



# Die Anforderung lebt

Vor einiger Zeit traf ich Businessprozess- und Produktverantwortliche eines großen Unternehmens. Sie hatten sich zum Ziel gesetzt, ihre IT zu beschleunigen, indem „eben mal Scrum eingeführt werden sollte“. Ich konnte sie davon überzeugen, dass man zunächst einmal einen Blick auf den Gesamtentwicklungsprozess werfen sollte, um zu identifizieren, wo denn bislang die meiste Zeit verloren ging. Das Ergebnis war für mich nicht überraschend: Über 70 Prozent der Zeit verstrich in der Regel, bevor ein Entwicklungsauftrag an die IT ging, das heißt während des Anforderungsprozesses.

Diese Erfahrung machen viele von uns: Alle agilen Transformationen, die nur Entwicklungsteams in Scrum oder Kanban führen, machen schnell die Erfahrung, dass der Product Owner der eigentliche kritische Erfolgsfaktor für die Transformation ist. Das Problem ist dabei in der Regel nicht die Arbeit mit dem Team, sondern die Arbeit mit den Stakeholdern und/oder Kunden:

- Welche Ziele sollen eigentlich erreicht werden?
- Hinter welchen Anforderungen verbirgt sich tatsächlich hoher Nutzen?
- Wie messe ich ein günstiges Nutzen-/Kostenverhältnis?

Auch unsere Autoren in dieser Ausgabe von OBJEKTSpektrum sprechen diese Fragen an: **Patrick Grässle** stellt heraus, wie wichtig die Erarbeitung der Ziele für ein erfolgreiches Anforderungsmanagement ist. **Dominik Maximini** bestätigt, wie wichtig dies auch für die Verwendung von User-Stories ist: „Die Stakeholder müssen ihre Ziele kennen.“ Und **Monika Schubert** stellt unter anderem Impact Maps als Werkzeug zur Release-Planung heraus.

All dies sind moderne Ansätze zum *Requirements Engineering (RE)*. Darüber hinaus gibt es weitere Werkzeuge, die sich nicht nur in Start-ups, sondern zunehmend auch in großen Unternehmen verbreiten und die allesamt darauf zielen, Geschwindigkeit und Qualität im Anforderungsprozess nicht nur zu beschleunigen, sondern auch qualitativ zu verbessern, indem sie durch direkte und transparente Kommunikation schnelle Feedback-Zyklen und mehr Kreativität ermöglichen.

„Design Thinking“ und „Lean Startup“ sind nur zwei prominente Beispiele für solche Methoden. In dem oben erwähnten Unternehmen haben wir zu diesem Zweck einfach ein Scrum im Anforderungsprozess eingeführt und den Produktmanager damit aus seinem Kommunikations-Flaschenhals befreit. Die Folge war eine Reduzierung der Zeit bis zur Beauftragung der IT auf weniger als die Hälfte. Damit haben auch wir bewiesen, was **Thaddäus Dorsch** in seinem Artikel behauptet: Die Anforderung lebt!

Ihr Thorsten Janning  
Chefredakteur