

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