

**Munz Sebastian/Julia Soergel: Agile Produktentwicklung im Web 2.0. Verlag Werner Hülsbusch, Boizenburg. 2007. ISBN: 978-3-940317-11-7. 222 Seiten. 32,90 Euro.**

Internetbasierte Kommunikationsräume brauchen Software als technische Grundlage. Doch umgekehrt sollten auch die EntwicklerInnen von Internetsoftware auf die neuen Kommunikationsmöglichkeiten des "Web 2.0" zurückgreifen und Produkte in ständigem Diskurs mit KundInnen und AnwenderInnen entwickeln, um Dienste zu schaffen, die auf deren Bedürfnisse optimal zugeschnitten sind. Ausgehend von dieser These entwerfen Sebastian Munz und Julia Soergel in diesem Buch, das ursprünglich als Diplomarbeit an der Fachhochschule Berlin entstand, Grundlagen eines entsprechenden Entwicklungsprozesses. Ihrem fachlichen und beruflichen Hintergrund in Medientechnik bzw. Agenturbereich entsprechend, liegt der Fokus dabei auf der Entwicklung praxisrelevanter Praktiken für ein solches „agiles“ Vorgehen im Softwareentwicklungsprozess. Der Wert des Buches für LeserInnen mit sozialwissenschaftlichem Interesse findet sich weniger in diesen Prozessbeschreibungen als in der Diskussion von Produktentwicklungs-, Distributions- und Markteinführungskonzepten im Kontext sich verändernder Kommunikationskulturen.

Die Ausarbeitung beginnt mit einer recht ausführlichen **Beschreibung des Web 2.0**, die für fachlich beschlagene Leser jedoch nichts Neues bringt. So skizzieren die AutorInnen typische Dienste von Youtube über Weblogs bis zu Wikipedia, arbeiten mit engem Bezug zu O'Reilly (2005) grundlegende Charakteristika des Web 2.0 aus und bieten einen Überblick über die den Anwendungen zu Grunde liegenden Technologien. Ein kurzer Abriss zu Business-Consumer-Kommunikation im Web 2.0 mit Konzentration auf Corporate Weblogs runden das Kapitel ab.

Im darauf folgenden Abschnitt erläutern die AutorInnen die **Konzepte iterativer und „agiler“ Entwicklung**, die als Alternativen zu streng sequentiellen Prozessmodellen der Softwareentwicklung entstanden sind. Im Unterschied zu dem bis heute weit verbreiteten „Wasserfallmodell“ des Softwareentwicklungsprozesses, das ein vom ersten Entwurf bis zum Einsatz der Software streng sequentielles Vorgehen vorschreibt, zeichnen sich iterative Prozessmodelle durch mehrfache Feedbackschleifen aus. Das Produkt wird in mehreren Schritten veröffentlicht, im Kontext seiner Nutzung evaluiert und angepasst, wächst also inkrementell mit jeder Veröffentlichung. Einige Schritte weiter gehen agile Vorgehensmodelle. Basierend auf dem von Talcott Parsons (1951) entwickelten Schema für agile Systeme<sup>1</sup> zeichnen sich diese unter anderem durch Anpassungsfähigkeit durch dynamische Ziele, Kunden- und Anwenderorientierung und die Konzentration auf den Nutzwert von Software aus.

Ausgehend von diesen Grundlagen entwickeln Munz und Soergel einen **ganzheitlichen Ansatz** für die „agile Entwicklung“ von Softwareanwendungen unter den Bedingungen des Web 2.0. Sie erarbeiten **grundlegende Werte und Prinzipien**, an denen sich diese orientiert:

---

<sup>1</sup> „AGIL“ steht hierbei für Adaption, Goal Attainment, Integration und Latent Pattern Maintenance (Vgl. Parsons 1951).

Die Produkte müssen einfach sein, sowohl in der Handhabung durch die BenutzerInnen als auch im Rahmen der Weiterentwicklung durch die ProgrammiererInnen. Dabei gilt „weniger ist mehr“ sowohl im Hinblick auf das Produkt, das auf seine wesentliche Funktionen reduziert wird, als auch auf die Produktentwicklung selber. Ein möglichst kleines Team, ein überschaubarer Umfang des Projekts und eine ebensolche Dauer sollen es ermöglichen, im hochdynamischen Umfeld des Web 2.0 schnell und kostengünstig auf veränderte Anforderungen zu reagieren.

Offene Kommunikation, sowohl mit den KundInnen und den AnwenderInnen als auch im Team ermöglichen eine Atmosphäre, in der konstruktiv Feedback gegeben werden, das wieder in den Prozess der Produktentwicklung einfließen kann. Die KundInnen werden eng eingebunden, um die Ziele und Anforderungen an das Projekt stetig im Entwicklungsprozess zu messen, abzugleichen und anzupassen. Offenheit für Anregungen und Kritik und ein adäquater konstruktiver Umgang damit sind Voraussetzung, um ein entsprechendes Softwareprodukt zur Zufriedenheit aller umzusetzen. Insbesondere auch die AnwenderInnen sollten dabei möglichst früh in den Prozess eingebunden werden, um auf die zumeist erst durch die praktische Anwendung der Software sichtbar werdenden Probleme angemessen und schnell reagieren zu können. Dabei sollen vielfältige im Web verfügbare Kommunikationsmittel eingesetzt werden, um Transparenz für den Entwicklungsprozess zu erzeugen und die Anwender zu ermuntern, entsprechendes Feedback zu geben.

Die agile Entwicklung von Softwareprodukten zeichnet sich entsprechend durch viele kleine, schnelle Schritte aus. Die Anforderungen an das Produkt sind beweglich und werden parallel zur Entwicklung der Software im Kontext offener Kunden- und Anwenderkommunikation immer wieder geprüft und angepasst. Durch den fortlaufenden aktive Abgleich mit den realen Bedingungen kann das Produkt perfektioniert werden: „Je häufiger die aktuelle Position mit dem Soll verglichen und der nächste Schritt auf dieser Erkenntnis basierend geplant wird, umso sicherer können Ziele angesteuert werden“ (S. 107).

Im Anschluss an die Werte und Prinzipien beschreiben die Autoren **Praktiken agiler Produktentwicklung** für Programmierung, Produkt- und Projektmanagement. Iteratives Vorgehen auf der Mikroebene des täglichen Programmierens (Verbesserung des Quellcodes in kleinen, überschaubaren Schritten), häufige, zum Teil automatisierte Test des Produktes und der Verzicht auf umfangreiche Einstellungsmöglichkeiten für den Anwender sind relevante Praktiken in der Programmierung. Im Produktmanagement-Kontext sind klare, prägnante Produktvisionen zu formulieren und entsprechend zu kommunizieren. Das regelmäßige Miteinbeziehen unterschiedlicher Gruppen von AnwenderInnen und das Ausloten ihrer jeweiligen Bedürfnisse kennzeichnet den gesamten Entwicklungsprozess. Entsprechend ist das Projektmanagement in agilen Entwicklungsmodellen von zirkulären Reflexions-, Lern- und Adaptionprozessen geprägt. Dies erfordert sowohl aktive und fortwährende Kommunikation mit KundInnen, AnwenderInnen und im Team als auch schnelle Entscheidungsfindung in einem Prozess der kleinen Schritte.

Diese Praktiken stellen Munz und Soergel abschließend in einem **eigenen Softwareprojekt** auf die Probe. Sie entwickelten die internetbasierte Anwendung *mite* zur projektbezogenen Arbeitszeiterfassung und veröffentlichten in diesem Prozess insgesamt sechs Iterationen, die jeweils von einer Vielzahl an AnwenderInnen getestet wurde. Die EntwicklerInnen animierten über verschiedene Kommunikationskanäle (Wiki, Weblog, E-Mail) die NutzerInnen aktiv zu

*kommunikation@gesellschaft, Jg. 9, Rezension 2*

[http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/R2\\_2008\\_Maireder.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/R2_2008_Maireder.pdf)

einem Feedback. Der Rücklauf war dabei über Kommentare auf den Blog und ganz besonders auf Feedbackaufforderungen innerhalb der Software beachtlich, und viele der Anregungen konnten umgesetzt werden. Auch die Promotion der Software erfolgte nur über die Strukturen des Web 2.0: Mit einem Corporate Weblog als zentralem Kommunikationstool und über „Mundpropaganda“ in der stark vernetzten Blogsphäre konnte *mite* in einem Zeitraum von nicht einmal zwei Monaten 1.591 BenutzerInnen von der Software überzeugen. Die AutorInnen resümieren, dass „im Web 2.0 in Orientierung am entworfenen ganzheitlichen Modell erfolgreich die Webanwendung *mite* entwickelt werden konnte. (...) Durch die Pflege einer offenen und ehrlichen Kommunikationskultur ließ sich dieses Produkt mit gegen Null tendierendem Marketingbudget unter Nutzung der Strukturen des Web 2.0 auf dem deutschsprachigen Markt positionieren“ (S. 197).

Das Buch zeigt uns einen Ausschnitt der möglichen gesellschaftlichen Veränderungsprozesse im Kontext der sozialen Aneignung von „Web 2.0“-Technologien und der Ausformung entsprechender Kommunikationskulturen. Die AutorInnen brechen zwar selbst an keiner Stelle aus dem Kontext Softwareentwicklung aus, beim Lesen entsteht jedoch der Eindruck, dass ihre Prinzipien durchaus nur ein Beispiel für Prozesstaktiken sein könnte, die sich auch auf Produktentwicklung und -marketing in anderen Bereichen übertragen ließen. Der Text bleibt auf einer zwar praxisrelevanten, aber theoretischen Ebene. Allein die Anwendung der Prinzipien und Praktiken an dem eigenen Projekt *mite* liefert empirische Daten, die jedoch von sehr begrenzter Relevanz sind. Die Frage, ob und in welcher Form agile Praktiken bzw. entsprechend kommunikationsorientierte Produktentwicklungsprozesse bereits in der Softwarebranche angewandt werden, bleibt offen.

## **Literatur**

*O'Reilly, Tim* (2005): What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Online-Publikation: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> (Stand 07.01.08)

*Parsons, Talcott* (1951): The Social System. New York. Free Press.

## **Kontakt zum Autor:**

Axel Maireder  
Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft  
Fakultät für Sozialwissenschaft  
Universität Wien  
Schopenhauerstrasse 32  
1180 Wien, Österreich  
[Axel.maireder@univie.ac.at](mailto:Axel.maireder@univie.ac.at)

*kommunikation@gesellschaft, Jg. 9, Rezension 2*

[http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/R2\\_2008\\_Maireder.pdf](http://www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/R2_2008_Maireder.pdf)