

# **Design Sprint - 5 Tage, 1 Team, 1 Challenge - Design Thinking powered by Google Ventures**

Ein Design Sprint ist ein fünftägiger Workshop in dessen Verlauf Probleme analysiert, Lösungen entwickelt und Ideen mit Kunden getestet werden. Das Vorgehen in einem Design Sprint orientiert sich im Kern an einem [Design Thinking Prozess](#).

In diesem Beitrag skizziere ich den Ablauf und die Besonderheiten eines Design Sprint als eine besondere Form eines Design Thinking Workshops.

## **Woher kommen Design Sprints?**

Erfinder und Urheber von Design Sprints ist Google Ventures (GV). Bevor der Prozess ausführlich im Buch "[Sprint](#)" beschrieben wurde, hat Google Ventures Design Sprints mit über 100 Startups und eigenen Beteiligungen veranstaltet.

Vom Vorgehen orientiert sich Design Sprint am Design Thinking Prozess, zusätzlich sind Elemente des Customer Journey Mapping enthalten.

Ziel des Design Sprints ist es, strategisch wichtige Fragestellungen zu untersuchen, deren Beantwortung maßgeblichen Einfluss auf die weitere Entwicklung deines Vorhabens in den nächsten 12 Monaten haben. Dabei kannst Du einen Design Sprint für die Entwicklung von Produkten, Services oder ganzen Geschäftsmodellen nutzen.

## **Rahmenbedingungen für einen Design Sprint**

- **Dauer:** Fünf Tage, Montag bis Freitag, täglich von 10 bis 17 Uhr. Das Team muss für die Dauer zumindest täglich von 10 bis 17 Uhr von allen anderen Verpflichtungen, Meetings und Terminen befreit sein.
- **Team:** circa fünf bis sieben Leute. In jedem Fall sollte der Product Owner im Team vertreten sein. Wenn der Entscheider nicht Teil des Sprint Teams ist, muss der Entscheider sehr eng in den Ablauf eingebunden werden.
- **Moderator:** Der Sprint Facilitator hält das Sprint Team in der Spur, achtet auf die Einhaltung des Prozesses und fordert Entscheidungen ein.
- **Kunden/Anwender:** Zum Abschluss des Design Sprint werden fünf Kunden ausführlich interviewt bzw. mit dem entwickelten Prototypen konfrontiert.
- **Raum / Material:** Einen Raum in dem das Team arbeiten kann mit ausreichend Whiteboards, Flipcharts, Stiften und Haftnotizen in unterschiedlichen Farben und allen Materialien, die für den Bau eines Prototypen notwendig sind.

## Einen Design Sprint durchführen

### Deine Challenge

Design Sprints dienen dazu Probleme zu lösen oder neue Ideen zu testen. Entsprechend definierst Du vor Durchführung des Design Sprints eine "Challenge", also die Aufgabe, die das Team im Laufe der Woche zu lösen hat.

Deine Challenge enthält folgende Fragestellungen:

- Was ist das Problem? Wie ist die Ausgangssituation?
- Welche Ziele verfolgst Du mit der Lösung des Problems?
- Wer ist der Kunde? (optional, sofern bereits bekannt)

### Montag: Das Problem verstehen

Am ersten Tag des Design Sprints arbeitet das Team an einem gemeinsamen Verständnis des zu lösenden Problems und definiert ein Sprint Ziel. Dazu startet der Design Sprint mit den folgenden Fragen:

- "Start at the end" - Wie entwickelt sich das Projekt / das Produkt in den nächsten 6-12 Monaten, wenn alles positiv verläuft?
- Risiken, Fragen - Welche Annahmen und Risiken beeinflussen und gefährden den Erfolg?
- "Map" - Wie sieht die Customer Journey der Kunden aus, welche Personen sind involviert und wie gestalten sich die damit verbundenen Prozesse?

Der erste Teil des Tages beschließt mit einer Map in der die kritischen Pfade der [Customer Journey visualisiert und dokumentiert](#) sind. Das Team hat ein gemeinsames Verständnis der Aufgabe und der Vision.

In der zweiten Tageshälfte sind Experten, Kollegen und wichtige Stakeholder zu Gast im Design Sprint. Sie bereichern die Customer Journey Map mit ihren Erfahrungen und Fragen. Basierend auf den Kommentaren der externen Experten sammelst Du "how might we" Fragen. Diese Fragen werden im Anschluss durch das Sprint Team kategorisiert und geordnet. Durch die besondere Formulierung als "how might we" Frage und eine gute Ordnung der Fragen, hat das Team bereits eine wichtige Grundlage für die Entwicklung der Lösung.

Zum Abschluss des ersten Tages definiert der Product Owner auf Basis der erarbeiteten Customer Journey, den "how might we" Fragen und dem Feedback der Stakeholder ein Sprint Ziel. Dieses Ziel ist fortan der Polarstern, an dem das Team seine weiteren Aktivitäten im Verlauf des Design Sprint ausrichtet.

<https://youtu.be/7zOBMxRYJ7I>

## **Dienstag: Lösungen skizzieren**

Remix and improve. But never blindly copy.

Am zweiten Tag des Design Sprints entwirft das Team Lösungsskizzen. Im ersten Schritt sammelt das Team Lösungsideen von Wettbewerbern, aus anderen Kontexten, Industrien und Problemdomänen. Das "Wildern" und "Klauen" ist dabei ausdrücklich erwünscht. Die Ideen werden vorgestellt und gesammelt. So hat das Team in kurzer Zeit bereits mehrere mögliche Lösungsbausteine kennengelernt.

Im zweiten Teil des Tages skizziert jedes Mitglied seine präferierte Lösungsskizze mit Stift und Papier. Der Design Sprint basiert in dieser Phase auf der Philosophie, dass die "stille Arbeit" bessere Ergebnisse produziert als Gruppenarbeiten. Mit der Ausarbeitung der Skizzen endet der zweite Tag des Design Sprint. Alle Skizzen werden zum Ende des Tages eingesammelt und noch nicht weiter besprochen.

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_ITJ5lAXQhg](https://www.youtube.com/watch?v=_ITJ5lAXQhg)

## **Mittwoch: Der Tag der Entscheidungen**

Be strong on vision, but flexible on detail.

Am dritten Tag des Design Sprints werden die am Dienstag erarbeiteten Lösungsskizzen der einzelnen Teammitglieder wie in einem Museum aufgehängt. Die Gruppe erhält Gelegenheit die Skizzen in Ruhe zu begutachten, zu kommentieren und zu bewerten. Im Anschluss trifft der Product Owner auf Basis der Bewertung eine Entscheidung, welche Ideen am Donnerstag als Prototyp umgesetzt werden. Dabei kann die Wahl auf eine Idee fallen oder der Product Owner entscheidet verschiedene Ideen umzusetzen.

Im zweiten Teil des Tages werden die Ideen zu einem einheitlichen Storyboard zusammengesetzt. Im Storyboard spiegeln sich die Prozesse und die Customer Journey des Kunden wider. Damit ist das Storyboard die Grundlage, auf dem am kommenden Tag ein Prototyp realisiert wird.

<https://youtu.be/7BKBFOOKbNo>

## **Donnerstag: Prototype - "Fake it"**

If a picture is worth 1.000 words, a prototype is worth 1.000 meetings.

Am vorletzten Tag des Design Sprints ist handwerkliches Geschick gefragt. Basierend auf dem Storyboard des Vortages baut das Team Prototypen. Als Prototyp ist alles erlaubt und gewünscht, was dem Kunden die Chance gibt sich konkret in die Situation zu versetzen. Nur dann kann ein Kunde echtes Feedback geben und der Prototyp erfüllt

seinen Zweck. Das kann für Services und Dienstleistungen z.B. auch ein Rollenspiel sein.

Zum Bau des Prototypen werden in einem Design Sprint verschiedene Rollen verteilt. Während manche Teammitglieder sich um Materialien kümmern, erarbeiten andere nur einzelne Aspekte des Prototypen während ein Teammitglied die einzelnen Aspekte zusammen trägt. Der Tag endet mit einem oder mehreren Prototypen.

<https://www.youtube.com/watch?v=IGcwFV76t7o>

## Prototyping Materialien

Die Qualität des Prototypen hängt natürlich vom Kontext und den Fähigkeiten des Teams ab. Der Fantasie sind jedoch keine Grenzen gesetzt. Hier eine nicht abschließende Liste von Materialien, die in einem Design Sprint für den Bau eines Prototypen eine gute Hilfestellung bieten.

- Stifte, Papier, Post It`s
- Bastelmaterial
- Moderationskarten
- Flipcharts, Metaplanwände
- Word, Powerpoint, Keynote
- Drucker, 3D Drucker
- Lego (geht immer)
- [Pop - Prototyping on Paper](#), eine App mit der Du App Screens auf Papier malst, diese fotografierst, um sie in der App zu einen interaktiven Prototypen zusammen zu bauen.

## Freitag: Kunden Interviews

Am letzten Tag des Design Sprints werden Kunden mit dem Prototyp konfrontiert und dazu befragt. In einem Design Sprint reichen fünf Kunden für eine erste Validierung aus.

Oberstes Gebot für die Interviews ist es, den Kunden reagieren zu lassen. Für den Interviewer gibt es nur folgende einfache Regeln:

1. Immer freundlich sein und lächeln. :)
2. Neugierig sein; lasst den Kunden machen und versucht seine Reaktion mitzunehmen, manipuliert ihn nicht, um die Antworten zu bekommen, die ihr hören wollt.
3. Dem Kunden klar machen, dass nicht er getestet wird, sondern ein Produkt/Service.

4. Stellt offene W-Fragen: warum, wer, wann, wie etcetera; vermeidet Multiple Choice oder Ja- und Nein-Fragen

Während der Kunde interviewt wird, schlüpfen die anderen Teammitglieder in die Rolle des Zuhörers und Beobachters. Sie notieren Fragen und Beobachtungen aus der Interaktion mit dem Kunden. Hier zeigt sich bereits, welche Annahmen nicht aufrechterhalten werden können und welche Erkenntnisse für die weitere Entwicklung mitgenommen werden können.

### Debriefing: Abschluss des Design Sprints

Zum Abschluss des Design Sprints werden die Fragen und Notizen der Beobachter geordnet und kategorisiert. Das Team hat damit ein relativ klares Bild und Feedback, welche Hypothesen und kritische Fragestellungen sich bewahrheiten, welche verworfen werden müssen und welche neuen Erkenntnisse gewonnen wurden.

Möglicherweise sind die gewonnenen Erkenntnisse auch die Grundlage für folgende Design Sprints. Dabei müssen die sich anschließenden Design Sprints nicht über die volle Distanz gehen. Zum Beispiel kann das Team auf die Ergebnisse des Montag (Zielbild) und Dienstag (Lösungsideen) zurückgreifen oder gegebenenfalls sogar Teile des Prototypen wieder verwenden.

<https://www.youtube.com/watch?v=jOmBuKN10VY&t=3s>

## Fazit - Lohnt sich ein Design Sprint?

Design Sprints sind eine sehr gelungene und in der Praxis erprobte Adaption des Design Thinking Prozesses in ein strukturiertes Format, bei dem der Kunde, seine Customer Journey und das zu lösende Problem im Vordergrund stehen.

Allerdings sind Design Sprints auch ein vergleichsweise aufwendiges Format. Deshalb eignen sie sich besonders für sehr komplexe Fragestellungen und weitreichende Entscheidungen. Wenn die Erkenntnisse aus dem Design Sprint die strategische Basis für die Entwicklung der nächsten 12-18 Monate bilden, dann ist eine Woche eine sehr angemessene Investition.

Für Fragestellungen mit weniger Tragweite oder in einem früheren Stadium kannst Du zunächst interne Hackathons veranstalten. Damit findest Du in kurzer Zeit heraus, welche Ideen und Ansätze sich gegebenenfalls für eine weitere Ausarbeitung im Rahmen eines Design Sprints anbieten.

Viel Erfolg dabei.



Downloads und Referenzen:

- Materialien, Checklisten und genaue Anleitungen auf der [Seite zum Buch](#)

Weiterführende Artikel:

- Design Thinking - Mit Haltung und Methode Probleme lösen
- Andreas als Design Thinking Coach kennenlernen