

Woche 2

Kickoff-Workshop mit dem Auftraggeber Klärung des Projektauftrags

Was ist ein Kickoff mit dem Auftraggeber?

Sie führen jetzt die ersten wichtigen Gespräche mit Ihrem Auftraggeber und müssen seine Motivation und Ziele verstehen und die wichtigsten Anforderungen an die bei Ihnen beauftragte Lösung ermitteln. Sie müssen genau verstehen, wie der Auftraggeber mit der Software arbeiten will und wie damit die Software nützlich wird. Hierzu machen Sie einen gemeinsamen Termin mit dem Auftraggeber (gerne zunächst per Zoom). Dieser wird Kickoff- oder Liftoff-Workshop genannt. Kickoff, da das Spiel jetzt beginnt; oder Liftoff da das Team jetzt abhebt und durchstartet.

Nach dem Kickoff-Workshop sollten sie ein gutes Verständnis von dem Projektauftrag haben.

Ergebnisse:

Kennenlernen: Alle Projektbeteiligten haben sich mindestens einmal persönlich gesehen, Wichtig ist hier besonders die Vorstellung, der Auftraggeber kennt den/die Ansprechpartner:in

- Alle Projektbeteiligten wissen grob, wofür der jeweils andere verantwortlich ist. Das Team hinterlässt einen positiven und professionellen Eindruck beim Auftraggeber
- Gemeinsam akzeptiertes Ziel möglichst schon gutes Verständnis der Deliverables (= **gemeinsames Verständnis des Projektauftrags**)
- Gemeinsames Verständnis von Team und Auftraggeber zum Scope des Projekts, was soll am Ende geliefert werden, was wollen wir nach dem Projekt wissen?
 - Der Projektziele
 - Liste der wichtigsten Beteiligten am Projekt (Stakeholder)
 - Des Nutzens bzw. der aktuellen Pain Points
 - Der Eigenschaften der künftigen Benutzer (wenn sinnvoll)
 - Der Randbedingungen und Beschränkungen sowie der Nutzungskontext
 - Der Umgebung des zu bauenden Systems (Nachbarsysteme, Benutzer)
 - **Liste der Deliverables (für ihr Angebot, das müssen sie am Ende liefern)**

Insgesamt können sie für diesen Kickoff sehr viele schöne Workshop-Techniken durchführen. Brainstorming der Projektziele oder ein Persona-Modell Canvas sowie gemeinsames Skizzieren. Eventuell müssten sie den Workshop in zwei Teile aufspalten:

1. Termin mit dem Auftraggeber, eher als Gespräch und Kennenlernen, sie befragen den AG, der AG erzählt frei
2. Aufbereiten der Inhalte des Gesprächs innerhalb ihres Teams, mithilfe der Workshop-Techniken.

Der/die Moderator:in muss sich in jedem Fall mit dem Ansprechpartner für den AG abstimmen.

Hinweise für den/die Moderator:in

1. Erstkontakt Auftraggeber (Telefonat, notfalls eMail):

Der Product Owner (Proxy) verschafft sich einen groben Eindruck vom Auftraggeber, beispielsweise durch kurze Lektüre des Internet-Auftritts. Der PO telefoniert danach mit dem Ansprechpartner des Auftraggebers und klärt mit diesem folgende Punkte:

- Mögliche Termine für den Kickoff

- Ort des Kickoffs, ggf. verbunden mit einer „Besichtigung“ des Auftraggebers (Büros, Produktionsstätten, Logistikflächen, ...)
- Teilnehmer des Kickoffs auf der Seite des Auftraggebers
- Mögliche Informationsmaterialien, die vorab bereitgestellt werden können
- Mögliche Punkte für eine Agenda des Kickoffs

2. Foliensatz Kickoff erstellen und als Handout drucken:

Stellen Sie bitte die wichtigsten Informationen aus dem teaminternen Kickoff als kurzen Foliensatz dar. Wichtige Inhalte sind: Teamorganisation sowie die ihnen bereits bekannten Termine. Eventuell haben sie schon ein grobes Verständnis der Projektziele.

Sie bringen ein ausgedrucktes (!) Handout Ihres Foliensatzes für jeden Ihnen bekannten Teilnehmer (AG) des Kickoffs mit. Das Handout ist auch als Dokumentation für ihren Auftraggeber gedacht.

3. Interview: Verstehen der Ausgangslage/Ist-Situation (Projektwiki):

Lassen Sie den Auftraggeber die Ausgangslage aus seiner Sicht beschreiben: Wie sehen die aktuellen Lösungen des Auftraggebers in Ihrem Projektumfeld aus? **Warum besteht dort Handlungsbedarf? Was genau ist das Problem, wo tut's weh? (Was sind die Pain Points)?** Wenn alles optimal funktionieren würde, wären Sie ja nicht beauftragt worden.

Wichtig: Achten Sie beim späteren Dokumentieren des Handlungsbedarfs darauf, dass diese auch dem Auftraggeber ausgehändigt werden können.

Beispiel (Zustand vor ca. 2014):

Bisher lief die Anmeldung zur Karrieremesse „IKORO“ über Formulare, die als PDF oder per Post von möglichen Ausstellern an das IKORO-Team gesendet werden. Das Team führt eine Reihe von Excelsheets. Häufig muss ein Teammitglied intensiv nachfragen, um alle notwendigen Daten der Firma zu erhalten. Die Firma hat Schwierigkeiten, die Daten später noch zu ändern. Firmen haben schon keine Bestätigung ihrer Anmeldung erhalten oder die Kommunikation erschien an anderer Stelle verbesserungsbedürftig. Für den Messekatalog werden die Daten manuell aus den Excelsheets nach InDesign übertragen.

Pain Points: *Zu aufwendige Verwaltung der Ausstellerdaten, Copy&Paste. Nachträgliche Änderungen Ausstellerdaten aufwendig durch IKORO-Team möglich. Professionelle Kommunikation sicherstellen. Aufwand für Kommunikation reduzieren.*

4. Interview: Verstehen der Randbedingungen

Befragen sie den Auftraggeber nach bereits bekannten Randbedingungen: Erfassen diese später in Form einer Wiki-Seite. Achten Sie bitte darauf, dass Sie nur tatsächliche Rahmenbedingungen erfassen und nicht ihre eigenen Vorlieben, z.B. machen Sie bitte nicht ihre Lieblingsprogrammiersprache zur Randbedingung. Randbedingungen sind beispielsweise:

- Betriebssystem-Plattform der Firma (nur Windows, nur OS-X, nur Linux, ...), bestimmter Cloud-Provider / Private Cloud Plattform, bestimmte Container-Lösung z.B. Docker mit Kubernetes, ...
- Programmiersprache, wenn diese Firmenstandard ist
- Hardware, z.B. muss auf MSP 1234-Microcontroller laufen mit nur 256 Byte Hauptspeicher
- Frameworks, wenn diese in der Firma zentral festgelegt sind, z.B. Entity Framework.

5. Interview: Verstehen der Projektziele

Befragen Sie den Auftraggeber nach den Zielen des Projektes aus seiner Sicht: Stellen Sie sich gemeinsam mit ihrem Auftraggeber vor, das Projekt wäre bereits abgeschlossen. Was wird sich durch das Projekt verändert haben (Zeitform: Futur 2)? Wie können wir diese Veränderung feststellen / messen? Hilfestellung: Ziele sollten

die SMART-Kriterien erfüllen. Kriterien, wie ein erreichtes Ziel festgestellt werden kann, sind hier besonders wichtig (z.B. mehr Besucher auf Homepage, mehr Umsatz, weniger Aufwand, ...).

Stellen Sie dem Auftraggeber folgende Frage: Was würde passieren, wenn Sie das System (so) nicht bauen würden? – Wenn nichts passieren würde, sollten Sie das Projekt eigentlich ablehnen! Auf der Seite eines „echten“ Auftraggebers sollte vor Ihrer Beauftragung eine Wirtschaftlichkeits-betrachtung stattgefunden haben (der „Business-Case“). Darin sollte das Kosten/Nutzen Verhältnis betrachtet worden sein.

6. Interview: Verstehen der Deliverables

Sie haben die Ziele des Projektes jetzt verstanden. Nun müssen sie auch herausfinden, was genau sie liefern müssen (Software, Dokument, Powerpoint, ...) Beschreiben Sie die Ziele des zu bauenden Systems **als Tabelle** in der sie auch die notwendigen Deliverables aufführen. Die Beschreibung muss für Ihren Auftraggeber verständlich sein. Grenzen Sie dabei bereits Systeme aus, die nicht Bestandteil des beauftragten Software-Systems sind.

Beispiel: Anmeldesystem für Aussteller (Formulieren Sie bitte in Stichworten!):

Zielbeschreibung	Deliverable/Liefergegenstand	Wann?
Arbeiten mit Ausstellerdaten für IKORO soll automatisiert werden um das IKORO-Team zu entlasten und die Kommunikation professioneller zu gestalten	Software: Formulare damit sich Aussteller selber anmelden können.	IKoro 2023
Die Ausstellerdaten dienen als Grundlage für den Messekatalog und den Internetauftritt der Messe	Software: Exportfunktion für InDesign.	Ikoro 2024
Die Kommunikation mit den Ausstellern wird über das System abgewickelt.	Software: Automatisches versenden von Emails.	Ikoro 2023
Ikoro-Team kann selber keine Tools schreiben (Low Code)	Dokument: Dokumentation des Datenbankschemas	Sommer 2022

Erstellen sie dazu eine Liste mit Liefergegenständen, die sich ihr Auftraggeber wünscht. Diese ergibt sich aus den Zielen. Achten Sie darauf, dass sie wirklich **alle Liefergegenstände erfassen**, ggf. geht es dem Auftraggeber mehr um Doku und um PPT-Folien als um Software, da er sich eventuell nur mehr Wissen und einen Prototypen wünscht. Ergänzen Sie Details soweit vom AG bereits genannt.

Beispiel für Deliverables

Deliverable/Liefergegenstand/Output	Wie?	Wann
Webanwendung für Aussteller, damit diese sich anmelden und ihre Anmeldung verwalten können.	Git-Repo und als Docker-Images und deployed auf Testmasschine	
Exportanwendung für das Ikoro-Team zur Erzeugung des Messekatalog	Git-Repo und als Docker-Images + Docker-Compose	
Grobkonzept zur Abstimmung mit dem Datenschutzbeauftragten und dem IT-Security Spezialisten	10 Seiten Word	
Anleitung für das IKoro-Team	10 Seiten als Word	
Demo-Video für die Schulung von Ausstellern	3 Minuten, mp4	

7. Interview: Stakeholderliste / Ansprechpartner (Projektwiki)

Erstellen Sie zusammen mit dem Auftraggeber vor bzw. während des Kickoffs eine Liste/Tabelle, welche alle Stakeholder des Projektes übersichtlich darstellt. Diese Liste enthält die Namen ihrer Ansprechpartner auf der Seite des Auftraggebers, ihre Rolle im Projekt und ihre Kontaktdaten (Mail, Telefon). Achten Sie bitte darauf, dass Sie möglichst alle relevanten Stakeholder mit einbeziehen (Fachliche Ansprechpartner, Beispiel-Benutzer, Rechenzentrum / IT-Betrieb, IT-Dienstleister, Methoden-Abteilung, Marketing, Projektmanagement / Führung des Auftraggebers, ...). Dokumentieren Sie diese Liste nach dem Kickoff als Seite in ihrem Projektwiki.

Beispiel Ikoro-Anmeldeseite

<i>Ansprechpartner</i>	<i>Rolle</i>	<i>Kontaktdaten</i>	<i>Kommentar</i>
<i>Frau Prof. Dr. X</i>	<i>Langfristiges Projektmanagement</i>		<i>Auftraggeberin für das Softwaresystem, Will Ikoro-Team entlasten, will professionelle Kommunikation mit dem Kunden</i>
<i>Hr. Y</i>	<i>Ansprechpartner Rechenzentrum</i>		<i>Schlägt vor, die Software außerhalb der Hochschule zu betreiben</i>
<i>Horst Pestalozzi (Stud.)</i>	<i>Systemadministration</i>		<i>3. Semester Informatik, ist vermutlich nächstes Jahr nicht mehr dabei</i>
<i>Hugo Schütte</i>	<i>Projektleiter Ikoro 2015</i>		
<i>Fritzi Sello</i>	<i>Marketing Ikoro</i>		...
<i>Paula Accantum</i>	<i>Personalreferentin</i>		
...	...		

8. Interview: Verstehen der zukünftigen Benutzer

Eigenschaften/Bedürfnisse/Gewohnheiten: Überlegen Sie zusammen mit dem Auftraggeber, **wer genau** das geplante System benutzen soll: Welches Ziel will er / sie mithilfe des Systems erreichen? Welche **Bedürfnisse** hat er / sie vor, während und nach der Erreichung der Ziele? Welche **Gewohnheiten** hat er / sie, die in Bezug auf das System wichtig sein könnten? Welche persönlichen Eigenschaften hat er / sie, die relevant sein könnten? In welcher Umgebung verwendet er/sie das System (Nutzungskontext)? Wir verwenden diese Informationen, um daraus eine erste Persona-Hypothese zu entwickeln:

Beispiel:

Wer genau? Paula Personalerin, 43, hat BWL studiert, ist für Personalmanagement bei einer mittelständischen Firma mit 5000 MitarbeiterInnen zuständig.

Ziele: *Paula sucht 5 InformatikerInnen, 4 BWLerInnen und 2 E-TechnikerInnen und diverse PraktikantInnen. Will gutes Image für Firma an Hochschule.*

Nebenziele: *(jetzt kommt das System vor) Will Firma bei der IKORO anmelden, mit einem Kollegen, einem mittleren Messestand, bringt Aufsteller selber mit, braucht eine Steckdose und hätte gerne vegetarisches Essen. Will Anzeige im Messekatalog schalten. Will von Fachmann einen Vortrag platzieren. Braucht eine Rechnung spätestens zum Messebeginn*

Bedürfnisse: Erwartet seriösen Geschäftspartner. Erwartet innerhalb von 24h Antwort auf E-Mails. Erwartet, dass Zusagen eingehalten werden. Hasst es, Dinge mehrfach zu tun, will effizient sein. Schön wäre die Möglichkeit, auch im Homeoffice Aufgaben zu erledigen.

Gewohnheiten: Organisiert etwa 10 Messen wie die IKORO pro Jahr. Arbeitet ca. 50% der Arbeitszeit mit Desktop-Computer in Web-Systemen und in SAP HR. Verfügt über Smart Phone und Tablet. Erreichbar bis 16:00 Uhr.

9. Interview: Verstehen des Nutzens

Gehen Sie Beispiel-Abläufe durch (**Szenarien**), wie die Nutzer mithilfe des Systems ihre Ziele **effizient, effektiv und zufriedenstellend** erreicht.

Beispiele (Paula Personalerin und Igor Ikoro):

Persona: Paula Personalerin, Ziel: Anmelden der Firma bei der Ikoro

- Meldet sich morgens über ihren Desktop-Computer im ruhigen Büro auf der Ikoro Seite an
- Bekommt E-Mail zum Verifizieren des Kontakts und verifiziert diesen über das Anklicken des mitgeschickten Links sowie die Änderung des Default-Passworts
- Erfasst die Daten zu Ihrer Firma (Adresse, Ansprechpartner, Kurzbeschreibung, mehrere Fotos, ein Logo als JPG, ...), nimmt sich dafür ca. 30 Minuten Zeit
- Stoppt Bearbeitung wegen eines längeren Anrufs und speichert deswegen die Daten zwischen
- Vervollständigt die Firmendaten und speichert diese endgültig
- Sie erhält Rückmeldung vom System, dass noch zwei Kleinigkeiten fehlen (Steckdose und Wunsch zum Mittagessen)
- Sie ergänzt die Daten und erhält im Anschluss direkte Rückmeldung und eine Bestätigungsemail, dass alle Daten vollständig sind und die eingegebenen Daten in Kopie

...

10. Gemeinsam: Systemumgebung ermitteln (Plakat/Foto und Wiki)

Erstellen Sie gemeinsam mit dem Auftraggeber eine erste Grafik, welche das geplante System in seiner Umgebung zeigt. Zur Umgebung gehören alle Nutzergruppen (= Persona-Hypothesen) des Systems und Nachbarsysteme. Die Grafik stellt zusätzlich dar, welche Informationen zwischen dem System und seinem Kontext ausgetauscht werden.

Erstellen Sie die Grafik bitte auf einem Whiteboard oder Flipchart gemeinsam mit dem Auftraggeber. Wichtig ist hier die Diskussion mit dem Auftraggeber und ein gemeinsames Verständnis. Die Grafik soll eher informell gehalten sein. Lehen Sie sich bitte an die Notation der Datenflussdiagramme an.

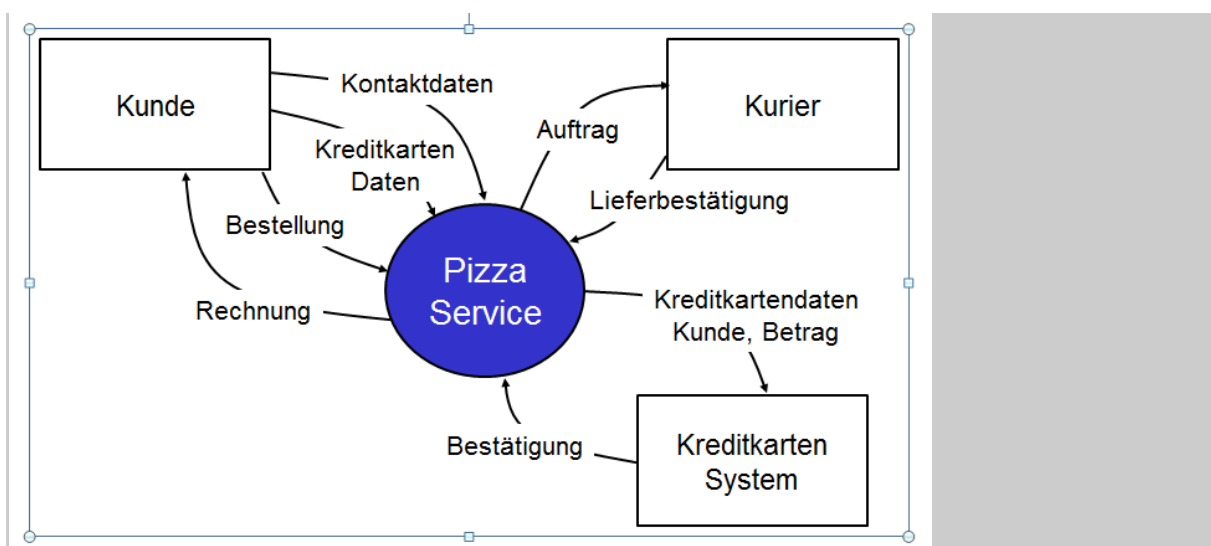


Abbildung 1: Beispiel für ein Umgebungdiagramm

