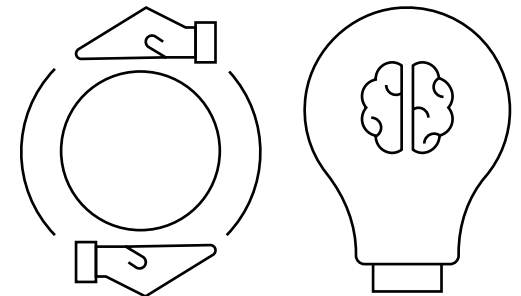


Team Alignment Canvas

Ein visuelles Werkzeug um die Kommunikation in Teams zu verbessern, Hypothesen zu verfeinern und Entscheidungen darüber zu treffen, worauf man sich individuell und gemeinsam konzentrieren sollte.

Einleitung

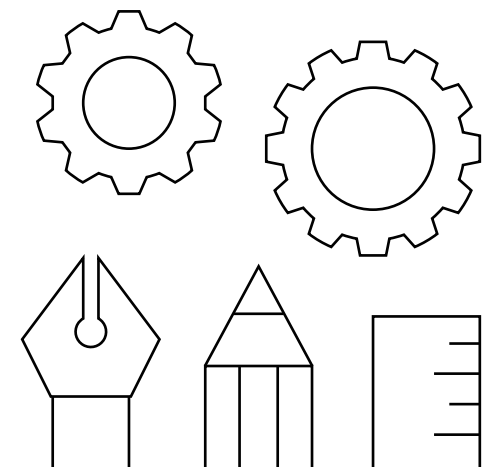
Projekte sind ein unerlässlicher Bestandteil unseres täglichen Geschäftes. Der beste Weg um ein Projekt effektiv sowie erfolgreich auszuführen hat sich zum absoluten Dauerthema in der digitalen Branche entwickelt. Es gibt zwischenzeitlich unendlich viele Lösungen und Theorien zu diesem Thema. Ein der grössten Herausforderung ist jedoch die Entscheidungsfindung und eine gute Kommunikation innerhalb eines Teams. Ist nicht bei jedem Mitglied dasselbe Verständnis vorhanden, so führt das oft zu vielen Folgeproblemen und Frust. Der Team Alignment Canvas setzt genau dort an. Durch die gezielte Fragestellung werden Hypothesen verfeinert und Entscheidungen im Team erarbeitet, damit jedes Teammitglied einen klaren Überblick über das Projekt erhält. In anderen Worten: Jeder zieht am selben Strang.



Über die Team Alignment Canvas

Der Canvas soll als Werkzeug genutzt werden, um die Kommunikation im Team zu festigen und allen Beteiligten eine Übersicht über das gesamte Projektvorhaben bieten. Das Bedürfnis nach einem Team Alignment Canvas entstand in einem Scrum Team aus dem Finanzsektor, dass trotz agiler Arbeitsmethoden an einer gemeinsamen Kommunikation haderte. Inspiration und Basis für den Canvas waren dabei bereits empirisch getestete visuelle Tools wie der Business Model Canvas und der Team Canvas. In mehreren Durchläufen wurde der Canvas schrittweise in einem Team von Designern, Projektleitern und Programmieren überarbeitet und verfeinert. Das Ergebnis der gemeinsamen Arbeit ist ein einfaches, schnell nutzbares Werkzeug, das aus sieben Feldern besteht und kombiniert einen idealen Überblick über das Projekt gibt.

Die Entscheidung einen neuen Canvas zu erarbeiten entwickelte sich dabei aus den nicht vorhandenen Lösungen im Netz. Das Internet ist natürlich gegenwärtig gesättigt mit Tools, die alle versuchen, spezifische Probleme zu lösen. Jedoch konzentriert sich keines dabei auf die gemeinsame Erarbeitung einer Lösung, in dem das Team einen gesamten Überblick des Projektes behalten kann. Nur mit einem guten Überblick und Verständnis für das zu erreichende Ziel, kann das Team motiviert und engagiert in eine gemeinsame Richtung arbeiten. Zusätzlich fehlte ein Werkzeug, das nicht nur vom Team aber auch von anderen nicht Team bezogenen Interessengruppen verstanden werden kann. Der Canvas begleitet das Team. Grossformatig ausgedruckt ist er für alle beteiligten sichtbar und dient dabei als Leuchtturm, der durch das gesamtes Projekt führt.



Anwendung

Der Team Alignment Canvas soll ein dynamisches Tool sein. Er kann beliebig oft überarbeitet werden und muss nicht auf Anhieb perfekt sein. Er soll ein Projekt von Beginn bis zum Schluss begleiten und als ständige Stütze für das Team und den Projektverantwortlichen dienen, um den Fokus nicht aus den Augen zu verlieren. Er ist also nicht nur ein Tool, das hilft einen gemeinsamen Schwerpunkt oder eine Diskussionsbasis zu finden, sondern er ist auch der Richtungsanzeiger, der jederzeit konsultiert werden kann, wenn Unklarheiten bestehen.

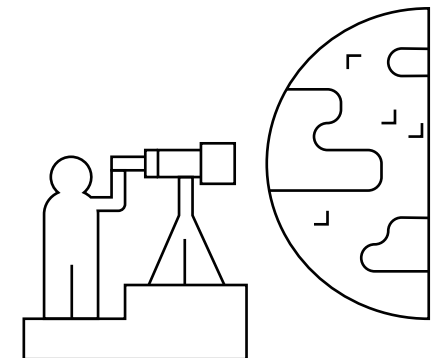
Der erste Einsatz soll immer zu Beginn eines Projektes und in einem Workshop mit dem gesamten Entwicklungsteam stattfinden. Der Canvas soll dafür möglichst grossformatig ausgedruckt werden und am besten nach dem ersten Workshop für jeden ersichtlich und zugänglich aufgehängt werden. Der Projektverantwortliche leitet den Workshop und soll bereits alle nötigen Informationen im Voraus sammeln. Auch empfiehlt es sich, bereits einmal einen Canvas selber als Übung auszufüllen.

Der gesamte Canvas besteht aus sieben Feldern, jeweils in vier Gruppen unterteilt. Der oberste Teil des Canvas dient zur groben Definierung des Projektes, dann kommt die Zielsetzung, der mittlere Teil ist die Lösung und der untere Teil sind die involvierten Beteiligten. Es ist wichtig der Canvas Schritt für Schritt auszufüllen, da jedes einzelne Feld jeweils Einfluss auf das Nächste nimmt.

Diskussionen sind beim Ausfüllen der Canvas essentiell und sollten stark gefördert werden. Durch die offene Diskussion wird sichergestellt, dass alle

Beteiligten über alle Informationen verfügen. Zudem wird gefördert, dass alle ihren Beitrag leisten und ihre Meinung ausdrücken konnten.

Für den Workshop selbst benötigt man nur Post-its und alle, im Team involvierte Mitglieder, die später auch an der Umsetzung des Projektes beteiligt sind. Interessenvertreter können bei der Umsetzung des Userflows helfen, wenn dies im Team gewünscht ist.



Prozessbegleitung in vier Schritten

Schritt 1: Projekt definieren.

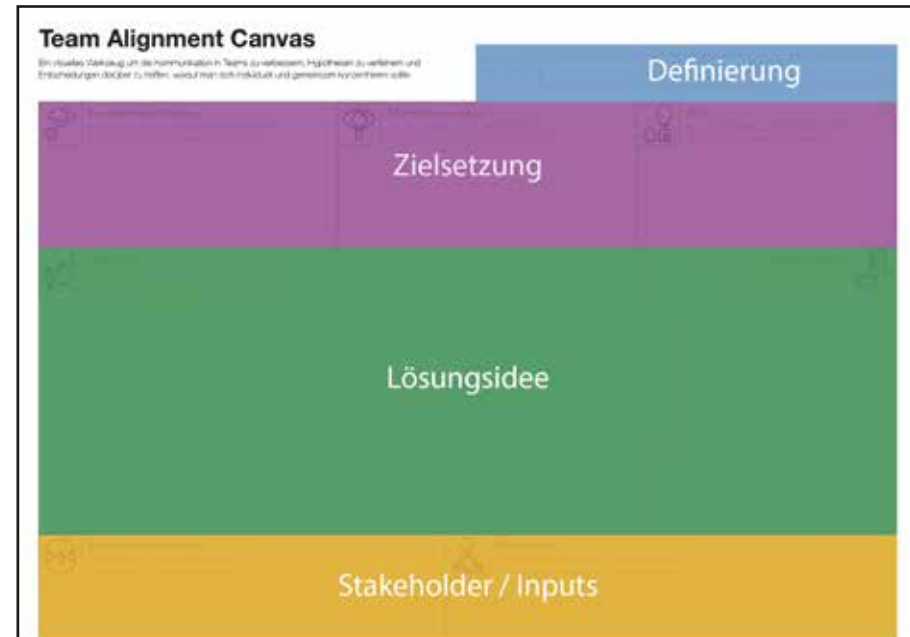
Hier wird der Projektnamen und der Projektverantwortliche festgehalten, damit jederzeit klar ist, um welches Projekt es sich handelt und wer die richtige Ansprechperson bei Fragen ist. Da es mehrere Änderungen der Canvas während eines Projektes geben kann, ist auch das Datum wichtig, um die Versionen nicht zu verwechseln.

Schritt 2: Gemeinsames Ziel festlegen.

Im zweiten Schritt geht es um die Definition eines gemeinsamen Zieles. Um dieses jedoch zu definieren, braucht es klare Angaben zu den Bedürfnissen der Nutzer und mögliche analytische Daten, die bereits bestehen. Deshalb werden zunächst die Wünsche der Nutzer betrachtet. Was sind ihre Ärgernisse? Was fehlt ihnen? Diese Angaben sollten, wenn möglich, nicht hypothetisch sein, sondern auf tatsächlichen Bedürfnissen beruhen. Dann werden mögliche Erkenntnisse festgehalten, wie z. B. analytische Daten zum Nutzerverhalten oder mögliche Marktforschung zum Thema. Sie dienen vor allem zur nochmaligen Infragestellung von Nutzerverhalten. Wenn Kundenbedürfnisse und Marktforschung definiert sind, kann ein gemeinsames Ziel erarbeitet werden, an dem sich das gesamte Projekt orientiert. Was ist die Grundintention des Projektes? Welches Bedürfnis soll das Ergebnis erfüllen?

Schritt 3: Eine erste Lösung erarbeiten.

Nun kann eine erste mögliche Idee für eine Lösung zur Erreichung des Ziels erarbeitet werden. Dafür dient vor allem das skizzenhafte Aufschreiben der nötigen Schritte, die ein möglicher Nutzer durchführen muss, um am Schluss ein positives Ergebnis zu erreichen. Dieser erste Userflow kann sehr einfach



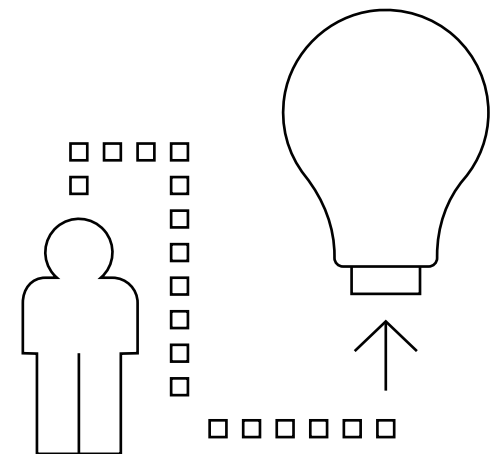
gehalten werden: Pro Post-it wird ein Schritt aufgezeichnet. Der Userflow sollte Antworten auf Fragen aufweisen, wie zum Beispiel welche Informationen der Nutzer benötigt, um die gewünschte Aufgabe zu erfüllen. Aus dem Userflow ergeben sich dann die nötigen Aufgaben, die im Team verteilt werden, um das Ziel und den definierten Flow umzusetzen. Diese Aufgaben sollten auf Post-its klar beschrieben und innerhalb eines festgelegten Zeitfensters abgearbeitet werden.

Schritt 4: Beteiligte festhalten und mögliche Ideen Parken.

Sobald ein gemeinsames Verständnis erreicht wurde, was das Projekt ist und welches Ziel es verfolgt, ist es an der Zeit sich auf die Menschen in und um

das Projekt herum zu konzentrieren. Von einzelnen Teammitgliedern bis hin zu Stakeholdern, werden sie alle betrachtet. Wer sind die Teammitglieder und was sind ihre Rollen? Wer ist indirekt in das Projekt eingebunden und für dessen erfolgreiche Umsetzung wichtig?

Der Parkplatz hingegen dient lediglich als Ablageort für all die Diskussionen, die nicht wirklich relevant sind, jedoch nicht vergessen werden sollten. Alle hier abgelegten Post-its sollten vom Projektverantwortlichen zu einem späteren Zeitpunkt wieder aufgenommen und geklärt werden.



Erklärung der einzelnen Felder

Die Felder auf dem Canvas sind bewusst aufgeteilt und sollten immer der Reihenfolge nach von oben links nach unten rechts ausgefüllt werden. Um das Verständnis der einzelnen Felder zu erleichtern, wurde jedes Einzelne hier nochmals vertieft beschrieben.

Ziel:

Der Grund für die Durchführung des Projekts und die Absichten des Projektleiters.

Was ist das Ziel?

Das Ziel ist der fundamentale Zweck, warum das Projekt ins Leben gerufen wurde. Ohne klares Ziel kann ein Projekt in eine völlig falsche Richtung gesteuert werden und am Ende falsche Resultate liefern. Das Ziel definiert das Vorhaben und den positiven Mehrwert, der durch das Durchführen des Projektes erlangt wird.

Warum ist das Ziel wichtig?

Sobald ein Projekt geplant wird, ist der erste wichtige Schritt die Spezifizierung, was mit diesem Projekt überhaupt erreicht werden soll. Das dabei erfasste Ziel dient für alle beteiligten als fortlaufende Richtlinie durch ein Projekt. Es definiert, was das Projekt bewirken wird und welche Vorteile es dem Endnutzer bringen soll. Nicht zuletzt ist es aber vor allem ein Motivator für das Team, denn es verpflichtet sie, zusammen dieses Ziel zu erreichen.

Folgende Fragen können bei der Definition des Ziels hilfreich sein:

- Warum machen wir das Projekt, gibt es ein klares Bedürfnis?
- Was ist die Absicht des Project Owners, was ist sein Wunsch?
- Welche Funktion oder welches Produkt wird neu erarbeitet, geändert oder erweitert?

Kundenbedürfnisse:

Verlangen eines Kunden nach der Behebung eines Mangels.

Was sind Kundenbedürfnisse?

Der Erfolg jedes Unternehmens basiert darauf, dass es mit dem eigenen Produkt oder Service relevante Kundenbedürfnisse erkennt und befriedigt oder den Alltag der Kunden deutlich erleichtert. Diese Kunden stossen in ihrem Alltag ständig auf Hindernisse, die oft zu Frustrationen führen. Aus diesen Frustrationen oder Hindernissen kann man klare Bedürfnisse definieren und Lösungen heraus kristallisieren. Wünsche, Probleme oder Frustrationen der Kunden sind also sehr eng mit dem Ziel verbunden, da falsche Kundenbedürfnisse falsche Ergebnisse hervorrufen und somit ein gesamtes Projekt obsolet machen.

Warum sind Kundenbedürfnisse wichtig?

Kundenbedürfnisse sind der Grund für die Entstehung eines Projekts. Besteht kein Kundenbedürfnis so hinterfragt dies die Zweckmässigkeit des Projektes und somit des Zieles. Nicht zu selten wird ein neues Produkt auf dem Markt lanciert, das eigentlich keiner braucht, da es keine Kundenbedürfnisse stillt. Genau deshalb ist es so wichtig herauszufinden welche Bedürfnisse/Probleme unsere Kunden haben und was sie brauchen, um diese zu stillen.

Die folgende Fragen können helfen, um potenzielle Kundenbedürfnisse zu definieren. Wichtig hier ist nicht mit Annahmen zu arbeiten, sondern mit tatsächlichen Erkenntnissen:

- Wo genau in einem Prozess entsteht Frust beim Kunden?
- Gibt es bereits Lösungen und warum ist der Kunde damit nicht zufrieden?
- Was möchte der Kunde erreichen bzw. was braucht er um zum Ziel zu gelangen?
- Gibt es Performance-Probleme oder stockt der Kunde bei der aktuellen Lösung?
- Was sind Hauptschwierigkeiten und Herausforderungen, auf die Kunden stossen?

Marktforschung:

Verlangen eines Kunden nach der Behebung eines subjektiv empfundenen Mangels.

Was ist Marktforschung?

Marktforschung ist die Erhebung, Aufbereitung und Auswertung von Daten nach anerkannten Methoden. Die Forschungsergebnisse stellen häufig die Basis für die Projektentscheidungen und dem Ziel dar. Umso wichtiger ist es, in jedem Projekt eine ausführliche Erforschung, nicht nur der möglichen Kunden, sondern auch der Konkurrenz durchzuführen, denn sie können das Ziel stark beeinflussen.

Warum ist Marktforschung wichtig:

Bei der Erarbeitung einer Lösung im Team entstehen immer wieder Hypothe-

sen. Glücklicherweise bietet das Internet eine Vielzahl von ausgezeichneten analytischen Auswertungen, die bei der Erforschung von Nutzerverhalten oder von Konkurrenzprodukten helfen können. Das Ziel dieser Forschungen ist der Gewinn relevanter Erkenntnisse, die dem Team später helfen, können ihre Annahmen gegenzuprüfen und somit ein besseres relevantes Produkt zu lancieren.

Die folgenden Fragen können bei der Suche nach relevanten Forschungen hilfreich sein:

- Welche Muster im Nutzerverhalten können bereits jetzt festgestellt werden?
- Gibt es zu gewissen Kundenbedürfnissen bereits ähnliche Lösungen und funktionieren diese?
- Was sind Trends des Marktes in diesem Bereich und was ist technisch möglich?
- Gibt es analytische Auswertungen, sind diese vielleicht relevant für unser Projekt?

Userflow:

Wesentliche Schritte eines Kunden in überschaubare Teile unterteilt, um ein Ziel zu erreichen.

Was ist ein Userflow?

Beim Aufzeigen des Userflows konzentrieren wir uns nicht auf das Gefühl der Benutzer, sondern auf die Visualisierung einer möglichen Lösung, die den Nutzer zum Ziel bringen. Der Userflow zeigt sehr skizzenhaft auf, was für einzelne Schritte ein Nutzer machen muss, um vom Einstiegspunkt durch

eine Reihe von Schritten, zu einem erfolgreichen Ergebnis zu gelangen. Diese erste Skizze dient als Orientierung, um den Umfang eines Projektes zu definieren.

Warum ist ein Userflow wichtig?

Ein guter Userflow hilft dem Produktteam eine Erfahrung aufzubauen, die klar auf die Bedürfnisse der Nutzer zugeschnitten ist. Durch eine erste Abbildung der nötigen Schritte können mögliche Probleme sei es Technisch oder Gestalterisch schnell erkannt werden. Dieser einfache Prozess regt die Diskussion im Team an und führt das Team später klar durch die Umsetzung. Zusammen werden hier erste Lösungen zum gewünschten Ziel erarbeitet.

Die folgenden Fragen bei der ersten Iteration eines Userflows helfen.

Wichtig hier ist zu beachten, dass es um eine grobe erste Version geht. Es muss nicht perfekt sein:

- Was für ein Endziel versucht der Nutzer zu erreichen. Z. B. Kauf eines Produktes?
- Welche Informationen benötigt der Nutzer, um die gewünschte Aufgabe zu erfüllen?
- Welche möglichen Hürden könnten dem Nutzer bei der Ausführung begegnen?

Massnahmen:

Projektmaßnahmen sind Aufgaben, Tätigkeiten oder Arbeiten, die dazu beitragen das Projekt erfolgreich abzuschliessen.

Was sind Massnahmen?

Aktionen oder Massnahmen sind Aufgaben, die innerhalb eines definierten Zeitraums von internen oder auch externen Teammitgliedern erledigt werden müssen. Sie bringen das Projekt zum gewünschten Endergebnis. Sie können in kleinere Arbeitsaufgaben aufgeteilt werden, oder als grössere Aufgabe festgehalten werden. Je nachdem, auf welcher Ebene sie durchgeführt werden.

Warum sind Massnahmen wichtig?

Jedes Projekt braucht einen klaren Aktionsplan, fehlt dieser führt das zu Verwirrung und schlechten Resultaten. Zudem gehen oft wichtige Aufgaben vergessen oder werden zu spät erst erkannt. Klar und deutlich definierte Massnahmen erleichtern die Zuordnung des Arbeitsaufwands zwischen den Teammitgliedern und halten den Prozess unter Kontrolle. Gute Massnahmen beschreiben ganz genau, was zu tun ist, bis wann und von wem die Aufgabe gelöst werden kann.

Die folgenden Fragen können bei der Festlegung von Massnahmen hilfreich sein:

- Was für Hindernisse stehen dem Team bevor und wer kann sie lösen?
- Welche Aufgaben müssen erledigt werden, um das Ziel zu erreichen. Z. B. UI Design, weitere User test oder Abklärung mit IT?
- Müssen noch Vorabklärungen gemacht werden?

Interessenvertreter:

Nicht Team zugehörige Gruppen oder Einzelpersonen, die das Ergebnis des Projekts beeinflussen oder davon betroffen sind.

Was sind Interessenvertreter?

Stakeholder oder auch Interessenvertreter können Einzelpersonen oder Gruppen sein, die einen positiven oder negativen Einfluss auf die Durchführung oder den Abschluss des Projekts haben. Jeder einzelne Vertreter hat dabei eine wichtige Rolle im Projekt und der ständige Austausch vom Team zu diesen Personen ist essentiell, um in einem späteren Zeitpunkt nicht auf unerwünschte negative Inputs oder mögliche Gegenwehr zu stossen.

Warum sind Interessenvertreter wichtig?

Der wohl wichtigste Grund Interessenvertreter dabei zu haben, ist ihr Know-how und wissen, das sie mit in ein Projekt bringen können. Oft fehlt im Team die Expertise. Diese externen Personen können genau diese Lücke füllen. Interessenvertreter können Kunden oder Experten sein. Muss das Team zum Beispiel eine Lösung für Sehbeeinträchtigte entwerfen, dann bietet es sich an, einen solchen Endnutzer zeitweise im Team zu integrieren. Das Endprodukt wird durch die Einbindung von Interessenvertreter stark verbessert.

Folgende Fragen können bei der Definition der Stakeholder hilfreich sein:

- Wer ist von dem Projekt positiv aber auch negativ betroffen?
- Welches Wissen oder welche Kompetenzen fehlen innerhalb des Projektteams?
- Welche externe Unterstützung ist erforderlich, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen?

- Müssen gewisse Personen abgeholt werden, bevor eine Entscheidung gefällt werden darf vom Team?

Parkplatz:

Ort für gute Ideen, Inputs oder Fragen, die im Moment nicht ausführlich angegangen werden, können aber nicht vergessen werden sollten.

Was ist ein Canvas Parkplatz?

Der Themenspeicher oder Parkplatz stellt sicher, dass alle Ideen festgehalten werden und alle gehört werden können. Was auch immer als Idee, Frage oder Überlegung zur Sprache kommt, aber gerade nicht zur Diskussion passt, kann auf dem Parkplatz geparkt werden und zu einem späteren Zeitpunkt wieder aufgegriffen werden.

Warum ist ein Canvas Parkplatz wichtig?

Oft entstehen im Team Diskussionen, die aber vom Thema abweichen. Nichtsdestotrotz ist es wichtig, diese Inputs aufzunehmen und nicht zu vergessen, denn nur so vermeidet man Unstimmigkeiten innerhalb des Teams. Jede Stimme ist relevant, und nur wenn jeder seine Inputs mitteilen konnte, kann ein Team harmonisch arbeiten. Diese offenen Themen sollten jedoch innerhalb des Projektes individuell nochmals adressiert und wenn möglich abgearbeitet werden. Der Parkplatz ist kein Mülleimer.