

Werteorientierte Gestaltung datenintensiver Software

SYLLABUS



ValueSpace ist ein Workshop-Toolkit für eine werteorientierte Gestaltung von datenintensiver Software. Der ValueSpace-Ansatz hilft interdisziplinären Teams dabei, kollaborativ Lösungs-Anforderungen zu entwickeln, die sich um die Werte und Bedürfnisse künftiger Nutzer:innen und Betroffener zu drehen – mit Hilfe von anfassbaren Tools. ValueSpace macht Werte greifbar!

Entwickelt wurde ValueSpace im Rahmen des Forschungsprojekts HYBRIDA an der Hochschule Mainz. Mehr Infos zum Entstehungsprozess gibt es unter designmethods.ai

In diesem zweitägigen Workshop erlernen Sie die Grundlagen wertorientierter Gestaltung und wie sie diese mit Hilfe des ValueSpace-Ansatzes gemeinsam mit Ihrem Team anwenden.

Inhalt

Du erhältst Antwort auf folgende Fragen:

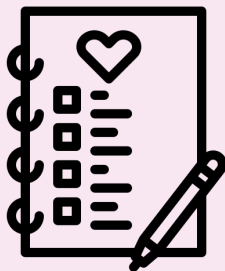
1. Was beinhaltet der 2-tägige Workshop? **S. 4**
2. Welche Fragestellungen begleiten dich im Workshop? **S. 5**
3. Warum ist die Auseinandersetzung mit Werten so zentral im ValueSpace-Framework? **S. 6**
4. Wie unterstützt ValueSpace werteorientiertes und menschenzentriertes Arbeiten? **S. 8**
5. Wie fördert ValueSpace Kreativität & Kommunikation in Teams? **S. 10**
6. Mit welchen Frameworks arbeitet ValueSpace? **S. 12**
7. Welche Kenntnisse und Fähigkeiten erlangst du und dein Team innerhalb des Workshops? **S. 13**
8. Wer sind die Macher hinter ValueSpace? **S. 14**
9. Passt ValueSpace zu mir, meinem Team und meiner Organisation? **S. 15**
10. Wie kann ich den ValueSpace-Workshop buchen und was kostet er? **S. 16**



Einen detaillierten Kursplan mit allen Übungen findest du auf den Seiten 7, 9 und 11

Der 2-tägige Workshop beinhaltet:

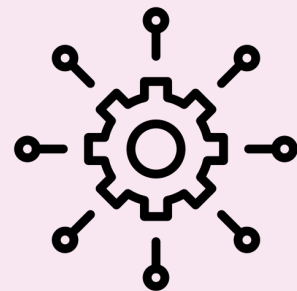
- ➔ Wissenhaftlich fundierte Einführung in das Thema wertorientierte Gestaltung
- ➔ Praktische Übungen an Hand eines fiktiven Use Cases
- ➔ Reflektion und Diskussion innerhalb der Gruppe
- ➔ Moderation und Begleitung der Workshops von den Entwickler:innen von ValueSpace
- ➔ ValueSpace Workbook mit Anleitungen zum Download



13 Übungen



**12 Workshop-
Stunden**



3 Frameworks

Die Reise in den ValueSpace – Buckle up!

Diese Fragen stellen wir uns:

Tag 1

WERTE IM TEAM

Nach welchen Werten handelst du?
Wer bist du als Individuum?
Wer seid ihr als Team?
Was bedeutet das für dieses Projekt?

Welche Eigenschaften haben die Stakeholder?
In welchen Kontexten agieren die Stakeholder?
Welche Werte sind relevant für die Stakeholder?
Wie stehen die Stakeholder in Beziehung?

Tag 1

WERTE DER STAKE- HOLDER

Tag 2

DESIGN PRINZIPIEN

Was sind die Anforderungen an die Lösung?
Welche Design-Prinzipien ergeben sich daraus?

Welche Fragen entstehen aus den Design-Prinzipien?
Was sind die darunterliegenden Motive?
Wo liegt der größte Impact?

Tag 2

REFLECT & DIRECT

Warum ist die Auseinandersetzung mit Werten so zentral im ValueSpace-Framework?



In den ValueSpace Workshops bildet die Reflexion über eigene Werte die Grundlage für eine menschenzentrierte und werteorientierte Gestaltung. Zunächst analysieren die Teilnehmenden ihre individuellen Werte, um unbewusste Einflüsse auf Wahrnehmung und Entscheidungen sichtbar zu machen und Wertebiasen zu vermeiden.

Anschließend tauscht das Team seine Werte aus, reflektiert Gemeinsamkeiten und Unterschiede und hält die zentralen Werte für die Zusammenarbeit in einem Teammanifest fest.

Kursplan

Workshop-Tag 1

BLOCK 1: WERTE IM TEAM

Übung 1: Nach welchen Werten handelst du?

Wir analysieren zunächst unsere individuellen Werte, um ein Bewusstsein für unser tägliches Handeln zu schaffen und Wertvorstellungen nicht unbewusst auf andere zu übertragen. Durch Reflexion und inneren Dialog machen wir implizite Werte explizit und erkennen deren Einfluss auf unsere Entscheidungen.

Übung 2: Wer bist du als Individuum?

Wir definieren unsere jeweiligen 10 Kernwerte und reflektieren deren individuelle Bedeutung, um ihr persönliches Werteprofil zu schärfen. Da Werte unterschiedlich interpretiert werden, hilft die Übung, Bewusstsein für diese Vielfalt zu schaffen und Offenheit für andere Perspektiven zu fördern. Durch die visuelle Darstellung mit Icons wird die persönliche Bedeutung der Werte greifbar und der kontinuierliche Dialog über Wertvorstellungen gestärkt.

Übung 3: Wer seid ihr als Team?

Wir präsentieren unsere individuellen Value Spaces im Team und fügen diese zu einem gemeinsamen Wertemodell zusammen. Dies fördert den Dialog, stärkt das gegenseitige Verständnis und macht unterschiedliche Wertinterpretationen sichtbar. Die Übung sensibilisiert dafür, dass auch in der späteren Projektarbeit verschiedene Werte und Perspektiven berücksichtigt werden müssen.

Übung 4: Was bedeutet das für dieses Projekt?

In einer abschließenden Reflektionsrunde leitet das Team individuelle und gemeinsame Vorsätze für die weitere Projektarbeit ab. Diese Übung verbindet die intensive Auseinandersetzung mit den eigenen Werten auf Einzel- und Gruppenebene mit deren praktischer Anwendung im Projektkontext – sowohl im internen Arbeitsmodus als auch im Umgang mit Stakeholdern.

ValueSpace unterstützt werteorientiertes und menschenzentriertes Arbeiten

ValueSpace stellt die Bedürfnisse und die Werte der Nutzer:innen in den Mittelpunkt der Gestaltung. Durch die Einbeziehung der Werte aller Stakeholder können potenzielle Wertekonflikte frühzeitig erkannt und adressiert werden.

Dieser werteorientierte Ansatz unterstützt die Entwicklung von Softwaresystemen, die sich konsequent an den Nutzer:innen ausrichten – von datengetriebenen Systemen hin zu wertegetriebenen Systemen.



Kursplan

Workshop-Tag 1

BLOCK 2: WERTE DER STAKEHOLDER

Übung 1: Welche Eigenschaften haben die Stakeholder?	Jede Stakeholder-Figur wird aus verschiedenen Bausteinen zusammengesetzt, um deren Eigenschaften visuell und haptisch darzustellen. Diese kreative Auseinandersetzung fördert den Austausch von Wissen, das Aufstellen von Hypothesen und die Diskussion über Charakteristiken der Stakeholder. So entsteht eine greifbare, gemeinschaftlich entwickelte Version einer bestehenden oder neu erarbeiteten Zielgruppenbeschreibung.
Übung 2: In welchen Kontexten agieren die Stakeholder?	Wir analysieren den Kontext der Stakeholder mithilfe von sechs W-Fragen – von Zielen und Motivation bis hin zu Optimierungspotenzialen durch den Einsatz von Daten sowie KI. So bildet das Team ein gemeinsames Verständnis der Ausgangslage, Bedürfnisse und Pain Points der Stakeholder. Die Übung dient demnach dazu, bereits vorhandene Informationen im Team zu teilen und zu gliedern sowie Wissenslücken aufzudecken.
Übung 3: Welche Werte sind relevant für die Stakeholder?	Auf Basis der Wünsche und Befürchtungen der Stakeholder identifizieren wir die dahinterliegenden Werte. Diese wirken als Vermittler zwischen Verhalten und den zugrunde liegenden Bedürfnissen. Da Bedürfnisse oft flüchtig und in ihrer Motivation nicht eindeutig sind, ist es entscheidend, sich auf die Werteebene zu konzentrieren, um erste Annahmen darüber zu treffen, was die Nutzer:innen antreibt.
Übung 4: Wie stehen die Stakeholder in Beziehung?	Wir setzen die zuvor analysierten Stakeholder in Beziehung, um Wertekonflikte, Spannungen und Gemeinsamkeiten zu identifizieren. Unterschiedliche Ziele, Motive und Bedürfnisse, die von verschiedenen Werten geleitet werden, können potenzielle Konflikte verursachen, die frühzeitig erkannt und adressiert werden sollten. Gleichzeitig hilft die Übung, Synergien zwischen Stakeholdern zu entdecken, die in die Lösungsentwicklung einfließen können.

ValueSpace fördert Kreativität & Kommunikation in Teams

Moderationsplaketten helfen dem Team, den kreativen Prozess selbst zu steuern und auf Augenhöhe zu diskutieren.

OPEN – Wird genutzt, um die Diskussion zu öffnen oder den Ideenraum aufzuspannen

STOP – Signalisiert die Befürchtung, dass sich das Team in die falsche Richtung bewegt, z.B. durch einen Wertekonflikt, Bias etc.



PAUSE – Bitte um Reflexion und innehalten, ggf. einen Schritt zurück gehen

CLOSE – Drückt das Bedürfnis aus, zum Punkt zu kommen oder Ideen eingrenzen und bewerten



Kursplan

Workshop-Tag 2

BLOCK 1: DESIGN PRINZIPIEN

Übung 1: Was sind die Anforderungen an die Lösung?	Aus den zuvor erarbeiteten Konflikten und Synergien (dem „Ist-Zustand“) werden Anforderungen an die Lösung abgeleitet („Soll-Zustand“) - die Richtung, in die die Lösung gehen soll. Dabei werden sowohl wünschenswerte als auch zu vermeidende Zustände formuliert.
---	--

Übung 2: Welche Design-Prinzipien ergeben sich daraus?	Die individuellen und kontextabhängigen Anforderungen der Stakeholder werden geclustert, mit Überbegriffen versehen und zu wertegetriebenen Designprinzipien formuliert. Dieser Schritt hilft dem Team, von der Detail- auf die Gesamtebene zu wechseln und eine klare Richtung für weitere Designentscheidungen zu erhalten. Die Designprinzipien dienen als Leitfaden für die Entwicklung und bleiben flexibel erweiterbar.
---	---

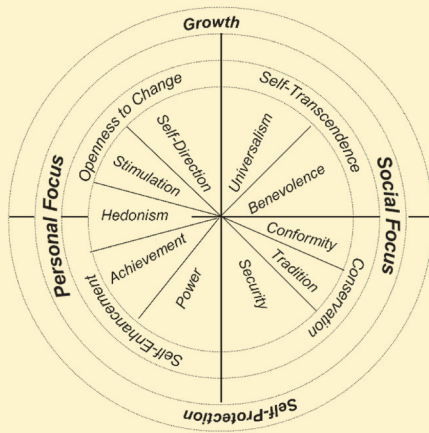
BLOCK 2: REFLECT & DIRECT

Übung 1: Welche Fragen entstehen aus den Design-Prinzipien?	Die Design-Prinzipien werden in Fragen umformuliert. Dieser Schritt schlägt die Brücke von der Problemfindungsphase zur Ideenfindungsphase – aus Design-Prinzipien werden Fragestellungen generiert, die den Ideenraum öffnen.
--	--

Übung 2: Was sind die darunterliegenden Motive?	In dieser Übung werden die zuvor entwickelten Fragen kritisch hinterfragt und in vier Schritten weiterentwickelt. Dies verhindert oberflächliche Fragestellungen und sorgt dafür, dass nicht nur naheliegende Lösungen entstehen. Durch gezielte Fragen wie „Was hält uns derzeit davon ab?“ oder „Warum ist das wichtig?“ kann das Team die zugrunde liegenden Ursachen und Motive besser verstehen und dem Problem tiefer auf den Grund gehen.
--	--

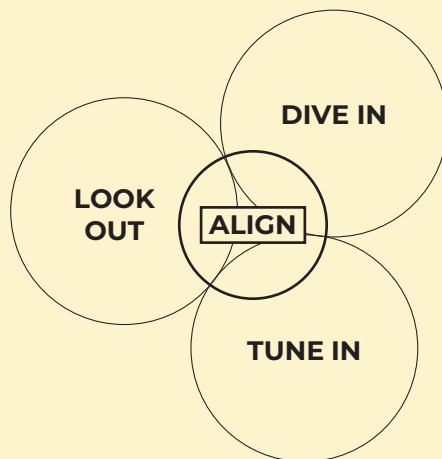
Übung 3: Wo liegt der größte Impact?	Die zuvor entwickelten Fragen werden nun nach Relevanz, Wirkung und Aktualität bewertet. Dabei wird analysiert, welche Fragen für die wichtigsten Stakeholder am bedeutsamsten sind, welchen Impact sie haben und welche am dringendsten beantwortet werden müssen. So identifiziert das Team die zentralsten und zeitkritischsten Fragestellungen für den weiteren Entwicklungsprozess.
---	--

Diese Frameworks wirst du während des ValueSpace-Workshops kennenlernen:



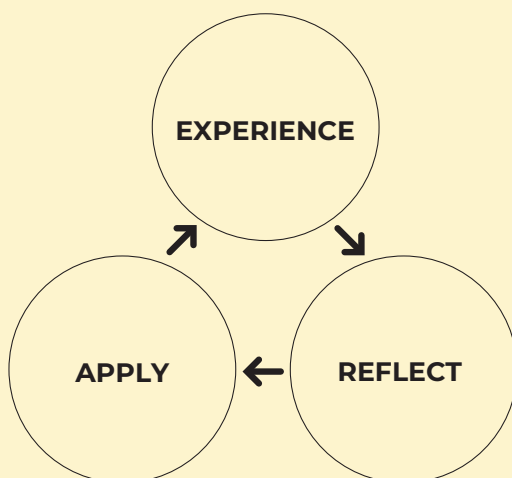
DAS SCHWARTZ WERTE-MODELL

Werte sind dabei nicht so einfach messbar. Sie lassen sich nur indirekt über die Worte, Verhaltensmuster und Handlungen von Menschen miteinander in Beziehung setzen und dadurch messen. Wertemodelle können uns dabei helfen, Werte besser zu verstehen und einzuordnen. Die Psychologen Shalom H. Schwartz und Wolfgang Bilsky haben in den 1980er Jahren ein Modell entwickelt, das zehn globale und kulturübergreifende Werte enthält



DAS VALUESPACE-MODELL

Im 2-tägigen Workshop durchläuft dein Team die drei Phasen des ValueSpaces. „DIVE IN“ fokussiert sich auf Teambuilding und die Auseinandersetzung mit Werten, inklusive einer Einführung in werteorientiertes Design. In „TUNE IN“ stehen die Stakeholder und ihre Anforderungen im Mittelpunkt, während „LOOK OUT“ die Leitplanken für die weitere Gestaltung setzt, indem wir richtungsweisende Fragen entwickeln. Im Zentrum des Modells steht „ALIGN“, das verbindende Element aller Phasen, denn es geht immer wieder darum, Commitment im Team aufzubauen.



DAS EXPERIENTIAL LEARNING-MODELL

Das Framework basiert auf dem Experiential Learning Ansatz und folgt den drei Schritten: Experience, Reflect und Apply. Durch haptische Werkzeuge und praktische Übungen erleben die Teams Werte direkt („Experience“), reflektieren ihre Erfahrungen im Austausch miteinander („Reflect“) und übertragen das Gelernte in den Projektkontext („Apply“). So entsteht ein dynamischer Lernprozess, der es ermöglicht, Erkenntnisse kontinuierlich anzupassen und direkt anzuwenden.

Nach dem ValueSpace-Workshop haben du und dein Team folgende Kenntnisse und Fähigkeiten erlangt:

- ➔ Du weißt, was werteorientierte Gestaltung ist und kannst einschätzen, welche Projekte von diesem Ansatz profitieren
- ➔ Du bist dir deiner eigenen Werte bewusst und wie diese dein Denken und Handeln leiten. Demnach entdeckst du Bias frühzeitig
- ➔ Dein neu angeeignetes Wissen über Werte hilft dir zudem, Teammitglieder und Kund:innen besser zu verstehen und kannst Ursachen für mögliche Konflikte besser nachvollziehen und diese dementsprechend moderieren oder deeskalieren
- ➔ Du bist in der Lage, die Werte beteiligter Stakeholder hinter deren Bedürfnissen, Wünschen oder Ängsten zu erkennen und auf diese einzugehen
- ➔ Du hast durch den Einsatz der haptischen Tools neue Wege der Kommunikation und Konsensfindung mit deinem Team erlernt
- ➔ Im ValueSpace-Ansatz hast du gelernt, kreatives und kritisches Denken miteinander zu verbinden und die richtigen Fragen zu stellen

Die Menschen hinter ValueSpace



CLAUDIA NASS-BAUER

Prof. Claudia Nass Bauer ist in Design geboren und Softwareengineering aufgewachsen. Seit 2006 arbeitet sie in interdisziplinären Teams an digitalen Lösungen und setzt sich dafür ein, diese Bereiche in Forschung und Lehre an der HS Mainz zu verbinden. Sie vertritt Themen wie strategische Entwicklung und Umsetzung innovativer Lösungen, Design- und Innovationsprozesse. Zudem arbeitet sie am Fraunhofer IESE, wo sie Industrieprojekte im Bereich Kreativitätsworkshops und User-Centered Design berät.



LUKAS FLORY

Lukas Flory ist Produkt- und Interaction Designer. Mit Studio MUX arbeitet er an der Konzeption, Gestaltung und Realisierung der gesamten Wertschöpfungskette in der Produktion von multimedialen Anwendungen und Installationen. Bei ValueSpace ist er der Tüftler und Entwickler hinter den haptischen Elementen.



JASMIN RIEBEL

Jasmin Riebel ist Designerin und Forscherin. Nach einigen Jahren in der Kreativindustrie konzentriert sich ihre Arbeit heute auf Methoden und Werkzeuge zur Förderung kreativer und kritischer Denkfähigkeiten sowie zur Unterstützung interdisziplinärer Teams bei datenintensiven Softwareprojekten.

ValueSpace ist der richtige Ansatz für deine Organisation, wenn eine oder mehrere der folgenden Kriterien zutreffen:

- ➔ Deine Organisation hat bereits Zugriff auf eine größere Menge an Daten, oder die Kapazität, Daten gezielt zu sammeln
- ➔ Es beschäftigt euch eine Frage- oder Problemstellung, die sich um die Erstellung oder Überarbeitung einer datenintensiven Softwarelösung dreht
- ➔ Bei eurem Projekt sind personenbezogene Daten involviert – es werden z.B. Verhaltensdaten, Nutzungsdaten oder geographische Daten verarbeitet
- ➔ Entscheidungen in eurer Anwendung haben eine direkte Auswirkung auf beteiligte Stakeholder, z.B. Nutzer:innen oder Betroffene
- ➔ Mögliche Empfehlungen, die von eurer Anwendung generiert werden, beeinflussen das menschliche Handeln eines Stakeholders
- ➔ Nutzer:innen eurer Anwendung müssen die Empfehlungen der Anwendung verstehen um diese anderen betroffenen Menschen erklären, um darauf basierend weitere Handlungen anzustoßen oder zu steuern
- ➔ Ethische Aspekte zu berücksichtigen ist von hoher Relevanz bei der Anwendung

**“Your scientists
were so preoccupied
with whether or
not they could ...
that they didn’t
stop to think
if they should.”**

Jeff Goldblum as
Ian Malcolm,
Jurassic Park



Impressum?
Website?
Kontaktdetails?