

# Product Canvas erstellen

**Bereich**  
Projektplanung und -Steuerung

**Aktivität**  
Projekt planen

## Ziele

- Projektvision und Projektausrichtung kommunizieren
- Gesamtbild des Projekts und des Entwicklungsprozesses visualisieren
- Teamwork und zielorientiertes Arbeiten fördern

**schnell durchführbar** ★★☆☆

**einfach durchführbar** ★★★

**agil einsetzbar** ★★★

## Motivation/Problemstellung

Es gibt viele Artefakte und Werkzeuge, die in agilen Entwicklungsprojekten eingesetzt werden können, um ein gemeinsames Verständnis zu entwickeln (z. B. Produktvision) oder um die Anforderungen zu verwalten (z. B. Product Backlog). Trotz dieser Techniken ist es jedoch vor allem in komplexeren Projekten schwierig, den Gesamtüberblick zu behalten und wichtige Informationen, z. B. zu den Benutzern und ihren Zielen oder zu grundlegenden Design- und Interaktionskonzepten, nicht aus den Augen zu verlieren.

## Kurzbeschreibung

Das Product Canvas ist ein visuelles Produktplanungstool, das in leicht verständlicher und strukturierter Form die wichtigsten Informationen zusammenfasst, die bei der Entwicklung eines neuen Produkts benötigt werden. Es enthält Angaben zu den Benutzern bzw. den Kunden und ihren Bedürfnissen, zum Big Picture (Features, UI-Design und Benutzerinteraktion) sowie zu den aktuell wichtigen Produktdetails.

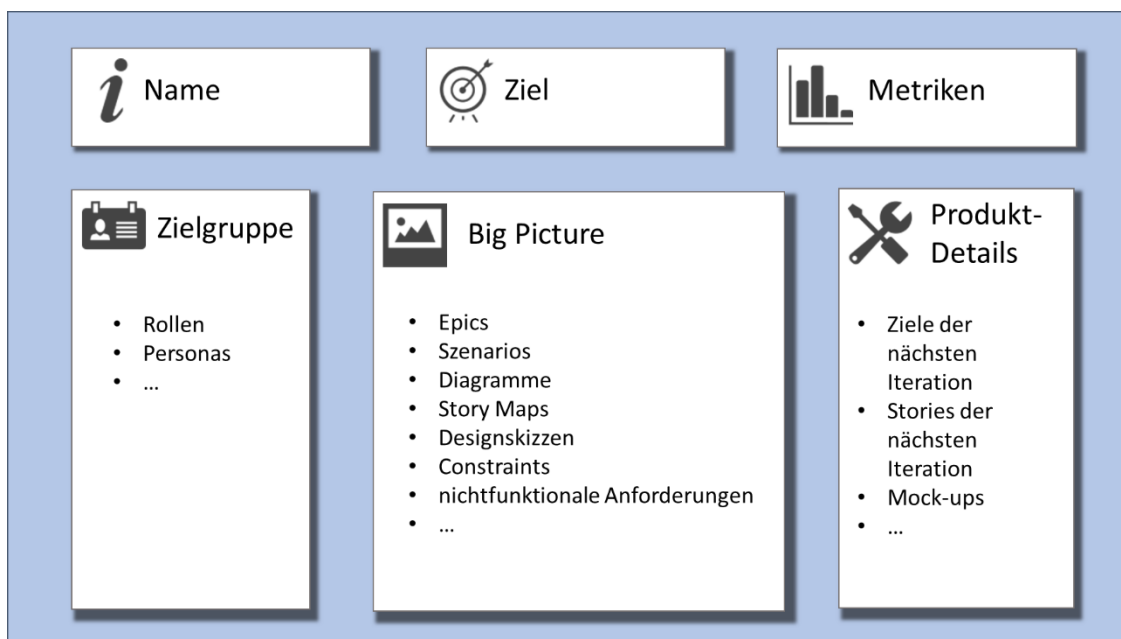


Abbildung 1: Aufbau des Product Canvas (Beispiel)

Das Product Canvas soll dabei helfen, Ideen und Annahmen über ein Produkt zu erfassen, zu kommunizieren und zu überprüfen, Feedback zu adaptieren und Änderungen sichtbar zu machen. Es stellt den jeweils aktuellen Stand des Produktentwicklungsprozesses übersichtlich auf einer Seite dar. Dadurch ist es jedem an der Entwicklung Beteiligten möglich, die zentralen Aspekte des Produkts schnell zu erfassen und sich jederzeit über den aktuellen Zustand des Planungsprozesses zu informieren.

## Input

- Projekt- bzw. Produktvision

## Output

- Product Canvas

## Rahmenbedingungen

### Ausführender

Product Owner, Entwicklungsteam

### Werkzeuge, Hilfsmittel

Wandposter/Whiteboard o. ä., Workshopmaterialien (Post-its usw.)

### Vorkenntnisse/Erfahrungen

Kenntnisse der angewendeten agilen und UX-Techniken

### Ort/Umgebung

Meeting-Raum

### Weitere Teilnehmer

–

### Voraussichtliche Dauer

Halb- bis ganztägiger Workshop

## Vorgehensweise

### Vorbereitung

Das Product Canvas wurde als kollaboratives Werkzeug konzipiert. Für die initiale Befüllung des Product Canvas sollten Sie daher einen Workshop mit allen relevanten Projektbeteiligten organisieren. Bereiten Sie für den Workshop ein leeres Product Canvas vor, das im Meeting-Raum aufgehängt wird.

### Durchführung

Bei der Erstellung des Product Canvas werden die Informationen über den Produktplanungsprozess erhoben und in eigens dafür vorgesehenen Bereichen zusammengefasst; hierfür werden verschiedene Techniken aus den Bereichen Agile und User Experience kombiniert. Welche Bereiche Sie definieren und welche Techniken Sie nutzen, um die Informationen zu erheben bzw. zu dokumentieren, kann je nach Unternehmen, Projekt und Produkt variieren. Zum Starten können Sie ein Product Canvas erstellen, das folgende Informationen enthält:

- Name: Projektname bzw. Produktname/Produktversion
- Ziel: Übergeordnetes Ziel für das Projekt bzw. Produkt. Dieses Ziel bzw. die Vision oder Motivation für Ihr Projekt beschreiben Sie knapp mit ein, zwei Stichpunkten.
- Metriken: Maße, mit denen später überprüft werden kann, ob die Zielvorgabe erreicht wurde.
- Zielgruppe: Stakeholder, Kunden bzw. künftige Benutzer des Produkts.
- Big Picture: Funktionalität, Design und weitere Eigenschaften des Produkts.
- Produktdetails: Detailplanung der unmittelbar anstehenden Entwicklungsarbeiten mit- samt Zielen, z. B. User Stories oder Mock-ups, die im nächsten Sprint umgesetzt werden sollen.

Die drei größeren Bereiche in dem empfohlenen Beispiel – also „Zielgruppe“, „Big Picture“ und „Produktdetails“ – bilden eine logische Abfolge und sollten entsprechend von links nach rechts befüllt werden. Ausgangspunkt ist die *Zielgruppe*, also die Benutzer oder Kunden mit ihren Eigenschaften, Bedürfnissen und Zielen. Die Zielgruppe können Sie z. B. in Form von Rollenbeschreibungen oder Personas beschreiben. Rollenbeschreibungen sollten den Rollennamen, die Charakteristika und typischen Bedürfnisse der Rolle enthalten; ausgearbeitete Personas (fiktive Benutzer des Produkts) helfen Ihnen später dabei, Anforderungen richtig zu priorisieren und Produkte mit besserer User Experience zu entwickeln. Beim *Big Picture* empfiehlt es sich, mit sogenannten Epics zu beginnen. Dies sind grobgranulare Benutzergeschichten, die die Produkthanforderungen und -funktionalität in Alltagssprache beschreiben (z. B. „Als Admin möchte ich die Benutzerprofile verwalten können“). Wählen Sie die wichtigsten Epics aus, mit denen Sie die zentralen Anforderungen an das Produkt auf einer sehr hohen Abstraktionsebene beschreiben. Anschließend verfeinern Sie diese Anforderungen, z. B. in Form von User Stories. Eine grafische Übersicht in Form einer sogenannten Story Map (s. Weiterführende Informationen) ist hilfreich, um sämtliche User Stories zueinander in Beziehung zu setzen. Skizzieren Sie nach Möglichkeit, wie die Benutzerinteraktion aussehen soll. Dies kann z. B. in Form von Szenarios, Storyboards oder Sequenzdiagrammen erfolgen. Um die gewünschte Benutzererfahrung zu dokumentieren, können Sie sogenannte Customer Journey Maps (s. Weiterführende Informationen) nutzen, die die Berührungspunkte zwischen Kunde und Produkt (z. B. URL aufrufen, Produktdetails ansehen, Produkt in Warenkorb legen usw.) grafisch darstellen. Wichtige Designideen halten Sie ebenfalls fest, z. B. in Form von Scribbles, Skizzen, Wireframes, Screenshots oder Fotos. Erfassen Sie auch Rahmenbedingungen, Risiken und Akzeptanzkriterien (z. B. Leistungsmerkmale hinsichtlich Performanz, Interoperabilität oder Sicherheit). Diese können Sie auf sogenannte Constraint-Karten schreiben, die Sie ebenso wie Designskizzen an die zugehörigen Szenarios anheften. Im letzten Abschnitt des Workshops legen Sie die *Produktdetails* für die nächste Iteration fest. Ausgehend von den (Sprint-)Zielen, erfassen Sie die Arbeiten, die für diese Iteration eingeplant sind. Formulieren Sie klar verständliche, realisier- und testbare Stories bzw. Tasks und priorisieren Sie diese. Definieren Sie zudem die spezifischen Akzeptanzkriterien für diese Iteration.

### **Nachbereitung/Auswertung**

Agile Produktentwicklung ist ein sehr dynamischer Prozess. Im Laufe eines Projektes wird es immer wieder Änderungen der ursprünglichen Planung geben, z. B. durch Anpassungen in der Projektausrichtung oder durch Feedback bzw. Änderungswünsche externer oder interner Stakeholder. Arbeiten Sie diese Änderungen, z. B. das Feedback, das Sie nach der Fertigstellung eines Prototyps bzw. Produktinkrements von den Endanwendern erhalten, regelmäßig in das Product Canvas ein. Auch hierfür sind Workshops geeignet, die Sie z. B. mit den Planungsmeetings des Entwicklungsteams kombinieren können.

### **Gütekriterien/Empfehlungen**

Das Product Canvas ist insbesondere geeignet für die Entwicklung neuer Produkte und größerer Produktupdates. Da das Product Canvas die Entwicklung eines gemeinsamen Projektverständnisses fördert, kann für die Erstellung z. B. das Kickoff-Meeting genutzt werden. Arbeitet das Entwicklungsteam gemeinsam an einem Standort, so sollte als Repräsentationsform ein großformatiges Wandposter oder ein Whiteboard gewählt werden, das gut sichtbar an zentraler Stelle aufgehängt wird. Die Informationen sind dann für alle Beteiligten sichtbar und erforderliche Aktualisierungen können direkt am Poster/Board vorgenommen werden. Dies fördert die direkte Zusammenarbeit und erleichtert die Abstimmung im Projektteam. Zudem ist es einfacher, den Fokus auf die wirklich wichtigen Informationen zu richten, da der Platz auf dem Poster/Board limitiert ist. Bei räumlich ver-

teilten Teams kann auf eine elektronische Variante (z. B. Foto, Arbeitsblatt oder Wiki) zurückgegriffen werden. Fotos sind zudem geeignet, um das Produkt Canvas weiter zu verbreiten (z. B. im Intranet) und um nachträgliche Änderungen zu dokumentieren. Das Product Canvas kann als rein internes Werkzeug genutzt werden, es kann aber auch zur externen Kommunikation eingesetzt werden, z. B. um mit dem Auftraggeber abzustimmen, ob Projektausrichtung und Aufgabenstellung richtig verstanden wurden. Überprüfen Sie die Inhalte des Product Canvas regelmäßig auf ihre Gültigkeit.

## Risiken

Nutzen Sie ein digitales Product Canvas, so ist die Versuchung sehr groß, die natürlichen Beschränkungen der Postervariante zu umgehen. Hierunter leidet allerdings auch die Fokussierung auf die wesentlichen Inhalte. Der Vorteil des Product Canvas, den Produktentwicklungsprozess übersichtlich auf einer Seite darzustellen, geht dann verloren.

## Einordnung in den agilen Referenzprozess

### Mögliche Vorgänger

- Best Practices (PQ4Agile): Produktvision erstellen
- Sonstige Praktiken:

### Mögliche Nachfolger

- Best Practices (PQ4Agile): –
- Sonstige Praktiken: (Kunden-)Anforderungen einarbeiten, Aufgaben zuweisen

### Mögliche Alternativen, verwandte Praktiken

- Best Practices (PQ4Agile): Produktvision erstellen, Produktphilosophie erstellen
- Sonstige Praktiken: Das Product Canvas kann andere Werkzeuge bzw. Artefakte (z.B. Product Backlog oder Visionsdokument) ersetzen, es kann aber auch als zusätzliches Visualisierungswerkzeug eingesetzt werden.

## Einordnung in das PQ4Agile-Qualitätsmodell

Beeinflusste Qualitätsmerkmale und -teilmerkmale (Softwarequalität): Funktionale Tauglichkeit, Gebrauchstauglichkeit, Effizienz, Zufriedenheit

Beeinflusste Qualitätsmerkmale und -teilmerkmale (Prozessqualität): Effektivität

## Schlagworte

Produktplanung, Produktmanagement, Projektausrichtung

## Weiterführende Informationen

### Informationen im Internet

<http://www.romanpichler.com/blog/the-product-canvas/> <http://www.romanpichler.com/tools/product-canvas/> (mit Online-Tutorial und Video)  
<http://jaxenter.com/introducing-the-product-canvas-105480.html>  
<http://www.it-agile.de/schulung/scrum-zertifizierung/schulung-zum-certified-product-owner-cspo/story-maps>  
<http://www.usabilityblog.de/2013/09/customer-journey-user-experience-maps-und-der-umfassende-blick-auf-den-nutzer/>

### Literatur

–

Best Practice „Product Canvas erstellen“  
Version 2.0 – 16.09.2015 – Autor: Hartmut Schmitt, HK Business Solutions  
Das Projekt PQ4Agile wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung im  
Rahmen der Maßnahme KMU-innovativ: IKT (01 | S13032) gefördert.