

Value Card Sorting

Über Value Card Sorting lassen sich menschliche Werte auf eine leicht verständliche Art und Weise priorisierend anordnen. Es ist eine einfache Methode, kontextrelevante Werte festzustellen und anzuordnen, um sie anschließend in den Gestaltungsprozess zu integrieren. Dabei kann es je nach Anwendungsgebiet sowohl von den Nutzenden als auch von den Gestaltenden durchgeführt werden. Auch zur unternehmensinternen Feststellung von Werteranglisten kann es Anwendung finden.

HINTERGRUND

Um nutzerfreundliche Produkte oder Dienstleistungen zu gestalten ist es unumgänglich, sich mit den eigenen Werten und denen der Nutzenden zu beschäftigen. Diese beeinflussen, direkt oder indirekt, den Gestaltungsprozess und die Bewertung durch die Nutzenden. Forschende um Batya Friedman haben 13 Werte postuliert, die typischerweise bei der Gestaltung von Technologien relevant werden. Diese sind: Privatsphäre, Universelle Nutzbarkeit/Usability, Ausgeglichenheit, Identität, Ökologische Nachhaltigkeit, Freiheit von Vorurteilen, Besitz und Eigentum, Autonomie, Zuständigkeit, Informierte Zustimmung, Vertrauen, Wohlfahrt/menschliches Wohlergehen sowie Höflichkeit. Vom MDZ wurden dazu Wertekarten (Value Cards) entwickelt [\[LINK\]](#), welche im Rahmen des Value Card Sortings genutzt werden können. Im Rahmen einer Projektarbeit mit Beglau Wärmepumpen fand das Value Card Sorting bereits Anwendung zur Identifizierung von Optimierungsmöglichkeiten hinsichtlich der Gestaltung einer App.

VORGEHEN

Value Card Sorting kann entweder digital, bspw. über „Miro-Boards“ bzw. H5P oder analog mit ausgedruckten Karten durchgeführt werden. Den Teilnehmenden werden, individuell oder in Gruppen, die 13 Wertekarten zur Verfügung gestellt. Nachdem sie sich mit dem Inhalt und den Definitionen der Werte auseinandergesetzt haben, werden sie angeleitet, die Karten (tabellarisch oder über Stapelbildung) zu den Zahlenwerten 1 (unwichtig) bis 5 (sehr wichtig) zuzuordnen. Die so entstandenen Verteilungen werden festgehalten und nach ausreichender Datensammlung zusammenfassend ausgewertet. So ergibt sich eine Verteilung von Punktwerten, aus der die kontextrelevantesten anhand der höchsten Punktzahlen abgelesen werden können.

WANN: Im Rahmen des HCD, um die Anforderungen an das gestaltende System zu spezifizieren oder die Erfüllung dieser zu evaluieren

WER: Entwickelnde/Designende

DAUER: Inkl. Auswertung einige Stunden

WOMIT: Karten in digitaler oder analoger Form; ggf. Einbindung vorhandener bzw. potenzieller Nutzender

WARUM VALUE CARD SORTING?

- ✓ Flexible Anwendung zu verschiedenen Zeitpunkten im Gestaltungsprozess
- ✓ Kostengünstig und mit minimalen Instruktionen umsetzbar
- ✓ Individuell anpassbar – Werte können ausgelassen und/oder ergänzt werden
- ✓ Sowohl für die externe Anwendung mit Nutzenden als auch für die interne Anwendung geeignet

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

Ergonomie der Mensch-System-Interaktion - Teil 210: Menschzentrierte Gestaltung interaktiver Systeme (ISO 9241-210:2019); Deutsche Fassung EN ISO 9241-210:2019. Berlin: Beuth Verlag.

Friedman, B., & Hendry, D. G. (2019). *Value sensitive design: Shaping technology with moral imagination*. Mit Press.

Miller, W. R., C' de Baca, J., Matthews, D. B., & Wilbourne, P. L. (2001). *Personal values card sort*. Albuquerque, NM: University of New Mexico.

Ebert, N. & Heidt, L.-A. (2024): *Value Sensitive Design: Bessere Entwicklung von Produkten mithilfe von Werten*. <https://www.digitalzentrum-fokus-mensch.de/kos/WNetz?art=News.show&id=2328>

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Probieren Sie es jetzt aus!

Sehr wichtig

Anordnung der Werte nach Wichtigkeit bei der Interaktion mit der digitalen Plattform

Wertekarten

5

4

3

2

1

unwichtig

IHRE AUFGABE

Führen Sie jetzt selbst ein Value Card Sorting durch.

Versetzen Sie sich dafür bitte in die Rolle von jemandem, der eine ihr eigenes Produkt bzw. einen Teilbereich davon **benutzt**. Sie können dafür die Wertekarten des MDZ [HIER \[Link\]](#) ausdrucken oder online verwenden. Nach Bedarf können Sie auch noch eigenständig weitere Werte ergänzen.

Die Methode soll von den Nutzenden oder von den Gestaltenden, Entwickelnden oder Führungskräften des Unternehmens durchgeführt werden – je nachdem, wessen Perspektive untersucht wird. Halten Sie Ihre Ergebnisse bitte – schriftlich oder fotografisch

bzw. per Screenshot - fest. Wenn möglich sollten alle kontextrelevanten Perspektiven erfasst und anschließend verglichen werden.

Nach der Sortierung der Werte können den Teilnehmenden weiterführende offene Fragen gestellt werden, um durch aktives Zuhören mehr über die Personen und ihre Grundwerte herauszufinden. Beispiele für anregende Fragen sind:
Was bedeutet [Wert] für Sie? Warum haben Sie diesen Wert als wichtig eingestuft? Wie manifestiert sich dieser Wert in Ihrem täglichen Leben? In welcher Form wünschen Sie sich, diesen Wert stärker repräsentiert zu sehen?

RÜCKBLICK AUFGABE

Bitte reflektieren Sie kurz folgende Fragen:

- Woraus könnten sich mögliche Unterschiede zwischen den Perspektiven ergeben haben?
- Was ist Ihnen schwergefallen? Warum?
- Wie können die Werte in die Produktgestaltung übertragen werden?

PRAXISTIPPS

Involvieren Sie wann immer sinnvoll möglich die (zukünftigen) Nutzenden für bestmögliche Ergebnisse.

Durch mehrfache, zeitlich versetzte Anwendung des Value Card Sortings während des Gestaltungsprozesses lässt sich die gelungene Integration der Werte überprüfen.

Verwenden Sie Friedmans 13 Werte zur Orientierung, erweitern Sie aber wenn erwünscht die Zusammensetzung durch die Werte der Personen, deren Werte in das Produkt/die Dienstleistung integriert werden sollen.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Klimaschutz