

Nachlese zum Event des Bitkom AK Digital User Experience & Design  
vom 20.6.2024

# KI in der Entwicklung digitaler Produkte, Services und Lösungen: wertvolles Teammitglied, neues Werkzeug zur Lösung oder ein neues Problem?

In der Online-Sitzung des Bitkom AK Digital User Experience und Design waren am 20. Juni 2024 sechs renommierte Sprecherinnen und Sprecher der deutschen Digitalisierungs-szene eingeladen. Im Zentrum stand die Frage, wie die Technologie der künstlichen Intelligenz (KI) unsere Arbeit bei der Gestaltung im digitalen Wandel beeinträchtigt.

Als Auftakt und Einstimmung hat Moderator **Dr. Kim Lauenroth (Fachhochschule Dortmund)** die aktuellen Diskussionen rund um KI mit dem Bild von KI in der Popkultur verglichen. Er formulierte die These, dass die Erwartungen an KI massiv von dem Bild der KI in Film und Fernsehen geprägt sind. In Filmen wie Star Wars oder Matrix erleben wir KI als eine sehr wirkmächtige Technologie. Diese Fähigkeiten deuten sich jetzt auch in Technologien wie ChatGPT an und daher entstehen gerade sehr polarisierte Bilder von KI als Heilsbringer oder eben als große Dystopie .

Im ersten Vortrag von **Jan Groenefeld (Chief Product Officer, Rote Robben GmbH)** wurde dieser Gedanke direkt aufgegriffen. Jan stellte die provokante These auf, dass KI KEINE Lösung ist, aber keine KI auch KEINE Lösung ist. Entscheidend ist der gewissenhafte Umgang. Erst dann wird KI zur neuen Superkraft in der modernen Produktgestaltung. Er bediente sich dabei der Metapher des Kochens und erklärte, wie man mit erprobten Prompt-Rezepten zu professionell reproduzierbaren Ergebnissen gelangt. Als Einsatzbeispiel aus dem Produkt'ler-Alltag zeigt er, wie man mit Hilfe von generativer KI binnen weniger Minuten Storyboards in Workshops erzeugen kann, um Ideen und Probleme adhoc zu visualisieren. Weiterhin stellte er fest, dass generative KI keine Magie ist. LLMs wie ChatGPT bleiben Wahrscheinlichkeits-Wortrechner, die sich auch mal vertun. Entscheidungen sollten daher immer bei uns Menschen bleiben.

Wie man Technologien der künstlichen Intelligenz in digitalen Produkten sinnvoll einsetzt und dabei die Nutzenden transparent darüber informiert, war das Thema von **Florian Adam**

In einer Zeit, in der Technologie unsere Welt schneller verändert als je zuvor, ist Künstliche Intelligenz nicht mehr wegzudenken.

»KI ist der beste Praktikant, den ich je hatte«.

Der Einfluss von KI macht auch vor dem Bereich der Entwicklung digitaler Produkte und Services nicht halt.

**(Design Partner, MAI Marketing Automation Intelligence GmbH).** Er stellte verschiedene Design Pattern vor, wie der Einsatz von KI sinnvoll kommuniziert und dargestellt werden kann. Ein Muster besteht zum Beispiel darin, den sogenannten Confidence Level einer KI (d. h. wie sicher ist sich die KI mit der Antwort aus statistischer Sicht) für Nutzende transparent zu machen. So können diese selbst entscheiden, ob sie einer Antwort vertrauen oder nicht .

Mehr Nachhaltigkeit in digitalen Lösungen ist das Ziel von **Aline Barré und Miriam Julius, (Centigrade GmbH).** Titel und Thema ihres Vortrags war das schöne Wortspiel »Greencognito«. Sie haben gezeigt, wie man mit KI das Thema Nachhaltigkeit auf leichtgewichtige und niederschwellige Weise in den Designprozess integrieren kann. Das erste Beispiel war ein Chatbot einer KI-Persona, mit dem man über ein Produkt diskutieren kann und der über einen speziellen Prompt besonders stark auf Nachhaltigkeit fokussiert war. Das zweite Beispiel war eine KI, die mit verschiedenen Normen und Standards im Kontext von Nachhaltigkeit trainiert wurde. Dieser sogenannte Eco-Adviser kann dann dazu befragt werden, wie nachhaltig eine Produktidee ist und welche Normen und Standards ggf. noch relevant sein können .

Generative KI war auch der Fokus von **Tim Junge (IBM Deutschland GmbH).** Er führte am Beispiel von WatsonX und dem IBM Enterprise Design Thinking vor, wie KI die kreative Arbeit unterstützt. Sein Fokus lag dabei insbesondere auf der Effizienz und dem Ziel, durch effiziente Arbeit mehr Zeit für die wichtige Arbeit mit den Nutzenden zu gewinnen. Er fasste dieses Ziel sehr schön mit folgendem Statement zusammen »Design is how we build bonds and GenAI is how we get more time to do it«. Weiterhin ging er in seinem Vortrag darauf ein, wie wichtig ethische und regulatorische Aspekte beim Einsatz von KI sind, um auf Kundenseite Vertrauen in die Technologie aufzubauen .

Den Abschluss der Veranstaltung bildete Prof. Dr. Ronald Hartwig mit einem Ausflug in die Pareto-Hölle. Anhand des Pareto-Prinzips (80/20) illustrierte er, dass man mit generativer KI zwar schon recht weit kommt, aber dass die fehlenden 20%, die eine Lösung rund und fertig werden lassen, dann doch noch fehlen bzw. von generativen Verfahren (noch?) nicht geleistet werden. Damit schloss Ronalds Vortrag den Bogen zum Anfang und zu den Erwartungen an KI. Er vertrat die These, dass wir vermutlich gerade zu viel erwarten, einen sehr intensiven Hypecycle mit KI erleben, der sich hoffentlich bald in das erwünschte Plato der Produktivität wandelt und KI-Technologien zu einem normalen Werkzeug unter vielen wird .

In der Abschlussdiskussion kam dann nochmal die Pop-Kultur ins Spiel, denn ChatGPT sollte auf die Frage antworten: Was sind die drei wichtigsten Erkenntnisse aus dem Film »Das Leben des Brian« für den Einsatz von künstlicher Intelligenz?

Die Antwort hat die Teilnehmenden sehr beeindruckt, daher soll sie hier vollständig wiedergeben werden:

»Das Leben des Brian« ist eine satirische Komödie, die sich nicht direkt mit der Technologie oder Künstlichen Intelligenz (KI) befasst. Dennoch können wir aus den Themen und der satirischen Darstellung einige metaphorische Erkenntnisse für den Einsatz von KI gewinnen:

Komplexe regulatorische Anforderungen, fehlendes Fachwissen und die Schwierigkeit, Nachhaltigkeit als Priorität in Projekten zu etablieren, sind häufige Stolpersteine bei der Integration von Nachhaltigkeit in digitale Projekte.

Die Kombination von GenAI und Design Thinking revolutioniert die digitale Produktentwicklung durch die präzise Analyse großer Datenmengen und ein menschenzentriertes Entwicklungsvorgehen.

- 1. Vermeidung von Missverständnissen:** Ein zentrales Thema des Films ist die falsche Interpretation und Missverständnisse, die dazu führen, dass Brian für den Messias gehalten wird. Übertragen auf KI bedeutet dies, dass die Algorithmen und Systeme so gestaltet werden müssen, dass Missverständnisse minimiert werden, insbesondere bei der natürlichen Sprachverarbeitung und Entscheidungsfindung. Eindeutige Kommunikation und korrektes Datenverständnis sind entscheidend.
- 2. Bewusstsein für Unvorhersehbare Konsequenzen:** Brians Leben zeigt, wie schnell sich aus gut gemeinten Handlungen unerwartete und oft unerwünschte Konsequenzen ergeben können. Bei der Entwicklung und Implementierung von KI sollten Entwickler die potenziellen langfristigen Folgen ihrer Technologie berücksichtigen und sorgfältig überwachen, um unvorhergesehene negative Auswirkungen zu vermeiden.
- 3. Kritisches Denken und Skepsis:** Die Satire zielt auf blinden Glauben und zeigt die Wichtigkeit von Skepsis und kritischem Denken. Dies ist besonders relevant für den Einsatz von KI, da es wichtig ist, KI-Entscheidungen kritisch zu hinterfragen und nicht blind auf deren Ergebnisse zu vertrauen. KI sollte als Werkzeug zur Unterstützung menschlicher Entscheidungen dienen, nicht als unfehlbare Autorität.

Diese Erkenntnisse können dazu beitragen, eine reflektierte und verantwortungsbewusste Herangehensweise an die Entwicklung und den Einsatz von KI zu fördern .

**Eine detaillierte Dokumentation des Treffens des Arbeitskreis Digital User Experience & Design vom 20.06.2024 befindet sich im [bitkom-Mitgliederportal](#), u. a. mit den Impulsvorträgen:**

- KI ist KEINE Lösung – Keine KI ist aber auch keine Lösung.  
Jan Groenefeld, Rote Robben GmbH
- Crafting Purpose and Process  
Florian Adam, MAI Marketing Automation Intelligence GmbH
- Greencognito ft. AI – Ansätze für nachhaltigere UX-Lösungen  
Aline Barré und Miriam Julius, Centigrade GmbH
- Erfolgsfaktoren zur Nutzung von GenAI in der digitalen Produktentwicklung am Beispiel von IBM Enterprise Design Thinking & WatsonX  
Tim Junge, IBM Deutschland GmbH
- Design mit AI und GPT Tools: Willkommen in der Pareto-Hölle?  
Prof. Dr. Ronald Hartwig, Founder und CEO, untrouble

Die gemachten Erfahrungen der letzten Monate scheinen sehr vielversprechend und geben Anlass zu großen Hoffnungen für die Zukunft. Gleichzeitig polarisieren aktuelle Entwicklungen und Nutzungsmöglichkeiten von KIs, speziell LLMs.



**Dr. Frank Termer**  
Bereichsleiter Software  
T 030 27576-232  
[f.termer@bitkom.org](mailto:f.termer@bitkom.org)