

„Analog ist das neue Bio“ oder warum man Digitalisierungsvorhaben ruhig zweimal hinschauen sollte

Die Informationstechnologie hat in den letzten Jahren ein Niveau erreicht, das schier unendliche Möglichkeiten bietet, bspw. leistungsfähige Smartphones, mobiles Internet und gigantische Speicher- und Rechnerkapazitäten in der Cloud. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung hat das Wort „Digitalisierung“ das Potenzial, zum Wort der späten 2010er und bestimmt auch der frühen 2020er Jahre zu werden. In den Medien finden wir Aussagen wie „die digitale Transformation sorgt für einen tiefgreifenden Wandel in allen Lebensbereichen“, „die Digitalindustrie ist die Zukunft Europas“, oder „Daten sind das Öl des 21. Jahrhunderts“. Glaubt man diesen Aussagen, steht uns eine rosige digitale Zukunft bevor (wie auch immer rosig in digital ausschauen mag).

Die digitale Zukunft ist schon heute gar nicht überall rosig. Man gebe nur den Begriff „digitale Tagelöhner“ in die favorisierte Suchmaschine ein. Schnell finden sich Texte, die die dunkle Seite der digitalen Arbeit aufzeigen. Eine analoge Möglichkeit zur Auseinandersetzung mit dem Thema erlaubt das Buch „Analog ist das neue Bio“ von Andre Wilkens. Das Buch lieferte im Übrigen auch die Inspiration für den Titel dieses Textes und bietet einen schönen Überblick über das Thema Digitalisierung aus der Perspektive des Jahres 2014. Warum ist das Jahr wichtig, nun in digitalen Maßstäben ist 2014 schon eine Ewigkeit her, aber Ideen sind zum Glück haltbarer als viel digitale Produkte. Dieser Text will aber eigentlich auch gar nicht schwarz- oder weißmalen. Wie immer gibt es bei jeder Entwicklung Gewinner und Verlierer. Außerdem sind – frei nach Nils Bohr – Prognosen schwierig, besonders wenn sie die Zukunft betreffen.

Egal von welcher Seite man Digitalisierung betrachtet, es ist für alle handelnden Personen Neuland, für die Kunden bzw. Nutzer der Systeme, für die Auftraggeber und auch für die IT-Branche bzw. herstellenden Unternehmen. Warum ist das Neuland? Wir entwickeln doch seit über 60 Jahren erfolgreich Software. Das ist auch richtig, aber die bisherige Softwareentwicklung passierte zum Großteil unter der Prämisse, dass mehr oder minder verstandene Prozesse in Software übertragen wurden. Banken und Versicherungen sind hier sicherlich die prägnantesten Beispiele. Prozesse wurden durch Software effizienter und effektiver, haben sich aber im Grunde nicht verändert.

Vorhaben unter dem Schlagwort „Digitalisierung“ sind von ihrer Natur her anders geartet. Digitalisierung führt zu vollkommen neuen Strukturen und Prozessen, für die es keine analogen Vorbilder gibt und die das Potenzial haben, bisherige analoge Strukturen zu ersetzen. Prägnante Beispiele hierfür sind Airbnb als Alternative zum klassischen Hotelbetrieb oder Spotify als Alternative zum Handel mit Musik. Damit sind Digitalisierungsvorhaben wesentlich schwieriger zu planen und zu greifen, da man nicht nur die Software, sondern ein vollkommen neues Ökosystem planen und denken muss. Weiterhin ist das Risiko des Scheiterns wesentlich größer, da Digitalisierungsvorhaben von ihrer Natur wesentlich stärker auf Vermutungen und Annahmen über den Erfolg und die Auswirkungen des Vorhabens beruhen.

Digitalisierungsvorhaben erfordern daher eine vollkommen andere Herangehensweise, um ein klares Bild vom Ziel zu erhalten und um die vielen Vermutungen und Annahmen frühzeitig zu validieren. Zweites sollte man jeglichem Digitalisierungsvorhaben mit einem gesunden Maß an Zweifel und Kritik gegenüberstehen. Nur weil man etwas digitalisieren kann, muss man es nicht zwangsläufig realisieren. Nicht selten werden die versprochenen Vorteile nur bedingt realisiert. Oder es treten unvorhergesehene Effekte auf, die ein Vorhaben scheitern lassen, zu unerwarteten Folgekosten führen oder die zu einer

Entwicklung führen, die nicht gewollt war (hier kann wieder das Stichwort „Digitale Tagelöhner“ als Beispiel dienen).

Wohin führt uns nun der Gedanke „Analog ist das neue Bio“? Nur weil etwas neu oder anders ist, muss es nicht zwangsläufig auch besser sein. Schallplatten als der Inbegriff „Analoger Musik“ erleben gerade eine Renaissance, obwohl doch die CD so viel besser gewesen sein soll. Schiere Effizienz und Geschwindigkeit muss auch nicht das ultimative Ziel sein – Slowfood als Gegenbewegung zum Fastfood ist hier ein Beispiel. Ständige Vernetzung durch digitale Kommunikationsmedien wird in manchen Unternehmen dadurch begrenzt, dass die E-Mail-Server an Wochenenden und den Abendstunden heruntergefahren werden, um Menschen zu einer Auszeit zu zwingen. Alle diese Beispiele könnte man nun dafür nutzen, um Digital zu verurteilen und zu verdammen. Aber Maschinenstürmerei und Nostalgie nach dem Motto „früher war alles besser“ ist sicherlich genauso unsinnig wie unreflektierter Fortschrittsglaube.

Das Wichtige an den aktuellen Entwicklungen rund um die Digitalisierung ist, dass sie kein unkontrollierbares Naturereignis ist, das über uns hereinbricht. Digitalisierung ist ein menschengemachtes Ding und daher liegt es in der Hand vieler Menschen, wie die digitale Zukunft tatsächlich gestaltet wird. Jenen Personen kann das Motto „Analog ist das neue Bio“ als Leitspruch dienen, um eine nachhaltige digitale Welt zu realisieren in der auch das Analoge seinen Platz findet und sogar zu einem wesentlichen Wirtschaftsfaktor werden kann – wie das Beispiel Bio-Lebensmittel eindrücklich zeigt. Bio-Lebensmittel wurde bis vor wenigen Jahren massiv belächelt und gerne als Marotte einer gehobenen Gesellschaftsschicht abgetan. Heute gehören Bio-Lebensmittel in jedem Discounter Standardsortiment und wird im Übrigen auch durch einen erheblichen Teil an Digital erfolgreich gemacht. Analog und Digital sind kein Widerspruch, sondern sollten vielmehr als ein Spektrum verstanden werden. Gut durchdachte analoge Prozesse können durch Digitaltechnologie noch besser und leistungsfähiger werden. Genauso können digitale Prozesse durch eine gute Portion Analog erst ihr volles Potenzial entfalten.

Autorenbeschreibung

Dr. Kim Lauenroth leitet als Chief Requirements Engineer bei der adesso AG ein Competence Center mit dem Schwerpunkt RE und Produktgestaltung. Mit seiner breit aufgestellte Branchen- und Projekterfahren und seiner breiten Ausbildung (Information, BWL und Psychologie, sowie Promotion im Bereich RE/Produktlinienentwicklung) unterstützt er seine Kunden bei der strategischen Konzeption von Produkten und bei der Planung von Produktentwicklungsprozessen. Als Vorstandsvorsitzender des International Requirements Engineering Board (IREB) e.V. engagiert Kim sich in der Community-Arbeit und für die Aus- und Weiterbildung im RE. Im Bitkom leitet er die Taskforce Software-Gestalter und arbeitet dort an einem neuen Rollenbild für die Software-Entwicklung: dem Digital Designer.