

Bitkom Jahrbuch Digital Design 2024

Digitaler Wandel in der Krise?!
Wege, die Mut machen!

BAUHAUS

Herausgeber

Bitkom e.V.
Albrechtstraße 10
10117 Berlin
T 030 27576-0
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner

Felix Ansmann | Bitkom e.V.
T 030 27576-098 | f.ansmann@bitkom.org

Verantwortliches Bitkom-Gremium

AK Digital User Experience & Design

Layout

Anna Stolz | Bitkom e.V.

Titelbild

Dr. Frank Termer | Bitkom e.V.

Copyright

Bitkom 2025

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.

Lasst uns mehr über gute Wege und weniger über Krisen sprechen

Dr. Kim Lauenroth, Vertretungsprofessur Digital Design
Fachhochschule Dortmund

Auszug aus dem »Jahrbuch Digital Design 2024«

Das vollständige Jahrbuch finden Sie unter:

↗ www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digital-Design-Jahrbuch-2024

Lasst uns mehr über gute Wege und weniger über Krisen sprechen

Dr. Kim Lauenroth, Vertretungsprofessur Digital Design Fachhochschule Dortmund

Jahrbücher sind ja von ihrer Idee her ein Dokument des Zeitgeists und der Titel unseres Jahrbuches drückt mit seiner Doppeldeutigkeit den Zeitgeist für 2024 sehr gut aus: Digitaler Wandel in der Krise!?

Das Jahr 2024 scheint wirklich das Jahr der Krisen gewesen zu sein. Klimawandel, Kriege, die deutsche Bahn, die Automobilindustrie, die Politik... Die Liste ließe sich noch beliebig verlängern, scheinbar steckt so ziemlich alles in Deutschland (und auch in anderen Ländern) in der Krise. Natürlich gehört auch die Digitalisierung und der digitale Wandel dazu.

Das Reden über Krisen als sich selbst selbstverstärkender Prozess

Viele Themen sind so problematisch, dass sie das Attribut »Krise« mit Sicherheit verdient haben und auch als solche behandelt werden müssen. Dennoch wird der Begriff »Krise« nach meiner Wahrnehmung mittlerweile doch recht inflationär verwendet. Von außen betrachtet scheint das auch nachvollziehbar zu sein, denn nur den Krisen und den »großen« Problemen scheint noch Aufmerksamkeit geschenkt zu werden. Da ist es nur natürlich, wenn man seine eigenen Themen durchweg als Krise betitelt.

Leider führt die Rahmung als Krise aber dazu, dass der Tonfall und die Perspektive scheinbar auch in eine Art Krisenmodus verfällt. Ein Artikel aus dem Onlineauftritt einer deutschen Wochenzeitung ist mir da sehr prägnant in Erinnerung geblieben, es ging um den Einbau smarter Rauchmelder in Mietwohnungen. Im Titel wurden diese Geräte als »Spione an der Decke« bezeichnet und im Teasertext zur Überschrift wurden sie als potenzielle Werkzeuge von Kriminellen benannt, aus denen abgeleitet werden kann, ob jemand zu Hause sei. Im Kommentarbereich zum Artikel passiert natürlich auch erwartbares, der Tonfall wird aufgegriffen und verstärkt sich. Die wenigen Kommentare, die dagegenhalten und das Problem in einen Kontext setzen, zum Beispiel im Vergleich zu smarten Lautsprechern à la Alexa, werden im gleichen Tonfall angegriffen.

Dies ist nur eines von vielen Beispielen, die mir in den letzten zwölf Monaten begegnet sind. Für sich genommen könnte ich jedes Beispiel vermutlich ignorieren oder auch irgendwie begründen, warum ein Text oder Kommentar so und nicht anders verfasst wurde.

Aus einer übergeordneten Perspektive muss ich nun leider das Instrument nutzen, dass ich selbst kritisiere: **Unsere Diskurskultur ist in der Krise.**

Das viele Reden über »Krisen« und »Probleme« erzeugt ein schleichendes Gift. Es verstärkt sich fortlaufend selbst und lähmt uns. Es lenkt den Fokus der Diskussion darauf, die Situation als Krise zu sezieren bzw. zu versuchen, die Argumente der »Krisenleugner« zu widerlegen. Leider verstärken auch die Menschen, die gegen eine Krise argumentieren, das Problem oft noch, da nun im Detail das Für und Wider einer Situation als Krise diskutiert wird.

Ich denke, das Problem besteht darin, dass wir durch den »Krisenmodus« zu sehr auf das Problem fokussiert sind und uns zu wenig damit befassen, wie man ein es lösen kann.

Hier möchte ich gerade mit Blick auf den digitalen Wandel und die Digitalisierung ansetzen. Deutschland ist hier nicht wirklich gut aufgestellt und es gibt mehr als genug Probleme. Wir sind mittendrin im Wandel von einer vormals analogen, aber funktionierenden Gesellschaft in eine immer digitalere, aber gefühlt noch nicht funktionierende Gesellschaft. Auf dem diesem Weg gibt es Probleme und es werden noch weitere folgen – das kann und will ich nicht abstreiten. Unser aktueller »Krisenmodus« ist in diesem Prozess aber nur wenig hilfreich, denn er überlagert leider auch die vielen guten Entwicklungen bzw. versucht in den guten Entwicklungen die versteckte Krise zu entdecken.

Was tun? Wir müssen wieder lernen, konstruktiv zu streiten

Jetzt erwarten Sie vielleicht, dass ich dazu aufrufe, doch die »guten Seiten« des Wandels zu sehen und auf das Positive zu schauen. Mache ich aber nicht. Diese rosarote Brille lähmt auch, denn man verfällt in den Modus »es ist doch alles gut, wir müssen nichts tun«. Stattdessen möchte ich zu einem konstruktiven Diskurs in Bezug auf den digitalen Wandel aufrufen.

Probleme müssen als Probleme benannt werden, aber wir müssen klar darüber diskutieren, warum und ob ein Problem wirklich ein Problem ist. Der European AI Act ist für mich in diesem Zusammenhang ein schönes Beispiel. Ich habe in 2024 einige Male über den AI Act diskutiert und es wurde fast immer darauf verwiesen, dass der AI Act ein Innovationskiller für die EU ist. Bei diesem Argument frage ich mittlerweile reflexartig, woran man dieses Problem denn festmachen würde. Die Antwort hat meist etwas mit »Bürokratie« zu tun. Auf weitere Nachfragen hat sich dann leider immer herausgestellt, dass mein Gesprächspartner den AI Act leider noch nicht selbst gelesen hat. Natürlich muss man den AI Act nicht unbedingt lesen, aber wenn man schon eine große Keule ala »Innovationskiller« herausholt, dann sollte man doch bitte etwas fundierter argumentieren können und eine begründete Meinung vortragen.

Konstruktiv über Probleme und Wege zur Lösung streiten – drei gute Beispiele

Das Reden über Probleme – so konstruktiv es auch sein mag – reicht in unserer Situation aber nicht mehr. Wir müssen so langsam in die Gänge kommen und darüber reden, wie wir die Probleme angehen wollen und sie dann auch angehen. Konkret müssen wir mehr über Wege reden und dann diese Wege auch gehen. Mit Wegen meine ich die Art und Weise, wie wir uns eine digitale Gesellschaft vorstellen und in welcher digitalen Gesellschaft wir leben wollen. Drei gute Beispiele sind mir hier aus 2024 besonders in Erinnerung geblieben.

Das erste Beispiel war die Beantragung der Förderung für unsere neue Wärmepumpe bei der KfW. Ich hoffe, Sie sind von diesem Beispiel jetzt genauso überrascht, wie ich es am Ende dieses Prozesses war. Der gesamte Prozess lief zu 100% digital ab, dazu gehörten natürlich einige Mails zwischen mir und unserem Heizungsbauer. Das könnte man jetzt kritisieren, mache ich aber nicht. Denn der Beantragungsprozess an sich ist ein guter nächster Schritt gewesen, wie man solche Prozesse digitalisieren kann.

In aller Kürze sah der Prozess so aus: Unser Heizungsunternehmen hat im Portal der KfW unser Vorhaben angelegt, wir haben uns im Portal registriert und den Vertrag hochgeladen. Damit wurde der Zuschuss für uns reserviert. Dann wurde die Wärmepumpe eingebaut, wir haben die Rechnung im Portal hochgeladen und nach vier Wochen war der Zuschuss auf unserem Konto. Überhaupt nicht spektakulär, funktioniert einfach. Leider habe ich keinen positiven Bericht über diesen guten Prozess in der Presse gefunden, daher ist es mir ein besonderes Anliegen, diesen Prozess hier als guten Weg hervorzuheben. Guter digitaler Wandel muss keine Raketentechnik sein, er muss einfach funktionieren – die KfW hat gezeigt, dass das geht.

Das zweite Beispiel für Wege durch den digitalen Wandel sind dynamische Stromtarife. Im Kern geht es darum, dass der Stromverbrauch pro Stunde und nach tagesaktuellen Stundenpreisen abgerechnet wird. Auch hier finden sich Anzeichen für das zuvor kritisierte »Krisenschema«, denn im Dezember 2024 kam es zu einer der oft beschworenen Dunkelflauten und der Strompreis schnellte an einem Tag auf über einen Euro pro kWh. Die entsprechenden Artikel in den Medien ließen leider nicht lange auf sich warten. Natürlich sind solche Tarife nicht die alleinige Lösung für unserer Energiewende, aber ich denke, sie sind ein wichtiger Weg, den man diskutieren muss. Dynamische Tarife fördern das Bewusstsein dafür, dass der Strompreis keine Flatrate ist. An der guten alten Tankstelle haben wir das ja auch gelernt, daher bin ich zuversichtlich, dass wir das an der Steckdose auch lernen können. Ab 2025 müssen alle Stromanbieter solche Tarife anbieten und das wird sicherlich ein wenig Schwung in das Thema Energiewende bringen und den digitalen Wandel in diesem Umfeld hoffentlich vorantreiben.

Als drittes Beispiel möchte ich nochmal auf den AI Act zurückkommen. AI Act und Regulierung – warum ist das ein gutes Beispiel? Sicher hat das Gesetz noch Schwächen und viele Details der Umsetzung müssen noch geklärt werden. Das gilt im Übrigen

für alle Gesetze und Regulierungen in demokratischen Gesellschaften, sie entwickeln sich fortlaufend weiter.

Aber um es klar auf den Punkt zu bringen, der AI Act ist aus meiner Sicht ein sehr gutes Gesetz und ein Paradebeispiel für einen konstruktiven Umgang mit dem digitalen Wandel im Sinne von guten Wegen, die wir gehen wollen. Konkret mache ich das an drei Punkten fest, dem risikobasierten Ansatz, den Vorgaben, wie KI-Systeme in den Risikoklassen zu entwickeln sind und der Kennzeichnungspflicht für KI-Systeme.

Zugegeben, der Begriff »risikobasierter Ansatz« ist kein geschickter Begriff, auch hier klingt wieder ein wenig die »Krise« durch. Im Kern geht es bei diesem Ansatz darum, KI-Systeme in Klassen mit unterschiedlichen Risiken für Mensch und Gesellschaft einzuteilen. Besonders wichtig sind die Systeme mit inakzeptablen und hohen Risiken. Systeme mit inakzeptablen Risiken (z. B. Systeme zur unterschwelligen Beeinflussung) sind in der EU verboten. Im Sinne der Wege sagt der AI Act also, dass wir in der EU manche Wege mit Blick auf KI-Systeme nicht gehen wollen. Und das ist auch gut so.

Für Systeme mit hohen Risiken gibt es besondere Vorgaben für die Entwicklung (z. B. in Bezug auf Funktionen und den Entwicklungsprozess). Hier sagt der AI Act im Kern, dass wir in der EU KI-Systeme mit hohen Risiken mit besonderer Sorgfalt entwickeln wollen und, dass es dafür besondere Vorgaben gibt.

Andere Branchen kennen solche Vorgaben im Übrigen schon, zum Beispiel Luftfahrt, Automobilbau und Medizintechnik. Diese und andere Branchen haben besondere Risiken und arbeiten daher mit besonderen Vorgaben und besonderer Sorgfalt. Und bisher waren diese Branchen in Europa zumindest in Teilen recht innovativ – obwohl sie streng reguliert wurde.

Und schließlich die Kennzeichnungspflicht, sie besagt im Kern, dass Nutzerinnen und Nutzer von KI-Systemen stets darüber informiert werden müssen, wenn sie es mit einem KI-System zu tun haben. Mit Blick auf Bots in sozialen Netzen oder KI-genierten Texten und Bildern ist dieser Weg mehr als zu begrüßen.

Aufruf Teil 1 – Digital Design muss als Kompetenz in die Breite

Digital Design, so wie ich es verstehe, ist die Disziplin zur ganzheitlichen Gestaltung des digitalen Wandels. Im Kern der Designarbeit steht für mich das Entwerfen von Lösungen und dabei ist das Arbeiten mit alternativen Ideen ein wichtiges Prinzip, um aus einer Vielzahl von Entwürfen eine gute Lösung zu finden. Gut ist ein wichtiger Begriff in diesem Kontext. »Gut« meint, dass eine Lösung ein sinnvoller Kompromiss ist, der im Spannungsfeld des Wünschenswerten, wirtschaftlich Tragfähigen und technisch Machbaren gefunden werden muss.

Entwürfe für Lösungsideen sind für mich nichts anderes als mögliche Wege, die wir im digitalen Wandel beschreiten können. Gute Designerinnen und Designer nutzen diese Idee also schon, um an ihr Ziel zu kommen.

In der Sprache dieses Textes könnte man sagen, dass Digital Designerinnen und Designer Profis für das Finden (Entwerfen), Aufzeigen und Diskutieren von guten Wegen im digitalen Wandel sind. Daher brauchen wir diese Kompetenz gerade in Zeiten wie diesen dringender denn je. Ansonsten werden die Wege und mit ihnen auch die Lösungen eben nicht ganzheitlich gut gestaltet, sondern durch den Fokus der Personen bestimmt, die die Wege vorgeben. Auch hier hat 2024 und das beginnende 2025 gerade in den USA viele Beispiele geliefert.

Aufruf Teil 2 – Lasst uns alle mehr über gute Wege und weniger über schlechte Probleme streiten

Dieser Text soll wirklich nicht als Sonntagsrede enden. Es wäre falsch zu sagen, dass wir »einfach« nur mehr Digital Design brauchen und, dass dann alles gut wird. Das glaube ich nämlich nicht.

Ich glaube, die nächsten Jahre werden uns einiges abverlangen, viele Probleme und Krisen sind ja nicht aus der Luft gegriffen, sondern Realität. Probleme – so definiert es viele aus der Psychologie – sind *nicht-ignorierbare* Reize. Daher können wir nicht anders, als über sie sprechen. Die meisten Probleme verschwinden aber nicht mehr von alleine und schon gar nicht die, die wir gerade als Krisen erleben.

Mein zweiter Aufruf richtet sich an uns alle. Ich möchte – nicht nur für den Streit über den digitalen Wandel – folgende Spielregel vorschlagen: Wer Probleme benennt, soll doch bitte auch eine Meinung – einen guten Weg (!) – mitbringen, wie ein Problem gelöst werden kann. Das müssen keine fertigen Konzepte oder Patentlösungen sein. Dafür sind unsere Krisen zu vielschichtig und dafür haben wir Profis.

Ich verspreche mir von dieser kleinen Regel eine Änderung unserer Diskurskultur. Zum einen entziehen wir hoffentlich den vielen anstrengenden und lähmenden Krisendebatten den Nährboden. Und, zum anderen richten wir hoffentlich unsere Energie auf den Streit um gute Wege und Lösungen. Gerade mit Blick auf den digitalen Wandel sind viele gute Lösungen auch meist einfache Lösungen, und wenn der Weg dorthin nicht weit ist, riskieren wir es vielleicht auch, ihn zu gehen. Daher möchte ich uns alle dazu aufrufen, mehr über gute Ideen und gute Beispiele zu reden, die uns täglich begegnen. Dann stellen wir vermutlich fest, dass neben den vermeintlichen Krisen doch viel Gutes in Europa passiert.

Bitkom vertritt mehr als 2.200 Mitgliedsunternehmen aus der digitalen Wirtschaft. 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.

Bitkom e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin
T 030 27576-0
bitkom@bitkom.org

[bitkom.org](https://www.bitkom.org)

bitkom