

Definition User Stories

Eine User Story ist eine Zielorientierte Geschäfts-Anforderung aus der Perspektive des Nutzers oder Kunden. Sie definiert **Welcher** Kunde, **Was** tun möchte und klärt das **Ziel**. „Wer will Was Wozu.“ In der agilen Welt wird sie meist von [Product Owner](#) geschrieben.

Inhalte Verbergen

[Definition User Stories](#)

[Eine User Story schreiben](#)

[Eigenschaften einer User Story](#)

[Beispiele für User Stories](#)

[User Story – Schritt für Schritt](#)

[Fragen und Antworten User Stories](#)

Stories sind besonders mächtig, weil sie den Kunden in den Mittelpunkt rücken und damit in das Zentrum des Projekts. Zusätzlich ermöglicht das Format „einer Geschichte“ eine leichtere Vorstellung des Ziels. User Stories werden häufig in der [SCRUM](#)-Welt verwendet, helfen aber bei allen Projektvorgehen, die das Bestreben haben, ein Vorhaben in überschaubare Teile zu zerlegen.

Auch User Stories spiegeln den Wandel des Mindset in der agilen Welt wider. Sie ersetzen die klassischen Anforderungen hin zu einem kompletten „Was wollen wir erreichen“. Die reinen Anforderungen, ohne anfassbares Ergebnis sind passé. Jeder Story resultiert in einem Ergebnis, das dem Nutzer vorgestellt werden kann.

User Stories spiegeln die kleinste Einheit wider, über die in einem Projekt gesprochen wird.

User Stories erzählen eine kurze Geschichte. Damit ist es einfacher im Projekt zu kommunizieren und nimmt jeden auf der Reise mit, wohin es gehen soll.

Eine User Story schreiben

User Stories zerlegen ein größeres Projektvorhaben in handhabbare Teile und verdeutlichen dann im Detail für wen eigentlich was erreicht werden soll. Es geht also darum die größeren Projektziele in kleinere Ziele zu unterteilen und dabei zu spezifizieren, welcher Teil für

welche Zielgruppe erstellt wird und was genau damit erreicht wird.

Typischerweise werden User Stories Stück für Stück heruntergerochen. Bevor sie die Größe einer wirklich umsetzbaren Story haben, werden sie auch häufig EPIC genannt – also eine episch große Geschichte.

Jede User Story sollte auf eine Notizkarte passen, es geht also nicht um lang erzählte „Geschichten“ sondern um einen Satz aus 3 Elementen. Die Notizkarten werden auch gerne „Story Cards“ genannt. Oft werden hierzu Haftnotizen verwendet und diese an einem Storyboard verwaltet.

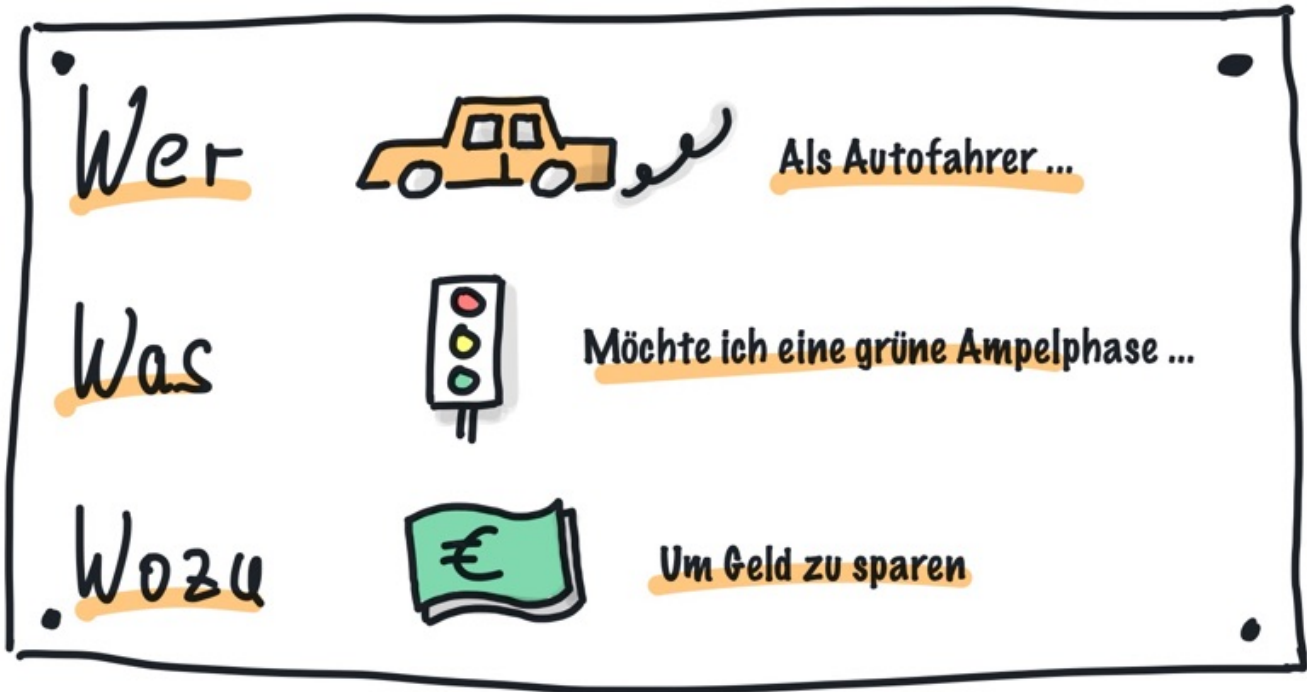
Eigenschaften einer User Story

- sie soll kurz sein
- sie soll in der Sprache und Perspektive des Kunden formuliert sein
- sie sollte den Kunden benennen
- sie sollte das Ziel benennen
- und beschreiben weshalb dem Kunden das Ziel wichtig ist

Viele Unternehmen formulieren konkrete Abnahme-Kriterien für die Akzeptanz des Ergebnisses. Das hebt Users Stories auf das nächste Granularitäts-Niveau und begleitet die Umsetzung im Konkreten.

Format der User Story:

Als [**bestimmter Benutzertyp**] möchte ich [**ein bestimmtes Ziel erreichen**],
damit ich [**einen bestimmten Nutzen erzielen**] kann.



eine User Story besteht aus einem Satz, der den Zielkunden, das inhaltlich zu Erarbeitende und das damit zu erreichende Ziel beinhaltet.

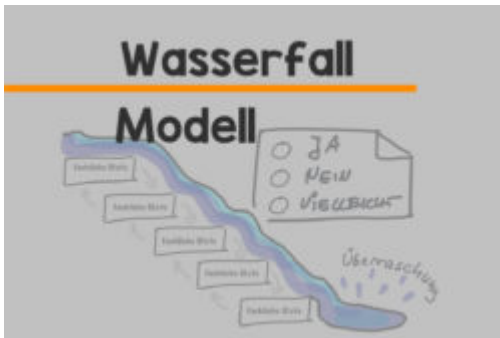
Ein sehr wichtiger Hinweis zu User Stories: Sie sollten immer einen gewissen Geschäftswert für den Product Owner liefern. Wenn das nicht der Fall ist, ist die Story, die implementiert wird, nicht besonders hilfreich.

Beispiele für User Stories

- Der Nutzer möchte eine Registrierung über Social Signup durchführen, um den Service schneller zu nutzen.
- Unser Support möchte, dass Kunden beim Schließen ihres Kontos direkt das Löschen ihrer Daten angeboten wird, um Support-Vorfälle zu reduzieren.
- Als regelmäßiger Besucher möchte ich die Kreditkarte mit meinem Profil verknüpfen, damit ich schneller, einfacher und ohne Bargeld für eine Fahrt bezahlen kann.
- Als Taxi-Fahrer möchte ich Fotos von meinem Auto in meinem Profil hinzufügen, damit ich mehr Nutzer anziehen kann.

Weiterer, schöner Artikel: [BMC, User Story, Personas, Value Proposition als Quartett-value-proposition/](#)

Weiterführende Artikel



[Wasserfallmodell](#)



[Output vs. Outcome](#)



[MVP - Minimal Viable Product](#)

User Story - Schritt für Schritt

Benötigte Zeit: 3 Minuten.

Schritte eine User Story zu formulieren

1. Wer

Für wen wird etwas umgesetzt. Die klare Vorstellung des Kunden oder Abnehmers hilft dabei die Ziele klarer zu [visualisieren](#) und umzusetzen.

2. Was

Die Vorstellung was eigentlich umgesetzt werden soll entspricht im wesentlichen der klassischen Definition einer Anforderung (in Grob) und wird durch den Story Kontext reicher.

3. Wozu

Im Agilen geht es um „erreichen“. Damit wird die Anforderung zielgerichtet. Es wird Geschäftswert erzeugt, der sich durch das Wozu definiert.

4. Kriterien

Abnahme Kriterien an User Stories führen zu einer gemeinsamen, konkreten Vorstellung woran das Erreichen festgemacht wird. Damit ist die Abnahme durch den Kunden definiert.

Fragen und Antworten User Stories

Wie schreibe ich eine User Story?

Eine User Story wird aus Nutzer bzw. Kundenperspektive formuliert. Sie klärt: Wer will was wozu? Damit rückt der Nutzer in den Mittelpunkt und es ist das Ziel klar, sowie der Weg wie es erreicht werden soll.

Wer schreibt die User Stories?

Die User Story wird meist vom Product Owner geschrieben. Es gibt aber auch Teams, die eine gemeinsame Formulierung der User Stories bevorzugen, weil dabei gemeinsame Klarheit entsteht. Vor einer Umsetzung muss allen Teilnehmern die User Story klar sein, um mitzudenken und das beste Ergebnis zu erzeugen.

Warum User Stories?

User Stories erzählen kurz und knapp die Geschichten des Kunden oder Nutzers, die er erleben möchte, wenn ein Produkt-Teil fertig ist. Durch diese Verbildlichung sind User Stories ein kraftvolles Werkzeug im Projekt zu kommunizieren.

Wie hilfreich war dieser Beitrag?

Klicke auf die Sterne um zu bewerten!

Bewertung Abschicken

Durchschnittliche Bewertung 4.9 / 5. Anzahl Bewertungen: 11

Bisher keine Bewertungen! Sei der Erste, der diesen Beitrag bewertet.

[Xing](#)

[LinkedIn](#)

[Twitter](#)

[Facebook](#)

[WhatsApp](#)

[Email](#)

[Print](#)