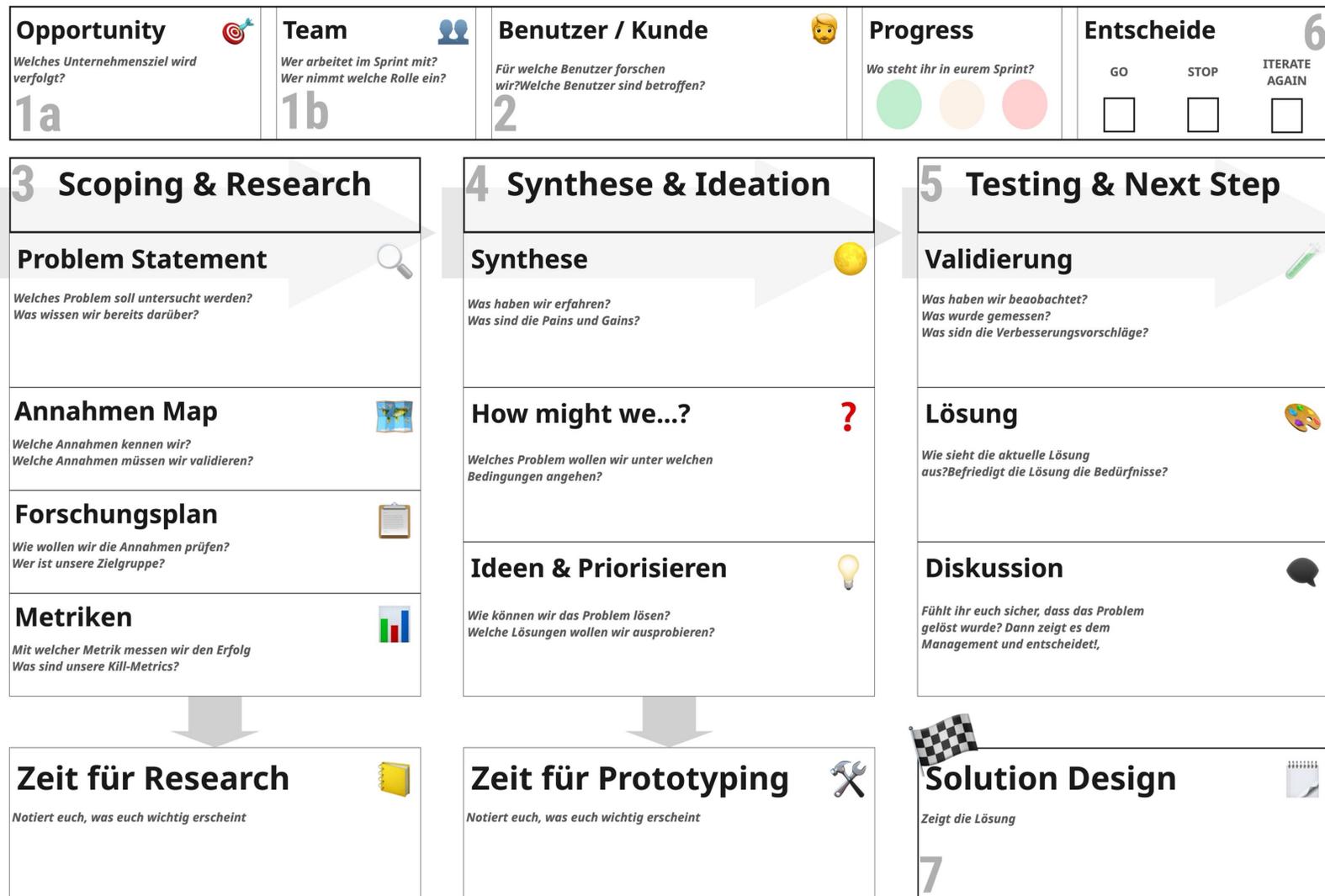


Discovery-Sprint-Canvas



© Stefan Böhni

Problemstellung

Wüest Partner verfügt über agile Prozesse in der Softwareentwicklung, die eine effiziente und iterative Umsetzung neuer Funktionen ermöglichen. Die Herausforderung liegt jedoch darin, neue Ideen für bestehende Produkte gezielt zu identifizieren, zu bewerten und nutzerzentriert weiterzuentwickeln, bevor sie in die Umsetzung überführt werden.

Es fehlen standardisierte Verfahren zur strukturierten Erfassung von Markt- und Nutzeranforderungen, zur methodischen Validierung von Annahmen und zur datenbasierten Priorisierung von Produktideen. Ohne eine fundierte Entscheidungsgrundlage besteht das Risiko, dass Ressourcen in Features oder Produkte investiert werden, die keinen klaren Mehrwert für die Zielgruppen bieten, oder dass deren Potenzial zu spät erkannt wird.

Vorgehen

Zunächst wurde eine dreiteilige Situationsanalyse durchgeführt, um theoretische Grundlagen, Good-Practice-Ansätze und die aktuelle Situation bei Wüest Partner zu erfassen. Darauf aufbauend wurden vier zentrale «How might we...»-Fragen identifiziert, die den konzeptionellen Rahmen für die Lösungsfindung bilden.

Lösungskonzept

Aus einem iterativen Prozess entstand das Discovery-Sprint-Canvas:

- Drei halbtägige Workshops teilen den Sprint in *Scope & Research*, *Synthesis & Ideation* und *Testing & Next Steps*.
- Zwischen den Workshops werden Insights gesammelt oder Prototypen gebaut.
- Nach jedem Sprint steht eine der Entscheidungen: «Go», «No-Go» oder «iterate again»

Das Design-Sprint-Canvas ermöglicht somit den Produktmanager und Product Owner bei Wüest Partner einen einfachen, praxisnahen Einstieg in die Welt der nutzerzentrierten Product-Discovery.

Autor
Stefan Böhni

Advisor
Prof. Dr. Patrick Link

Expert
Timo Krieger

Industriepartner
Wüest Partner AG

