

Vorwort zur 3. Auflage

Das Product Backlog ist priorisiert, die ersten Sprints laufen super, das Team liegt deutlich vor dem Plan, alle sind begeistert. Ab Sprint 3 oder 4 kommen Anforderungen hinzu, die Design-Entscheidungen der ersten Sprints in Frage stellen. Es kommt zu aufwendigen Refactorings und die bei Projektstart noch für Begeisterung sorgende Velocity nähert sich der Nulllinie.

Jeder, der in mehr als einem agilen Projekt gearbeitet hat, kennt diese Situation in mehr oder weniger ausgeprägter Form. Und bei näherer Betrachtung ist ein Velocity-Einbruch auch eine naheliegende Konsequenz aus dem agilen Grundsatz, immer das zu tun, was derzeit am wichtigsten ist. Steht beispielsweise die mobile Version der Anwendung weit unten im Backlog, dann ist es im aktuellen Sprint vielleicht einfacher, vom Backend HTML statt JSON liefern zu lassen, obwohl JSON hinsichtlich der Unterstützung verschiedener Clients geeigneter wäre.

Wir möchten mit der 3. Auflage unseres Buches Product Ownern und Entwicklungsteams dabei helfen, von Projektstart an einen Gesamtblick auf das zu entwickelnde Produkt zu bekommen, ohne vom erwähnten YAGNI-Prinzip¹ abzulassen. Aus diesem Grund haben wir uns beim Entwurf der Neuauflage dieses Buches dafür entschieden, ein komplett neues Kapitel zum Thema „User Story Mapping“ zu schreiben, das genau diesen Aspekt einer ganzheitlichen Produktsicht adressiert.

User Story Mapping ist eine Methode zum gemeinsamen Entdecken der User Stories des anstehenden Produkts. Der Product Owner tritt dabei einen Schritt zurück und wirft zusammen mit dem Team und anderen Stakeholdern einen „breiten“ Blick aufs Produkt, ohne dabei in die Tiefe zu gehen. Gemeinsam versucht das Team das Produkt in seiner Gesamtheit zu verstehen und als Story Map zu visualisieren. Die Story Map ist kein Ersatz fürs Backlog, sondern die Basis für dessen Befüllung und Priorisierung. Story Mapping ist nicht nur für den Product Owner spannend, sondern auch für Entwickler und Architekten. Der Product Owner bekommt eine konkrete Methode an die Hand. Entwickler und Architekten rücken näher ans Produkt und können Design-Entscheidungen nicht mehr nur basierend auf einzelnen Stories, sondern mit Blick auf das gesamte Produkt treffen.

Für die 3. Auflage meines Buches konnte ich Dr. Johannes Mainusch als Co-Autor gewinnen. Johannes und ich arbeiten seit vielen Jahren zusammen und haben in den letzten zehn Jahren die unterschiedlichsten Erfahrungen in verschiedenen agilen Projekten ge-

¹ YAGNI ist ein Akronym und steht für „You Aren't Gonna Need It“

sammelt. Eines der spannendsten Projekte war sicher der Relaunch der E-Commerce-Plattform des Hamburger Unternehmens Otto. Das Projekt war in mehrfacher Hinsicht spannend: 60 Entwickler, bis zu zehn parallel arbeitende agile Entwicklungsteams und eine Laufzeit von mehr als zwei Jahren.

Johannes war Entwicklungsleiter dieses Projektes und berichtet in dem zweiten neuen Kapitel „Verticals – SCRUM@OTTO“ im Stile eines Praxisberichts von seinen Erfahrungen. Der Praxisbericht zeigt zum einen, dass Scrum nicht dafür gedacht ist, streng nach Lehrbuch implementiert zu werden, sondern dass sowohl Methodik als auch Rollen an die jeweilige Situation angepasst werden müssen. Zum anderen zeigt der Bericht, dass bei der Durchführung großer agiler Projekte nicht nur die Organisation entsprechend angepasst werden muss, sondern dass auch die gewählte Softwarearchitektur so entworfen werden muss, dass sie einen hohen Entwicklungsdurchsatz auch bei so großen Projektsetups unterstützt.

Story Mapping und Scrum im Großen sind damit die beiden wichtigen Neuerungen der 3. Auflage dieses Buches. Wir hoffen, Ihnen mit diesen beiden Themen zwei weitere wichtige Facetten der Agilen Softwareentwicklung näherzubringen, die Ihnen bei der Anforderungsanalyse und beim Aufspüren von User Stories helfen und Sie dabei unterstützen, Scrum in größerem Umfang im Rahmen von Multi-Team-Setups einzuführen.

Hamburg, im September 2016

Ralf Wirdemann und Dr. Johannes Mainusch