



qualitalk

CSC-Information aus Technik und Gesellschaft – Quality Communication Management

ISSN 1615-9667
im Internet
3. Jahrgang, 7. Ausgabe

ISSN 1435-1641
gedruckte Ausgabe
7. Jahrgang, 22. Ausgabe

Juni 2001

Wie jedes Wissensgebiet so hat auch die moderne Form der Datenverarbeitung mit Computer und Online-Vernetzung eine eigene Sprache entwickelt. Auf einige Aspekte will ich Sie hinweisen. Im Anschluß daran frage ich, wie in der Automobilbranche das Qualitätsmanagement die Ergebnisse aus computerisierter Statistik umsetzt.

Arnis Schuster

Titelthema

**Nett im Internet
ist »Netiquette«**
Knigge für World
Wide Web und
Electronic Mails

Seite 4

**Die Statistik
lügt nicht**
Qualität und
Management in der
Automobilindustrie

Seite 6

Impressum



**Mein Name
ist Hase, ich
weiß von nichts**

:-(

**HASE heißt auf
SMS »Habe
Sehnsucht«**

Nett im Internet ist »Netiquette«

Knigge für World Wide Web und Electronic Mails

Verteiler nicht so schreiben

von: cschuth@mainz-online.de
an: mueller@gmx.de
cc: meier@t-online.de
cc: schulze@arcormail.de

sondern so adressieren

bcc: mueller@gmx.de
bcc: meier@t-online.de
bcc: schulze@arcormail.de

Das Ergebnis beim Empfänger sieht dann so aus

von: cschuth@mainz-online.de
an: undisclosed-recipients

Eine Rechtsanwältin aus Stuttgart schickte kürzlich eine Petition zugunsten afghanischer Frauen per E-Mail an Freunde und Geschäftspartner mit der Bitte um Weiterleitung. Der Inhalt des Briefes war glaubwürdig und wurde durch ihren seriösen Text, der mit vollem Namen und Adresse einschließlich www-Verbindung zu ihrer Homepage, versehen war, legitimiert.

Dennoch enthielt das Dokument einen ganz entscheidenden Fehler. Mehr als 50 Adressaten waren mit ihrem E-Mail-Verteiler aufgeführt. Da bei den meisten Adressen noch der vollständige Name mitangeführt war, hätte man sehr leicht auch über die Suche in einem *Online*-Telefonbuch die komplette Postanschrift herausbekommen. Von wegen Datenschutz! Es gibt viel Unkenntnis über die Möglichkeiten der elektronischen Informationsgewinnung und Datenverknüpfung. Solche Daten sind ein Leckerbissen für Adressenhändler im Direktmarketing.

Zwei Tage später schickte die Rechtsanwältin einen Entschuldigungsbrief per E-Mail hinterher, in dem sie bedauerte, einem nutzlosen Kettenbrief aufgesessen zu sein. Ihren ersten *faux pas*, den der ungeschützten Verteilerliste, bemerkte sie dagegen nicht und machte den gleichen Fehler wieder.

I. Der E-Mail-Verteiler

Nun könnte man meinen, nur den unbedarften Normalanwendern unterliefen solche gravierenden Fehler. Weit gefehlt. Die Firma PHENOMEDIA AG, die mit ihrem Moorhuhn-Computerspiel zeitweilig ganze Bürohäuser von der Arbeit abgehalten hat, verhielt sich genau so unbedarft. In einem elektronisch verschickten Presstext listete sie alle mit Rang und Namen in der Zeitungs- und Zeitschriftenbranche auf. Wollte ein Böswilliger die Presse nachhaltig schädigen, hätte es nur den ganzen Verteiler mit der simplen Antwortfunktion anschreiben und den Virus »I love you« beipacken müssen. Einfacher geht es nicht.

Was ist statt dessen zu tun? Sind mehrere Empfänger mit einer E-Mail angeschrieben, die nichts gemeinsam in dieser Sache tun müssen, so müssen sie auch nicht wissen, wer – außer ihnen selbst – noch zusätzlich diese Nachricht erhalten hat.

Man listet die Empfänger daher statt mit der Funktion »cc« (englisch: *carbon copy* = sinngemäß »Kohlepapierdurchschlag«) mit der Funktion »bcc« (*blind carbon copy* = sinngemäß »Blindkopie«). Das Beispiel mit Vorgehensweise ist in der linken Spalte gezeigt.

II. Die Betreffzeile

Eine griffig formulierte Betreffzeile hilft Sender und Empfänger gleichermaßen. Schreibt man immer »wichtig« oder »neue Nachricht«, so kann man sich vorstellen, wie schwierig die Zuordnung der eigenen Ausgangspost dadurch wird. Das gleiche Problem hat der Empfänger. Was soll er tun, wenn mehrere Leute ihm Mails mit der gleichen, nichtssagenden Betreffzeile schicken? Wenig hilfreich ist es, wenn der Name des Absenders als Betreff wiederkehrt, wie zum Beispiel:

von: abc@cat.com.
betrifft: abc@cat.com-news

denn damit fehlt dem Leser die Klassifizierung der Botschaft nach Inhalt.

Eine andere Unsitte ist es, den Namen des Projektes ohne nähere Ergänzung über die gesamte Dauer, manchmal mehrere Monate, zu benutzen, wie hier für einen Kongreß:

betrifft: Mensch und Technik
betrifft: Mensch und Technik
usw.

besser sollte man wie folgt schreiben

betrifft: MuT Tagungspunkte
betrifft: MuT Referenten
betrifft: MuT Schirmherr
betrifft: MuT Sponsoren

zu formulieren. Man kann unter dem gemeinsamen Kürzel bequem die Suchfunktion nutzen und hat gleichzeitig eine aussagefähige Differenzierung der Nachrichten.

Außerdem denken Sie daran, in der Betreffzeile keine Umlaute (ö, ä ...) oder Sonderzeichen († ß Δ ø / ...) zu benutzen, da diese Zeichen programmabhängig durch andere Buchstaben ersetzt werden.

III. Die Abkürzungen

Wie im richtigen Leben gleichen Abkürzungen einer Geheimsprache und mehr den Expertenstatus der Eingeweihten.

mfg = mit freundlichen Grüßen, ist akzeptabel; **asop** = *as soon as possible* ist dagegen in deutschen Kontext nicht sinnvoll.

faq = *frequently asked questions* findet man auch auf deutschen Webseiten an Stelle von ›häufig gestellte Fragen und unsere Antworten darauf‹.

Im Computer-Deutsch werden englische Fachtermini häufig nur abgekürzt gebraucht, wie MIME, HTML, SMTP, SMS.... Oft weiß man nicht einmal mehr, wie sie in vollen Wortlaut heißen, wie bei ISDN und was sie genau bedeuten – und weiß trotzdem, so ungefähr, was gemeint ist. Als Trost: Man muß nicht *alles* wissen. Man kann auch Autofahren, ohne zu wissen, wieviel Zylinder der Motor hat. Spätestens beim Tanken, sollte man wissen, welcher Treibstoff nachzufüllen ist. So sollte man sich auch ein Grundwissen der eigenen Computeranlage aneignen, wenigstens für den Fall der Fehlersuche, oft per Ferndiagnose mit Hilfe eines versierten Freundes.

IV. Bildhafte Zeichenkombinationen

Eine Rationalisierung in der E-Mail-Korrespondenz bietet das Verwenden der *Emoticons*, auch *smilies* genannt, welche ohne viele Worte den Gemütszustand der E-Mail-Autoren beschreiben sollen. Die gängigsten *Emoticons* sind

:-) das lachende

:-(und schlechtgelaunte Gesicht.

Alles, was darüber hinausgeht, ist schwer zu deuten und führt zu Mißverständnissen (siehe www.chemie.fu-berlin.de/outerspace/netnews/smilies.htm). Das *smiley*-Beispiel in der linken Spalte zeigt die Spannweite der hinterlegten Deutungen, das

reicht von ›Das überrascht mich,‹ bis zu ›Das ist zum Gähnen‹. Das normale, lachende Gesicht, einem Satz oder Beitrag nachgestellt, bedeutet auch ›Dies soll ein Spaß sein‹ oder ›Das ist witzig gemeint und soll dich zum Lachen bringen‹. Es gibt hunderte von *Emoticons*. Deren Bedeutung ist oft nur ihren Erfinder bekannt wie:

:-) Doppelkinn

2B|^2B to be or not to be (W. Shakespeare)

Manche sind wirklich witzig. Viele dienen keineswegs dem rationalen Umgang mit Kommunikation. Daher der Appell im Namen der Kommunikation: Formulieren statt andeuten, schreiben statt codieren!

V. Zitieren beim Beantworten

Es ist eine gute Angewohnheit, Texte, auf die man sich bezieht, wörtlich zu zitieren. Wenn die entsprechende Option im *Browser* ausgewählt wurde, wird der gesamte Text automatisch zitiert. Er ist durch das Zeichen ›,›, auch als mathematisches Zeichen ›größer als‹ bekannt, markiert. Bei zeilenweise umgebrochenen Text steht das Zeichen am Anfang jeder Zeile. In der Regel wird dadurch der nachfolgende Text **fett** ausgezeichnet. Man sollte nur so viel Originaltext stehen zu lassen, daß sich dem Adressaten der Zusammenhang erschließt. Das erleichtert das Lesen und spart Ressourcen beim Senden und Speichern. Die Signatur der zitierten Nachricht kann entfallen, weil über dem Zitat steht: »ABC wrote / schrieb:«

Wie und wo das Zitat plazieren? Die am meisten verwendete Methode ist das Antworten ›mit zitierter Mail durch *Browser*-Voreinstellung‹. In diesem Fall wird der empfangene Text unter die eigene Antwort angehängt. Eine andere Methode ist es, im Text zu antworten. Das geschieht am besten durch die Funktion ›Text als neu bearbeiten‹. Das ist aber nur richtig, wenn der Originaltext durch entsprechende Zitatzeichen (Quotes) als zitierter Text kenntlich gemacht wird. Üblich ist hier ein Größerzeichen (>) oder die normalen An- und Abführstiche („,“). Man kann auch

Emoticons oder auch Smiley genannte bildhafte Zeichen können ganz verschiedene Bedeutungen haben:

: -o surprise

: -o Uh oh!

: -o Wow!

: -o shocked

: -o singing

: -o yawn

Eindeutig ist nur

: -) very happy

: -(very sad

den zitierten Text abschnittsweise beantworten oder kommentieren.

Form und Inhalt

Niemand liest gerne *E-Mails*, die mehr als 50 Zeilen lang sind. Es empfiehlt sich, die Länge der eigenen Zeilen in der Funktion >Textumbruch< auf 72 Zeichen einzustellen. Die Aufmachung des Artikels muß zum Lesen einladen. Es ist natürlich nicht nötig, einen Schreibmaschinenkurs absolviert zu haben. Jedoch ist es ratsam, die wichtigsten Regeln für Maschinenschreiben (z. B. DIN 5008) zu kennen, Punkt und Komma gemäß der verwendeten Sprache zu setzen und die Orthographie zu beachten. Vertipper und

Buchstabendreher werden wegen der Schnelligkeit des Mediums häufig nicht erkannt. Schwupp – weg ist die Mail. Wenn man die Mail in den Ausgangspostkorb unter >später senden< legt und nach einiger Zeit nochmals anschaut, fallen die Schreibfehler sofort auf. Mit der Funktion >als neu bearbeiten< kann man es rasch ausbügeln.

Absätze und Leerzeilen lockern den Text auf, wenn sie alle paar Zeilen eingeschoben werden.

GROSSSCHRIFT (Versalien) zur Unzeit gilt als schriftliches Schreien. Versalientexte sind wegen fehlender Ober- und Unterlängen schlecht zu lesen. Die Lesegeschwindigkeit ist um 10 bis 15 Prozent reduziert gegenüber einem Text mit Groß- und Kleinbuchstaben. Über dies braucht ein versal gesetzter Text 35 Prozent mehr Druckfläche. Die E-Mail würde viel länger als in Standardschreibweise.

Die eigene Unterschrift

Die Grußformel mit Unterschrift kann man automatisch generieren. Es wird als die »E-Mail-Signatur des Absenders« be-

zeichnet. Eine Signatur ist hilfreich, weil sie dem Empfänger sofort weitere wichtige Daten, wie Postanschrift oder Faxnummer, übermittelt. Die E-Mail-Adresse ist an dieser Stelle entbehrlich, da sie bereits im Absenderfeld erscheint.

Eine ellenlange Belehrung am Ende des Schreibens, daß man diese Mail nicht lesen sollte, wenn sie nicht für einem bestimmt ist, kann entfallen. Zu diesem Zeitpunkt ist sie bereits gelesen.

Datei-Format und -größe

Ein wichtiger Hinweis: Alle Daten nur als reinen Text versenden. Kein html-Format für Mail-Text oder Signatur verwenden. Wichtig ist, keine größeren Anhänge zu versenden, ohne zuvor den Versand per *Mail* oder Telefon angekündigt zu haben und sich dabei nach der dem Empfänger passenden Zeit erkundigt zu haben. Ein Megabyte gilt als Grenze des Zumutbaren. Größere Dateien sollte man auf der eigenen Webseite parken und den Berechtigten den Zugang durch ein Schlüsselwort per *E-Mail* mitteilen. ■

Die Statistik lügt nicht

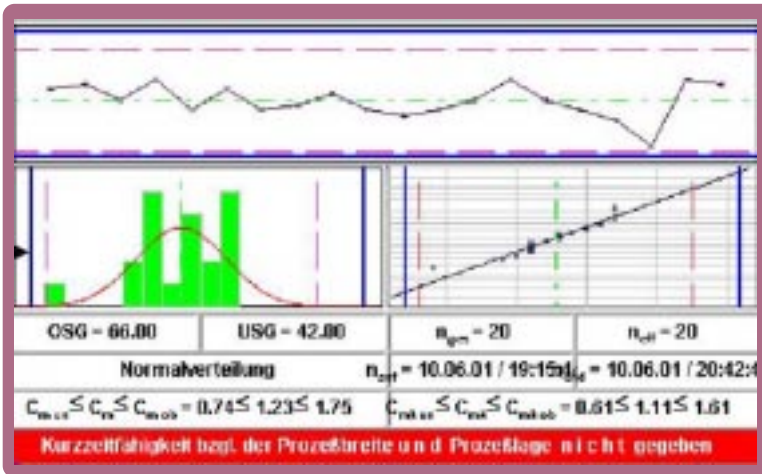
Qualität und Management in der Automobil-industrie

Als Anfang der neunziger Jahre des vorigen Jahrhunderts die japanische Automobilindustrie mit Qualität und Originalität die etablierten Autohersteller in Europa und USA bedrängte, machten sich viele Manager auf die Suche nach der Wunderwaffe im Kampf um Marktanteile. Was auch immer die Japaner ihren in Scharen angereisten Besuchern vorführten, wurde von denen hastig verschlungen und ebenso hastig und in den meisten Fällen ziemlich unverdaut zu Hause wieder von sich gegeben.

Das *Show Programme for Customers* der Japan AG tat seine Wirkung. Vermehrt wurden jetzt Daten erfaßt und Diagramme gezeichnet, nach Korrelationen gesucht, kritische Einflußfaktoren bestimmt und Prozesse analysiert. *Statistical Process Control* (SPC) sollte Sicherheit bei Pro-

dukt und Produktion liefern. Bald wurde klar, daß man der Datenflut nicht mehr Herr wurde und suchte nach einfachen Rechenhilfen.

Wer jemals in Asien den Wettlauf um das schnellste Ergebnis zwischen elektronischer Kasse und dem *Abacus*, dem Rechenbrett mit aufgereihten Holzkügelchen, gesehen hat, hätte auf die Idee kommen können, die Gewinner-Technologie würde auch gleich mit den neuen *Quality tools* in den Westen eingeführt. Es kam anders: zunächst wurden Taschenrechner mit Statistikprogramm zum Ausrechnen angeschafft. Das entthob allerdings den Anwender nicht von der sorgfältigen Wahl der Tastenkombinationen, um zu einer griffigen, alles beinhaltenden Qualitätskennzahl zu kommen. Das war mühsam. Seit mehr als zehn Jahren versprechen *Software-Firmen*,



Die CAQ-Auswertung eines handelsüblichen Statistikprogramms für die Automobilbranche zeigt eine Diagrammübersicht mit farblich codierter Beurteilung.

der Computer würde dies mit ihren komplexen Statistikprogrammen viel komfortabler erledigen als bisher.

Eine Online-Abfrage im Juni 2001 erbrachte mehr als 50 Produkte ziemlich ähnlichen Zuschnitts. Vollständige Anbieterinformationen zu diesen Produkten und über 8000 weitere Programme fände man im aktuellen *SoftGuide Software* auf CD-ROM, besagt der Abspann. Automobilfirmen und Zulieferer haben sich mit Statistik-Software eingedeckt. Manche Statistikprogramme haben es zum Branchenstandard gebracht und sollen über 10 000fach im Einsatz sein.

Was bringt's?

Die Erwartung, mit *Computer aided Quality Management (CAQ)* aus Fehlern zu lernen und Probleme zu vermeiden, scheint sich nicht zu erfüllen. So berichtet die Zeitschrift *auto motor und sport* im Mai 2001: »Qualität und Zuverlässigkeit deutscher Autos halten den Erwartungen der anspruchsvoller gewordenen Käufer immer weniger stand. Hanno Kayser aus Waldorf, Fahrer einer 190 000 Mark teuren Mercedes S-Klasse, beschwert sich beim Vorstand direkt, in 18 Monaten an dem Fahrzeug mehr Mängel gehabt zu haben als an allen seinen in 25 Jahren gefahrenen Mercedes-Wagen.«

Bei jedem Serienanlauf steigt die Fehlerzahl: Was beim Modellwechsel von Golf II und III auftritt, passiert, wenn gleich auf einen etwas niedrigerem Ni-

veau, beim Start von Golf IV, weist die Zeitschrift nach. Während der laufenden Modellzyklen reduzierte sich stets die Fehlerrate. Man kann vermuten, daß sie tatsächlich eines Tages gegen Null gegangen wäre, hätte man auf die Modellumstellungen verzichtet.

Der Niedergang der japanischen Wirtschaft macht auch vor Toyota & Co nicht halt. Das einst viel gepriesene SPC hilft in dieser Krise kaum. Der japanische Reifenkonzern Bridgestone/Firestone mußte in einer Rückrufaktion 6,5 Millionen Reifen am *Ford Explorer* austauschen. Kosten von mehr als 700 Millionen Dollar fielen allein beim Reifenhersteller an. Auch Michelin- und Goodyear-Reifen kamen unter Druck, aber aus einem anderen Grund: Der neue *Explorer*, Jahrgang 2002, wurde in Louisville auf einem falschen Transportband montiert. Auf dem schmälere Band des Vorgängermodells wurden die Reifen aufgeschlitzt. 50 000 *Explorer*- und baugleiche *Mercury*-Modelle wurden zurückgerufen. Ford-Chef *Jac Nasser* muß vor dem US-Kongreß erklären, warum sein Unternehmen noch einmal 13 Millionen Reifen zurückgerufen hat. Fords Aktienkurs fiel auf 24 Dollar.

Wie kann es bei einem zertifizierten Qualitätssystem zu Konstruktions- und Fertigungsfehlern solchen Ausmaßes kommen? Trotz *online*-Überwachung und auffälliger Daten-Darbietung?

Laut Peter Heller, Ford-Qualitätsvorstand Deutschland, sähe sein Unternehmen den Schlüssel für Qualität in statistischen Prozessen, speziell in dem sogenannten Sechs-Sigma-Prozeß und SPC, berichtete die Zeitschrift *auto motor und sport*. Alle Faktoren, die zu Fehler führten, würden analysiert und in einer Datenbank festgehalten. Der Auftrag für eine entsprechende Studie sei gerade an eine Universität vergeben worden.

Man darf sicher sein, daß dort das ultimative Berechnungsprogramm entwickelt wird. Die Frage ist nur mit welchen Wer-



Sir Winston Leonard Spencer Churchill (1874-1965) genannt »Britain's Courageous Bulldog« bei einer Begutachtung von V2-Schäden in London

ten wird gerechnet?

Nicht die Statistik lügt ...

CAQ wird meistens bei Zertifizierungen und Lieferantenbewertungen eingesetzt. Wenn der Chef sagt: »So einen Wert, der die ganze Abnahme versaut, will ich nicht sehen!« so wird er ihn in Zukunft auch nicht mehr sehen. Natürlich ist dieser Wert auch ohne Aufschreibung in der Grundgesamtheit vorhanden. Die nächste Prozeßstufe in der Fertigungskette übernimmt die Funktion einer 100-Prozentprüfung und fördert zu Tage, was man zuvor nicht zu sehen wünschte. Kommt es nicht bei der Erfassung bereits zu einer Werte-Unterdrückung, so bieten die *Features* der Statistikprogramme die Möglichkeit, nachträglich manuell zu korrigieren. Wenn dahinter eine relevante Information stünde, wäre dagegen nichts einzuwenden. Fakt ist aber, daß Zusatzinformationen bei der Datenerfassung so gut wie nie eingegeben werden.

Mit der »Generalauswertung«, wie Maschinen-, Prozeß- oder Meßmittelfähigkeit es darstellen, arbeitet das Statistikprogramm nach dem Prinzip »jedem Topf sei-

nen Deckel«. Nach voreingestelltem Modus wird berechnet, sei es durch den Operator selbst oder durch Werksvorgabe. Die Minimalbeurteilung »ist (nicht) o.k.« wird häufig mit einer Farbe und einem Symbol, z. B. einem *Smiley*, garniert. Die mathematischen Formeln und die Berechnung braucht man nicht zu kennen. Der *User* wird durch eingebautes Statistikwissen entlastet und merkt nicht, welches Statistikmodell gerade abgelaufen ist.

Winston Churchill soll als Premierminister gesagt haben, er glaube nur der Statistik, die er selbst gefälscht habe.

Als am 8. September 1944 die V2 (das heißt: »zweite Vergeltungswaffe«) erstmals in London einschlug, hat Churchill mit gefälschten Berichten über den Zieleinschlag die Deutschen an ihren Raketenabschußrampen zur Korrektur der Ballistikeinstellung veranlaßt. Der Erfolg war befriedigend, zumindest für die Londoner, weil die weiteren V2 nun abseits der Stadt einschlugen.

Was heute die Qualitätsstatistik produziert, wird selten so effizient genutzt, wie Churchill es tat. ■



Herausgegeben von Chris Schuth
CSC Chris Schuth Consulting
Quality Communication Management
Max-Planck-Straße 45 · D - 55124 Mainz

Telefon (+49) 061 31-47 64 66
Telefax (+49) 061 31-47 64 43
Leo Data ISDN 061 31-47 64 07

Electronic Mail: cschuth@mainz-online.de
Internet: <http://chris.schuth.tripod.com/>

Titelbild: Merz-Hase von Kurt Schwitters /
Carsten Märtin: Die Geschichte vom Hasen,
Lappan-Verlag

Der Text wurde nach der alten, weiterhin gültigen Rechtschreibregel geschrieben und geprüft. Lektor: *Dr. Hinrich Hinrichs*
Ausgabe Juni 2001
qualitalk erscheint viermal im Jahr.

Quellen:

vdi nachrichten Nr. 13 Korrespondenz im Zlatko-Deutsch. Zeitschrift *auto motor und sport*. Heft 12: Dicke Luft bei Ford · Feuer unterm Dach: Deutsche Hersteller im Kreuzfeuer.

Süddeutsche Zeitung Nr. 134: Ein Macher unter Druck – Ford-Chef Jac Nasser muß drastische Mißerfolge hinnehmen

ISSN 1435-1641 [print]

ISSN 1615-9667 [internet]

Jedes neue *qualitalk* wird per Electronic Mail angekündigt und steht zum Herunterladen auf der Internetseite »chris.schuth.tripod.com«. Kunden ohne Internetzugang erhalten die Ausgabe per Post (*snail mail*) als Schwarzweißdruck zugesandt.

© Chris Schuth

Impressum