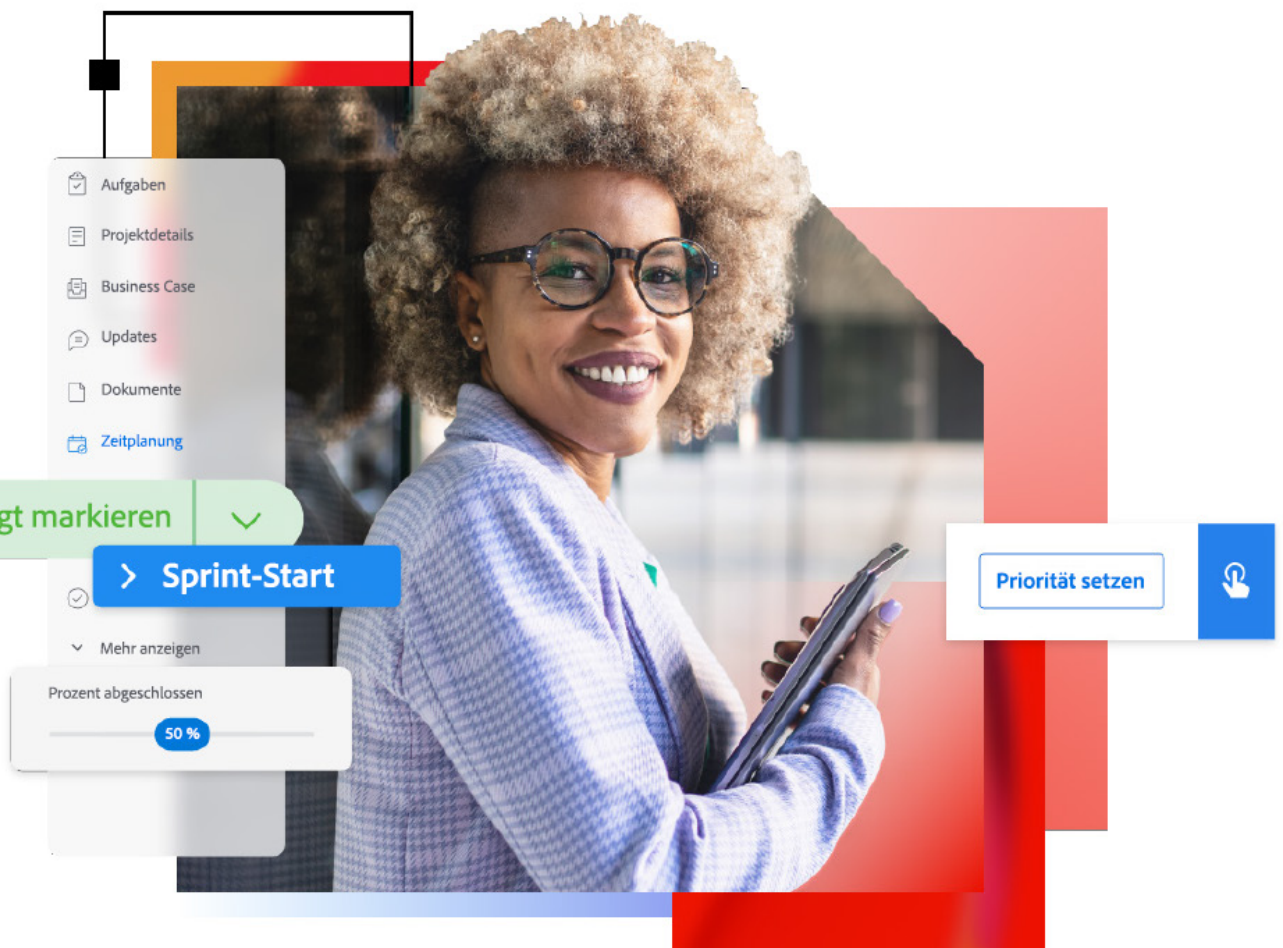




Der vollständige Leitfaden zu Agilität für Kreativ-Teams.

So verwaltet ihr Kreativprojekte mit agilem Work-Management.





Bringt Ordnung ins Chaos.

Arbeitet agil.

Kreativ-Teams sehen sich hohen Arbeitsvolumen, permanenten Anfragen nach Last-Minute-Projekten, unrealistischen Kundenanforderungen, ständiger Alarmbereitschaft, langwierigen Genehmigungsprozessen sowie einem Marktplatz gegenüber, der immer online und vernetzt ist und sich im stetigen Wandel befindet. All das müssen sie bewältigen und gleichzeitig hohe Arbeitsqualität abliefern. Aufgrund dieser Anforderungen sind Geschwindigkeit und Flexibilität in kreativen Arbeitsumgebungen heute wichtiger denn je.

Dennoch arbeiten die meisten Teams noch immer nach demselben Schema wie vor zehn oder zwanzig Jahren: recherchieren, planen, erstellen, verteilen und messen. Dies mag in der Vergangenheit gut funktioniert haben, doch heute bietet dieser Ansatz nicht mehr die Flexibilität oder Geschwindigkeit, die für die Anpassung an Feedback auf halber Strecke, dynamische Märkte oder Änderungen in der Strategie nötig ist. Außerdem eignet er sich nicht, um der überwältigenden Flut von Anfragen und dem Chaos zu begegnen, das zu verpassten Terminen, Mitarbeiterüberlastung und frustrierter Kundschaft führt.

Es gibt jedoch einen besseren Weg, den rund 80 % der Unternehmen übernommen haben, um ihre Produktivität zu erhöhen. Stellt euch vor, was ihr mit optimierten Prozessen und einem produktiveren Team alles erreichen könntet. Keine verpassten Termine mehr, keine Überstunden oder Extraschichten an Wochenenden mehr, keine frustrierte Kundschaft mehr.

Wie könnt ihr das erreichen? Das Zauberwort heißt „Agilität“.

In diesem Leitfaden erfahrt ihr alles, was ihr zur Einführung eines agilen Ansatzes wissen müsst, damit ihr Folgendes umsetzen könnt:

- Organisation und Verwaltung eurer Workloads und Teams
- Höherer Output
- Abgestimmte Team-Prioritäten
- Dauerhaft zufriedene Kundschaft

Was bedeutet Agilität und wie profitieren Kreativ-Teams davon?

Agilität ist eine Methodik zur Verwaltung von Projekten, die sich darauf fokussiert, die Geschwindigkeit, Produktivität, Anpassbarkeit und das Reaktionsvermögen im Kreativprozess sowohl intern als auch extern zu steigern. Sie hat ihre Wurzeln in der Welt der IT-Entwicklung und übernimmt viele ihrer Prozesse, sieht aber im Kontext von Kreativarbeit etwas anders aus.

Statt des traditionellen oder linearen Top-down-Ansatzes beim Projekt-Management, bei dem jede Projektphase erst nach Abschluss der vorherigen begonnen wird, ist der agile Ansatz eine modernere und flexiblere, Team-orientierte Methode. Bei Agilität liegt der Fokus auf der schnellen Fertigstellung kleinerer Abschnitte eines Projekts und nicht auf dem Abschluss des gesamten Projekts auf einmal.

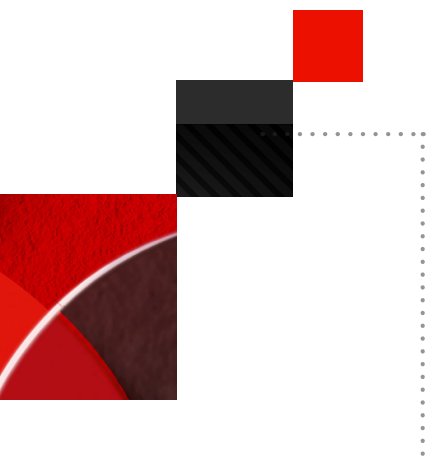
Beim traditionellen Ansatz würde ein Projekt zum Neu-Design einer Website beispielsweise folgendes Modell anwenden: Konzipierung des gesamten Projekts, Erstellung aller Inhalte für alle Seiten, Finalisierung des Designs und anschließender Upload von Design und Content. Bei agiler Vorgehensweise ist der Prozess in zweiwöchige Sprints unterteilt, in denen bestimmte Komponenten des Projekts rasch fertiggestellt werden.

Der erste Sprint fokussiert sich vielleicht nur auf die Fertigstellung einer neuen Vorlage

für das Website-Menü und der Inhalte für die Startseite. Anschließend werden die beiden fertigen Komponenten sofort hochgeladen. Während das Team am zweiten Sprint arbeitet, sammelt es Feedback der Kundschaft. Wenn das Feedback zeigt, dass das Web-Menü auf der Startseite nicht intuitiv ist, kann das Team sofort Anpassungen vornehmen.

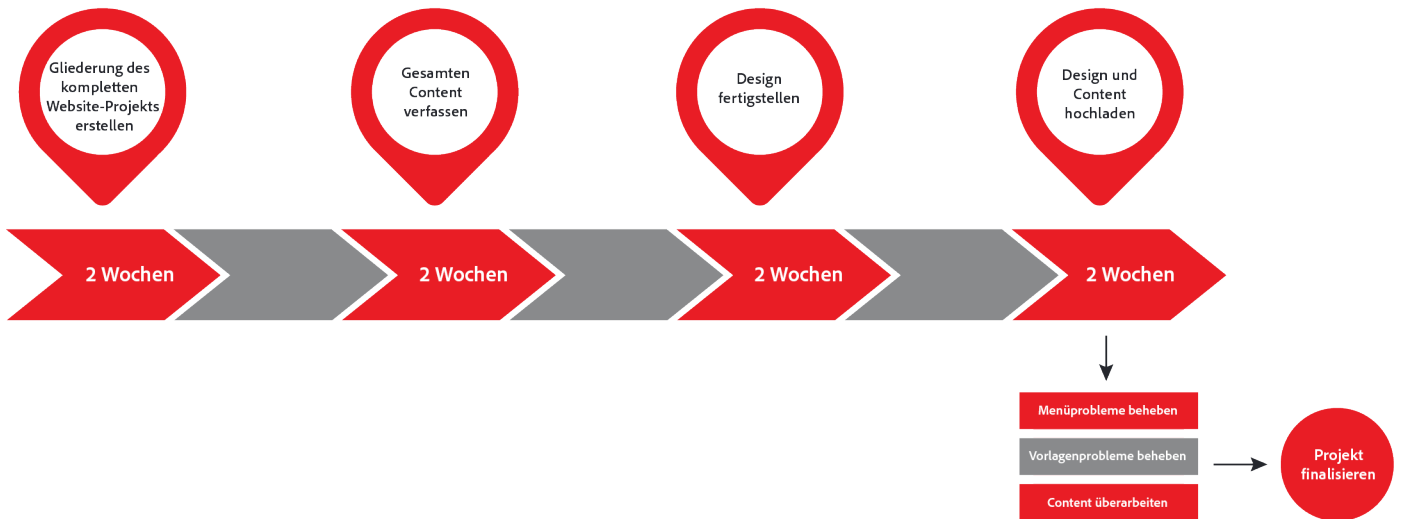
Die Fähigkeit, mitten im Prozess umsteuern zu können, statt auf den Abschluss sämtlicher Komponenten warten zu müssen, ermöglicht für agile Kreativprojekte eine höhere Produktivität, mehr Zusammenarbeit und eine kürzere Time-to-Market. Es geht nicht darum, schneller zu arbeiten, sondern besser. Deshalb erfreut sich dieser Ansatz in der Welt der Kreativen einer stetig wachsenden Beliebtheit.

” Es geht nicht darum, schneller zu arbeiten, sondern besser.“



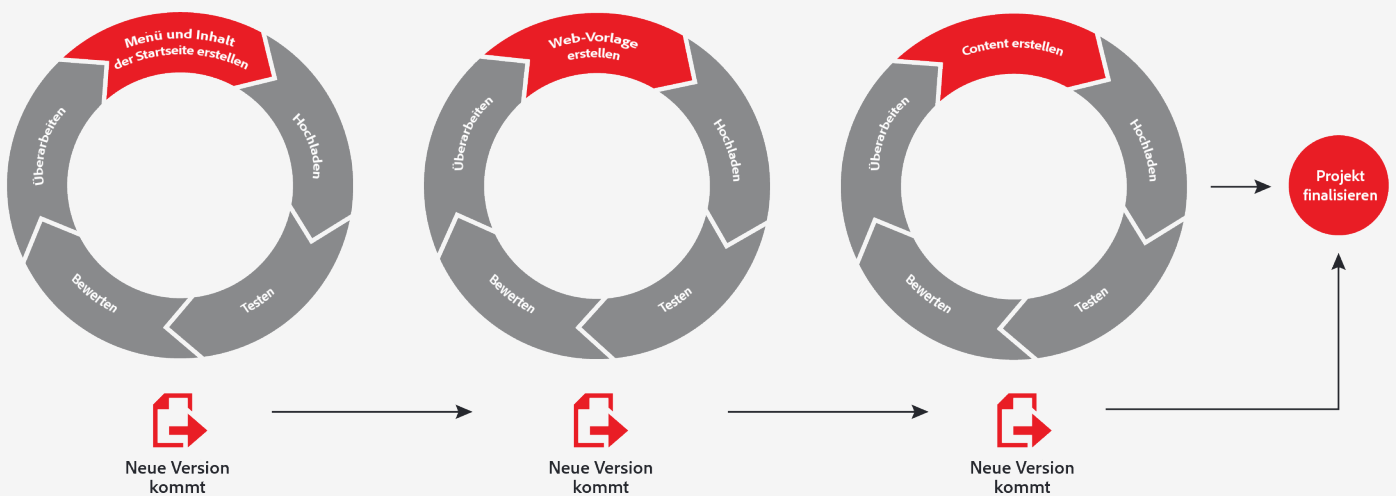
Traditionelles Projekt-Management.

Beim traditionellen Ansatz folgt ein Projekt zum Neu-Design einer Website einem sehr linearen Schritt-für-Schritt-Prozess.



Agiles Projekt-Management.

Bei der agilen Methode wird ein Projekt zum Neu-Design einer Website in kleinere Komponenten unterteilt, sogenannte „Sprints“, in denen bestimmte Projektabschnitte schnell und phasenweise fertiggestellt werden.



Häufige Fragen zu agilem Arbeiten.

Wie bei jeder großen Änderung ist es wichtig, dass häufige anfängliche Bedenken ausgeräumt werden, die bei Kreativ-Teams bezüglich der Implementierung eines agilen Ansatzes für ihre Arbeitsweise vorliegen. Also klären wir die häufigsten Bedenken gleich zu Anfang:

„Unsere bisherige Arbeitsweise funktioniert doch wunderbar.“

Veränderung ist schwierig. Die Beibehaltung des Status quo ist bequem. So kann es im Angesicht großer Veränderungen zumindest den Anschein haben. Das Pensum für Kreativ-Teams hat inzwischen ein Volumen erreicht, das ein „weiter wie bisher“ nicht mehr möglich macht. Glücklicherweise kann der agile Ansatz die Prozesse für euer Team vereinfachen, sodass effizienteres und kollaborativeres Arbeiten gefördert wird und mehr Zeit bleibt, sich auf Kreativität zu fokussieren.

„Bremst Agilität die Kreativität meines Teams?“

Vielleicht seid ihr besorgt, dass Agilität zu strukturiert ist und die Kreativität eures Teams einschränkt. Schließlich seid ihr „Kreative“ und Prozesse können sich so anfühlen, als stünden sie der Entfaltung eurer Kreativität im Weg. Das ist aber nicht der Fall. Vielmehr kann euer Team umso kreativer sein, je mehr Zeit ihm dafür zur Verfügung steht. Bei Agilität geht es ausschließlich darum, die richtigen Rahmenbedingungen zu schaffen und unnötige Strukturen zu beseitigen – denkt nur an die vielen langen Meetings –, damit die Teams flexibel sind und sich schnell anpassen können.

„Was ist, wenn Agilität für mein Team zu kompliziert ist?“

Natürlich kommt immer das Argument, dass der Umstieg auf eine neue Work-Management-Methode zu kompliziert ist. Die meisten Kreativ-Teams folgen dem Scrum-Framework, einer anderen agilen Methode, und passen es an ihre Anforderungen an. Scrum fokussiert sich auf die Bereitstellung hochwertiger Resultate mit weniger starren Terminen, schnelleren Iterationen, kontinuierlichen Verbesserungen und mehr. Bei dieser Methode arbeiten kleine Teams auf ein gemeinsames Ziel hin und können jederzeit auf rasche Änderungen reagieren, was besonders Kreativ-Teams zugutekommt.

Fünf Gründe für einen agilen Ansatz in eurem Team.

Agile Methoden führen bei mehreren wichtigen Geschäftsanforderungen zu besseren Resultaten als traditionelles Management, von einer kürzeren Time-to-Market bis zur Bereitstellung kundenzentrierterer Ergebnisse.

1. Kürzere Time-to-Market.

Zeit ist Geld. Je länger die Time-to-Market, desto weiter fällt eure Marke hinter die Konkurrenz zurück. Mit Agilität schreitet euer Kreativ-Workflow flüssig voran, damit ihr mit wachsenden Anforderungen Schritt halten könnt.

2. Schnellere Anpassung und Reaktion.

Die Fähigkeit, sich schneller an Änderungen anpassen und darauf reagieren zu können, ist ein wichtiger Wettbewerbsvorteil für Kreativ-Teams. Agilität bereitet dafür den Boden und unterstützt Kreativ-Teams dabei, auf Feedback und veränderte Marktbedingungen einzugehen. Damit ihr stets im Gespräch bleibt, müsst ihr eine Umgebung schaffen, die kollaborativ, anpassbar und offen für Experimente ist, sodass ihr auf die Anforderungen und Erwartungen der heutigen Kundschaft reagieren könnt.

3. Höhere Produktivität.

Agilität erhöht die Produktivität, da die Arbeit in kleinere, einfacher zu bewältigende Komponenten aufgeteilt wird. Stellt euch ein Puzzle mit 5.000 Teilen vor. Das Puzzle (oder Projekt) als Ganzes ist groß und schwierig zu verwalten.

Aber wenn ihr immer nur an einer kleinen Ecke oder einem Ausschnitt des Puzzles arbeitet, seid ihr auf Dauer produktiver.

4. Richtige Priorisierung.

Wenn Unternehmen sich stets auf die Arbeit mit der höchsten Priorität fokussieren, bleiben sie proaktiv (statt reaktiv) und sorgen für positive Resultate auf dem Markt und bei der Kundschaft. Außerdem ist gewährleistet, dass ihr immer an den werthaltigsten Aufgaben arbeitet, sodass sich eure Arbeit einfacher an Strategien ausrichten lässt.

5. Besser personalisierte Kundenerlebnisse.

Die Kundschaft von heute erwartet personalisierte und für ihre Anforderungen relevante Erlebnisse. Dies erhöht den Druck auf Kreativ-Teams, den richtigen Content zu erstellen – und zwar mehr als je zuvor. Content muss stets verfügbar sein und für fantastische Kundenerlebnisse ist immer großartige kreative Arbeit entscheidend. Euer Team braucht also mehr Zeit, um diesen Content zu produzieren.

Agilität hilft bei der Erfüllung von Geschäftsanforderungen.

Herausforderung.

Es dauert zu lange, der Kundschaft werthaltigen und relevanten Content bereitzustellen.



Schnellere
Markteinführung

Vorteil.

Agilität beschleunigt den gesamten Arbeitszyklus und bringt Ergebnisse schneller auf den Markt.

Herausforderung.

Um im laufenden Prozess die Richtung anzupassen, müssen zu viele Hebel in Bewegung gesetzt werden.



Schnellere
Anpassung und
Reaktion

Vorteil.

Agilität teilt Aufgaben in kleinere Storys mit fokussierten Teams auf, wodurch Teams beweglicher werden und einfacher im laufenden Prozess die Richtung ändern können.

Herausforderung.

Kreativ-Teams verbringen den Großteil der Zeit mit nicht-kreativen Aufgaben, zum Beispiel in Meetings, in Genehmigungsverfahren oder mit der Erstellung von Status-Updates.



Höhere
Produktivität

Vorteil.

Bei agilen Sprints arbeiten Teams schneller und effizienter und bleiben fokussiert auf das aktuelle Projekt.

Herausforderung.

Durch repetitive Aufgaben, Arbeiten ohne Strategiebezug und Ad-hoc-Anfragen wird Zeit vergeudet.



Schnellere
Identifizierung
und Priorisierung
von besonders
wirkungsvollen
Aktivitäten

Vorteil.

Bei Agilität hat die wichtigste Arbeit die oberste Priorität, damit die Teams auf die werthaltigsten Aufgaben fokussiert bleiben.

Herausforderung.

Die Bereitstellung relevanter personalisierter Inhalte hat oberste Priorität, die konsistente Umsetzung ist aber schwierig.



Bereitstellung
kundenzentrierter
Ergebnisse

Vorteil.

Beim agilen Ansatz fokussieren sich die Teams auf die richtigen Aufgaben und sind schneller bei der Erstellung der richtigen Erlebnisse zur richtigen Zeit.

Begriffe rund um Agilität.

In Verbindung mit agilem Arbeiten werden zahlreiche Fachbegriffe verwendet. Bevor wir in die Tiefe gehen, müssen wir zunächst sicherstellen, dass alle dieselbe Sprache sprechen. In diesem Glossar könnt ihr euch mit der Terminologie vertraut machen.

Backlog.

Eine dynamische Liste mit Arbeitsanfragen, aus der ein agiles Team ablesen kann, welche Projekte zuerst bearbeitet werden müssen. Anfragen werden in Form von Benutzer-Stories vermittelt, denen Schätzwerte – in Punkten oder Stunden – zugewiesen sind und die entsprechend priorisiert werden.

Burndown-Chart.

Mit Burndown-Charts wird der Fortschritt eines agilen Projekts sowohl auf Iterations- als auch auf Projektebene nachverfolgt. Optisch handelt es sich bei einem Burndown-Chart einfach um ein Liniendiagramm, das die verbleibende Arbeit auf einer Zeitachse darstellt.

Iteration/Sprint.

Ein festgelegter Zeitraum für eine bestimmte Anzahl von Benutzer-Stories oder Punkten, die das Team zur Bearbeitung wählt. Sprints oder Iterationen sind typischerweise zwei- oder vierwöchige Abschnitte.

Story/Aufgabe.

Eine Benutzer-Story ist eine allgemeine Definition einer Arbeitsanfrage, die gerade so viele Informationen umfasst, damit das Team vernünftig abschätzen kann, wie viel Aufwand die Bearbeitung der Anfrage erfordert.

Storyboard/Taskboard.

Ein Diagramm mit Karten und Notizen, das alle Arbeitsschritte im jeweiligen Sprint darstellt. Die Notizen werden auf dem Board verschoben, um den Fortschritt anzuzeigen.

Story-Punkte.

Eine geschätzte Einheit, mit der gemessen wird, wie komplex der Abschluss einer Story ist und wie viel Zeit dafür benötigt wird.

Scrum.

Eine flexible, ganzheitliche Strategie, bei der ein Team anders als beim traditionellen, sequenziellen Ansatz als Einheit auf ein gemeinsames Ziel hinarbeitet.

Scrum Master.

Der Scrum Master ist für die Beseitigung von Hindernissen verantwortlich, damit das Team die Ziele/Leistungen des Sprints erfüllen kann. Der Scrum Master ist nicht der Team-Manager, sondern dient als Puffer zwischen dem Team und etwaigen Störfaktoren.

Team.

Das Team ist verantwortlich für die Fertigstellung des Assets oder Produkts. Ein Team besteht in der Regel aus fünf bis neun Personen mit funktionsübergreifenden Fähigkeiten, die die eigentlichen Arbeiten erledigen (Recherche, Authoring, Design, Tests, Ausführung usw.). Empfohlen sind selbstorganisierte und selbstgeleitete Teams, doch häufig arbeiten Teams mit einer Form von Projekt- oder Team-Management zusammen. Größere Kreativabteilungen können mehrere Teams haben.



Übergang zu agilem Arbeiten in 6 einfachen Schritten.

SCHRITT 1.

Die Organisation vorbereiten.

Wir wollen euch nichts vormachen. Der Wechsel zu agilem Arbeiten ist eine gewaltige Veränderung. Bevor ihr loslegt, müsst ihr einige vorbereitende Schritte ausführen, damit dieser Übergang möglichst reibungslos und erfolgreich verläuft.



- **Sorgt für die Unterstützung durch die Führungsebene.** Ohne die Rückendeckung von ganz oben wird es schwierig, die Unterstützung zu erhalten, die ihr und euer Team für die erfolgreiche Einführung von Agilität benötigt.
- **Holt euer Team ins Boot.** Wenn das Team nicht auf eurer Seite ist, werdet ihr nicht wirklich vorwärtskommen. Versucht, die Bedenken widerwilliger Team-Mitglieder zu verstehen, und sucht nach einer ihren Fähigkeiten und ihrer Persönlichkeit angemessenen Rolle.
- **Lasst euch professionell schulen.** Agiles Arbeiten kann kompliziert sein. Einer der größten strategischen Fehler besteht darin, nicht gleich zu Beginn professionelle Schulungen durchzuführen. „Wenn die Kreativen an Scrum-Schulungen teilnehmen, die ersten Projekte von Beratungsfachleuten begleitet werden und dann ein Plan für die systematische Einführung erstellt wird, erkennen die Beteiligten den wahren geschäftlichen Nutzen von Agilität“, so Barbee Davis, Autorin von *Agile Practices for Waterfall Projects*.
- **Sorgt für abteilungsübergreifende Koordination.** Damit die Zusammenarbeit mit anderen, nicht-agilen Abteilungen oder Projekten zuverlässig weiterlaufen kann, müsst ihr eine Möglichkeit finden, Sichtbarkeit und Kommunikation zwischen verteilten Teams zu ermöglichen. Hierzu könnte die Entwicklung eines Standardprozesses für die Einreichung von Arbeitsanfragen oder die Gewinnung von Echtzeit-Einblick in den Projektstatus für alle Stakeholder gehören. Wenn ihr eure Arbeit mit einem Software-Tool verwaltet, könnt ihr diese Aufgabe vereinfachen, indem ihr hierfür eine Lösung findet, die sowohl agile als auch traditionelle Projekte verwalten kann.

SCHRITT 2.

Ein Backlog erstellen.

Euer Backlog ist im Prinzip eure To-do-Liste. So macht ihr das Backlog effektiv:

- **Entwickelt eine einheitliche Methode zum Hinzufügen von Storys zum Backlog.** Es ist wichtig, dass der Erhalt aller Arbeitsanfragen über denselben Weg erfolgt. Ob ihr hierfür ein gemeinsam genutztes Tabellenblatt, eine E-Mail an eine bestimmte Person oder Work-Management-Software verwendet, stellt die Regel auf: Wenn Anforderungen nicht korrekt übermittelt werden, werden sie dem Backlog nicht hinzugefügt. So gehen keine Anfragen verloren und sämtliche Arbeiten können für bevorstehende Sprints priorisiert werden.
- **Beschreibt kurz jede Aufgabe oder Story.** Die Beschreibungen sollten auf einen kleinen Notizzettel passen und beim Erhalt dem Backlog hinzugefügt werden. Größere Projekte sollten in ein Cluster aus mehreren Aufgaben unterteilt werden. Aufgaben können unterschiedlich groß und komplex sein.
- **Priorisiert euer Backlog.** Nachdem Arbeitsanfragen in euer Backlog eingetragen wurden, müsst ihr sie priorisieren. Dies kann basierend auf strategischer Bedeutung, Termin, anfordernder Person oder anderen Kriterien erfolgen, die sinnvoll für euer Team sind. Dieser Schritt trägt entscheidend dazu bei, dass euer Team an den Aufgaben arbeitet, die den höchsten Wert für eure Organisation haben.

SCHRITT 3.

Rollen zuweisen.

Im Zentrum der agilen Methode stehen kleine, praxisorientierte Teams, die eigenständig, transparent und sehr kollaborativ arbeiten. Innerhalb des Teams gibt es bestimmte Rollen. Zu den benötigten Rollen zählen folgende:

- **Scrum Master.** Der Scrum Master unterstützt den Prozess. Er ist keine Führungsperson im traditionellen Sinn, sondern stellt sicher, dass der Prozess auf Kurs bleibt, und beseitigt Hindernisse.
- **Projektverantwortliche/Projektverantwortlicher.** Projektverantwortliche definieren die Ziele des Projekts und agieren aus der Kundenperspektive.

- **Kreativ-Team.** Dies sind die „Arbeitstiere“ im Team. Ihre Aufgabe ist es, die Arbeit zu erledigen. Das Kreativ-Team vereint unterschiedliche Disziplinen wie Autorinnen und Autoren, Design-Fachkräfte, Fachleute für Digital Marketing u. a.
- **Stakeholder.** Die Stakeholder erfüllen eine rein informationelle Rolle. Sie werden bezüglich des Projekts auf dem neuesten Stand gehalten, sind aber in der Regel nicht in den Prozess eingebunden.

SCHRITT 4.

Ziele für den Sprint setzen.

Bei der Festlegung dessen, was in jedem Sprint erreicht werden soll, gilt es einige wichtige Faktoren zu berücksichtigen, unter anderem:

- **Bestimmt die Länge des Sprints.** Sprints sind normalerweise zwei oder vier Wochen lang. Wählt eine Länge, die ihr für praktikabel für euer Team haltet und in der ihr eine angemessene Anzahl von Storys abschließen könnt.
- **Schätzt die Story-Punkte für jede Story.** Weist jeder Story basierend auf Erfahrungswerten oder einer fundierten Schätzung eine Anzahl von Punkten zu. Diese Punkte bilden die Komplexität und die benötigten Stunden für jede Story oder Aufgabe ab.
- **Bestimmt die Anzahl der fest verplanten Stunden.** Um zu ermitteln, wie viele Stunden oder Punkte euer Team pro Sprint bewältigen kann, lasst alle Team-Mitglieder berechnen, wie viel Zeit sie täglich mit regelmäßigen Aktivitäten wie Meetings, E-Mail-Verwaltung usw. verbringen. Nehmt dann die verbleibenden täglichen Stunden pro Team-Mitglied, addiert die beiden Werte und multipliziert die Summe mit der Anzahl der Arbeitstage in eurem Sprint. Das Ergebnis ist die Gesamtzahl der Stunden, die ihr einem Sprint zuweisen könnt. Achtet darauf, euer Team nicht zu überfrachten, damit ihr stets von realistischen und praktikablen Zielen ausgeht.

SCHRITT 5.

Tägliche Stand-up-Meetings abhalten.

Tägliche Stand-up-Meetings sollen kurz (unter 10 Minuten) und fokussiert sein. Die Meetings sollten vom Scrum Master geleitet werden und dienen dazu, das Projekt auf Kurs und alle Beteiligten informiert zu halten. Jedes Meeting sollte mehrere wichtige Funktionen erfüllen:

- **Weist Storys/Aufgaben zu.** Anders als bei der traditionellen Methode mit Top-down-Aufgabenzuweisung nehmen Mitglieder agiler Teams basierend auf Prioritäten die Arbeit an den während eines Sprints zu erledigenden Storys und Aufgaben eigenständig auf. Wenn sie eine Story abgeschlossen haben, wählen sie eine andere Story und bearbeiten diese.
- **Bespricht den Fortschritt des Sprints.** Stand-up-Meetings eignen sich gut zur Prüfung des Team-Fortschritts. Hier stehen alle Team-Mitglieder in der Verantwortung. Neben der Bewertung des Fortschritts anhand des Burndown-Charts sollen alle Team-Mitglieder berichten, was sie am Vortag erledigt haben, woran sie heute arbeiten und welche Faktoren die termingerechte Fertigstellung ihrer Aufgaben gefährden könnten.
- **Sortiert das Backlog bei Bedarf neu.** Alle neuen Arbeitsanfragen werden dem Backlog hinzugefügt und anhand zuvor definierter Regeln priorisiert. Idealerweise wird mitten im Sprint keine neue Arbeit hinzugefügt. Falls dies doch der Fall ist, wird sie unter Berücksichtigung der anderen Aufgaben priorisiert. Aufgaben im Backlog können auch verschoben und neu priorisiert werden, wenn dringende Arbeit hinzukommt.

SCHRITT 6.

Kontinuierlich messen und bewerten.

Bei Agilität dreht sich alles um Transparenz und Flexibilität. Hierzu müsst ihr die folgenden Punkte konsistent und kontinuierlich beachten:

- **Aktualisiert das Storyboard.** Wenn ihr ein Storyboard statt eines Software-Tools verwendet, verschiebt eure Haftnotizen wie erforderlich, um den Fortschritt zu visualisieren, zum Beispiel von „In Arbeit“ nach „Abgeschlossen“. So bleibt der Prozess transparent und jeder sieht auf einen Blick den aktuellen Stand.

- **Aktualisiert das Burndown-Chart.** Der Scrum Master ist dafür verantwortlich, dass das Burndown-Chart beim Abschluss von Storys aktualisiert wird. Dies sorgt für optimale Transparenz des Prozesses und alle Team-Mitglieder, einschließlich der Stakeholder, können sich schnell und problemlos über den Fortschritt des Sprints informieren.
- **Haltet Sprint-Reviews ab.** Am Ende eines Sprints ist es wichtig, in einer Nachbesprechung sowohl den Prozess als auch die erfolgten Leistungen zu prüfen. Dies dauert normalerweise etwa eine Stunde und umfasst auch die Behandlung von Feedback der Stakeholder. Führt bei Bedarf anhand der hier gewonnenen Informationen Anpassungen durch, um den nächsten Sprint zu verbessern.
- **Zeigt dem Team eure Anerkennung.** Eine Sprint-Review ist auch eine gute Gelegenheit, die Leistungen des Teams zu würdigen.
- **Beginnt die Planung des nächsten Sprints.** Der Kreis schließt sich und beginnt von vorne.



So ermittelt ihr die Anzahl der Stunden, die eurem Team für einen Sprint zur Verfügung stehen.

SCHRITT 1.

Lasst alle Team-Mitglieder berechnen, wie viele Wochenstunden sie mit fest verplanten Aktivitäten verbringen.

Zahl der fest verplanten Stunden pro Tag						
Feste Aktivitäten	Montag	Dienstag	Mittwoch	Donnerstag	Freitag	
Meeting (Stunden)	1	2	2	1	1	
Urlaub (Stunden)						
Feiertag (Stunden)						
E-Mails (Stunden)	2	2	2	2	2	
Sonstiges	2	2	2	2	2	Fest verplante Stunden für die Woche insgesamt:
Gesamtstunden:	3	4	4	3	3	17

SCHRITT 2.

Berechnet die pro Person und Woche verfügbaren Stunden.

Gesamtstunden/Woche	40
- Fest verplante Stunden/Woche insgesamt	- 17
= Verfügbare Stunden insgesamt	23

SCHRITT 3.

Berechnet den Prozentsatz der Verfügbarkeit pro Person und Woche.

Verfügbare Stunden insgesamt	23
X 100	x 100
= Verfügbare Stunden insgesamt (A)	= 2.300
/ Gesamtstunden pro Woche	/ 40
= Verfügbarkeit in Prozent	= 57,5 %

SCHRITT 4.

Wiederholt den Vorgang für jede Woche des Sprints.

SCHRITT 5.

Erfasst die Zahlen des ganzen Teams für die Woche.

Team-Mitglied	Verfügbarkeit	Freie Tage	Verfügbare Stunden
John	57,50 %	0	23
Freddy	60 %	0	24
Astrid	55 %	0	22
Sandra	65 %	0	26
Juan	60 %	0	24
Insgesamt verfügbare Team-Stunden für die Woche:			119

SCHRITT 6.

Wenn euer Sprint mehrere Wochen umfasst, führt die Schritte 1–5 für jede Woche des Sprints aus und addiert die Zahlen.

Agile Methoden implementieren – der richtige Weg.

Jetzt wisst ihr mehr über Agilität und könnt den Schritt wagen. Geht aber nicht gleich aufs Ganze. Dies ist eine große Veränderung, also beginnt zunächst mit einem Team und arbeitet euch schrittweise voran. Genau wie bei Agilität selbst müsst ihr früh und häufig Tests durchführen. Seht euch an, was gut funktioniert und was nicht. Möglicherweise stellt sich heraus, dass bestimmte Team-Mitglieder sich besser als erwartet für verschiedene Rollen eignen oder dass längere oder kürzere Sprints besser zu eurem Team und euren Arbeitsprozessen passen. Passt euren Prozess bei Bedarf so an, dass euer Team reibungslos arbeiten kann.

Um den Übergang zu erleichtern, übersetzt wichtige Metriken wie Umfang, Budget und Zeitplan weiterhin in ein traditionelles Framework, das für externe Stakeholder und nicht-agile Teams verständlich ist. Hier kann ein Work-Management-Programm eine gute Option sein. Mit dem richtigen Programm lässt sich leichter Zeit und Arbeit sparen als mit einem Whiteboard und Haftnotizen. Außerdem könnt ihr mit einem Programm alle Arbeiten sowohl im agilen als auch im traditionellen Projekt-Management nachverfolgen und nahtlos zwischen beiden wechseln. Dies macht die Implementierung von Agilität noch einfacher. Euer Team und die nicht-agilen Teams können dadurch alle Aufgaben so darstellen, wie es für sie am sinnvollsten ist. Eine Übersetzung ist nicht mehr notwendig. Sucht euch außerdem ein Work-Management-Tool mit integrierten Features für Zusammenarbeit, damit sämtliche Kommunikation an einem zentralen Ort und im Kontext der Arbeit erfolgen kann.

Das bessere Work-Management-Tool.

Adobe Workfront ist ein Work-Management-Programm für Unternehmen, das Aufgaben mit Strategien verknüpft und die Zusammenarbeit unterstützt, um messbare Geschäftsergebnisse zu erzielen. Adobe Workfront integriert Mitarbeitende, Daten, Prozesse und Technologien im gesamten Unternehmen miteinander, sodass ihr den kompletten Projektzyklus von Anfang bis Ende verwalten könnt. Durch die Optimierung und Zentralisierung digitaler Projekte erhalten bereichsübergreifende Teams an jedem beliebigen Standort die Möglichkeit, sich auszutauschen, zusammenzuarbeiten und Pläne umzusetzen, sodass ihr Potenzial voll ausgeschöpft wird.

Vorteile von Workfront für Kreativ-Teams:

- Backlog-Erstellung durch zentrale Erfassung
- Priorisierung der Anfragen, die mit der Strategie übereinstimmen
- Kaskadierung von Zielen durch Projekte und Aufgaben
- Anzeige von User-Stories, Sprint-Fortschritt und Burndown-Charts in einem intuitiven Dashboard
- Beobachtung von Änderungen und angemessene Reaktionen mit benutzerfreundlichen Drag-and-Drop-Tools

Veränderungen sind immer schwierig, aber oft unumgänglich. Der überwältigende Erfolg von Kreativ-Teams, die agile Methoden in ihre Work-Management-Prozesse implementiert haben, zeigt eindeutig, dass diese Veränderung sich lohnt. Lasst das Chaos hinter euch und freut euch stattdessen auf das Management eines kollaborativeren, anpassungsfähigeren, moderneren und erfolgreicherer Kreativ-Teams.

Entdeckt eure Möglichkeiten mit [Adobe Workfront](#).



Quellen.

Surya Panditi, [„Survey Data Shows That Many Companies Are Still Not Truly Agile“](#), Harvard Business Review, 22. März 2018.

Rich Morrow, [„How to Unlock the Promise of Agile in the Enterprise“](#), Studie von Workfront und GigaOm, 18. Dezember 2013.



Adobe, the Adobe logo, and Workfront are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2023 Adobe. All rights reserved.