



Kein Sprint für Schweinebäuche

Agiles Arbeiten ist die Antwort auf das digitale Tempo. In Reinform aber lassen sich Scrum & Co. nicht immer ins Agenturleben einbinden

TEXT: Martin Bell

*Alles im Griff?
Im Agentur-
alltag verheddert
man sich leicht,
wenn man jede
Aufgabe nach
der reinen
Scrum-Lehre in
die Hand nimmt*

Handverlesenes für anspruchsvolle Leser. Piqd (wie „Picked“) heißt das Startup. 70 Autoren, Journalisten, Kulturschaffende durchstöbern für den Newcomer das Netz, empfehlen in knappen Rezensionen Artikel und verlinken darauf. Mal geht es um die Beelitz-Heilstätten in Potsdam-Mittelmark („der gruselige Abenteuerspielplatz der Berliner Hipster“), mal um einen Zeitgeist ohne Sex, Drugs and Rock’n’ Roll („Wo ist nur der Spaß geblieben?“). Als „Programmzeitung für guten Journalismus“ versteht sich Piqd. Den Markenauftritt entwickelte, genau wie das UX-Design, die Werbeagentur Bloom. „Ein typisches Scrum-Projekt“, so Geschäftsführer Steff Neukam. Landauf, landab hält agiles Arbeiten in die Agenturszene Einzug. Nicht immer durchgängig in sämtliche Projekte und Abteilungen, nicht immer streng nach Methoden wie Scrum und Kan-

ban, aber stets dem Grundgedanken des Agilen verpflichtet: das Zusammenspiel der Kräfte transparent und kollaborativ anzulegen, um (reaktions)schnell zu handeln. „Agiles Arbeiten ist mehr als eine einzelne Methode, es ist vor allem eine Frage der Firmenphilosophie“, sagt Neukam. „Wie versetzen wir die Agentur, ihre Teams in die Lage, sich sofort auf neue Gegebenheiten einzustellen?“ Im Sog des Digitalen stehen längst auch Werber, Designer, PR-Leute vor der Herausforderung, im Fall der Fälle von jetzt auf gleich umzudenken. Weil die Konkurrenz eine ähnliche Kampagnenidee hat, weil das neue Logo der Marke XY Spott erntet oder ein Thema des Contentmarketings auf Gegenwind stößt. In vordigitalen Zeiten kam solch Ungemach zwar ebenfalls vor. Aber: Ob es Kreise zog, in welchem Tempo es die zog und welche Wirkung es entfaltete, stellte sich früher in vergleichs-

weise gemächlichem Gang der Ereignisse heraus. Im vernetzten Heute brechen Malaisen schonmal jählings über einen herein.

STÄRKEN DES AGILEN

Die Frankfurter Digitalagentur Triplesense Reply, 1999 gegründet, setzt in den meisten Projekten auf Scrum und Kanban. Ihre 70 Mitarbeiter finden zusammen in agilen Teams, sieben bis 15 Köpfe aus unterschiedlichen Disziplinen, die gemeinsam und eigenverantwortlich Aufträge stemmen. „Agiles spielt seine Stärke aus in Projekten, deren Anforderungen noch nicht im Detail umrissen sind“, meint Geschäftsführer Peter Krause. „Betrachtet man die Aufgabe im agilen Team aus mehreren Blickwinkeln, klärt sie sich leichter und schneller.“ Die Beteiligten erörtern, was zu tun ist, und verteilen die Zuständigkeiten. Agile Ansätze unterteilen Jobs in viele, kurze Abschnitte (Sprints). Das gibt Gelegenheit, regelmäßig den aktuellen Stand zu beleuchten und daraus folgende Schritte

SERIE
Agiles
Arbeiten
TEIL II

„Eine gute Theorie ist das Praktischste, was es gibt“

Gustav Robert Kirchhoff (1824–1887), deutscher Physiker

abzuleiten, Irrwege frühzeitig zu erkennen, bis dato unberücksichtigte Erkenntnisse einzubeziehen. „Agile Abläufe kommen nicht zuletzt Auftraggebern entgegen, die mitgestalten wollen und Transparenz wünschen“, so Krause. „Scrum sorgt dafür, dass Kunden näher dran sind am Geschehen. Wenn sie das wollen.“

Vergangenes Jahr gründete Triplesense eine Abteilung für Design-Thinking-and-Doing, die sich der Co-Kreation verschrieben hat. Die Idee: Schulter an Schulter mit dem Auftraggeber Services und Produktinnovationen ersinnen und testen. Das ideale Spielfeld für agile Zusammenarbeit. Lösungen, so die Annahme der Design-Thinking-Schule, lassen sich leichter finden, wenn sich Fachleute mit verschiedenen Kompetenzen zusammentun. „In der Unit ist agiles Arbeiten der Normalfall“, berichtet Krause. Das gleichberechtigte Nebeneinander der Experten aus Agentur und Unternehmen gewährleistet, dass Einfälle und Einwände von allen Seiten einfließen. Mit der

Melitta-Gruppe (Swirl, Toppits u. a.) setzte die Abteilung bereits einen Co-Kreations-Prozess erfolgreich um.

SCRUM IN TEILZEIT

Die agile Agentur: das Modell der Zukunft? Vielerorts allenfalls ein Teilzeitmodell. Ob Texter, Designer oder Berater: Mitarbeiter werkeln im Agenturalltag in der Regel nicht exklusiv an einem Auftrag, sondern sind parallel in mehreren, oft grundverschiedenen Projekten unterwegs. Je nach Auftragslage heißt das: Sie konzentrieren sich zeitweise mehr auf einen bestimmten Part und schrauben ihre Mitwirkung auf einer anderen Baustelle zurück. Manche Auftraggeber, so Peter Krauses Erfahrung, haben auch schlicht nichts am Hut mit neomodischem Kram à la Scrum. „Dann investieren Mitglieder des Scrum-Teams einen Teil ihrer Zeit in Aufgaben klassischer Wasserfallprojekte.“ Andere Kunden geben zwar einen Projektplan herkömmlichen Zuschnitts vor, der Phasen definiert und Präsentationen etwa zu Strategie, Konzept, Kreation als Meilensteine festlegt, zeigen sich aber offen für agiles Arbeiten in der Agentur. „In solchen Fällen gilt es, Scrum-Sprints und vorgegebene Projektzyklen aufeinander abzustimmen“, erklärt Krause.

Auftraggeber haben Einfluss darauf, wie tief sich Agiles im Agenturleben verankern lässt. Berichtswege, Entscheidungsbefugnisse und FreigabeprozEDUREN sind etwa in Konzernen häufig strikt geregelt. Mit dem hierar-

chiefreien Miteinander agiler Ansätze verträgt sich das selten. „Wir sind Dienstleister“, sagt Blooms Neukam. „Wir müssen uns in der externen Zusammenarbeit nach unseren Kunden richten, nicht umgekehrt.“ In manchen Projekten hält der Werber aus München Scrum & Co. ohnehin für fehl am Platz. „Wenn es um eine Broschüre geht oder andere reine Offline-Maßnahmen, ist Agiles keine Hilfe, sondern eher ein Bremsklotz.“ Interdisziplinäre Zusammenarbeit für eine Schweinebauchanzeige? Product-Backlogs für ein Festivalplakat? „Das wäre übertriebener Aufwand.“

Z WIE ZUKUNFT

Im Fall von Piqd hingegen arbeitet Bloom agil. Das Scrum-Team erfand die Wortmarke des Startups, entwickelte Logo und Corporate-Design und gestaltete die Website nach Maßgaben der Benutzerfreundlichkeit. Auf der Startseite sind die jüngsten Empfehlungen für Lesenswertes aus dem Netz (die „Piqs“) in Wort und Bild aufgeführt, über den Menüpunkt „Kanäle“ lassen sich Themenwelten aufrufen, von E wie Europa bis Z wie Zukunft. „Wir wollen Piqd als journalistische Qualitätsplattform ins Gespräch bringen“, so Neukam. Könnte gelingen. Immerhin war die Seite für den Grimme-Online-Award nominiert.

VORSCHAU

Wie sieht agiles Arbeiten im Agenturalltag konkret aus? Wie organisiert sich das Team, wie gestaltet es das Projekt?



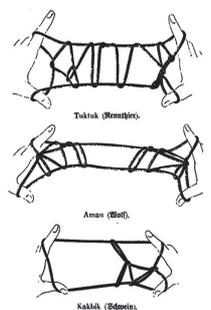
„Wenn es um eine Broschüre geht, ist Agiles keine Hilfe, sondern ein Bremsklotz“

Steff Neukam,
Geschäftsführer
Bloom, München



„Scrum sorgt dafür, dass Kunden, die mitgestalten wollen, näher dran sind am Geschehen“

Peter Krause,
Geschäftsführer
Triplesense Reply,
Frankfurt a.M.



SUMMARY

- **Rasches Handeln in Zeiten digitaler Vernetzung: Das ermöglichen Scrum & Co.**
- **Agiles lässt sich in Mischformen oder projektweise ins Agenturleben integrieren.**
- **Broschüren? Plakate? Gelingen auch ohne Einsatz von Sprints und Backlogs.**
- **Für Kunden bedeutet Agiles: transparentere Abläufe und mehr Mitwirkung.**