



## Nicht Digitalisierung

Axel Platz

Auszug aus dem »Jahrbuch Digital Design 2021«

### Herausgeber

Bitkom  
Bundesverband Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und neue Medien e. V.  
Albrechtstraße 10 | 10117 Berlin  
T 030 27576-0  
bitkom@bitkom.org  
www.bitkom.org

### Ansprechpartner

Dr. Frank Termer | Bitkom e.V.  
T 030 27576-232 | f.termer@bitkom.org

### Verantwortliches Bitkom-Gremium

AK Digital Design

### Projektleitung

Dr. Kim Lauenroth | adesso SE / IREB e.V.

### Titelbild

Ferdinand de Canne | unsplash.com

### Copyright

Bitkom 2021

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im Bitkom zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom.

# Nicht Digitalisierung

Axel Platz | Siemens AG

Auszug aus dem »Jahrbuch Digital Design 2021«

Das vollständige Jahrbuch finden Sie unter:

[↗www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digital-Design-Jahrbuch-2021](http://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digital-Design-Jahrbuch-2021)

## 8 Nicht Digitalisierung

Axel Platz | Siemens AG

Vielleicht sollte man es nicht Digitalisierung nennen, vielleicht wäre das, worum es im Kern geht, oder besser gesagt was da im Grunde passiert, besser benannt mit dem Begriff der Informatisierung. Andreas Boes vom Institut für Sozialwissenschaftliche Forschung in München spricht in diesem Zusammenhang von einem *sozialen Prozess des Sammelns von Informationen und ihrer Verwaltung in Informationssystemen*. Der Begriff Digitalisierung hingegen leitet sich ab aus der Art, wie diese Informatisierung technisch im Binärcode heute realisiert wird.

Vergleichbar, ob man von Autoverkehr spricht oder von Mobilität, ob man benennt, wie sich etwas (technisch) manifestiert oder worum es geht. Und darum geht es beim Design, nicht Gestaltung technischer Artefakte, die dann als Gute Form schön anzuschauen und gebrauchstauglich zu nutzen sind. »Was nutzt die schönste Straßenbahn, wenn sie nachts nicht fährt?« fragt Lucius Burckhardt in seinem Buch »Design ist unsichtbar«. Und unsichtbar ist auch das Digitale, zumindest ist es immateriell, und verschließt sich so einem gewöhnlichen Designverständnis per se. Digital Design muss sich da immer erklären, auch wenn klar sein sollte, daß es nicht darum gehen kann, Binärcode zu gestalten.

Gerade aber weil Digitalisierung heute nicht mehr einfach nur die Transformation von analog in digital, sondern viel mehr meint, ist der Begriff kaum fassbar und schillernd geworden, nicht zuletzt schillernd zwischen Verheißung und Resignation: »Are we at the gates of the digital Promised Land? Or are we exiles wandering in the desert with only tweeting Kardashians for company?« fragt Julie Wittes Schlack in ihrem 2019 erschienen Buch »This All-at-Oneness« und benennt zugleich mit diesem Titel treffend etwas, was mit der digitalen Transformation einhergeht. Dirk Baecker spricht von Instantaneität, und die erübrigt Vermittlung. Aber war nicht gerade diese Vermittlungsleistung immer das hehre Ziel des Designs in der Tradition des Bauhauses, nämlich zwischen technischer Funktion und deren Anwender zu vermitteln?

Aber vielleicht ist das Design heute zu Höherem berufen?

»Die Digitalisierung ist für uns kein Schicksal, sondern eine Gestaltungsaufgabe.« ist auf der Webseite der Telekom zu lesen. Und »Technik ist kein Schicksal, sondern lässt sich gestalten.« sagte Katharina Fegebank, Senatorin sowie Präses der Behörde für Wissenschaft, Forschung und Gleichstellung im Hamburger Senat in ihrer Eröffnungsrede den zur Konferenz »Mensch und Computer« versammelten rund tausend Ingenieuren, Psychologen und Designern im September 2019.

Große Worte, nichts weniger als das Schicksal steht da auf dem Spiel.

Aus all dem spricht auf der einen Seite ein Gefühl fast schicksalhafter Verstrickung und daher Ohnmacht, dem dann auf der anderen Seite mächtig die Gestaltung gegenübergestellt ist. Die Lösung liegt wohl nicht in der Technik, sondern in deren Gestaltung, daher kann es bei der Gestaltung nicht darum gehen, das Digitale tiefer zu durchdringen, sondern vielmehr breiter zu verstehen. Zu verstehen, wie die Dinge die Welt gestalten, in die sie eintreten, insbesondere die

Praktiken, in denen sie genutzt werden, nämlich wie sie nicht nur selbst gestaltet sind, sondern gestaltend wirken.

Bei einem Workshop letztes Jahr zum Thema Digital Design erläuterte Torsten Blume von der Stiftung Bauhaus Dessau das Beispiel eines Kurznachrichtendienstes. Der scheint aus technischer Sicht etwas Neutrales zu sein, etwas, was allen in gleicher Weise zu Diensten steht, aber in der Kommunikation – und nur darum geht es dabei doch – sind durch diese technische Lösung tatsächlich die bevorzugt, die verkürzt darstellen können, diese technische Lösung kommt den Intentionen derer entgegen, die polarisieren wollen und kein Interesse an einer differenzierten Betrachtung haben; sie ermöglicht Letzteres gar nicht, und ist so nicht nur einfach Medium der Kommunikation, sondern nimmt teil an der Botschaft.

»*The medium is the message*«, so einst Marshall McLuhan.

Mehr denn je stellt sich im Digital Design also die Frage, nicht wie technische Funktionalität vermittelt und verständlich gemacht, sondern wie sie verstanden werden kann, wie der Nutzer sie verwendet und welche Bedeutung er ihr gibt; und zwar nicht nur Bedeutung im Einzelnen, sondern Bedeutung im Ganzen. Und da ist es mit Wissen nicht getan, vielmehr ein Erkennen und Verstehen von Wirkungen, um dann die Wirkung in der Verwendung zu verstehen. Und dabei zu verstehen, daß welche Verwendung auch immer, die nicht ein für alle Mal gegeben ist, sondern »continuous design«.

Bitkom vertritt mehr als 2.700 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 2.000 Direktmitglieder. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.

**Bundesverband Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und neue Medien e.V.**

Albrechtstraße 10  
10117 Berlin  
**T** 030 27576-0  
**F** 030 27576-400  
bitkom@bitkom.org  
[www.bitkom.org](http://www.bitkom.org)

**bitkom**