalt/Botschaft und Zielgruppe .....	85
5.3	Kriterienkatalog .....	87
5.4	Feasibilitätsprüfung .....	91
5.5	Know-how-Transfer .....	92
5.6	Langfristigkeit von Zielen und Anpassung an Neuerungen .....	93
5.7	Ressourcen definieren.....	94
5.8	Übergeordneter Kontext .....	94
5.9	Qualitätssicherung – ein Einwegartikel? .....	95
5.10	Kosten-Nutzen und Effizienz-Analyse .....	96
5.11	Mein Pflichtenheft .....	98
<b>6</b>	<b>Produktionsablauf</b> .....	101
6.1	Produktionsziel definieren .....	101
6.2	Verzweigungsbaum = Flowchart.....	103
6.3	Storyboard mit Standards .....	106
6.4	Kommentar zur Medien- und Plattformfestlegung.....	108
6.5	Assetproduktion .....	110
6.5.1	Hard- und Software.....	110
6.5.2	Text .....	115
6.5.3	Bild, Grafik .....	117
6.5.4	Audio .....	119
6.5.5	Video.....	122
6.5.6	Animationen .....	129
6.5.7	Medienintegration/Authoring .....	131
6.5.8	Zusammenstellen und Anordnen .....	133
6.5.9	Authoring .....	139
6.5.10	Optimierung, Test, Korrektur .....	141
6.5.11	Mastering .....	142
6.5.12	Replikation, Label-Druck .....	143



6.5.13	Verpackung, Verteilung.....	144
6.6	Web & Design .....	146
6.6.1	Konzeptionelles Design .....	149
6.6.2	Strukturelles Design.....	149
6.6.3	Visuelles Design .....	151
6.6.4	Technische Architektur.....	151
6.6.5	Implementierung .....	153
6.6.6	Pflege .....	154
6.6.7	Checkliste: Internet-Kommunikation .....	155
<b>7</b>	<b>Interface = die Tür</b> .....	<b>157</b>
7.1	Navigation – kryptisch oder offen .....	157
7.2	Komplexität = hyperaktiv? .....	162
7.3	Geschwindigkeit – Drag & Drop? .....	163
7.4	Bequemlichkeit – Dekoration vor Funktion?.....	164
<b>8</b>	<b>Assets, mein Leib- und Seelengericht</b> .....	<b>167</b>
8.1	Grafik = Schönheit und (Aus-)sichten .....	168
8.2	Text zum Sehen und Text zum Lesen.....	169
8.3	Ablauf bzw. „das Auge ißt mit“ .....	172
8.4	Gestalten statt Cut & Paste .....	175
8.5	A rose is a rose is a rose – ist jedes Bild gleich? .....	175
8.5.1	Farbenfroh, aber echt? .....	178
8.6	Was bewegt mich? .....	183
<b>9</b>	<b>Datentransfer</b> .....	<b>187</b>
9.1	Standards.....	187
9.2	Qualität.....	189
9.3	Einigung.....	190
<b>10</b>	<b>„My Very Good Friend the Milkman Said“</b> .....	<b>191</b>
10.1	Rat und Glück .....	192
10.2	Copyme/Copyyou/Copyright.....	196
10.2.1	Geschützt, aber wie lange? .....	199
10.2.2	Nichts Ganzes, nichts Halbes.....	200
10.2.3	Clearing statt Hearing .....	200
10.2.4	Lizenzen und Tribute .....	203
<b>11</b>	<b>Checkme Checkup</b> .....	<b>205</b>
	<b>Zitatnachweis</b> .....	<b>223</b>
	<b>Index</b> .....	<b>225</b>

