

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort von Jeff Sutherland	xiii
Vorwort von Brett Queener	xv
Einleitung	xvii
Agiles Produktmanagement im Überblick	xviii
Agiles Produktmanagement als Teil eines Ganzen	xix
Über dieses Buch und seine Zielgruppe	xx
Danke	xxi
1. Die Product-Owner-Rolle	1
Die Aufgaben des Product Owner	1
Hilfreiche Eigenschaften des Product Owner	6
<i>Unternehmer im Unternehmen</i>	6
<i>Mannschaftsdienlicher Leader</i>	7
<i>Verhandlungs- und kommunikationsgeschickt</i>	8
<i>Bevollmächtigt und engagiert</i>	8
<i>Verfügbar und qualifiziert</i>	8
Die Zusammenarbeit mit dem Team	9
Die Zusammenarbeit mit dem ScrumMaster	11
Die Zusammenarbeit mit Kunden, Anwendern und anderen Interessenvertretern	12
Die Product-Owner-Rolle in großen Scrum-Projekten	15
<i>Der Chief Product Owner</i>	15
<i>Product-Owner-Hierarchien</i>	16
<i>Die Wahl der richtigen Product Owner</i>	19

INHALTSVERZEICHNIS

Häufige Fehler	20
<i>Der machtlose Product Owner</i>	20
<i>Der überarbeitete Product Owner</i>	21
<i>Der partielle Product Owner</i>	22
<i>Der distanzierte Product Owner</i>	23
<i>Der Proxy Product Owner</i>	24
<i>Das Product-Owner-Komitee</i>	25
Zusammenfassung	26
2. Produktvision und Produkt-Roadmap	27
Die Produktvision und ihre Eigenschaften	28
<i>Gemeinsames Ziel und Hypothese</i>	28
<i>Von allen mitgetragen</i>	29
<i>Grob und motivierend</i>	29
<i>Kurz und bündig</i>	30
Das Erstellen der Produktvision	30
<i>Zusammenarbeit und Kontinuität</i>	30
<i>Das Product Vision Board</i>	31
<i>Die Zielgruppe mit Personas beschreiben</i>	33
<i>Die Bedürfnisse mithilfe von Szenarien untersuchen</i>	33
<i>Das Produkt skizzieren</i>	34
<i>Eine Wirtschaftlichkeitsbetrachtung vornehmen</i>	37
<i>Die Informationen visualisieren</i>	37
<i>Der Einsatz von konventionellen Marktforschungstechniken</i>	37
Das minimale Produkt als agile Produktplanungstechnik	38
Einfachheit als Leitprinzip	41
<i>Ockhams Rasiermesser</i>	41
<i>Weniger ist mehr</i>	42
<i>Einfache Benutzerschnittstellen</i>	43
Voraussetzungen für Innovationen schaffen	43
Die Produkt-Roadmap	44
<i>Überblick</i>	44
<i>Vorteile</i>	45
<i>Erfolgsfaktoren</i>	45

<i>Zeitpunkt der Roadmap-Erstellung</i>	46
<i>Planungshorizont</i>	48
Produktvarianten	48
Häufige Fehler	50
<i>Wolpertinger</i>	50
<i>Analyse-Paralyse</i>	50
<i>Elfenbeinturm</i>	51
<i>Groß und mächtig</i>	51
Zusammenfassung	52
3. Das Product Backlog	53
Die Eigenschaften des Product Backlog	53
<i>Adäquat detailliert</i>	54
<i>Abgeschätzt</i>	55
<i>Sich verändernd</i>	55
<i>Priorisiert</i>	56
<i>Sichtbar</i>	56
Die Pflege des Product Backlog	56
<i>Die Pflegeaktivitäten im Überblick</i>	56
<i>Backlog-Pflege ist Teamarbeit</i>	57
<i>Pflegeworkshops</i>	57
Das Entdecken und Beschreiben von Einträgen	58
<i>Einträge entdecken</i>	58
<i>Einträge beschreiben</i>	60
<i>Themen bilden</i>	61
Die Priorisierung des Product Backlog	62
<i>Wert</i>	63
<i>Risiko</i>	64
<i>Auslieferbarkeit</i>	65
<i>Abhängigkeiten</i>	65
Vorbereitung auf die Sprint-Planungssitzung	66
<i>Auswahl des Sprint-Ziel</i>	67
<i>Gerade genug Einträge zeitoptimal vorbereiten</i>	68
<i>Einträge herunterbrechen</i>	69
<i>Klarheit, Testbarkeit und Machbarkeit sicherstellen</i>	71

INHALTSVERZEICHNIS

Einträge abschätzen	72
<i>Story Points</i>	72
<i>Planungspoker</i>	73
Nichtfunktionale Anforderungen richtig erfassen und managen	75
<i>Nichtfunktionale Anforderungen beschreiben</i>	76
<i>Nichtfunktionale Anforderungen richtig behandeln</i>	76
Das Product Backlog Board	77
<i>Der Story-Bereich</i>	78
<i>Der Constraint-Bereich</i>	79
<i>Der Modellbereich</i>	79
<i>Das Product Backlog Board anlegen</i>	80
<i>Das Board sichtbar machen</i>	80
Das Product Backlog skalieren.	81
<i>Ein projektweites Product Backlog verwenden</i>	81
<i>Den Pflegehorizont erweitern</i>	81
<i>Teamspezifische Product-Backlog-Ausschnitte verwenden</i>	82
Häufige Fehler	82
<i>Anforderungsspezifikation</i>	82
<i>Santas Wunschliste</i>	83
<i>Wüste</i>	83
<i>Feature-Suppe</i>	83
<i>Requirements Push</i>	84
<i>Ungepflegtes Backlog</i>	84
<i>Mehrere Backlogs pro Sprint</i>	85
Zusammenfassung	85
4. Die Releaseplanung	87
Zeit, Kosten und Funktionalität	88
Keine faulen Qualitätskompromisse	89
Zieltermin.	89
Kosten.	91
Frühzeitiges Ausliefern.	92
Quartalszyklen	93
Regelmäßiges Ausliefern	94
Velocity.	95

INHALTSVERZEICHNIS

Release-Burndown-Diagramm.	97
<i>Erstellung des Diagramms</i>	97
<i>Effektiver Einsatz des Diagramms</i>	98
Releaseplan.	100
<i>Die Velocity vorhersagen</i>	101
<i>Den Releaseplan erstellen</i>	103
Releaseplanung bei großen Projekten	104
<i>Gemeinsame Grundlagen für die Schätzwerte</i>	104
<i>Vorausschauende Planung</i>	105
<i>Pipelining</i>	106
Häufige Fehler	106
<i>Kein Plan</i>	107
<i>Product Owner als Beifahrer</i>	107
<i>»Big Bang«-Release</i>	107
<i>Qualitätskompromisse</i>	108
Zusammenfassung	108
5. Die Rolle des Product Owner in den Sprint-Besprechungen	109
Die Sprint-Planungssitzung	110
Daily Scrum	111
Die Sprint-Review-Besprechung	112
<i>Zielsetzung</i>	112
<i>Teilnehmer und benötigte Artefakte</i>	113
<i>Ablauf</i>	113
<i>Ergebnisse</i>	115
Die Sprint-Retrospektive	115
Sprint-Besprechungen bei großen Projekten	116
<i>Gemeinsame Sprint-Planungssitzung</i>	116
<i>Scrum of Scrums</i>	116
<i>Projektweite Sprint-Review-Besprechung</i>	117
<i>Projektweite Sprint-Retrospektive</i>	117
Häufige Fehler	118
<i>Bungee Product Owner und Babysitter</i>	118
<i>Der passive Product Owner</i>	118
<i>Unhaltbares Tempo</i>	119

INHALTSVERZEICHNIS

<i>Blendwerk</i>	120
<i>Sprint Burndown als Projektstatusbericht</i>	120
Zusammenfassung	121
6. Die Etablierung der Product-Owner-Rolle	123
So werden Sie ein guter Product Owner	123
<i>Selbsterkenntnis</i>	123
<i>Wachstum</i>	124
<i>Coach</i>	125
<i>Sponsor</i>	125
<i>Netzwerk</i>	126
So unterstützen Sie die Product Owner	126
<i>Produktbewusstsein und Unternehmertum</i>	126
<i>Der richtige Mitarbeiter</i>	127
<i>Unterstützung</i>	128
<i>Nachhaltigkeit</i>	128
Zusammenfassung	129
Referenzen	131
Index	137