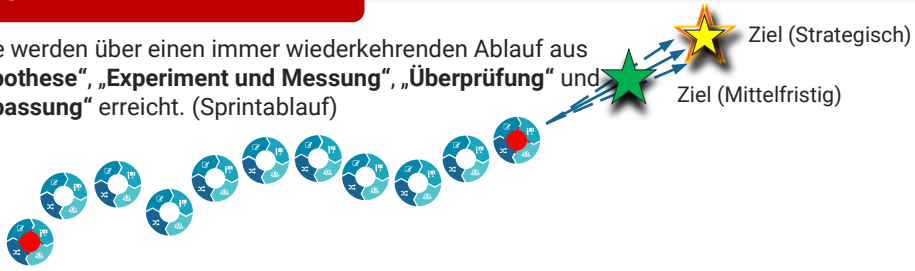


**Kerngedanke**

Ziele werden über einen immer wiederkehrenden Ablauf aus „Hypothese“, „Experiment und Messung“, „Überprüfung“ und „Anpassung“ erreicht. (Sprintablauf)



**Zielhierarchie**

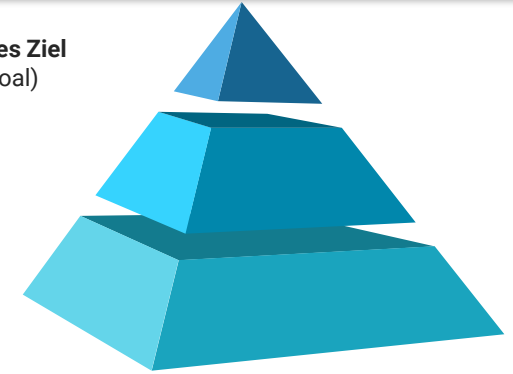
Ziele werden n.u. hin immer konkreter und operativer



**Strategisches Ziel**  
(Strategic Goal)

**Mittelfristiges Ziel**  
(Intermediate Goal)

**Kurzfristiges Ziel**  
(Immediate Tactical Goal)



**Fokus auf Ergebnisse legen!**

3 Arten von Maßnahmen: Beziehung zwischen Ziel und Maßnahme sollte hergestellt werden

**Aktivitäten (Activities)**

Einfach zu messen, oft unklar ob Wert geliefert wird (Arbeitsstunden, Meetings, Code...)

**Outputs (Output)**

Einfach zu messen, oft unklar ob Wert geliefert wird (Features, Berichte, Dokumente...)

**Ergebnisse (Outcome)**

Erfolgsversprechend, oft schwieriger zu messen (Kostensparnisse, schnellere Durchlaufzeiten...)

Key Value Areas

**Unrealized Value**

**Zusätzliches Potenzial, welches gehoben werden könnte**

- 1 Können wir in diesem Markt / Marktsegment **zusätzlichen Mehrwert** schaffen?
- 2 Ist dieses unausgeschöpfte Potential das **Risiko wert**, entsprechenden **Aufwand** zu **investieren**?
- 3 Sollten **weitere Investitionen** in dieses unausgeschöpfte Potential getätigt werden?

**Ability to innovate**

**Fähigkeit neue Leistungen bereitzustellen, die die Kundenerwartungen (noch) besser erfüllen**

- 1 Was **hindert die Organisation** daran neuen Mehrwert zu schaffen?
- 2 Was **hindert unsere Kunden**, oder Nutzer daran von Innovationen zu profitieren?

**Current Value**

**Wert, oder Nutzen den das Produkt heute bereits liefert**

- 1 Wie zufrieden sind unsere **Kunden** und **Nutzer** heute? Nimmt deren Zufriedenheit zu, oder ab?
- 2 Wie zufrieden sind unsere **Mitarbeiter** heute? Nimmt deren Zufriedenheit zu, oder ab?
- 3 Wie zufrieden sind unsere **Investoren** und **Stakeholder** heute? Nimmt deren Zufriedenheit zu, oder ab?

**Time-to-market**

**Fähigkeit zügig neue Leistungen, oder Produkte bereitzustellen**

- 1 **Wie schnell** kann unsere Organisation von neuen Experimenten und Informationen **lernen**?
- 2 **Wie schnell** können wir uns an die gewonnenen Informationen und Erkenntnisse **anpassen**?
- 3 **Wie schnell** können wir **neue Ideen** mit unseren Kunden ausprobieren und **testen**?