

Gestaltung der Kundeninteraktion

Warum ist die Gestaltung der Kundeninteraktion wichtig für Gutes agiles Arbeiten?

Die enge Zusammenarbeit mit Kunden wird als ein Vorteil agilen Arbeitens beschrieben, bringt aber auch Herausforderungen mit sich, z.B. wenn:

- Kunde und Team unterschiedliche Vorstellungen von Agilität haben, Kunden sich aus der Sicht des Teams z.B. ‚sprunghaft‘ verhalten.
- Kunden in die Teamplanung hinein regieren und damit die Selbstorganisation des Teams untergraben.

Eine für agile Projekte fruchtbare Kundeninteraktion ergibt sich nicht ‚von selbst‘. Sie muss aktiv durch das Team und die Organisation hergestellt und gestaltet werden. Ziel der Gestaltung der Kundeninteraktion ist es, Selbstorganisation und Kundenperspektive so zu verknüpfen, dass Gute Arbeit und ein nachhaltiges Tempo gesichert sind.

Wie kann Kundeninteraktion bei agiler Arbeit gelingen?

Aus der Sicht des agilen Teams geht es darum, die eigene Arbeitsweise nachhaltig in die Kundenzusammenarbeit einbringen und in der Arbeit weiterentwickeln zu können. Kernanliegen ist es, den Sprintzeitraum realistisch planen zu können und während des Sprints fokussiert und ohne Überlastung zu arbeiten.

Das Team befindet sich in einer abhängigen Stellung zwischen Kunden und Organisation. Daher muss in der Organisation ein teamübergreifend angelegtes ‚Zusammenarbeitsmodell‘ entwickelt und von den Führungskräften unterstützt werden. Es stellt einen Gestaltungsvorschlag für die Kundenschnittstelle dar und ist dem konkreten ‚Aushandeln‘ der Kundeninteraktion vorgeschaltet. Zur Gestaltung dieses Prozesses können die ‚Bausteine Kundeninteraktion‘ genutzt werden.

Durch den Einsatz der Bausteine kann der konkrete Unterstützungsbedarf an der Schnittstelle zwischen Team und Kunde identifiziert werden. Management und Teamumfeld sind zentrale Akteure. Außerdem können konkrete Formate zur Gestaltung der Kundeninteraktion entwickelt werden.

Wie kann gelungene Kundeninteraktion agile Arbeit unterstützen?

Die Teams müssen im Sinne eines nachhaltigen Arbeitstempos die unterschiedlichen Perspektiven und „Geschwindigkeiten“ von Kunden, Stakeholdern und Nutzern immer wieder ‚einholen‘ und das eigene Vorgehen und die eigenen Kapazitäten planen und anpassen können. Folgende Fragen müssen geklärt werden:

- Governance: Wie sollte sich das Management gegenüber dem Kunden aufstellen, so dass agile Teams unterstützt werden?
- Organisation: Wie arbeiten die für die Kundenbeziehung wichtigen Akteure und Rollen zusammen: PO und Team, Projektverantwortliche und Stakeholder, oft auch andere Teams und Abteilungen?
- Team: Wie können Kundenanforderungen und die Interaktion mit dem Kunden reflektiert und aufgenommen, aber auch angepasst werden, wenn sie mit der Arbeitsweise des Teams kollidieren?

Bausteine Kundeninteraktion

Orientierung und Grundregeln für die Zusammenarbeit mit selbstorganisierten Teams

Ressourcenverfügung und Vertragsgestaltung passend zur agilen Arbeitsweise

Review als regulierte Interaktion durchführen

Teamumfeld als Unterstützungssystem für selbstorganisierte Teams

Thema Kundenbeziehung in die Retrospektive integrieren

Vermittlungsrolle des Product Owner sichtbar machen und stärken

„Envisioning Workshop“ mit dem Kunden

Verbundpartner