

In dieser Ausgabe:

- ⇒ B wie Betatest oder wie Bananensoftware?
- ⇒ Betatests beim Kunden — Fluch oder Segen?
- ⇒ Literatur und Infos

B wie Betatest oder wie Bananensoftware?

Wer kennt Sie nicht, die wohlschmeckende Frucht aus sonnigen Regionen dieser Erde – die Banane. Für uns Mitteleuropäer ist die Banane längst alltäglich geworden obwohl Sie hierzulande gar nicht wächst.



Trotzdem erreichen uns die Früchte meist in sattem, reifem Gelb. Der Trick ist einfach. Die Bananen werden unreif geerntet und haben die Eigenschaft am Transportweg zum Konsumenten zu reifen.

Das ist der Grund warum dieses wohlschmeckende Obst in der IT den Begriff der „Bananensoftware“ geprägt hat.

Bananensoftware steht für ein unfertiges und qualitativ unterdurchschnittliches SW-Produkt, das erst durch den Einsatz beim Kunden „reift“ (im Sinne von besser werden). Der Ausdruck Bananensoftware ist durch und durch negativ besetzt. Zu Recht?

Bananensoftware steht in der allgemeinen Wahrnehmung für Software, die schlecht getestet oder gar nicht getestet als fertiges Produkt beim Anwender positioniert wird und manchmal auch in dieser Version zum Einsatz kommt.

Der Unterschied zum Betatest ist, dass der Betatest - wenn er richtig und in beiderseitigem Einverständnis durchgeführt wird - ein etablierter und planbarer Prozess ist, der – und das ist besonders wichtig – sowohl vom SW-Anbieter als auch vom Anwender akzeptiert ist. Das bedeutet, dass der Anwender darauf vorbereitet ist, dass er in dieser Betatest-Phase des SW-Einsatzes mit Fehlern der Software rechnen muss.

Warum sind Kunden mit Betatests einverstanden?

Die Gründe dafür sind vielfältig und reichen von kommerziellen Anreizen (z.B. geringere Lizenz- oder Wartungsgebühren) über frühzeitige Verfügbarkeit dringend benötigter neuer Funktionalitäten bis hin zur Einflussnahme auf die Weiterentwicklung und dadurch Realisierung individueller Features.

So wie alle Aktivitäten der Qualitätssicherung rechnet sich der Betatest für beide Seiten nur, wenn er richtig und professionell aufgesetzt wird. Was es dabei zu beachten gibt, wird in diesem Knowledge-Letter ausgeführt.

Daher: „Machen Sie es! --- Aber machen Sie es richtig!“



Was kann der Kunde dafür?

Oftmals ist in Fachgesprächen mit unseren den Kunden unserer Auftraggeber zu hören „Was kann ich denn als Kunde dafür? Schon wieder spannt mich der Lieferant als Betatester ein!“.

Kaum Jemand verliert ein positives Wort. Das Image des Betatests ist meist bei Auftraggebern negativ besetzt.

Der Grund liegt meines Erachtens darin, dass die Lieferanten aus Zeit & Kostengründen oft versuchen, große Teile der Testaufwände an den Kunden abzuwälzen, indem Sie selbst kaum Tests durchführen und dann eine unfertige Software dem Kunden übergeben.

Die Gründe liegen jedoch auch oft beim Auftraggeber, da der Lieferant mangels schlechter Spezifikation des Auftraggebers oft gar nicht weiß, was er denn eigentlich testen soll.

Solche Fälle deuten jedenfalls auf einen schlechten Prozess hin (meist im Bereich der Requirements-Spezifikation und in der Projektplanung).

Das muss jedoch nicht sein. Mit etwas Planung und strukturiertem Vorgehen können Betatests durchaus auch positive Aspekte haben, die sowohl dem Lieferanten als auch dem Auftraggeber zugute kommen.

Möglichkeiten dazu soll dieser Knowledge-Letter aufzeigen.

Dipl.-Ing. Johannes Bergmann

Staatl. befugter und beedeter Ingenieurkonsultent für Informatik

Der Quality-Knowledgeletter ist ein periodisches Informationsmedium von Software Quality Lab und dessen Partnern mit den Schwerpunkten IT-Qualitätsmanagement, Projekt- und Prozess-Management.

Inhalt: fachliche Beiträge und Schwerpunktthemen, Vorstellung neuer Produkte und Leistungen, neue wissenschaftliche Erkenntnisse und andere Fachbeiträge aus unseren Themenbereichen.

Aktuelle Fach- und Forschungsbeiträge sind willkommen. Einsendungen an info@software-quality-lab.at.

Weitere Infos zu diesem und anderen Themen finden Sie auf <http://www.software-quality-lab.at>.

Betatests beim Kunden — Fluch oder Segen?

von Gregor Hammerschmidt, Software Quality Lab

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wird in verschiedenen Bereichen gespart. Stark davon betroffen ist der Bereich des Testens. Neben der Methode, Tests ganz zu streichen, gibt es verschiedene andere sinnvollere Lösungen, die diesbezüglich Abhilfe schaffen können. Eine davon ist, die Testaktivitäten zum Kunden auszulagern. Im folgenden Artikel wird diese Methode genauer betrachtet.

Allgemeines zu Betatests

Betatests beim Kunden gibt es, seit es Softwareprojekte gibt. Die bekannteste Form davon sind die Abnahmetests durch den Kunden. In diesem Beitrag sind solche Tests jedoch nicht gemeint.

Es geht um die Auslagerung von Tests zum Kunden. Ein bekannter Terminus dafür sind „Betatests“ oder auch die „offene Beta Phase“. Wichtig zu beachten ist, dass bei solchen Tests die zukünftigen Anwender auf einem in Entwicklung befindlichen und somit unfertigen System testen.

Die Begründung, warum Tests zum Kunden verschoben werden, kann auf zwei wesentliche Punkte beschränkt werden: Kosten und Zeit.

Durch Tests werden Kosten verursacht. Je weniger Tests es beim Hersteller gibt, umso geringer sind die Kosten für ihn. Die Annahme, die daher oft getroffen wird ist, dass interne Kosten auf externe Ressourcen beim Kunden verschoben werden. Kosten- und Zeitersparnis sind, neben anderen Gründen, die wesentlichen Argumente für solche Vorgehensweisen.

Vorteile

Für den Projektverlauf erhoffen sich Projektverantwortliche zusätzlich **Vorteile** im Unterschied zu einem klassischen Testprozess.

Durch Tests des Kunden am Betasystem wird angenommen, dass es frühes Feedback durch den Kunden gibt. Ebenfalls wird angenommen, dass es durch die Kooperation zu einer stärkeren Bindung mit dem Kunden kommt.

Es kann also gesagt werden, dass die **Erwartungen des Lieferanten** bei einer Reduktion der Kosten, einem geringeren Zeitaufwand so wie einer stärkeren Kundenbindung liegen. Dies sind drei der wesentlichen Vorteile für Softwarelieferanten.

Vorteile aus Sicht des Kunden sind z.B. kommerziellen Anreize wie Ersparnis bei Lizenz- oder Wartungs-

gebühren oder der frühere Einsatz und das Ausprobieren dringend benötigter neuer Funktionalitäten bis hin zur Einflussnahme auf die Weiterentwicklung und dadurch möglicherweise der Realisierung individueller Features für den Kunden.



Problembereiche & Risikofaktoren

Wenn man einen Betatest in Betracht zieht, müssen auch die **Probleme** betrachtet werden, die eine Auslagerung der Tests bringt. Diese Herausforderungen werden im folgenden Teil näher dargestellt.

Die Auslagerung von Tests zum Kunden ist eine besonders herausfordernde Aufgabenstellung. Durch die Verlagerung entsteht ein erhöhter Kommunikationsaufwand.

Zu bedenken ist auch, dass es sich dabei meist nicht um ein eingespieltes Team handelt, das direkt in den Prozess eingebunden ist. Daher ist das Risiko groß, dass es zu einem signifikanten Kommunikationsoverhead kommt.

Es entstehen wesentliche Herausforderungen, die im Projekt- und Releasemanagement auf keinen Fall außer Acht gelassen werden dürfen. Im Folgenden werden die Risiken kritisch beleuchtet und es werden dafür konkrete Hinweise bzw. mögliche Lösungsansätze aufgelistet:

Vollständiger Knowledge Letter Zugang

Wir freuen uns, dass Sie an diesem Thema Interesse haben und den Knowledge Letter von Software Quality Lab bis hierher gelesen haben.



Dieser Knowledge Letter ist eine Vorschau (gekürzte Version des gesamten Artikels).

Wenn Sie den ungekürzten Knowledge Letter lesen möchten, registrieren Sie sich bitte unter <http://www.software-quality-lab.com/download/knowledge-letter/anfrage-knowledge-letter/>

Sie erhalten nach der Registrierung vollen Zugang zu allen bisherigen Knowledge Letters von Software Quality Lab und erhalten automatisch künftige Knowledge Letter per E-Mail.

Software Quality Days — Die größte Konferenz zum Thema „Software Qualität“ in Europa!



Besuchen Sie die Top-Konferenz mit allen Infos rund um Software Qualität.

Beste Qualität der Vorträge und Tutorials sowie eine Mischung aus praktischen und wissenschaftlichen Beiträgen machen die Software Quality Days zum Top-Event.

In den 3 praktischen Tracks werden anwendungsorientierte Vorträge präsentiert. Der wissenschaftliche Track zeigt Beiträge mit hohem Innovationsgrad und praktischer Anwendbarkeit, basierend auf Forschungsergebnissen. Im Solution Provider Forum präsentieren Aussteller ihre neuesten Tools mit Praxis-Beispielen.

Nähere Infos unter

www.software-quality-days.com

