

Inhalt

1	Kommunikationsstrategie	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
2	Kommunikation mit neuen Medien	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
3	Projektmanagement	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

4	Technische und organisatorische Voraussetzungen	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
5	Konzeption einer Multimedia-Anwendung	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
6	Produktionsablauf	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
7	Interface = die Tür	157
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
8	Assets, mein Leib- und Seelengericht.....	167
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
9	Datentransfer	187
9.1	Standards.....	187
9.2	Qualität.....	189
9.3	Einigung.....	190
10	„My Very Good Friend the Milkman Said“	191
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
11	Checkme Checkup	205
	Zitatnachweis	223
	Index	225