

Willkommen!

Akzeptanzkriterien

Mittwoch, 1. Juli 2026



Die Produktwerker

Akzeptanzkriterien richtig einsetzen -...

Akzeptanzkriterien richtig einsetzen, heißt nicht Akzeptanzkriterien möglichst exakt aufzuschreiben. Es geht um ihre Nutzung im Gespräch mit...



Die Produktwerker

Wer nimmt User Stories ab? - Die Produktwerker

Wer macht die Abnahme von User Stories? Aber gehts überhaupt um eine "Abnahme"? Ist ja kein Vertragsverhältnis zwisc...



Die Produktwerker

Erfolgreich mit User Stories arbeiten -...

In dieser Folge sprechen Dominique und Tim über User Stories als Product Backlog Items und ihre Bedeutung für die Arbeit als Product Owner.



Tim Klein

Dominique Winter

Oliver Winter

Ich gebe **Product Ownern** und **Organisationen** wertvolle **Impulse**, die den Wunsch zur **Steigerung** der eigenen **Wirksamkeit** auslösen.

Tim Klein

#KiteSurfer #Skifahrer #AgilesBüdchen

<https://www.linkedin.com/in/timklein-de/>

<https://produktwerker.de/>

<https://produktwerk.de/>



Tim Klein
Tim.Klein@produktwerker.de



Unsere Agenda

- **Intro, Technik & Kennenlernen (~20min)**
- **Theorie (~25min)**
 - Was sind Akzeptanzkriterien?
 - Wobei helfen Akzeptanzkriterien?
 - Akzeptanzkriterien: Typische Fehler
 - Akzeptanzkriterien erarbeiten und Formate
- **Praktische Übungen (~45min)**
 - Übung 1: GAKSAK (Gute AK's - Schlechte AK's)
 - Übung 2: Akzeptanzkriterien umformulieren
 - Übung 3: Akzeptanzkriterien erstellen
- **Gemeinsame Reflektion (~15min)**
- **Zeit für Eure Fragen (~15min)**

Kolja (SOG)
<https://www.linkedin.com/in/kolja-brenke-7507b4291/>

Marko Plamper
(Comwrap Reply)

Antonia

Julian

Amra

Valeriya Aspekova
Automotive Product
B2B E commerce PO
[LinkedIn](#)

Ingo



Eure Gastgeber:

 Die
Produktwerker

Christine

Katja

Tim

Dominique

Jan W. (Aldi Süd)
[LinkedIn](#)

Christian

Clara
(dSPACE)

Thorsten

Impromptu Networking

- eine Runde (7-8 Min.)
- Lernt Euch kennen und nutzt dazu als Einstieg diese Leitfragen:
 - *Deine Rolle (kurz)*
 - *"Wie entstehen Akzeptanzkriterien bei Euch?"*
 - *"Wie fühlt sich bei Euch die Arbeit mit bzw. die Nutzung von Akzeptanzkriterien für Dich an?"*

Wieviel Wissen hast Du schon bzgl. "Akzeptanzkriterien"?

100%

0%

Ich fühle mich absolut
sicher und weiß wie ich
Akzeptanzkriterien
formuliere & erstelle

Ich arbeite zwar Akzeptanzkriterien,
hab mich aber eigentlich noch nie
tiefergehend damit beschäftigt -
daher bin ich ja auch heute hier

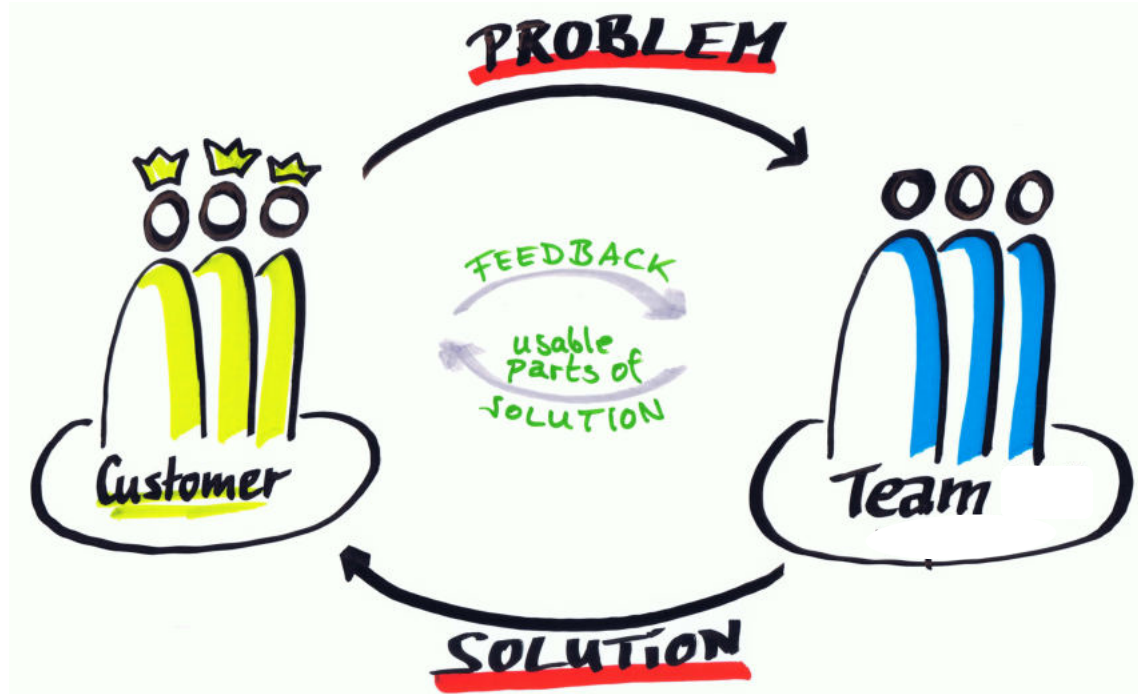


Der Kontext

Agiles Anforderungsmanagement

Die Kernidee

Lösungen für **Kundenprobleme** schaffen



Double Diamond

Erst das **Kundenproblem** zu verstehen, ist wichtiger als sofort **Lösungen** zu diskutieren!



Welches ist das beste Produkt?

A



B



C



D



User Stories schaffen Problem-Empathie ("Geschichte eines Nutzers")

Titel: <Name der User Story>

“Als <bestimmter Nutzertyp>
möchte ich <etwas tun>
damit ich <Vorteile erziele>.”

User Story (generisch)

Vorderseite

Problembeschreibung

Titel: < Name der User Story >

Als <bestimmter Nutzertyp>
möchte ich <etwas tun>
damit ich <Vorteile erziele>

Rückseite

Bestätigung

- Akzeptanzkriterien

good short title

WRITING GOOD STORIES...

As a Connextra employee - I want to know how to write good stories so that I can submit cards to the planning game that are clear and will be accepted in the next iteration.

who

what

why

conversation starter

Tim

8/Nov/01

Author

Date

Reserved for estimate

Beispiel: Faltrad pendelnder Trainer

Vorderseite

Problembeschreibung

Titel: Faltfahrad für pendelnden Trainer
Als mit dem ÖPNV pendelnder Trainer
möchte ich ein Faltfahrad nutzen
damit ich die letzten 2km bis zum
Kunden flexibel und unabhängig von
Bus & Bahn überwinden kann.

Rückseite

Bestätigung

- Packmaß so, dass kein Radticket nötig
- Gewicht: tragbar auf kurzer Strecke, wie z.B. im Bahnhof
- Einklappen muss schnell/intuitiv gehen, Ausklappen kann auch bis 3 Min dauern
- Kosten: max. 1.200€
- Schutz gg. Verschmutzung der Kleidung

Das „CCC“-Prinzip von User Stories

C ard

C onversation

C onfirmation

Das „CCC“-Prinzip von User Stories

Card

User Stories sollen **kurz** und **prägnant** sein.

Sie sollen in erster Linie **an den Kundenwunsch erinnern** und die wichtigsten Punkte, die mit dem Entwicklungsteam vereinbart wurden, festhalten.

Der auf einer Karteikarte **verfügbare Platz sollte** auch **ausreichen**, um dem Team klarzumachen, was mit der Umsetzung der Story erreicht werden soll. Genügt der Platz nicht, ist die Story in der Regel zu „groß“ oder wird zu umfangreich dokumentiert.

Über die Card hinaus werden Informationen über die Anforderungen **in persönlichen Gesprächen** mit dem Team **abgestimmt**.

Das „CCC“-Prinzip von User Stories

Conversation

Jede Story wird zwischen dem Kunden und dem Team **mindestens einmal besprochen**. Der Austausch über die Story ist erfahrungsgemäß ein sehr wichtiger Prozess.

Es reicht nicht, auf einer Karte die Anforderungen festzuhalten und diese dem Team sozusagen „durch den Türschlitz“ zuzuschieben.

Stories werden in der Regel sogar **mehrmals besprochen**, z.B. während eines Anforderungsworkshops (Refinement), im Rahmen einer Schätzklausur und spätestens im Sprint Planning.

Die mündlichen Absprachen werden zudem **manchmal durch zusätzliche Dokumente** in einem Wiki oder Mockups **begleitet**.

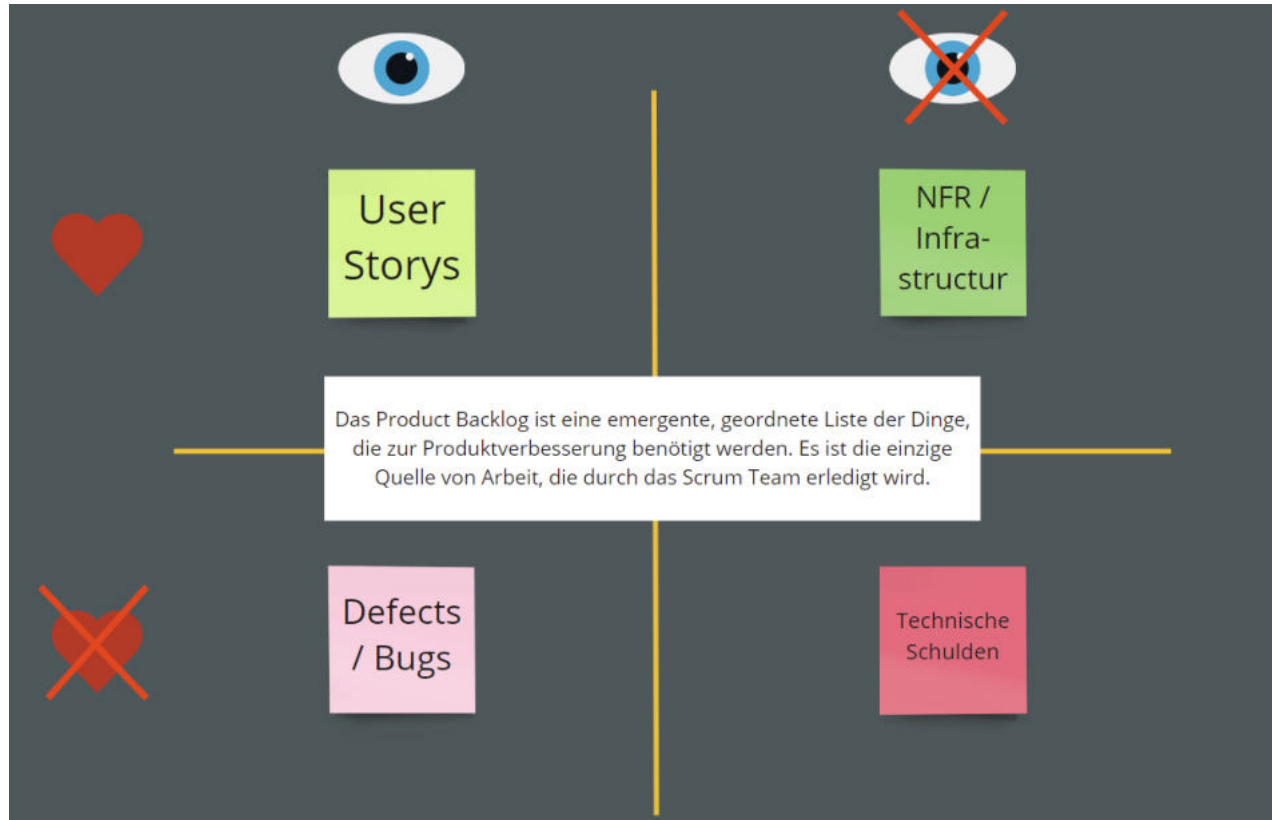
Das „CCC“-Prinzip von User Stories

Confirmation

Um nachzuweisen, dass die Stories in der gewünschten Form implementiert worden sind, werden für jede Story **Akzeptanzkriterien** vereinbart: vor Beginn der Umsetzung einer Story werden die zentralen Kriterien definiert, wann eine Lösung „gut genug“ ist, so dass sie akzeptiert werden kann, um das Problem ausreichend gut zu lösen.

Hierbei bietet sich die **Implementierung von Akzeptanztests** an, um die Erfüllung der Akzeptanzkriterien sicherzustellen.

Arten von Product Backlog Items



Akzeptanzkriterien



Was sind Akzeptanzkriterien?

- Akzeptanzkriterien sind neben der Benutzergeschichte ein weiterer **Bestandteil** von Product Backlog Elementen
- Ergänzen die übergreifend gültige Definition of Done
- Akzeptanzkriterien beschreiben einen **Zustand** (oder **Verhalten**), mit dem ein Problem (vermutlich) ausreichend gut gelöst ist → Fokus auf **Problemlösung**

Was sind Akzeptanzkriterien **nicht**?

- AK's sind keine **Abnahmekriterien**
- AK's sind keine **Vertragsbedingungen** zw. PO/DEV
- AK's sind keine **Fachfeinspezifikationen**
- AK's sind keine definierten **Umsetzungsvorgaben**
- AK's sind nicht **interpretationsfähig** / mehrdeutig

Wobei helfen Akzeptanzkriterien?

- Sie helfen dabei, Klarheit über **Erwartungen** zu schaffen und **Kommunikation** anzuregen
- Erwartungsmanagement & Kommunikation sind **Gründe für Konflikte**
- Sie helfen, in Bezug auf ein Kundenproblem ein **gemeinsames mentales Modell** zu entwickeln

Wobei helfen Akzeptanzkriterien?

- Mit dem Gespräch über Akzeptanzkriterien können wir im Team etwas miteinander vereinbaren bzw. ein **gemeinsames Verständnis** über das Nutzerproblem herstellen
- Sie schaffen Klarheit über die Fragen, wann die Lösung „gut genug“ ist:
Confirmation of Satisfaction (siehe CCC-Prinzip)

Akzeptanzkriterien: Typische Fehler

- Akzeptanzkriterien wie **Vertragsbedingungen** missverstehen (Achtung: „Contract Game“-Falle)
- Akzeptanzkriterien **als Product Owner alleine** erstellen
- Akzeptanzkriterien **nur im Lösungsraum** einsetzen

Akzeptanzkriterien erarbeiten

- In Refinement **ohne** Akzeptanzkriterien **reingehen**, dann in Gespräch/SchätZRunden **gemeinsam erarbeiten** (offener Ansatz)
- Akzeptanzkriterien **(vor)formulieren**, mit denen ihr in Refinement rein geht (ggf. nötig in reguliertem Umfeld)
- In sog. „**3 Amigos-Sessions**“ (Spezifikationsworkshop)
- Akzeptanzkriterien gemeinsam im Team und **mit Stakeholdern & Experten** erstellen (sofern dort ein besseres Verständnis vom Problemkontext vorliegt)

Wie viele Akzeptanzkriterien?

- **Nicht zu viele** Akzeptanzkriterien (z.B. 3-6 AK's)
- Mehr als sechs sind eher Indikator, dass der **Lösungsraum** zu **stark eingeschränkt** wird
- **Bindewörter vermeiden** („und“/„sowie“); sie signalisieren, dass Aufteilung in mehrere Akzeptanzkriterien nötig ist

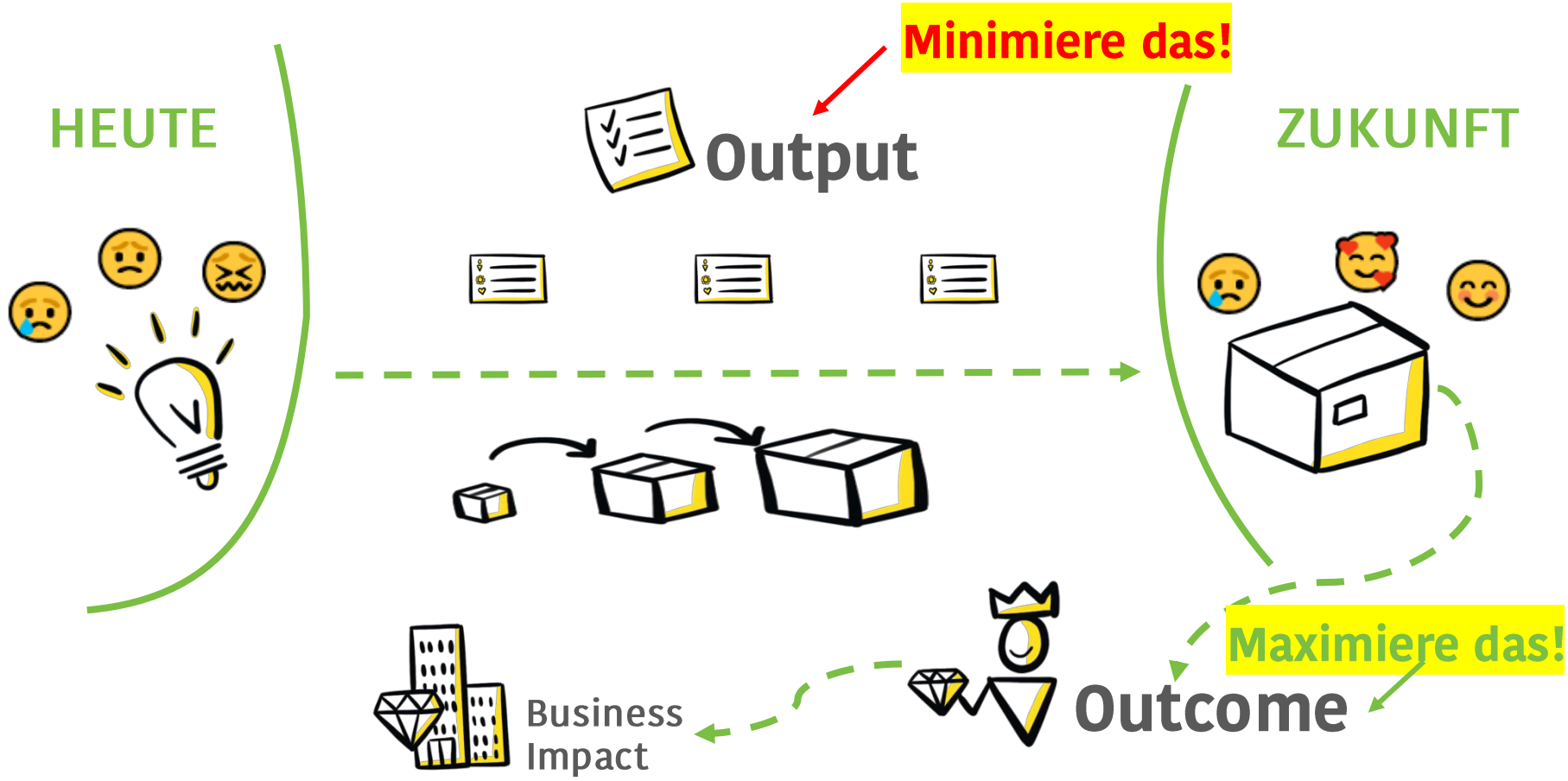
Formate von Akzeptanzkriterien

- Auflistung von **Bedingungen** & **Verhalten** (positiv/fehlerhaft)
- **Ableitungen aus Wörtern** der User Story
- **W-Fragen** stellen: wie häufig, wo, welches Format?
- **Verhaltensszenarien** aller Aktionen die ein Nutzer machen kann (aus dem sog. Behaviour Driven Development)
(Given→When→Then) (Kontext→Aktion→Verhalten)

Unsere Tipps zu Akzeptanzkriterien?

- AK's mit **Personas** verknüpfen („Paul kann jetzt...“)
- Selbst prüfen, ob AK **binär** ist: erfüllbar oder nicht
- Als **Zustand / Verhalten** lösungsfokussiert formulieren. Dafür gedanklich immer an das Nutzerproblem im Problemraum denken
- AK's aktiv **mit Team diskutieren/verändern**, bis alle ein geteiltes Verständnis haben

Output & Outcome



gutes Akzeptanzkriterium

Bei der Ortssuche nach Hotels kann der User auch die Geokoordinaten eines Standorts in einem für ihn offensichtlichen Format eingeben.

Eine stornierbare Buchung kann über das Web oder die App in weniger als 2 Minuten storniert werden

Persona Lennart Leisure bekommt per Push Notification Vorschläge für Bars, Restaurants, Kinos, etc. in der Nähe des Hotels

Persona Peter Perfect kann alle Details der Hotelbuchung auf einem einseitigen Ausdruck zum Check-In ins Hotel mitnehmen

Der Checkout Prozess beim Buchungsabschluss ist mit der Stripe-API (v3.5) an unser ERP-System angebunden.

Persona Paul Preisfuchs wird der alte Preis rot & durchgestrichen angezeigt. Der reduzierte Preis ist fett und grün.

Auf der Mobile App ist eine Umkreissuche anhand eines Schiebereglers möglich: Range 1 km (links) bis 20 km (rechts) in 500m Schritten

schlechtes Akzeptanzkriterium

gutes Akzeptanzkriterium

Eine stornierbare Buchung kann über das Web oder die App in weniger als 2 Minuten storniert werden

Persona Lennart Leisure bekommt per Push Notification Vorschläge für Bars, Restaurants, Kinos, etc. in der Nähe des Hotels

Persona Peter Perfect kann alle Details der Hotelbuchung auf einem einseitigen Ausdruck zum Check-In ins Hotel mitnehmen

Auf der Mobile App ist eine Umkreissuche anhand eines Schiebereglers möglich: Range 1 km (links) bis 20 km (rechts) in 500m Schritten

Persona Paul Preisfuchs wird der alte Preis rot & durchgestrichen angezeigt. Der reduzierte Preis ist fett und grün.

Der Checkout Prozess beim Buchungsabschluss ist mit der Stripe-API (v3.5) an unser ERP-System angebunden.

Bei der Ortssuche nach Hotels kann der User auch die Geokoordinaten eines Standorts in einem für ihn offensichtlichen Format eingeben.

schlechtes Akzeptanzkriterium

gutes Akzeptanzkriterium

Persona Peter Perfect kann alle Details der Hotelbuchung auf einem einseitigen Ausdruck zum Check-In ins Hotel mitnehmen

Eine stornierbare Buchung kann über das Web oder die App in weniger als 2 Minuten storniert werden

Persona Lennart Leisure bekommt per Push Notification Vorschläge für Bars, Restaurants, Kinos, etc. in der Nähe des Hotels

Bei der Ortssuche nach Hotels kann der User auch die Geokoordinaten eines Standorts in einem für ihn offensichtlichen Format eingeben.

Auf der Mobile App ist eine Umkreissuche anhand eines Schiebereglers möglich: Range 1 km (links) bis 20 km (rechts) in 500m Schritten

Der Checkout Prozess beim Buchungsabschluss ist mit der Stripe-API (v3.5) an unser ERP-System angebunden.

Persona Paul Preisfuchs wird der alte Preis rot & durchgestrichen angezeigt. Der reduzierte Preis ist fett und grün.

Schlusssatz Akzeptanzkriterium

gutes Akzeptanzkriterium

Eine stornierbare Buchung kann über das Web oder die App in weniger als 2 Minuten storniert werden

Bei der Ortssuche nach Hotels kann der User auch die Geokoordinaten eines Standorts in einem für ihn **offensichtlichen** Format eingeben.

Persona Peter Perfect kann **alle Details** der Hotelbuchung auf einem einseitigen Ausdruck zum Check-In ins Hotel mitnehmen

Persona Paul Preisfuchs wird der alte Preis **rot & durchgestrichen** angezeigt. Der reduzierte Preis ist **fett und grün**.

Persona Lennart Leisure bekommt per Push Notification Vorschläge für Bars, Restaurants, Kinos, etc. in der Nähe des Hotels

Der Checkout Prozess beim Buchungsabschluss ist mit der Stripe-API (v3.5) an unser ERP-System angebunden.

Auf der Mobile App ist eine Umkreissuche anhand eines Schiebereglers möglich: Range 1 km (links) bis 20 km (rechts) **in 500m Schritten**

schlechtes Akzeptanzkriterium

Unser Einschätzung

Bei der Ortssuche nach Hotels kann der User auch die Geokoordinaten eines Standorts **in einem für ihn offensichtlichen Format** eingeben.

Lösungsraum der konkreten Umsetzung. bleibt offen (z.B. ggf. über Info-"i" oder vorgelegten Bsp.Text)

das Ergebnis einer schnellen Stornierung ist entscheidend, nicht das wie. Einzug das "oder"

Eine stornierbare Buchung **kann** über das Web oder die App **in weniger als 2 Minuten storniert werden**

etwas besser wäre noch "alle **zum Check-in notwendigen** Details...

Persona Peter Perfect kann **alle Details der Hotelbuchung auf einem einseitigen Ausdruck** zum Check-In ins Hotel mitnehmen

Persona Paul Preisfuchs wird der alte Preis **rot & durchgestrichen** angezeigt. Der reduzierte Preis ist **fett und grün**.

Auf der Mobile App ist eine Umkreissuche anhand eines **Schiebereglers** möglich: **Range 1 km (links) bis 20 km (rechts) in 500m Schritten**

Der Checkout Prozess beim Buchungsabschluss ist mit der **Stripe-API (v3.5)** an unser ERP-System angebunden.

das "etc" macht es unscharf. Sind hier auch Theater, Museen, Märkte relevant? "Vorschläge für POI zu seiner Persona" wäre hier besser.

Persona Lennart Leisure bekommt per Push Notification Vorschläge für Bars, Restaurants, Kinos, **etc.** in der Nähe des Hotels

2. Übung: Formuliert folgende Akzeptanzkriterien besser

Stellt das "WHAT" heraus bzw. mit welchem Verhalten oder Zustand ein Teil des Problems ausreichend gut gelöst wäre. Da das zugehörige Product Backlog Item hier nicht benannt wird, werdet einfach kreativ und arbeitet hierzu in der Gruppe mit Annahmen.

Persona Paul Preisfuchs wird der alte Preis rot & durchgestrichen angezeigt. Der reduzierte Preis ist fett und grün.

Wenn die Persona Paul Preisfuchs einen preisreduzierten Artikel aufruft, dann wird der Preisunterschied optisch hervorgehoben.

Persona Lennart Leisure bekommt per Push Notification Vorschläge für Bars, Restaurants, Kinos, etc. in der Nähe des Hotels

Persona Lennart Leisure bekommt per Push Notification Vorschläge für Veranstaltungen aus verschiedenen Kategorien (z. B. Kino, Theater, Bars, Konzerte oder weitere Freizeitangebote

Auf der Mobile App ist eine Umkreissuche anhand eines Schiebereglers möglich: Range 1 km (links) bis 20 km (rechts) in 500m Schritten

Auf der Mobile App kann der Nutzer intuitiv nach Einrichtungen im Umkreis eines Hotels suchen.

Der Checkout Prozess beim Buchungsabschluss ist mit der Stripe-API (v3.5) an unser ERP-System angebunden.

2. Übung: Formuliert folgende Akzeptanzkriterien besser

Stellt das "WHAT" heraus bzw. mit welchem Verhalten oder Zustand ein Teil des Problems ausreichend gut gelöst wäre. Da das zugehörige Product Backlog Item hier nicht benannt wird, werdet einfach kreativ und arbeitet hierzu in der Gruppe mit Annahmen.

Persona Paul Preisfuchs wird der alte Preis rot & durchgestrichen angezeigt. Der reduzierte Preis ist fett und grün.

Wenn Paul Preisfuchs bei einer Hotelbuchung ein Preis angezeigt wird, dann soll ihm der ursprüngliche und der reduzierte Preis sichtbar angezeigt werden.

Persona Lennart Leisure bekommt per Push Notification Vorschläge für Bars, Restaurants, Kinos, etc. in der Nähe des Hotels

Persona Lennart Leisure bekommt per Push Notification Vorschläge für Bars, Restaurants und Kinos in der Nähe des Hotels.

Auf der Mobile App ist eine Umkreissuche anhand eines Schiebereglers möglich: Range 1 km (links) bis 20 km (rechts) in 500m Schritten

Auf der Mobile App ist eine Umkreissuche anhand eines Schiebereglers möglich.

Der Checkout Prozess beim Buchungsabschluss ist mit der Stripe-API (v3.5) an unser ERP-System angebunden.

Der Checkout Prozess beim Buchungsabschluss ist mit ERP-System angebunden.

2. Übung: Formuliert folgende Akzeptanzkriterien besser

Stellt das "WHAT" heraus bzw. mit welchem Verhalten oder Zustand ein Teil des Problems ausreichend gut gelöst wäre. Da das zugehörige Product Backlog Item hier nicht benannt wird, werdet einfach kreativ und arbeitet hierzu in der Gruppe mit Annahmen.

Persona Paul Preisfuchs wird
der alte Preis rot &
durchgestrichen angezeigt.
Der reduzierte Preis ist fett
und grün.



Persona Paul Preisfuchs
soll zwischen neuen und
alten Preis
unterscheiden.

Persona Lennart Leisure
bekommt per Push
Notification Vorschläge für
Bars, Restaurants, Kinos, etc.
in der Nähe des Hotels



Persona Lennart Leisure
bekommt nützliche
Vorschläge für POIs in
der Nähe des Hotels

Auf der Mobile App ist eine
Umkreissuche anhand eines
Schiebereglers möglich:
Range 1 km (links) bis 20 km
(rechts) in 500m Schritten



Der Checkout Prozess beim
Buchungsabschluss ist mit
der Stripe-API (v3.5) an unser
ERP-System angebunden.



2. Übung: Formuliert folgende Akzeptanzkriterien besser

Stellt das "WHAT" heraus bzw. mit welchem Verhalten oder Zustand ein Teil des Problems ausreichend gut gelöst wäre. Da das zugehörige Product Backlog Item hier nicht benannt wird, werdet einfach kreativ und arbeitet hierzu in der Gruppe mit Annahmen.

Persona Paul Preisfuchs wird
der alte Preis rot &
durchgestrichen angezeigt.
Der reduzierte Preis ist fett
und grün.



Persona Paul Preisfuchs wird
der Ursprungspreis anders
angezeigt, als der reduzierte
Preis, um seinen Preisvorteil
gut erkennbar zu machen.

Persona Lennart Leisure
bekommt per Push
Notification Vorschläge für
Bars, Restaurants, Kinos, etc.
in der Nähe des Hotels



Persona Lennart Leisure
bekommt per Push
Notification Vorschläge für
Freizeitaktivitäten in der
Nähe des Hotels

Auf der Mobile App ist eine
Umkreissuche anhand eines
Schiebereglers möglich:
Range 1 km (links) bis 20 km
(rechts) in 500m Schritten



Der Nutzer kann den Suchradius
für die Hotelsuche in der Mobile
App auf einen Bereich bis zu 20km
eingrenzen, um die Relevanz der
Ergebnisse einzuschätzen.

Der Checkout Prozess beim
Buchungsabschluss ist mit
der Stripe-API (v3.5) an unser
ERP-System angebunden.



Die Zahlung wird an unser
System übertragen. Alle
betroffenen Abteilungen
erhalten die für sie
relevanten Daten.

User Story

Als Teilnehmer:in eines Produktwerker Live Events möchte ich die Zugangsdaten rechtzeitig und zuverlässig erhalten, damit ich mich ohne Stress einwählen kann bzw. den Termin nicht verpasse.

3. Übung: Diskutiert & schreibt Akzeptanzkriterien

Die User Story ist bewusst etwas unscharf formuliert. 😈

Hierüber sollten wir sprechen, um mehr Klarheit zu erzielen!

Hierüber sollten wir sprechen, um mehr Klarheit zu erzielen!

Hierüber sollten wir sprechen, um mehr Klarheit zu erzielen!

Akzeptanzkriterien

Wenn ein Teilnehmer sich anmeldet, soll er die Möglichkeit bekommen, den Termin in seinen Kalender zu importieren

Wenn das Event kurz bevorsteht, erhält der Teilnehmer rechtzeitig vorher eine Erinnerung mit dem Zugangslink

In der Terminbestätigung sind alle benötigten Informationen enthalten, um sich einzuwählen.

Wenn der Teilnehmer vor Terminbeginn den Einwahllink clickt, dann gelangt er in einen Wartebereich, der auf den Termininhalt und den Startzeitpunkt hinweist

Die E-Mail-Adresse des Teilnehmers muss verifiziert werden.

User Story

Als Teilnehmer:in eines Produktwerker Live Events möchte ich die Zugangsdaten rechtzeitig und zuverlässig erhalten, damit ich mich ohne Stress einwählen kann bzw. den Termin nicht verpasse.

Akzeptanzkriterien

Lenny Live-Event erhält eine Einladung, die er in seinen Kalender übernehmen kann.

Lenny Liveevent bekommt die Zugangsdaten so rechtzeitig, dass er ohne Stress sich einwählen kann.

Der Kalendereintrag enthält die Links zum Event und allen verwendeten Tools.

Der Kalendereintrag enthält Reminder am selben Tag.

Lenny Live-Event erhält eine Erinnerungs-Mail am Morgen des Events.

Lenny Live-Event hält direkt nach der Buchung eine Bestätigungsmail mit den Zugangsdaten.

3. Übung: Diskutiert & schreibt Akzeptanzkriterien

Die User Story ist bewusst etwas unscharf formuliert. 😈

Hierüber sollten wir sprechen, um mehr Klarheit zu erzielen!

Hierüber sollten wir sprechen, um mehr Klarheit zu erzielen!

Hierüber sollten wir sprechen, um mehr Klarheit zu erzielen!

User Story

Probleme mit dem Event-Management-System
ich benötige Daten rechtzeitig und zuverlässig erhalten, damit ich mich ohne Stress einwählen kann bzw. den Termin nicht verpasse.

Geht es um Zustellrate?
Wie stellen wir das sicher?

Was sind die Systeme, die zum Einsatz kommen?

Hierüber sollten wir sprechen, um mehr Klarheit zu erzielen!

Übung: Diskutiert & schreibt Akzeptanzkriterien

Die User Story ist bewusst etwas unscharf formuliert. 😈

Akzeptanzkriterien

Ich erhalte vorab Testlinks, um zu checken, ob die Tools bei mir funktionieren.

1 Stunde vor Beginn des Live Events erhält die Teilnehmer:in eine weitere Erinnerungs-E-Mail mit dem Zugangslink. Die E-Mail enthält den Hinweis, dass das Event in 1 Stunde beginnt.

Beim anmelden sehe ich welche Tools zum Einsatz kommen werden.

Es gibt eine Vorankündigung (ca. 1 Werktag vorher)

Nach dem anmelden bekomme ich ein Bestätigungsmail.

Kanal angeben! (E-Mail, weil geschäftlicher Kontext)

User Story

Als Teilnehmer:in eines Produktwerker Live Events möchte ich die Zugangsdaten rechtzeitig und zuverlässig erhalten, damit ich mich ohne Stress einwählen kann bzw. den Termin nicht verpasse.

3. Übung: Diskutiert & schreibt Akzeptanzkriterien

Die User Story ist bewusst etwas unscharf formuliert. 😈

Hierüber sollten wir sprechen, um mehr Klarheit zu erzielen!

Hierüber sollten wir sprechen, um mehr Klarheit zu erzielen!

Diskutieren, wie häufig sinnvoll ist.

Akzeptanzkriterien

Sicherstellen, dass die Liste der Teilnehmer aktuell und vollständig ist.

Die Zugangsdaten werden den Teilnehmenden standartisiert, mehrmals zur Verfügung gestellt.

Der E-Mail ist zusätzlich eine Option hinzugefügt, einen Kalendereintrag in gängigen Formaten zu speichern.

Der Link zur Veranstaltung wurde im Vorfeld auf korrekte Funktionalität geprüft.

Lessons Learned

Reflektion des Erlernten



Was solltet ihr euch merken?

Akzeptanzkriterien

- Als künftiger Zustand beschreiben - im Problemraum
- AK's Sind keine „Vertragsbedingungen“ mit dem Team
- Unterscheide:
User Stories → Geschichte des Nutzungsproblems
Akzeptanzkriterien → Bei welchem Zustand/Verhalten
wäre das Problem gut genug gelöst

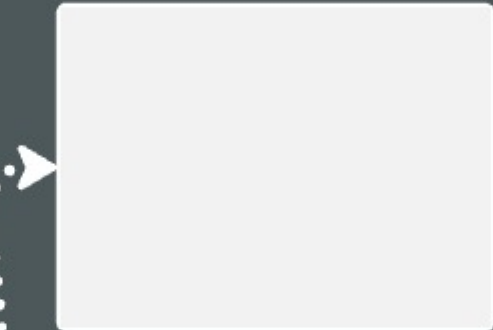
Zum ersten Mal teilgenommen,
direkt gut gefallen. Gut
vorbereitet und strukturiert.
Und - endlich Gesichter zum
Audiopodcast ;)

immer
wieder
gerne ;-)

Super hilfreich, vor
allem auch zum
Wissen auffrischen :)

Ich bin ersten mal hier - das ist sehr
praktisch und sehr gut organisiert
Workshop. Normalerweise ist
schwierig online auf Workshops zu
konzentrieren, aber hier hatte keine
solche Problem.

Ich wünsche mir eine
Session zum Slicen
von User Stories :)



Sehr
praktisch

Klasser Aufbau, die
interaktiven
Übungen sind super

Wir freuen uns über Euer Feedback zum Live-Event "Akzeptanzkriterien"

(Komplizierte)
Zusammenhänge in
wirklich gut greifbare
Worte gefasst!

Frischte eingekrustetes
Vorwissen mal wieder
sehr schön auf!

Einen späteren Zeitslot
würde ich nicht
schaffen, gerne so
beibehalten :)

Sehr gute und
praxisnahe
Übungen

Top
organisiert

sehr hilfreich
auch als Realitäts-
Abgleich



Das Live-Event ist kostenlos -
dropt doch mal, wie wir euch
trotzdem was Gutes tun
können! - zB Kaffeekasse,
LinkedIn-Post machen, ...

ich möchte einmal
auch so fit in Online-
Workshops sein wie
ihr 😊



THX DANKE FÜR EURE AUFMERKSAMKEIT

Kennt ihr schon unseren Podcast? Hier geht's zu einer Podcast-Folge zu „Akzeptanzkriterien“:

<https://produktwerker.de/akzeptanzkriterien/>

Trainings, Workshops, Product Coaching



Tim Klein
Tim.Klein@produktwerker.de

