

Toolkit für Agile Coaches und Scrum Master 99 kreative Übungen und Workshop-Formate

» Hier geht's
direkt
zum Buch

DIE LESEPROBE

#14



WAS DU DAZU BRAUCHST

- Eine Produktvision
- Post-its
- Moderationsstifte
- Flipchart- oder Moderationspapier



DAUER

1 bis 1,5 Stunden



TIPP 1

Diese Liste kann die Basis für das Sprint Planning im ersten Team-Kick-off (#07) bilden.

INITIALES PRODUCT BACKLOG

Das Product Backlog ist eine geordnete Liste der Dinge, die für das Produkt benötigt werden. Es ist die einzige Quelle von Anforderungen für Anpassungen und Erweiterungen am Produkt. Der Product Owner ist für das Product Backlog inklusive dessen Inhalt, Verfügbarkeit und Reihenfolge verantwortlich.

PRAKTISCHER NUTZEN

Beim Start eines neuen Teams ist nicht immer schon ein Product Backlog vorhanden. Ein solches ist jedoch hilfreich, wenn man einen Sprint beginnt. Mit dieser Aktivität wird eine erste Version des Product Backlog erstellt.

SCHRITTE

Schritt 1: Von der Vision aus beginnen

In einem von dir geplanten Meeting besprichst du mit dem Product Owner die Produktvision. (Falls noch keine vorhanden ist, kannst du ihn bei der Formulierung unterstützen, indem

du zum Beispiel ein #55 Business Model Canvas ausfüllst.) Ausgehend von dieser Vision erstellt der Product Owner mit deiner Hilfe eine erste Zusammenstellung von Kundenanforderungen an das Produkt.

Schritt 2: Die Zusammenstellung ordnen

Als Nächstes bringst du gemeinsam mit dem Product Owner Ordnung in diese Zusammenstellung von Kundenanforderungen. Was ist im Augenblick das Wichtigste? Was kann noch warten? Was sind »low hanging fruits« (niedrig hängende Früchte)?



TIPP 2

Falls das Team noch keinen Product Owner hat, werden die angegebenen Schritte in derselben Reihenfolge mit dem Team durchlaufen. Es sollte jedoch allen explizit klar sein, dass es sich dabei um eine Zwischenlösung handelt. Sorge dafür, dass sich die Organisation der Bedeutung der Product-Owner-Rolle bewusst ist. Diese Rolle muss schnell besetzt werden!



TIPP 3

Der Product Owner ist für die Vision und das Product Backlog verantwortlich. Er kann jedoch Teammitglieder um Unterstützung bitten, um beide Artefakte mit dem Wissen aus anderen Perspektiven zu verfeinern.

Was liefert nur wenig Wert? Anhand verschiedener Kategorien erstellt ihr eine Struktur. Das Ergebnis ist eine Liste, aus der klar hervorgeht, wie die Kundenanforderungen zueinander in Beziehung stehen. Die wichtigste Anforderung steht an 1. Stelle, gefolgt von einer etwas weniger wichtigen an 2. Stelle usw. Es kann also keine »gleich wichtigen« Anforderungen geben! Deshalb: Entscheidungen treffen! Fokussieren!

Schritt 3: Die wichtigsten Anforderungen weiter ausformulieren

Zuerst wird ganz oben die (Kunden-) Anforderung Nr. 1 genauer ausformu-

liert. Tipp: Dafür bietet sich das User-Story-Format (siehe #46 **User Stories schreiben**) an. Sofern bereits Akzeptanzkriterien bekannt sind, können diese gleich hinzugefügt werden. Für die erste Version sind sie jedoch noch nicht so wichtig.

Schritt 4: Backlog visualisieren

Nach den Schritten 1 bis 3 liegt nun eine initiale Version des Product Backlog vor. Achte darauf, dass diese Version so erstellt und visualisiert wird, dass sie nicht nur vom Product Owner, sondern auch vom Entwicklungsteam verstanden wird.



#24



WAS DU DAZU BRAUCHST

- Digitale Kommunikationstools (z. B. Teams, Zoom, Meet)
- Die Kamera und das Mikrofon eingeschaltet
- Ein Tool (zur Not Stift und Papier), um ein Moodboard zu erstellen, zum Beispiel Mural, Miro oder PowerPoint



DAUER

Etwa 1,5 Stunden

MOODBOARD- TEAMGESPRÄCH

Alle Teilnehmenden gestalten ein digitales Moodboard und stellen es anschließend nacheinander innerhalb einer festen Timebox im Gespräch mit der Gruppe vor.

PRAKTISCHER NUTZEN

Diese Aktivität gibt allen die Möglichkeit, sich zu äußern und etwas von sich preiszugeben. Es ist eine kreative Übung, die zu Gesprächen anregt und sowohl Unterschiede als auch Gemeinsamkeiten zwischen den Teilnehmenden aufzeigt, was sich positiv auf die Zusammenarbeit auswirkt.

SCHRITTE

Schritt 1: Die Aufgabe und die Rahmenbedingungen erläutern

Ein Moodboard ist eine Collage, mit der eine Stimmung anhand von Bildern oder Notizen wiedergegeben wird. Die Teilnehmenden können dafür alles verwenden, was ihnen passend erscheint, wichtig ist nur, dass sie es über den Bildschirm mit den anderen Anwesenden teilen können und ihnen später auch erläutern werden.

Du kannst auch ein Thema für das Moodboard vorgeben, zum Beispiel:

- Welche Gefühle hattest du während des vergangenen Sprints?
- Wie empfindest du deine Rolle im Team und die Zusammenarbeit mit anderen?
- Was ist deine liebste Freizeitbeschäftigung?
- Wie hast du dich im vergangenen Quartal entwickelt?
- Was ist dir von den Neuigkeiten über die Reorganisation in Erinnerung geblieben?

Bevor ihr euch an die Arbeit macht, vereinbart unbedingt, dass alles, was hier besprochen wird, innerhalb der Gruppe bleibt, es sein denn, ihr einigt euch explizit auf etwas anderes.

Schritt 2: Das Moodboard erstellen

Alle Teilnehmenden haben nun 15 Minuten Zeit, ihre Moodboards zu erstellen. Beteilige dich ebenfalls und gestalte ein seriöses Board, das den anderen als Vorbild dienen kann.

Schritt 3: Die Moodboards durchsprechen

Entscheide dich bewusst, ob du zuerst dein eigenes Moodboard vorstellen willst oder jemand anders den Anfang machen soll. Mit Blick auf Gruppengröße und verbleibende Zeit legst du die maximale Dauer pro Gespräch und Moodboard fest. Moderiere die Gespräche über die Moodboards und achte darauf, dass der Gestalter des Moodboards zwar ausreichend zu Wort kommt, aber ein Monolog vermieden wird. Halte Augen und Ohren offen, ob sich aus irgendetwas Maßnahmen für dich oder das Team ableiten lassen.

Schritt 4: Die Aktivität abschließen

Sobald alle Moodboards besprochen sind, solltest du noch einmal in die Runde fragen, ob es noch Fragen oder offene Punkte gibt. Falls während der Gespräche Folgemaßnahmen entstanden sind, solltest du sie jetzt noch einmal zusammenfassen.



TIPP!

Ein bereits im Vorfeld gestaltetes Moodboard lässt sich als Anregung für die Gruppe und als Beispiel während der Einführung verwenden.

#53



WAS DU DAZU BRAUCHST

- Auf A3 ausgedruckte Product Vision Boards
- Post-its
- Stifte/Moderationsstifte



DAUER

2 Stunden

PRODUKTVISION

Diese Aktivität unterstützt den Product Owner bei der Formulierung einer klaren Produktvision.

PRAKTISCHER NUTZEN

Eine Produktvision veranschaulicht den Wert eines Produkts und das Ziel, auf das hingearbeitet wird. Die Vision unterstützt beim Füllen und Priorisieren des Backlogs – was gehört hinein und was ganz bewusst nicht? Anhand der Produktvision kann der Product Owner entscheiden, was für den Kunden, die Organisation und das Team wichtig ist. Zudem hilft die Produktvision dabei, alle auf dieselbe Linie einzuschwören.

SCHRITTE

Schritt 1: Die Bedeutung erläutern

Erläutere den Anwesenden, weshalb es wichtig ist, eine Produktvision zu entwickeln. »Was werden wir tun und warum tun wir es?« Dieses Verständnis vereinfacht die Arbeit des Product Owners, da er sofort eine erste Auswahl treffen kann, was zu dieser Vision passt und was nicht.

Schritt 2: Die Felder ausfüllen

 VISION Was ist die Motivation, das Produkt zu entwickeln? Welche positive Veränderung schafft das Produkt oder die Dienstleistung?			
 <p>ZIELGRUPPE</p> <p>In welchem Markt oder Marktsegment befindet sich deine Zielgruppe?</p> <p>Wer sind deine Kunden?</p> <p>Wer sind deine Anwender bei diesen Kunden?</p>	 <p>BEDÜRFNISSE</p> <p>Welche Probleme löst dein Produkt oder deine Dienstleistung?</p> <p>Welchen nachweisbaren Wert bietet es?</p>	 <p>PRODUKT/ DIENSTLEISTUNG</p> <p>Um was für ein Produkt oder eine Dienstleistung handelt es sich?</p> <p>Was macht seine Einzigartigkeit aus?</p>	 <p>BUSINESS GOALS</p> <p>Wie zahlt dieses Produkt oder diese Dienstleistung auf deine Strategie ein?</p> <p>Welche strategischen Ziele willst du mit diesem Produkt oder dieser Dienstleistung erreichen?</p>

Product Vision Board von Roman Pichler



TIPP 1

Diese Aktivität kann sehr gut mit einem einzelnen Product Owner durchgeführt werden, doch mit mehreren gleichzeitig wird es für die Product Owner inspirierender.

Die Felder des Product Vision Board von Roman Pichler nacheinander auszufüllen, hilft dabei, eine starke, wertorientierte Produktvision zu formulieren. Erwähne die Product Owner noch einmal nachdrücklich daran, dass sie mit der »Zielgruppe« beginnen, sich dann den »Bedürfnissen«

zuwenden und erst danach die Felder »Produkt/Dienstleistung« gefolgt von »Unternehmensziele« ausfüllen. Erst ganz zum Schluss wird das Feld »Vision« ausgefüllt. Das klingt logisch, doch du wirst feststellen, dass die meisten Product Owner dazu tendieren, mit dem Feld »Produkt/



TIPP 2

Man kann diese Aktivität auch mit dem gesamten Team durchführen. Der Product Owner ist hauptverantwortlich für das Erstellen der Vision, kann sich aber natürlich vom Team unterstützen lassen.



TIPP 3

Wenn diese Aktivität mit einer größeren Gruppe durchgeführt wird, empfiehlt es sich, bei der Beantwortung der Fragen zum Beispiel **#67 1-2-4-All** zu verwenden.

Dienstleistung« zu beginnen. Das hat zur Folge, dass die anderen Fragen aus einer viel zu eingeschränkten Perspektive betrachtet werden, weil sie schon ein bestimmtes Produkt oder eine konkrete Dienstleistung im Sinn haben. Von links nach rechts zu arbeiten birgt die Herausforderung, zuerst zu den Kernbedürfnissen vorzudringen, um so eine wirklich spezifische Produktidee zu entwickeln. Das bedeutet, offen für Ideen und kreativ zu sein.

Schritt 3: Einen inspirierenden Satz formulieren

Das folgende Format kann dabei helfen, die Botschaft (Vision) verständlich und spannend zu vermitteln. Verwende das Board aus Schritt 2, um die folgenden Sätze zu vervollständigen:

*Wofür (Zweck des Kunden)
Wer (Dringlichkeit oder Gelegenheit)
(Produktname) ist ein (Produkt-
kategorie)
Das (entscheidender Vorteil,
Kaufargument)
Nicht wie (alternative Lösung)
Unser Produkt (Hauptunterschei-
dungsmerkmal)*

Schritt 4: Die Vision testen

Überprüfe, ob die Vision gut ankommt, ob die Kunden sich wiederkennen und ob auch das Management deiner Organisation dahintersteht. Und das Allerwichtigste – schau, wie die Vision beim Team ankommt. Damit alle an einem Strang ziehen, muss das Team die Vision verstehen, annehmen und beginnen, danach zu handeln. Vereinbare mit den Product Ownern, wie sie dabei vorgehen wollen. Dies sollte so kurzfristig wie möglich geschehen, am besten innerhalb von zwei Wochen.

Schritt 5: Voneinander lernen

Wenn mehrere Product Owner die vorangegangenen Schritte gemeinsam durchlaufen haben, kann es hilfreich sein, die Ergebnisse untereinander auszutauschen, um sich gegenseitig zu inspirieren und gegebenenfalls die Vision zu schärfen.

#67



WAS DU DAZU BRAUCHST

- Platz
- Tische und Stühle (optional)
- Post-its
- Moderations- und andere Stifte



DAUER

Etwa 10 bis 15
Minuten pro Runde

1-2-4-ALL

Mit dieser Aktivität gelingt es, eine Gruppe zu einer von allen getragenen Antwort zu begleiten. Zunächst wird die Frage individuell beantwortet, dann werden die Ergebnisse in immer größeren Gruppen ausgetauscht, zusammengeführt, konkretisiert und gegeneinander abgewogen und am Ende, je nach Bedarf, eine oder mehrere Antworten mit der gesamten Gruppe geteilt.

Bei 1-2-4-All kommen alle Teilnehmenden zu Wort, nicht nur die lautesten.

PRAKTISCHER NUTZEN

Mithilfe der folgenden Schritte gelingt es, innerhalb von 10 Minuten zu einer (mehr) gemeinsamen Antwort auf eine Frage- oder Problemstellung zu kommen, die von einer großen Gruppe von Menschen (mit vielen verschiedenen Ansichten, Meinungen und Motivationen) geteilt wird.

SCHRITTE

Schritt 1: Der Gruppe die Frage- bzw. Problemstellung schildern

Lege der Gruppe eine klare Frage- oder Problemstellung vor, über die sie im Folgenden nachdenken soll.

Zum Beispiel: Welche drei Schritte müssen wir unternehmen, um die Zusammenarbeit zu verbessern? Was ist die kleinste Verbesserung, die wir als Team umsetzen können? Was ist die größte Blockade für das Team? Welche Lösungsansätze gibt es für Problem X?

Schritt 2: Eine individuelle Antwort

Alle Anwesenden haben nun 1 Minute Zeit, um ihre Antwort auf die Fragestellung auf ein Post-it zu schreiben. Dieser Schritt wird schweigend ausgeführt, sodass alle gezwungen sind, sich selbst Gedanken zu machen.

Manchmal kann es helfen, die Anzahl der möglichen Antworten auf maximal drei zu beschränken.

Schritt 3: Von 1 zu 2 Ansichten

Bitte die Gruppe, sich in Zweiergruppen aufzuteilen und in den nächsten 2 Minuten die Erkenntnisse miteinander zu teilen. Jede Zweiergruppe hat die Aufgabe, eine Auswahl aus den gefundenen Antworten zu treffen (ist am Ende nur eine Antwort gewünscht, dann einigen sie sich auf genau eine, ansonsten wird die Anzahl entsprechend angepasst). Auf diese Weise entwickeln sich die Erkenntnisse weiter und nähern sich dem Kern der Frage oder des Problems.

Schritt 4: Weiter von 2 zu 4

Danach bittest du alle Zweiergruppen, sich mit einer anderen Gruppe zu Vierergruppen zusammenzufinden. Innerhalb dieser Gruppen werden nun 4 Minuten lang erneut die verbliebenen Erkenntnisse miteinander besprochen und weiterentwickelt. Welche Muster lassen sich erkennen? In welche Richtung geht die Diskussion? Am Ende wählt die Gruppe die Antwort(en)

aus, die offenbar am besten zu ihr passt bzw. passen, und notiert sie auf einem Post-it.

Schritt 5: Von 4 zu »all«

Im letzten Schritt tritt je ein Gruppenmitglied freiwillig vor, um die Antwort auf die Frage mit allen zu teilen. Klebt die Post-its auf ein Flipchart und gruppiert gegebenenfalls übereinstimmende Antworten.

So erhält man innerhalb von 10 bis 15 Minuten eine Antwort auf eine aktuelle Frage, zu der alle beitragen konnten, ohne dass es in der großen Gruppe zu einer chaotischen Situation gekommen ist.

Schritt 6: Auf eine Entscheidung hinarbeiten

Je nach Anzahl der Vierergruppen, die ihre Antwort geteilt haben, gibt es nun eine Reihe unterschiedlicher Ansichten. Sollte das bereits ausreichen, kannst du den Schritt beenden. Falls doch noch eine Auswahl aus den gegebenen Antworten getroffen werden soll, bietet sich Dot Voting (Technik 1 aus #77) dazu an.



TIPP 1

Es kann vorkommen, dass die Gruppe um mehr Zeit bittet. Erst einmal sollten jedoch die vorgegebenen Timeboxen beibehalten werden, man kann später immer noch eine weitere Runde anhängen.



TIPP 2

Falls der explizite Wunsch besteht, genau eine Antwort aus den einzelnen Gruppen zu bekommen, sollte man sich auch strikt daran halten und entsprechend moderieren.



TIPP 3

Man kann die Schritte nach Bedarf anpassen. 1-2-4-All sorgt vielleicht schon für ausreichend Erkenntnisse. Bei sehr vielen Teilnehmenden ist 1-2-4-8-All eine mögliche Erweiterung, um mit weniger Kleingruppen zu enden.