

Projekt-Ebene

Fakten

Auftraggeber*in / Sponsor*in

Wer bezahlt die Party und vergibt den Auftrag? In vielen Organisationen gibt es oftmals Unklarheit über die konkreten Verhältnisse, denn Sponsor*in und Auftraggeber*in müssen ja nicht die gleichen sein. Wichtig ist für uns bloß, hier klare Verhältnisse zu haben.

Projektname & Projektleitung

Wir geben dem Projekt einen fancy, wichtig klingenden Namen, damit sich die Kolleg*innen direkt darüber lustig machen können. Außerdem klären wir schriftlich, wer in dem Projekt die Hosen anhat.

Zeithorizont

Wann sollen wir fertig sein? Gibt es Zeitbeschränkungen, die sich aus anderen Abhängigkeiten ergeben?

Team-Ressourcen

Wie viele interne Ressourcen bekommen wir für das Projekt? Wann, in welchem Zeitraum? Vollzeit, Teilzeit?

Budget

Haben wir ein Budget für externe Unterstützung und weitere anfallende Materialkosten? Dürfen wir frei darüber verfügen?

Projektkontext

z.B. Historie des Projekts

Oft ist dies nicht der erste Versuch. Wir sollten so viel wie möglich darüber herausfinden, warum das Projekt initiiert wurde, wer daran beteiligt war und welche Versuche es in der Vergangenheit bereits gab.

z.B. einzuhaltende Rahmenbedingungen

Gibt es hier ein paar „politische“ Implikationen? Begriffe, die bisher im Unternehmen verbrannt wurden? Was müssen wir noch an Background-Informationen bekommen?

z.B. angrenzende Projekte

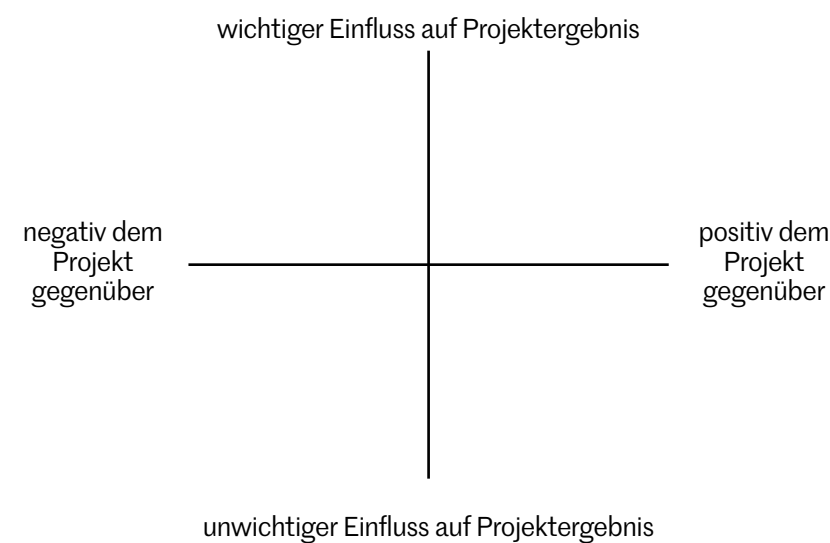
„Ach, die machen etwas ähnliches!“ — kein unbekanntes Gefühl. Kommt das mitten oder am Ende eines Projekts, ist das nicht nur unschön, sondern man hat viel Synergiepotenzial verschenkt und möglicherweise viel doppelte Arbeit erledigt. Wir müssen zum Start wissen, wer unsere Mission teilt und mit wem wir uns vernetzen sollten.

Stakeholder

Intern & extern

Wer muss aufgrund unseres Projekts sein Verhalten verändern? Wer hat Interesse daran, in unserem Projekt mitzureden (und sollte das besser auch tun)?

Wenn notwendig mit Priorisierung.



Inhaltliche Ebene

Inhaltliche Ziele

Zielbild (Unternehmen)

Wie trägt das Projekt dazu bei, die Ziele des Unternehmens zu erreichen? Wo gehts strategisch hin?

Ziel für Auftraggeber*innen

Wie lautet die (heimliche) Agenda der Auftraggeber*innen?

Welche Interessen spielen noch mit hinein?

Hier interessieren wir uns auch für die Dinge, die wir normalerweise nirgends aufschreiben würden.

Ziel für Nutzer*innen

Was sollen wir für unsere Nutzer*innen erreichen? Was soll sich durch das Projekt verändern bzw. verbessern?

Für wen genau?

Nutzer*innen-Gruppen & Priorisierung

Eine Win-Win-Win-Situation wünschen wir uns immer für alle! Realistisch ist das leider nicht jedes mal. Im Projekt müssen wir Prioritäten setzen und manchmal die Bedürfnisse der einen Interessengruppe über die der anderen setzen. Wir sollten hier die Prioritäten unserer Auftraggeber*innen kennen, um vorbereitet zu sein und den Fokus richtig zu setzen.

Bereits vorliegende Ergebnisse

Ganz ganz selten starten wir bei null. Normalerweise können wir immer auf bereits vorhandene Ergebnisse aufbauen. Wir müssen wissen, welche das sind. Und am besten direkt, wer unser*e Expert*in dafür ist.

PS: Die Einstellung, „Ich wollte Ihnen das nicht sagen, damit Sie ganz unbefangen an die Sache herangehen können ...“ ist die beste Voraussetzung für schlechte Ergebnisse und Verzögerungen im Projekt!

Inhaltliche Rahmenbedingungen

Was darf nicht als Nebeneffekt passieren?

Was ist nicht im Projekt-Scope enthalten?

Weitere inhaltliche Do's und Dont's gibt es?

Problem-Kontext

Wir wollen auch jetzt schon so viel wie möglich über den Kontext des zu lösenden Problems wissen.

Problem-Prozess

Probleme sind in der Regel in einen Prozess eingebunden / sichtbar. Wir wollen wissen, wie sie sich äußern, bzw. so viel wie möglich über diesen Prozess erfahren.

Nutzer*innen-Gruppen

Alle nicht-technischen Probleme haben einen Bezug zu Nutzer*innen. Diesen müssen wir verstehen. Welche Gruppen existieren, welchen Anteil und welche Interessen haben diese?

Projektergebnisse, die das Team liefern soll (Deliverables)

Welche Ergebnisse und Teil-Ergebnisse müssen wir liefern, damit wir das Ziel erreichen? Hier liegen natürlich Ursachen-Wirkungs-Hypothesen zugrunde, die sich im Verlauf des Projekts als falsch erweisen können.

Aber: Das hier dient immer nur dem Abbild unseres aktuellen Wissensstands und der Abstimmung mit den Auftraggeber*innen.

