

# Curriculum

## Advanced Product Owner

2020.5-DE-20210505





## Inhaltsverzeichnis

Einführung .....	2
Allgemeine Informationen .....	2
Ziel des Advanced Product Owner Curriculum .....	2
Struktur der Lernziele .....	2
Out of Scope .....	3
Voraussetzungen .....	3
Aufbau, Dauer und didaktische Methoden .....	4
Allgemeine Informationen .....	4
Ziel des Advanced Product Owner Curriculum .....	4
Struktur der Lernziele .....	4
Out of Scope .....	5
Voraussetzungen .....	5
Aufbau, Dauer und didaktische Methoden .....	6
1. Kunden verstehen .....	7
1.1. Verwandte Tools .....	7
1.2. Ergebnis .....	7
1.3. Lernziele .....	7
2. Das Business Model beschreiben .....	8
2.1. Verwandte Tools .....	8
2.2. Outcome .....	8
2.3. Lernziele .....	8
3. Kundenbedürfnisse erfüllen .....	9
3.1. Related Tools .....	9
3.2. Outcome .....	9
3.3. Lernziele .....	9
4. Wertschöpfung messen .....	10
4.1. Related Tools .....	10
4.2. Outcome .....	10
4.3. Lernziele .....	10
5. Das Umfeld verstehen .....	11
5.1. Related Tools .....	11
5.2. Outcome .....	11
5.3. Lernziele .....	11



6. Das Umfeld beeinflussen .....	12
6.1. Related Tools .....	12
6.2. Outcome .....	12
6.3. Learning Objectives .....	12
7. Einen Plan entwerfen .....	13
7.1. Related Tools .....	13
7.2. Outcome .....	13
7.3. Lernziele .....	13
8. Ergebnisse herunterbrechen .....	14
8.1. Related Tools .....	14
8.2. Outcome .....	14
8.3. Lernziele .....	14
9. Die Lösung beschreiben .....	15
9.1. Related Tools .....	15
9.2. Outcome .....	15
9.3. Lernziele .....	15
10. Entwicklungsarbeit priorisieren .....	16
10.1. Related Tools .....	16
10.2. Outcome .....	16
10.3. Lernziele .....	16
11. Bauen und ausliefern .....	17
11.1. Related Tools .....	17
11.2. Outcome .....	17
11.3. Learning Objectives .....	17
12. Feedback Loops managen .....	18
12.1. Related Tools .....	18
12.2. Outcome .....	18
12.3. Learning Objectives .....	18
Verzeichnis der Lernziele .....	19



© nextnormal.academy UG (haftungsbeschränkt) 2021

Der Inhalt dieses curriculums ist lizenziert unter den Bedingungen der [Creative Commons - Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Soll eine darüber hinausgehende Nutzung der Dokumente und/oder Lehrpläne erfolgen, zum Beispiel zur Weiterverbreitung an Dritte, Werbung etc., bitte unter [info@nextnormal.academy](mailto:info@nextnormal.academy) nachfragen. Es müsste dann ein eigener Lizenzvertrag geschlossen werden.

#### Wichtiger Hinweis

Grundsätzlich weisen wir darauf hin, dass dieses Curriculum urheberrechtlich geschützt ist. Alle Rechte an diesen Copyrights stehen ausschließlich der nextnormal.academy UG (haftungsbeschränkt) zu. zu.



# Einführung

## Allgemeine Informationen

Dieses Curriculum beschreibt, was die Teilnehmer:innen im Advanced Product Owner Training erwarten können und was Teil der Advanced Product Owner Zertifizierungsprüfung ist.

Den Trainer:innen steht es frei, ihren Trainings zusätzliche Elemente hinzuzufügen.

Ein Training, das als Advanced Product Owner Training bezeichnet wird, muss jedoch mindestens alle in diesem Curriculum beschriebenen Themen abdecken

## Ziel des Advanced Product Owner Curriculums

Das Advanced Product Owner Curriculum bietet ein Open-Source, framework-neutrales Trainingsschema mit einer entsprechenden Zertifizierung.

Das Hauptziel des Advanced Product Owner Curriculums ist es, die Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen Methoden und Werkzeugen des agilen Produktmanagements zu vermitteln. Die Teilnehmer sollen befähigt werden, die Eignung dieser Werkzeuge und Methoden für ihren jeweiligen Kontext zu beurteilen und erfolgreich anzuwenden.

## Struktur der Lernziele

Das Curriculum des Advanced Product Owner unterscheidet zwischen drei Kompetenzleveln und drei Arten von Fähigkeiten. Alle drei Kompetenzstufen werden in der Prüfung zu jeweils einem Drittel geprüft.

Die drei Kompetenzlevel sind



**Kompetenzlevel 1** konzentriert sich auf spezifische Werkzeuge oder Methoden in Bezug auf das Lernziel. Auf Kompetenzlevel 1 sind weder Kombinationen von Werkzeugen und Methoden noch deren Beziehungen zum Arbeitskontext relevant.



**Kompetenzlevel 2** konzentriert sich auf die Beziehungen zwischen zwei Werkzeugen oder Methoden und auf die Beziehung eines einzelnen Werkzeugs oder einer einzelnen Methode zum Arbeitskontext.



**Kompetenzlevel 3** konzentriert sich auf die Beziehungen zwischen mehr als zwei Werkzeugen oder Methoden und auf die Beziehung von Kombinationen von Werkzeugen und Methoden zum Arbeitskontext.

Die drei Arten von Fähigkeiten sind



**Etwas wissen** bezieht sich auf Fakten und Zahlen über ein Werkzeug oder eine Methode. Das Wissen, das bewertet werden kann, ist z. B. über die Elemente, aus denen ein Werkzeug besteht, oder die Phasen einer Methode. Wissen über die Geschichte von Methoden oder Quellen ist nicht Teil der Prüfung.



**Sich über etwas bewusst sein** bedeutet, in der Lage zu sein, zu antizipieren, wie ein Werkzeug oder eine Methode verwendet werden könnte. Antizipation ist auch relevant, wenn man sich entscheidet, ein Werkzeug oder eine Methode nicht zu verwenden. Darüber hinaus befasst sich Bewusstheit mit den Folgen der Verwendung verschiedener Versionen oder Vorlagen von Werkzeugen oder Methoden und von Kombinationen von Werkzeugen und Methoden.



**In der Lage sein, etwas zu tun** bedeutet, entsprechend dem Arbeitskontext über den Einsatz von Werkzeugen und Methoden zu entscheiden oder diese anzuwenden. Das kann sowohl bedeuten, dass Product Owner die Werkzeuge oder Methoden selbst anwenden als auch, dass sie ihr Team die Werkzeuge oder Methoden anwenden lassen.

## Out of Scope

Diese nicht vollständige "Out-of-Scope-Liste" enthält einige Themen, die zwar verwandt aber nicht Teil des Curriculums sind.

- Frameworks wie Scrum, LeSS, SAFe
- Geschäftsstrategie und Portfoliomanagement
- Business-Analyse, Requirements Engineering und Anforderungsmanagement
- Usability Engineering und User Experience Design
- Entwicklungs- und Konstruktionspraktiken
- Tiefe Einblicke in einzelne Methoden

## Voraussetzungen

Es gibt keine formalen Voraussetzungen, die die Teilnehmer erfüllen müssen, um ein Advanced Product Owner Training zu besuchen.

Es ist empfehlenswert, zumindest einige grundlegende Erfahrungen in einem der folgenden Bereiche zu haben:

- Produktmanagement
- Projektmanagement
- User Experience und Usability Engineering
- Business-Analyse



- Requirements Engineering und -management
- Produktentwicklung

## Aufbau, Dauer und didaktische Methoden

Das Curriculum ist für ein dreitägiges Vor-Ort- oder ein dreitägiges Online-Training ausgelegt.

Die Struktur des Curriculums folgt den Verbindungen zwischen den Werkzeugen und Methoden, die in der Wertschöpfungskette des Advanced Product Owner dargestellt sind.

Es ist nicht Ziel des Curriculums, den Trainern bestimmte Lehrmethoden aufzuerlegen. Die didaktischen Methoden sollen sich auf diese Zusammenhänge konzentrieren. Daher bestehen die Trainings in der Regel aus ca. 80 % praktischen Übungen und Feedback zu den Ergebnissen dieser Übungen.

## Allgemeine Informationen

Dieses Curriculum beschreibt, was die Teilnehmer:innen im Advanced Product Owner Training erwarten können und was Teil der Advanced Product Owner Zertifizierungsprüfung ist.

Den Trainer:innen steht es frei, ihren Trainings zusätzliche Elemente hinzuzufügen.

Ein Training, das als Advanced Product Owner Training bezeichnet wird, muss jedoch mindestens alle in diesem Curriculum beschriebenen Themen abdecken

## Ziel des Advanced Product Owner Curriculums

Das Advanced Product Owner Curriculum bietet ein Open-Source, framework-neutrales Trainingsschema mit einer entsprechenden Zertifizierung.

Das Hauptziel des Advanced Product Owner Curriculums ist es, die Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen Methoden und Werkzeugen des agilen Produktmanagements zu vermitteln. Die Teilnehmer sollen befähigt werden, die Eignung dieser Werkzeuge und Methoden für ihren jeweiligen Kontext zu beurteilen und erfolgreich anzuwenden.

## Struktur der Lernziele

Das Curriculum des Advanced Product Owner unterscheidet zwischen drei Kompetenzleveln und drei Arten von Fähigkeiten. Alle drei Kompetenzstufen werden in der Prüfung zu jeweils einem Drittel geprüft.

Die drei Kompetenzlevel sind



**Kompetenzlevel 1** konzentriert sich auf spezifische Werkzeuge oder Methoden in Bezug auf das Lernziel. Auf Kompetenzlevel 1 sind weder Kombinationen von Werkzeugen und Methoden noch deren Beziehungen zum Arbeitskontext relevant.



**Kompetenzlevel 2** konzentriert sich auf die Beziehungen zwischen zwei Werkzeugen oder Methoden und auf die Beziehung eines einzelnen Werkzeugs oder einer einzelnen Methode zum Arbeitskontext.



**Kompetenzlevel 3** konzentriert sich auf die Beziehungen zwischen mehr als zwei Werkzeugen oder Methoden und auf die Beziehung von Kombinationen von Werkzeugen und Methoden zum Arbeitskontext.

Die drei Arten von Fähigkeiten sind



**Etwas wissen** bezieht sich auf Fakten und Zahlen über ein Werkzeug oder eine Methode. Das Wissen, das bewertet werden kann, ist z. B. über die Elemente, aus denen ein Werkzeug besteht, oder die Phasen einer Methode. Wissen über die Geschichte von Methoden oder Quellen ist nicht Teil der Prüfung.



**Sich über etwas bewusst sein** bedeutet, in der Lage zu sein, zu antizipieren, wie ein Werkzeug oder eine Methode verwendet werden könnte. Antizipation ist auch relevant, wenn man sich entscheidet, ein Werkzeug oder eine Methode nicht zu verwenden. Darüber hinaus befasst sich Bewusstheit mit den Folgen der Verwendung verschiedener Versionen oder Vorlagen von Werkzeugen oder Methoden und von Kombinationen von Werkzeugen und Methoden.



**In der Lage sein, etwas zu tun** bedeutet, entsprechend dem Arbeitskontext über den Einsatz von Werkzeugen und Methoden zu entscheiden oder diese anzuwenden. Das kann sowohl bedeuten, dass Product Owner die Werkzeuge oder Methoden selbst anwenden als auch, dass sie ihr Team die Werkzeuge oder Methoden anwenden lassen.

## Out of Scope

Diese nicht vollständige "Out-of-Scope-Liste" enthält einige Themen, die zwar verwandt aber nicht Teil des Curriculums sind.

- Frameworks wie Scrum, LeSS, SAFe
- Geschäftsstrategie und Portfoliomanagement
- Business-Analyse, Requirements Engineering und Anforderungsmanagement
- Usability Engineering und User Experience Design
- Entwicklungs- und Konstruktionspraktiken
- Tiefe Einblicke in einzelne Methoden

## Voraussetzungen

Es gibt keine formalen Voraussetzungen, die die Teilnehmer erfüllen müssen, um ein Advanced Product Owner Training zu besuchen.





Es ist empfehlenswert, zumindest einige grundlegende Erfahrungen in einem der folgenden Bereiche zu haben:

- Produktmanagement
- Projektmanagement
- User Experience und Usability Engineering
- Business-Analyse
- Requirements Engineering und -management
- Produktentwicklung

## **Aufbau, Dauer und didaktische Methoden**

Das Curriculum ist für ein dreitägiges Vor-Ort- oder ein dreitägiges Online-Training ausgelegt.

Die Struktur des Curriculums folgt den Verbindungen zwischen den Werkzeugen und Methoden, die in der Wertschöpfungskette des Advanced Product Owner dargestellt sind.

Es ist nicht Ziel des Curriculums, den Trainern bestimmte Lehrmethoden aufzuerlegen. Die didaktischen Methoden sollen sich auf diese Zusammenhänge konzentrieren. Daher bestehen die Trainings in der Regel aus ca. 80 % praktischen Übungen und Feedback zu den Ergebnissen dieser Übungen.



# 1. Kunden verstehen

## 1.1. Verwandte Tools

- [Customers](#)

## 1.2. Ergebnis

- [Persona](#)
- [Empathy Map](#)

## 1.3. Lernziele

### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, zwischen Kund:innen und Anwender:innen zu unterscheiden
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, typische Kunden- und Anwendergruppen als Personas zu beschreiben

### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer:innen sind sich bewusst, welche Aspekte von Personas hilfreich oder notwendig für die Erstellung von Empathiekarten ("empathy maps") sind
- Die Teilnehmer:innen sind sich bewusst, welche Aspekte von Kunden oder Nutzern für die Erstellung von Empathiekarten ("empathy maps") in ihrem Arbeitskontext relevant sind
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, zu entscheiden, welche Personavorlage am besten zu ihrem Arbeitskontext passt oder eine spezifische Vorlage für ihren Arbeitskontext zu erstellen

### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage zu entscheiden, ob Personas oder Empathiekarten ("empathy maps") in ihrem Arbeitskontext sinnvoll sind
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, den Trade-off bei der Verwendung oder Nichtverwendung von Personas oder Empathiekarten ("empathy maps") in ihrem Arbeitskontext zu beschreiben
- Die Teilnehmer:innen sind sich des Informationsdefizits bewusst, wenn Personas oder Empathiekarten ("empathy maps") in ihrem Arbeitskontext nicht verwendet werden



## 2. Das Business Model beschreiben

### 2.1. Verwandte Tools

- [Value Proposition](#)
- [Inception Deck](#)
- [Value Model](#)
- [Feedback Loops](#)

### 2.2. Outcome

- [Business Model](#)

### 2.3. Lernziele

#### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer:innen kennen die 9 Elemente des Business Model Canvas.
- Die Teilnehmer:innen kennen die 5 Phasen der Arbeit mit dem Business Model Canvas.
- Die Teilnehmer:innen wissen, welche Werkzeuge und Methoden der Product Owner Wertschöpfungskette wertvolles Feedback für die Entwicklung des Geschäftsmodells liefern.

#### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer:innen wissen, auf welcher Ebene des Produktmanagement-Vakuums das Geschäftsmodell ansetzt.

#### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage zu entscheiden, welche Werkzeuge und Methoden in ihrem Arbeitskontext wertvolles Feedback für das Geschäftsmodell liefern.



## 3. Kundenbedürfnisse erfüllen

### 3.1. Related Tools

- [Empathy Map](#)
- [Business Model](#)
- [Inception Deck](#)

### 3.2. Outcome

- [Value Proposition](#)

### 3.3. Lernziele

#### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer:innen kennen die 2 Perspektiven des Value Proposition Canvas
- Die Teilnehmer:innen kennen die 3 Aspekte eines Wertangebots ("Value Proposition")
- Die Teilnehmer:innen kennen die 3 Aspekte eines Kundensegments
- Die Teilnehmer:innen kennen den idealen Weg zur Befüllung eines Value Proposition Canvas
- Die Teilnehmer:innen sind sich im Klaren darüber, dass potenzielle Gewinne ("gains") für ein Kundensegment von den Kunden nicht bewusst wahrgenommen werden

#### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer:innen kennen den Zusammenhang zwischen den Bereichen "Kundenaufgaben" und "Produkte & Dienstleistungen" im Value Proposition Canvas zu den Bereichen "Wertangebot" und "Kundensegmente" des Business Model Canvas
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage zu entscheiden, ob für verschiedene Kundensegmente unterschiedliche Value Proposition Canvases erstellt werden sollten
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage zu entscheiden, für welche Kundensegmente in ihrem Arbeitskontext ein Value Proposition Canvas erstellt werden sollte

#### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, Produkte und Dienstleistungen für das Wertangebot zu identifizieren, die im Zusammenhang mit dem Geschäftsmodell in ihrem Arbeitskontext stehen
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, in ihrem Arbeitskontext die Schmerzmittel ("pain relievers") von den Gewinnbringern ("gain creators") zu unterscheiden
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, Wertangebote für verschiedene Kundensegmente auf Basis von Empathiekarten ("empathy maps") und Geschäftsmodellen in ihrem Arbeitskontext zu erstellen



## 4. Wertschöpfung messen

### 4.1. Related Tools

- [Value Proposition](#)
- [Delivery Kanban](#)
- [Feedback Loops](#)

### 4.2. Outcome

- [Value Model](#)

### 4.3. Lernziele

#### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer:innen kennen die Unterschiede zwischen vorlaufenden ("leading") und nachlaufenden ("lagging") Indikatoren
- Die Teilnehmer:innen kennen den Unterschied zwischen dem Ergebnisraum, dem Handlungsraum und dem Wirkungsraum

#### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer:innen sind sich des Informationsgewinns oder -mangels bewusst, der von der Entscheidung abhängt, ob ein Nutzenmodell in ihrem Arbeitskontext verwendet wird oder nicht
- Die Teilnehmer:innen sind sich der führenden ("leading") und nachlaufenden ("lagging") Indikatoren in ihrem Arbeitskontext bewusst
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, führende ("leading") Indikatoren aus dem Wertversprechen und nachlaufende ("lagging") Indikatoren aus dem Kundensegment des Value Proposition Canvas abzuleiten

#### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, die nicht offensichtlichen Früh- und Spätindikatoren ("leading and lagging indicators") zu identifizieren, die nicht aus dem Value Proposition Canvas in ihrem Arbeitskontext abgeleitet werden können
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, ein Nutzenmodell für ihren Arbeitskontext zu erstellen
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, das Nutzenmodell als Werkzeug in Feedbackschleifen zu verwenden



## 5. Das Umfeld verstehen

### 5.1. Related Tools

- [Persona](#)

### 5.2. Outcome

- [Stakeholder Map](#)

### 5.3. Lernziele

#### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer:innen kennen die vier Kreise des Stakeholder Onion Diagrams
- Die Teilnehmer:innen kennen die zwei Dimensionen des Power-Interest Grids
- Die Teilnehmer:innen kennen die vier Quadranten des Power-Interest Grids

#### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, Stakeholder Maps für ihren Arbeitskontext zu erstellen und zu entwickeln

#### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer:innen kennen die politischen Dimensionen des Stakeholder Mappings in ihrem Arbeitskontext



## 6. Das Umfeld beeinflussen

### 6.1. Related Tools

- [Stakeholder Map](#)
- [Value Proposition](#)
- [Roadmap](#)
- [Impact Map](#)

### 6.2. Outcome

- [Inception Deck](#)

### 6.3. Learning Objectives

#### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer:innen kennen die 10 Ansichten des Inception Decks
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage zu entscheiden, ob sie einen Elevator Pitch oder eine Produktbox als Teil des Inception Decks verwenden wollen

#### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, die relevanten Stakeholder für das Inception Deck aus der Stakeholder Map auszuwählen
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage zu entscheiden, welches Value Proposition sie für das Inception Deck verwenden wollen oder wie sie verschiedene Value Propositions kombinieren wollen
- Die Teilnehmer:innen sind sich der Beziehung und der Bedeutung der Zielgruppe in ihrem Arbeitskontext bewusst
- Die Teilnehmer:innen sind sich der politischen Nebeneffekte des Inception Decks in ihrem Arbeitskontext bewusst

#### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, in ihrem Arbeitskontext die Feedbackschleifen von den Inception Deck Pitches zum Wertangebot ("Value Proposition") und zum Geschäftsmodell ("Business Model") zu identifizieren und zu steuern



## 7. Einen Plan entwerfen

### 7.1. Related Tools

- [Inception Deck](#)
- [Value Model](#)

### 7.2. Outcome

- [Roadmap](#)

### 7.3. Lernziele

#### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer kennen das Konzept einer Goal Oriented Roadmap
- Die Teilnehmer sind in der Lage, Ziele für die Goal Oriented Roadmap zu beschreiben
- Die Teilnehmer kennen die Beziehungen und Abhängigkeiten von Zielen

#### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer sind in der Lage, die Ziele aus dem Inception Deck abzuleiten
- Die Teilnehmer sind in der Lage, die Ziele und die zugehörigen Metriken aus dem Value Model abzuleiten
- Die Teilnehmer sind sich des Unterschieds und der Beziehung zwischen Deliverables und Goals bewusst

#### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer kennen die Goal Oriented Roadmap als Werkzeug zur Erstellung eines Plans, nicht zur Erfolgsmessung
- Die Teilnehmer kennen die Goal Oriented Roadmap als Hilfsmittel für die Kommunikation mit Stakeholdern





## 8. Ergebnisse herunterbrechen

### 8.1. Related Tools

- [Roadmap](#)
- [Stakeholder Map](#)
- [Story Map](#)

### 8.2. Outcome

- [Impact Map](#)

### 8.3. Lernziele

#### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer:innen wissen, was die Impact Map ist.
- Die Teilnehmer:innen kennen die Elemente einer Impact Map.

#### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, eine Impact Map auf Basis eines in der zielorientierten Roadmap formulierten Ziels zu erstellen.
- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, aus einem Stakeholder Onion Diagram die relevanten Stakeholder als Akteure in einer Impact Map auszuwählen.

#### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer:innen sind in der Lage, für ihren Arbeitskontext eine Impact Map zu erstellen. Die Teilnehmer:innen sind in ihrem Arbeitskontext in der Lage zu entscheiden, bis zu welchem Detailgrad sie die Deliverables der Impact Map beschreiben.



## 9. Die Lösung beschreiben

### 9.1. Related Tools

- [Impact Map](#)
- [Persona](#)
- [Delivery Kanban](#)
- [Product Backlog](#)

### 9.2. Outcome

- [Story Map](#)

### 9.3. Lernziele

#### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer kennen die Konzepte von Story Maps, Backbone und Walking Skeleton
- Die Teilnehmer sind in der Lage, eine Story Map für die Release-Planung zu verwenden

#### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer wissen, wie man mit verschiedenen Benutzern in einer Story Map arbeitet
- Die Teilnehmer kennen den Unterschied zwischen dem Walking Skeleton und einem Minimum Viable Product
- Die Teilnehmer sind in der Lage, Story Maps für ihren Arbeitskontext zu erstellen

#### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer kennen die verschiedenen Möglichkeiten, die Swimlanes von Story Maps zu nutzen und deren Auswirkungen auf ihren Arbeitskontext
- Die Teilnehmer sind in der Lage, Story Maps für die Planung der nahen und fernen Zukunft zu nutzen



## 10. Entwicklungsarbeit priorisieren

### 10.1. Related Tools

- [Story Map](#)
- [Value Model](#)
- Real Options

### 10.2. Outcome

- [Product Backlog](#)

### 10.3. Lernziele

#### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer kennen den Unterschied zwischen einem Product Backlog und einer To-Do-Liste
- Die Teilnehmer kennen das Konzept des Product Backlogs von Optionen
- Die Teilnehmer sind sich der Konsequenzen bewusst, die sich ergeben, wenn man mehrere Backlogs für ein Produkt hat
- Die Teilnehmer kennen das Konzept der echten Optionen
- Die Teilnehmer kennen die 4 Attribute einer Option

#### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer kennen den Zusammenhang zwischen einem Product Backlog und einer Story Map
- Die Teilnehmer sind in der Lage, die verschiedenen Arten von Backlog Items zu beschreiben, die in ihrem Arbeitskontext vorkommen
- Die Teilnehmer sind in der Lage, die Leading Indicators zu identifizieren, die ein bestimmtes Backlog Item beeinflussen
- Die Teilnehmer kennen den Unterschied zwischen einem priorisierten, einem geordneten und einem geschätzten Produkt-Backlog und wissen, welche Auswirkungen diese verschiedenen Arten von Produkt-Backlogs in ihrem Arbeitskontext haben
- Die Teilnehmer sind sich des Unterschieds zwischen Aufgaben und Optionen bewusst

#### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer sind in der Lage zu entscheiden, ob sie in ihrem Arbeitskontext den Aufwand von Backlog Items schätzen wollen oder nicht
- Die Teilnehmer sind in der Lage zu entscheiden, ob sie in ihrem Arbeitskontext das Product Backlog als Backlog von Optionen behandeln wollen oder nicht



## 11. Bauen und ausliefern

### 11.1. Related Tools

- [Product Backlog](#)
- [Delivery Kanban](#)

### 11.2. Outcome

- [Product Increment](#)

### 11.3. Learning Objectives

#### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer wissen, wie Kanban auf Prozesse wirkt
- Die Teilnehmer kennen Proto-Kanban
- Die Teilnehmer kennen die 7 Kadenzen von Kanban
- Teilnehmer kennen das Lead Time Distribution Diagramm
- Die Teilnehmer kennen den Unterschied zwischen einem feedback-ready Produktinkrement und einem delivery-ready Produktinkrement

#### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer kennen die Abstraktionsebene von Kanban und wissen, wie man agile Frameworks in den Kanban-Ablauf einbettet
- Die Teilnehmer sind in der Lage, den Kanban-Workflow für ihren Arbeitskontext zu definieren und zu entwickeln
- Die Teilnehmer sind in der Lage, die Kriterien für ein Produktinkrement in ihrem Arbeitskontext zu definieren

#### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer sind in der Lage, das Lead Time Distribution Diagramm für die Planung mit der Story Map und dem Product Backlog in ihrem Arbeitskontext zu nutzen
- Die Teilnehmer sind in der Lage, das Lead Time Distribution Diagramm für die Prognose und Definition von Service Levels in ihrem Arbeitskontext zu nutzen



## 12. Feedback Loops managen

### 12.1. Related Tools

- [Business Model](#)
- [Value Proposition](#)
- [Inception Deck](#)
- [Value Model](#)
- [Impact Map](#)
- [Story Map](#)
- [Product Increment](#)

### 12.2. Outcome

- [Feedback Loops](#)
- Experiments and Tests

### 12.3. Learning Objectives

#### Kompetenzlevel 1

- Die Teilnehmer wissen, wie sie Experimente und Tests beschreiben können
- Die Teilnehmer kennen die fünf Kernelemente von Feedbackschleifen

#### Kompetenzlevel 2

- Die Teilnehmer wissen, wie man zwischen Experimenten, Tests und Feedback-Schleifen unterscheiden kann
- Die Teilnehmer wissen, wie man zwischen Latenz und Kadenz in Feedbackschleifen unterscheidet
- Die Teilnehmer sind in der Lage, Experimente und Tests in ihrem Arbeitskontext zu definieren
- Die Teilnehmer sind in der Lage, zwischen Rauschen und wertvollem Feedback zu unterscheiden

#### Kompetenzlevel 3

- Die Teilnehmer sind in der Lage, verschiedene Werkzeuge mit wertvollen Feedback-Schleifen in ihrem Arbeitskontext zu verbinden
- Die Teilnehmer sind in der Lage, Feedbackschleifen in ihrem Arbeitskontext zu beschreiben
- Die Teilnehmer sind in der Lage, Feedbackschleifen in ihrem Arbeitskontext anzuwenden



## Verzeichnis der Lernziele