


Inhaltsverzeichnis

| | | |
|---------------|--|----------|
| 1 | Einleitung | 1 |
| 1.1 | Wie dieses Buch aufgebaut ist | 2 |
| 1.2 | Wie dieses Buch zu lesen ist | 2 |
| 1.3 | Webseite | 3 |
| 1.4 | Gendersprache | 3 |
| 1.5 | Danke! | 3 |
| Teil I | | 5 |
| 2 | Die Herausforderungen des Product Owners | 7 |
| 2.1 | Das Produkt, seine Funktionalitäten und die Interessengruppen | 7 |
| 2.2 | Bedürfnisse befriedigen, Probleme lösen | 8 |
| 2.3 | Der Wert und der Mehrwert | 10 |
| 2.4 | Die Probleme mit komplexen Problemstellungen | 10 |
| 2.4.1 | Die Aspekte komplexer Problemstellungen | 11 |
| 2.4.2 | Vielfältige, teils widersprüchliche Ziele | 11 |
| 2.4.3 | Mangelnde Probleminformation | 12 |
| 2.4.4 | Hohe Anzahl vernetzter, dynamischer Einflussgrößen | 13 |
| 2.4.5 | Das Problem der Vorhersehbarkeit | 13 |
| 2.4.6 | Die Schärfentiefe der Vorhersehbarkeit | 14 |
| 2.5 | Vom großen Ganzen zum kleinen Handhabbaren | 15 |
| 2.6 | Die Fokusthemen der Produktentwicklung | 16 |
| 2.7 | Die Fokusthemen in den Fokusthemen in den Fokusthemen | 19 |

| | |
|--|-----------|
| Teil II | 21 |
| 3 Die Verantwortlichkeiten des Product Owners | 23 |
| 3.1 Der Innovation Sweet Spot | 24 |
| 3.2 Der Return on Effort | 25 |
| 3.3 Time-to-Market und Cost of Delay | 26 |
| 3.4 Das Schätzdilemma | 28 |
| 3.5 Die technischen Schulden | 30 |
| 3.6 Das (Scrum-)Team | 31 |
| 3.6.1 Das Zusammenspiel mit den Entwicklern | 31 |
| 3.6.2 Das Zusammenspiel mit dem Scrum Master | 32 |
| 3.6.3 Die Besonderheiten des Dienstleister-Scrum | 32 |
| 3.7 Der Zeitinvest | 33 |
| 3.8 Der Product Owner und große Produkte | 34 |
| 3.9 Produktlebenszyklus vs. Projektlebenszyklus | 35 |
| 3.10 Das Produktportfolio | 36 |
| 3.10.1 Das Verständnis für den Kontext | 37 |
| 3.10.2 Das gemeinsame Bewusstsein: Transparenz herstellen | 37 |
| 3.10.3 Die gemeinsame Ausrichtung: Priorisierung schaffen | 39 |
| 3.10.4 Die kontinuierliche Anpassung: Optimierung der Wertschöpfung | 40 |
| 3.11 Verantwortungen klarmachen mit POEM | 40 |
| Teil III | 43 |
| 4 Das Beispiel LearnAgile | 45 |
| 5 Landkarte der Methoden | 47 |
| 6 Problemerkundung – Research | 49 |
| 6.1 Stakeholder-Orientierung | 50 |
| 6.2 Persona | 56 |
| 6.3 Interview | 60 |
| 6.4 Jobs to be done | 64 |
| 6.5 PO Gemba Walk | 69 |
| 6.6 PO Apprenticing | 73 |
| 6.7 Problem-Schmerzskala | 76 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 7 | Ideenfindung – Ideate | 79 |
| 7.1 | Brainstorming | 80 |
| 7.2 | 6-3-5-Methode | 82 |
| 7.3 | 25/10 Crowd Sourcing | 84 |
| 7.4 | 1-2-4-All | 87 |
| 7.5 | Value Proposition Statement | 90 |
| 7.6 | Produktvision | 92 |
| 7.7 | Perspektivwechsel | 94 |
| 7.8 | Idee-Pitch-Canvas | 98 |
| 8 | Validierung – Validate | 103 |
| 8.1 | Value Proposition Canvas | 104 |
| 8.2 | Spike & Spike Canvas | 109 |
| 8.3 | Story Mapping | 112 |
| 8.4 | Business Story | 118 |
| 8.5 | Minimum Viable Product (MVP) | 123 |
| 8.6 | Walking Skeleton | 127 |
| 8.7 | Minimum Marketable Product (MMP) | 129 |
| 8.8 | Impact Mapping | 130 |
| 8.9 | Customer Journey Map | 133 |
| 8.10 | Systemico Model | 137 |
| 8.11 | Swiss-Army-Knife-Matrix | 141 |
| 8.12 | Produkt-Roadmap | 144 |
| 8.13 | Event Storming | 147 |
| 9 | Neu- und Weiterentwicklung – Build and Maintain | 161 |
| 9.1 | Product Backlog | 162 |
| 9.2 | User Story | 166 |
| 9.3 | User Story schneiden | 169 |
| 9.4 | Produktziel | 173 |
| 9.5 | Story Points | 175 |
| 9.6 | Burn-up Chart | 181 |
| 9.7 | #NoEstimates | 186 |
| 9.8 | Buy a Feature | 189 |
| 9.9 | Entwicklungsrisiko-Wert-Matrix | 193 |
| 9.10 | Feature Buckets | 197 |

| | | |
|------------------|---|------------|
| 9.11 | Speed Boat | 201 |
| 9.12 | Product Backlog Prioritization Quadrant | 203 |
| 9.13 | A/B-Tests | 207 |
| 9.14 | Fragebogen | 209 |
| 10 | Ablösung – Replace | 213 |
| 11 | Schlusswort | 217 |
| Anhang | | 219 |
| Literatur | | 221 |
| Index | | 225 |

Diese Leseprobe haben Sie beim
 edv-buchversand.de heruntergeladen.
Das Buch können Sie online in unserem
Shop bestellen.
[Hier zum Shop](#)