

# wann wann wann

Wann lohnt sich ein  
Design Sprint wirklich





# realitäts- check



Ein Design Sprint ist das richtige Framework, um schnelle, konkrete Antworten auf komplexe Fragen zu erhalten sowie Bürokratie und Diskussionen auf ein Minimum zu reduzieren. Das Ergebnis ist die validierte Wünschbarkeit eines Konzepts beim Kunden und ein interdisziplinär kollaborierendes Team.

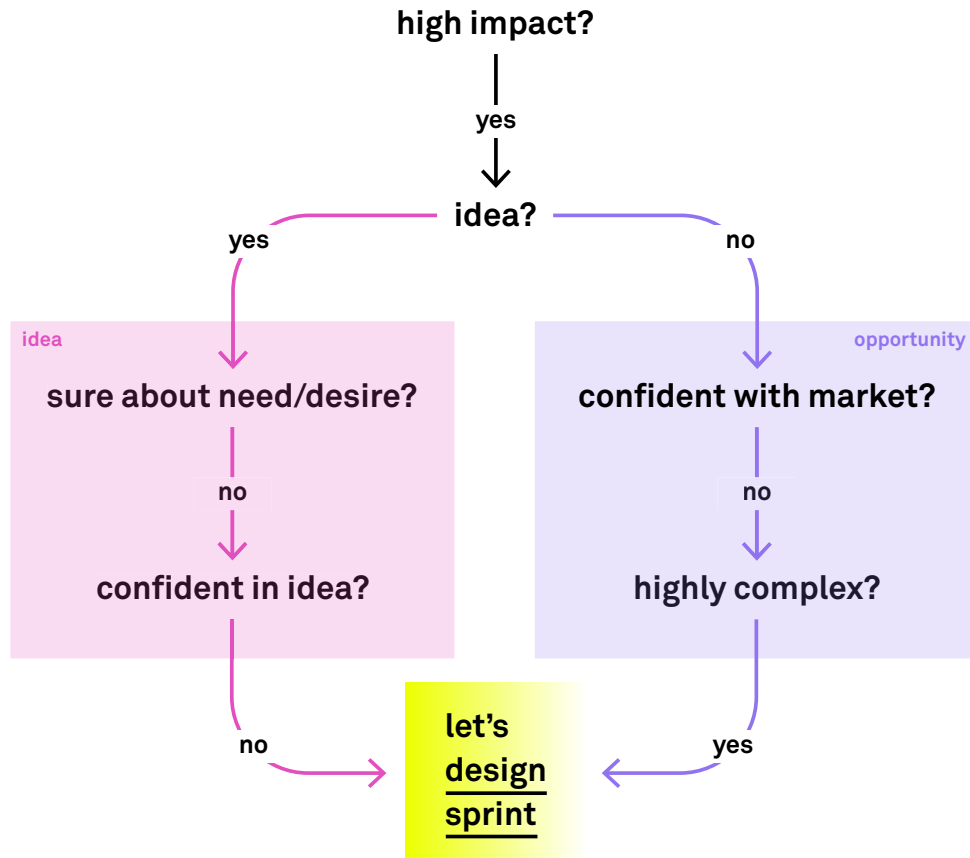
Diese Methodik bewährt sich so sehr in der Praxis, dass man sich die Frage nicht leisten kann, ob sie ins eigene Unternehmen passt. Dennoch gibt es eine wichtige Frage, die man sich vorab stellen muss: Ist ein Design Sprint in meiner aktuellen Situation richtig?

Auch wenn der Invest in einen Design Sprint im Verhältnis zu herkömmlichen

Prozessen gravierend geringer ist und dessen Ergebnis effizienter, müssen gewisse Grundvoraussetzungen gegeben sein. Denn jeder Invest, der uninformiert getätigt wird, ist ein Verlust.

Doch woran erkenne ich, dass ein Design Sprint der richtige nächste Schritt ist und was kann ich bis dahin tun?

# checkliste



Mit dem Decision Tree wird klar, ob sich ein Design Sprint gerade lohnt oder die Herausforderung eine andere ist.

**Wie hoch sind die Auswirkungen, wenn das Projekt scheitert?**

Je höher das Risiko für das Unternehmen bei einem Fehlschlagen des Projekts ist, desto eher bietet sich ein Design Sprint an, um Ressourcen nicht zu verschwenden und Opportunitätskosten bereits im Vorfeld einzusparen.

**Existiert bereits eine Idee oder sogar ein Lösungsansatz?**

In einem Design Sprint können sowohl neue Konzepte erarbeitet als auch bereits bestehende validiert werden. Er ist somit in beiden Fällen ein Gewinn.

**In welchem Reifestadium befindet sich die Idee gerade?**

Wenn bereits erste Lösungsansätze erarbeitet wurden, deren Wünschbarkeit nur auf Recherchen beruhen und noch nicht von Kunden bestätigt wurde, schafft ein Design Sprint schnell Klarheit. Vorher sollte weder Zeit noch Ressourcen in die weitere Ausarbeitung einer Idee gesteckt werden. Die Wirtschaftlichkeit lässt sich nach einem Design Sprint validieren (Business Model Innovation).

**Wie sicher glaubt man den Erfolg der Idee?**

Solange der Erfolg einer Idee nicht klar auf der Hand liegt, hilft Research allein nicht weiter. Ein Design Sprint hilft, die Idee schnell anfassbar zu machen und echten

Kunden in die Hand zu geben.

**Kennt sich das Unternehmen gut auf dem Markt aus?**

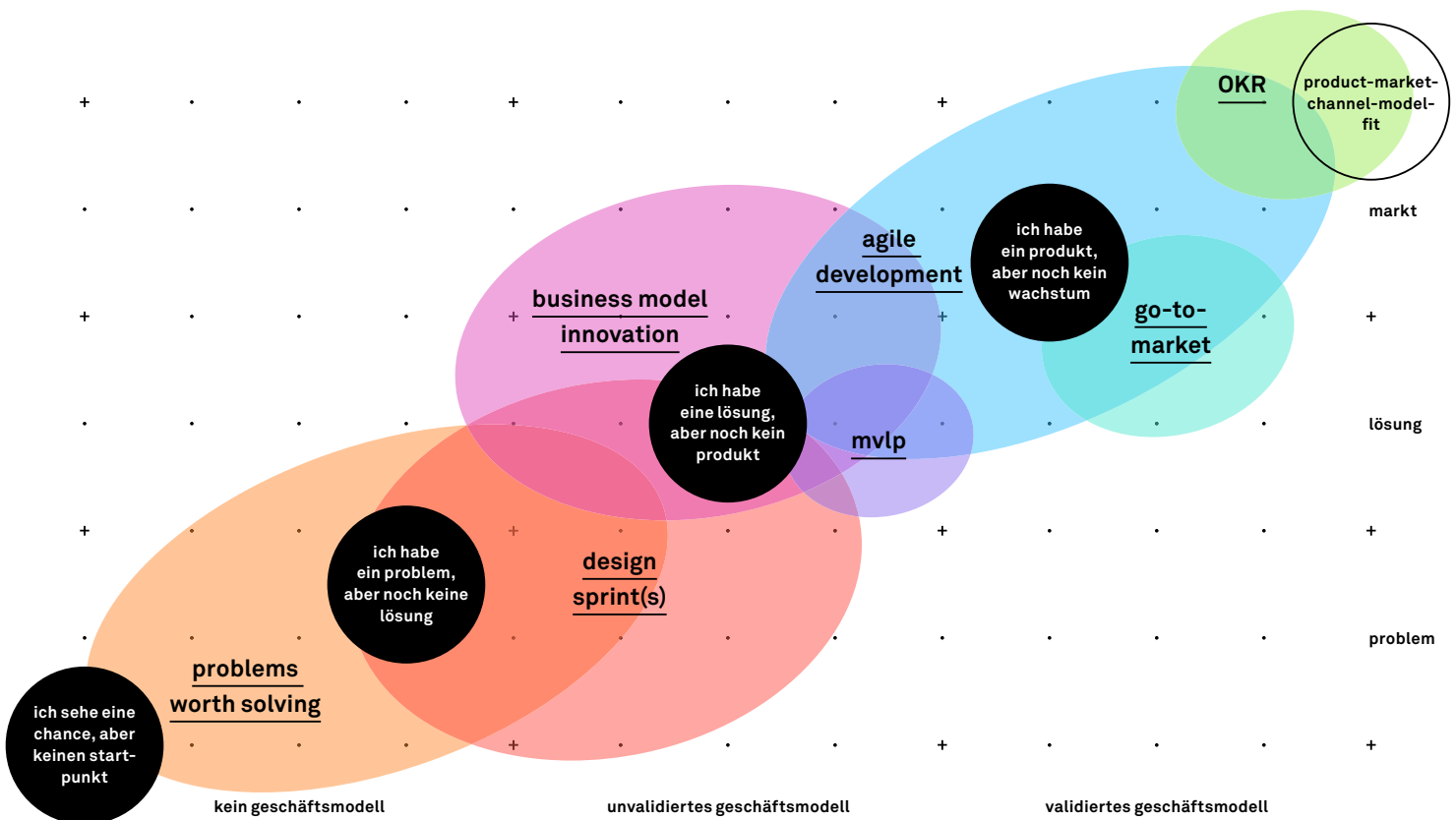
Wenn ein neuer, unerforschter Markt erobert werden soll oder es zu großen, unvorhersehbaren Bewegungen im dominierten Markt kommt, ist ein Design Sprint das richtige Framework, um künftige Handlungen abzusichern.

**Wie hoch ist das Level an Komplexität, das überprüft werden soll?**

Je höher die Komplexität eingangs ist, desto produktiver hilft ein Design Sprint, das Vorhaben auf essenzielle Bestandteile herunterzubrechen und klare Handlungsempfehlungen abzuleiten.

# nein?

Wenn die Beantwortungen dieser Fragen bis hierher schwer fällt oder nicht möglich ist, das Unternehmen also gerade erst dabei ist, eine große Chance zu erkennen, helfen ausdefinierte Problem-Statements, die Effekte von Lösungen aufzuzeigen. Die so gefundenen Antworten eröffnen potentielle Handlungsfelder.



In unserem Framework „Problems Worth Solving“ tun wir genau das und schaffen Klarheit und Priorisierung über Probleme, die es sich zu lösen lohnt—dieses Abstecken des Problemfeldes schafft optimale Startbedingungen und Leitplanken, die es für einen sinnvollen Design Sprint braucht.

# child

sag

[hi@child.team](mailto:hi@child.team)

oder ruf uns einfach an

+49 69 . 21008800

[www.child.team](http://www.child.team)