

Trend Report

2025



We build future experiences.

Zukunft gestalten mit Verantwortung

Die digitale Welt entwickelt sich rasant – und mit ihr die Erwartungen an Technologien, Gestaltung und gesellschaftliches Miteinander. In unserem aktuellen Trend Report greifen wir sechs Themen auf, die uns bei UXMA besonders beschäftigen: Zero UI, Cyber Security, Timeless Design, Co Society, Educational Tech und Ethical AI.

Was sie verbindet? Sie alle stellen uns vor die Frage, wie wir Fortschritt verantwortungsvoll, nutzerzentriert und zukunftsfähig gestalten können. Ob es um neue Interface-Formen ohne sichtbare Oberfläche geht, um den Schutz digitaler Identitäten, die Gestaltung jenseits von Trends oder um eine lernende Gesellschaft, die Technologie sinnvoll einsetzt – wir sehen in all diesen Themenfelder nicht nur technologische, sondern auch soziale Chancen. Es ist an der Zeit, Systeme nicht nur für Nutzer:innen zu entwickeln, sondern mit ihnen. Wir glauben an kollaborative Lösungen, ethisches Design und eine Technologie, die Menschen befähigt statt ausschließt. Lassen Sie uns gemeinsam ins Gespräch kommen, um diese Zukunft mitzugestalten – für Ihre Produkte, Ihre Organisation und für die Gesellschaft von morgen.

Das gesamte UXMA-Team
wünscht Ihnen:

Viel Freude beim Lesen!



Inhalte

Die Sammlung an Trends, die uns und unsere Arbeit beeinflusst, ist groß. Um dabei den Durchblick zu behalten, haben unsere Expert:innen die aktuellsten und relevantesten Trends hier für Sie zusammengefasst.



Trends

Zero UI →
Cyber-Security →
Timeless Design →
Co-Society →
Educational Tech →
Ethical AI →

Wir sind UXMA →

TREND 1

Zero User Interface



Ein Beitrag von Lara Laddey

Lara ist Interaction Designerin. Weil ihr die Gestaltung inklusiver Produkte sehr am Herzen liegt, setzt sie sich intensiv mit den Themen *Accessibility* und *Diversity* auseinander.

Eine Zukunft ohne Screens?

Auch wenn der Begriff es beim ersten Lesen vermuten lässt – bei „Zero UI“ geht es nicht darum, Bedienoberflächen vollständig verschwinden zu lassen. Vielmehr zielt dieser Ansatz darauf ab, etablierte Benutzeroberflächen zu hinterfragen. Er setzt auf neue Interaktionsformen, die sich nahtloser in den Alltag integrieren. Bildschirme als visuelle Schnittstelle treten beim Zero UI Ansatz in den Hintergrund – es geht darum, nicht mehr alles in Screens zu denken.¹ Stattdessen wird auf Technologien wie Sprach- oder Gestensteuerung gesetzt, um eine intuitivere, natürlichere Bedienung von Geräten zu ermöglichen.

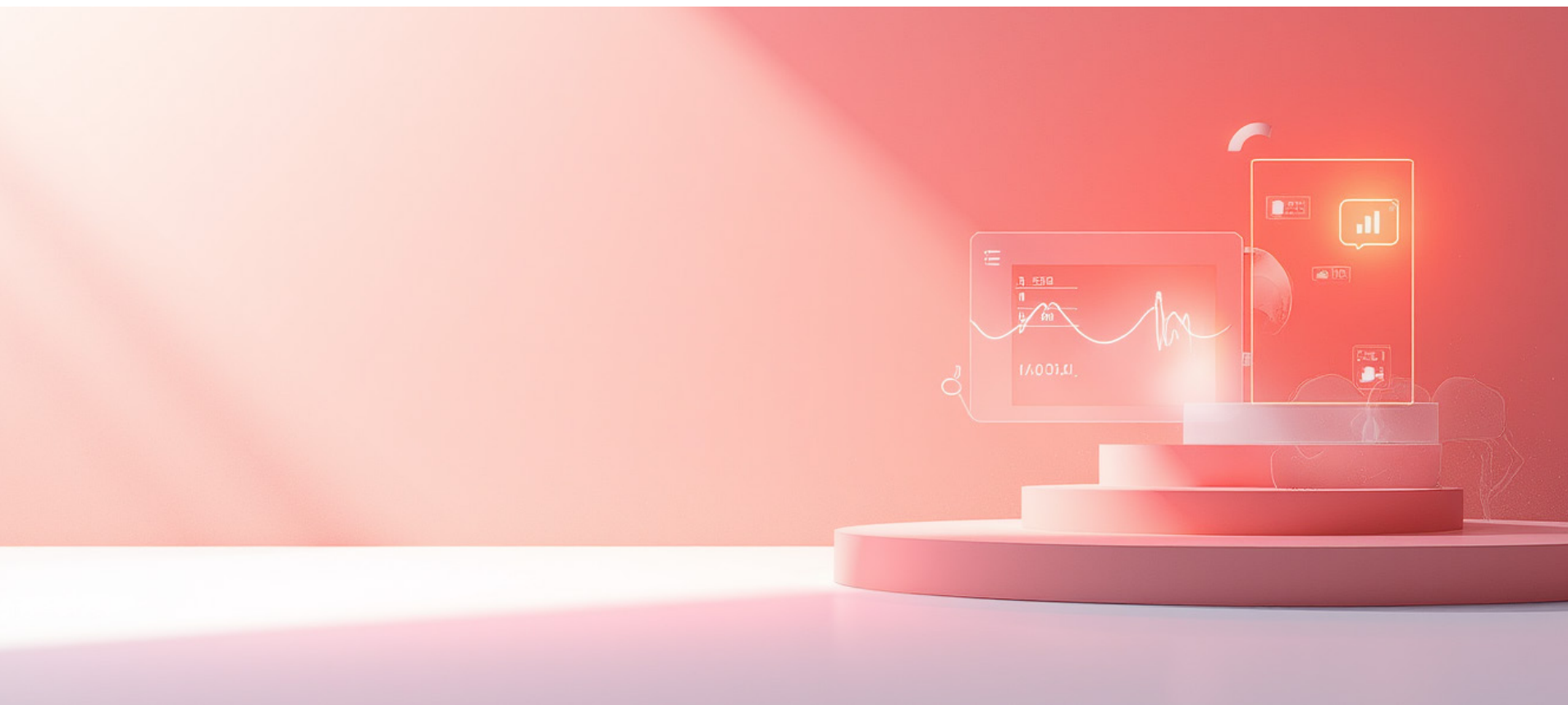
Kein kurzfristiger Trend, sondern eine langfristige Entwicklung

Geprägt wurde der Begriff 2015 von Andy Goodman, damals Designer bei *FJORD*: „What [Zero UI] means is moving away from the visual user interfaces that we have become so familiar with.“²

Diese „visuellen Bedienoberflächen“ werden im Konzept von Zero UI durchaus als Hindernis zwischen Menschen und ihrer Umgebung gewertet. Geräte schreiben uns ihre Funktionsweise vor: Wir müssen ihre Sprache verstehen lernen und uns an ihre Regeln halten, um sie zu verwenden. Bei Computern sind wir beispielsweise an Tastatur, Touchpad oder Maus gebunden, beim Smartphone an erlernte Bedienmuster wie Tippen oder Wischen. In der Denkweise von Zero UI werden diese Rollenverhältnisse umgekehrt: anstatt sich von Geräten die Art der Steuerung vorgeben zu lassen, sollen sie unsere Gesten, Worte und Verhaltensweisen erlernen und berücksichtigen.

Noch dominieren Bildschirme und deren grafische Oberflächen unseren Alltag. Die meisten von uns erledigen ihre Arbeit mithilfe von Computern, scrollen in ihrer Freizeit durch das Smartphone oder steuern zuhause die Kaffeemaschine über einen Touchscreen. Noch sind Screens also schwer aus unserem Alltag wegzudenken. Seit einigen Jahren rücken vermehrt Produkte in den Fokus, denen das Prinzip von Zero UI zu Grunde liegt: zum Beispiel Sprachassistenten wie Amazons *Alexa*, die in den letzten Jahren populär geworden sind. Mit *Alexa* lässt sich beispielsweise das Licht ein- oder ausschalten – einfach mit der Stimme, ganz ohne sichtbaren Bildschirm als zusätzliche Hürde.

Bei Zero UI wird in neuen Möglichkeiten der Interaktion gedacht. Diese werden auf der folgenden Seite vorgestellt.



Spracherkennung und -steuerung

Die Interaktion mit Geräten erfolgt über die menschliche Stimme in Form von Sprachbefehlen. Neben *Alexa* ist Apple's Sprachassistentin *Siri* ein bekanntes Beispiel, die man unter anderem fragen kann: „Hey Siri, wie wird das Wetter heute?“

Haptisches Feedback

Neben rein visuellem Feedback können viele Geräte auch haptisches Feedback geben, zum Beispiel durch Vibration. Besonders bei Wearables spielt das eine große Rolle. Eine Smartwatch kann durch Vibration in regelmäßigen Abständen daran erinnern, dass es Zeit für Bewegung ist.

Gestensteuerung

Geräte lassen sich nicht nur durch das Drücken oder Tippen von Knöpfen bedienen, sondern schließen unterschiedlichste Gesten mit ein. Besonders interessant wird es, wenn die Geräte nicht vorgeben, wie Gesten für die erfolgreiche Bedienung durchzuführen sind, sondern die intuitiven Gesten verschiedener Personen erlernt und berücksichtigt.

Kontextsensitivität

Mithilfe von Sensoren erkennen Produkte verschiedene Kontexte und können auf diese reagieren. Ein gutes Beispiel dafür sind Kopfhörer, die beim Absetzen automatisch die Musik pausieren, ohne dass Nutzende diese in einer App anhalten müssen.

Wem der Begriff Zero UI bisher noch nicht begegnet ist, hat bestimmt trotzdem schon Produkte verwendet, die dessen Prinzipien genutzt haben.

Der Ansatz ist kein neuer, kurzfristiger Trend, sondern als langfristige Entwicklung in der digitalen Welt zu sehen. Es ist ein Paradigmenwechsel in der Interaktion mit unserer Umgebung, der sich wahrscheinlich nicht von einem Tag auf den anderen, dafür aber langfristig verbreiten wird. Nicht überall ist der Verzicht auf Bildschirme sinnvoll. Besonders bei komplexen Kontexten, zum Beispiel dem Erstellen und Verarbeiten von Daten, halte ich eine visuelle Schnittstelle für notwendig. Dass Screens vollständig verschwinden, bleibt für mich schwer vorstellbar. Dass sie von anderen Interaktionsformen abgelöst werden, zeigt sich aber bereits heute.

Der Ansatz von Zero UI wird uns in Zukunft begleiten und von der fortschreitenden Entwicklung bestimmter Technologien und Künstlicher Intelligenz profitieren. Neben technischen Innovationen wird er auch durch den digitalen Überdruß vorangetrieben, den viele Menschen verspüren. Auch die Corona-Pandemie hat dazu beigetragen, dass sich der Wunsch nach Oberflächen, die ohne Berührung auskommen, verstärkt hat.³

Gestalten für Zero UI

Die Entwicklung von Zero UI wird Einfluss auf die Arbeit von Designenden nehmen. Noch liegt der Fokus von digitalen UX/UI Designer:innen vor allem auf der Gestaltung zweidimensionaler Oberflächen und linearer Interaktionsmomente. Das wird sich ändern, wenn die Prinzipien von Zero UI zunehmend mehr Aufmerksamkeit finden. Multimodale Bedienung von Geräten erfordert eine neue Herangehensweise an die Gestaltung von Produkten: Lässt sich ein Gerät gleichzeitig mit der Stimme und Gesten bedienen, stehen Designer:innen vor anderen Fragestellungen als bei der Gestaltung von Screens allein.

Zero UI bietet den Anreiz, ganz neu darüber nachzudenken, wie wir mit den Geräten um uns herum interagieren. Abseits der Grenzen von Bildschirmen öffnen sich neue Gestaltungsspielräume. Oder, um es mit den Worten von Andy Goodman zu sagen:



Designers will have to become experts in science, biology, and psychology to create these devices... stuff we don't have to think about when our designs are constrained by screens.

Fazit

Zero UI hinterfragt Bildschirme als herkömmliche Schnittstellen. Es verfolgt das Ziel, natürlichere und intuitivere Interaktionen zu schaffen. Dafür setzt es auf Technologien wie Sprach- und Gestensteuerung, den Einsatz von Sensoren und Künstlicher Intelligenz. Produkte, die den Prinzipien von Zero UI folgen, gibt es bereits zahlreich. Durch technische Innovationen und den Einsatz von KI werden sich Produkte in Zukunft vermutlich noch stärker in die Richtung von Zero UI entwickeln. Dadurch wird sich auch die Arbeit von Designer:innen ändern. Es wird nicht mehr nur um die Gestaltung von visuellen Oberflächen gehen, sondern um die Kombination einer Vielzahl von Interaktionsmöglichkeiten.

1. [Fast Company: What Is Zero UI? \(And Why Is It Crucial To The Future Of Design?\)](#)
2. [O'Reilly: Zero UI, the End of the Screen-based Interface \(Video\)](#)
3. [Milani: Tactile User interface vs Zero User Interface](#)

Zusammenfassung

- Bildschirme und deren graphische Bedienoberfläche als Schnittstelle werden hinterfragt
- Durch Technologien wie Spracherkennung und -steuerung, Gestensteuerung und KI sollen intuitivere und natürlichere Interaktionen zwischen Nutzenden und Geräten gestaltet werden
- Produkte, die dem Prinzip von Zero UI folgen, gibt es bereits: zum Beispiel Amazons *Alexa*
- Die Weiterentwicklung von Zero UI wird auch Einfluss auf die Profession von Designenden nehmen

Verwandte Themen

Tactile User Interface

Ubiquitous Computing



TREND 2

Cyber-Security



Ein Beitrag von Arvid Ellendt

Als IT Systemadministrator kümmert Arvid sich um alle Fragen rund um Hardware, Infrastruktur und Sicherheit. Einen großen Fokus legt er auf die Cyber-Security.

Sicherheit kommt von innen.

Alle, die in den letzten Jahren mit digitalen Geräten gearbeitet haben, sind mit sehr großer Wahrscheinlichkeit auch mit dem Thema Cyber-Security in Berührung gekommen. Wurde das Thema in der Vergangenheit eher notgedrungen behandelt, ist es nun, auch und vor allem in kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU), ein elementarer Bestandteil vieler Unternehmenskulturen.

Warum überhaupt Cyber-Security?

Als Cyber-Security beziehungsweise IT-Sicherheit werden im Allgemeinen alle Maßnahmen, Tätigkeiten und Strategien zusammengefasst, die positiv auf die Sicherheit von digitalen Informationen und Prozessen wirken.

Das Aufbereiten digitaler Informationen in verschiedensten Formen ist häufig der Zweck unternehmerischer Anstrengungen. Die daraus entstehenden Informationen stellen zugleich das Ergebnis dieser Anstrengungen dar und repräsentieren damit erhebliche Unternehmenswerte. Deshalb ist es naheliegend, dass ihr Schutz vor unbefugtem Zugriff, Manipulation und Zerstörung einen zunehmend hohen Stellenwert einnimmt.

In Deutschland allein stiegen die Ausgaben für Cyber-Security von etwa 5,2 Milliarden € im Jahr 2020 kontinuierlich auf mittlerweile etwa 11,2 Milliarden € im Jahr 2024 an.^{1,2} Man kann nicht davon ausgehen, dass diese Entwicklung hier schon zu Ende ist, allein auf Grund der sich verstärkenden globalen Spannungen. Ein weiterer wichtiger Faktor für die erhöhte Notwendigkeit, und zwar auch für KMUs, sind die mittlerweile sehr geringen technischen Einstiegschürden für Cyber-Kriminelle, die etwa im Darknet ganze Angriffssuites kaufen können und somit nicht mal über besonders tiefe Hacking-Fähigkeiten verfügen müssen, um ernsthaften Schaden anzurichten. Alternativ soll es auch Auftrags-Hacker geben, die ihre Dienste völlig wertneutral an die höchstbietende Partei verkaufen. Auch die Möglichkeiten, die KI-Systeme für Hackerinnen und Hacker bieten, um ihre Effektivität zu steigern, sollen an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben.

Cyber-Security an sich ist also kein neuer Trend, jedoch suggeriert das stetige Wachstum der eingesetzten Mittel und der steigende Stellenwert des umfassenden Themenfelds, dass es auch in den kommenden Jahren durchaus präsent sein wird.

Möglichkeiten statt Hürden

Wie fast immer bei Sicherheitsfragen gilt es auch für Cyber-Security, einen gesunden Mittelweg zwischen Nutzbarkeit und Restriktion zu finden. Gerade in KMUs sind Geschwindigkeit und Innovation überproportional wichtig. Dazu gehört, die neueste Software und die neueste Technologie nutzen zu können, um in der sich rasant entwickelnden digitalen Welt und am hart umkämpften Markt der Digitaldienstleistungen nicht den Anschluss zu verlieren. Langwierige Genehmigungs- und Freigabeprozesse sind dort oft nicht praktikabel und können zu einer grundsätzlichen Ablehnung des Themas führen. Andersherum sind die Mitarbeitenden ein enorm wichtiges, vielleicht sogar das wichtigste Element einer gesicherten IT-Umgebung. Vor allem, wenn man ihnen einen gewissen kreativen Freiraum ermöglichen muss oder möchte.

Micro-Learning

Eine Strategie, das alles unter einen Hut zu bekommen ist es, die Mitarbeitenden zu befähigen, ein stabiles Grundlagenwissen im Themenbereich Cyber-Security aufzubauen und aktuell zu halten, optimalerweise durch eigenes Interesse an dem Thema.

Nun ist Cyber-Security an sich naturgemäß nicht unbedingt ein Thema, das große Begeisterung auslöst, sondern eines, das vermieden wird, wenn es nicht notwendig ist. Daran ändert auch das in der Regel vorhandene Verständnis, dass Cyber-Kriminalität ein relevantes und wichtiges Thema ist, nicht viel.

Man könnte nun die Mitarbeitenden seitenlange Richtlinien lesen und unterschreiben lassen, um etwa rechtlich auf der sicheren Seite zu sein. Dadurch, dass es aber so wichtig ist, dass die Bedrohungslage verstanden, bestimmte Angriffsmethoden bekannt gemacht und direkt am Anfang abgewehrt werden, würde dieser Ansatz wohl nur partiell erfolgreich sein.

Hier kann Micro-Learning ein interessanter Ansatz sein, also das Aufspalten des großen Gesamtthemas in kleinere Einheiten, die in zeitlichen Abständen häppchenweise von der Zielgruppe konsumiert werden. Es gibt dafür bereits eine Reihe von Anbietern, die sich dieser Herausforderung angenommen haben und mit spezialisierten Schulungsplattformen der gesamten Mitarbeiterschaft stetig aktualisierte Inhalte zur Verfügung stellen. Wenn nun anschließend das Gelernte beispielsweise mit kleinen Quizfragen gefestigt wird, kommt außerdem noch das Element der Gamification, also dem Lernen, ohne dass man es merkt, hinzu. Eine Vielzahl an Methodik kann hier durchaus für Abwechslung sorgen.

Grundsätzlich ist noch mehr denkbar: Was für Social-Media-Inhalte funktioniert, müsste doch auch für Cyber-Security-Inhalte funktionieren, oder?

Ein weiterer Anknüpfungspunkt und ein Argument für die Beschäftigung mit diesem Thema ist, dass schließlich auch privat viel Zeit mit digitalen Medien und im Internet verbracht wird: Vieles vom gewonnenen Wissen kann also auch privat genutzt werden.



Langwierige Genehmigungs- und Freigabeprozesse sind dort oft nicht praktikabel und können zu einer grundsätzlichen Ablehnung des Themas führen. Andersherum sind die Mitarbeitenden ein enorm wichtiges, vielleicht sogar das wichtigste Element einer gesicherten IT-Umgebung.

Fazit

Natürlich muss die IT eines Unternehmens technische Maßnahmen implementieren, um die Grenzen zwischen dem öffentlichen Internet und den internen Bereichen zu trennen. Dazu gehören klassische IT-Maßnahmen wie Netzwerk-Infrastrukturen mit getrennten Netzen, VPN-Verbindungen, Firewalls, Rechte-Management und starken Authentifizierungsmethoden, um nur einige zu nennen. Das ist zu einem gewissen Grad fast überall vorhanden.

Viele Angriffe konzentrieren sich deshalb auf den Faktor Mensch. Social-Engineering kann dazu führen, dass Mitarbeitende versehentlich Tore öffnen oder sensible Informationen preisgeben. Dass die Mitarbeitenden dies erkennen und direkt hinterfragen, ist deshalb von enormem Wert für die Sicherheitsarchitektur und ein Trend, der sowohl für große Unternehmen als auch für KMUs weiter zum Standard werden wird. Die Herausforderung ist es, dieses Wissen möglichst effektiv im ganzen Unternehmen zu verteilen.

1. [Bitkom: Markt für IT-Sicherheit auf Allzeithoch](#)
2. [Bitkom: Erstmals mehr als 10 Milliarden Euro für Deutschlands Cybersicherheit](#)

Zusammenfassung

- Mit dem stetig steigenden wirtschaftlichen Schaden durch Cyber-Kriminalität wächst auch der Bedarf an Cyber-Security kontinuierlich
- Es gilt, die richtige Balance zwischen Restriktion und Nutzbarkeit zu finden
- Die Stärkung der Cyber-Resilienz durch Mitarbeitendenschulungen ist essenziell

Verwandte Themen

Schulungen

Cyber-Kriminalität

Künstliche Intelligenz

TREND 3

Timeless Design



Ein Beitrag von Franziska Schneider

Franziska ist UX/UI Designerin mit Fokus auf Consumer Apps. Sie befasst sich viel mit menschenzentrierten Design-Trends und dem Themenfeld des Inclusive Designs.

Design braucht Substanz

Jedes Jahr werden Designer:innen von neuen Trends überrollt. Von Minimalismus zu knalligen Verläufen, von *Flat Design* zu *Glassmorphism*. Tun wir uns und unseren Kund:innen einen Gefallen, wenn wir all diesen Trends blind folgen? Wenn wir immer versuchen ein *State of the Art Interface* zu gestalten, laufen wir Gefahr, dass das Design in wenigen Jahren gar nicht mehr so modern aussieht und wieder überarbeitet werden muss. Das ist wenig ressourcenschonend und für viele Unternehmen schlichtweg nicht bezahlbar.¹ Natürlich sind aber nicht alle Trends kurzlebig. Es lohnt sich immer, den Kontext und die Zielgruppe genauer unter die Lupe zu nehmen.



Wann ist das Streben nach zeitlosem Design sinnvoll?

Durch das Internet und insbesondere Social Media sind viele Trends schnelllebig, kommen und gehen im Wochentakt und verbreiten sich rasant. Auf der anderen Seite streben immer mehr Menschen nach Qualität und Langlebigkeit, häufig um nachhaltiger zu handeln. Sie investieren in Designklassiker wie Thonet Stühle oder stellen sich mit wenigen minimalistischen Kleidungsstücken eine zeitlose Capsule Wardrobe zusammen. Aus westlicher Sicht bedeutet „zeitlos“ bei Kleidung oder Einrichtung meist: natürliche Materialien, gedeckte Farben, schlichte Formen und Schnitte.

Sicher lassen sich UI Design und Interior oder Modedesign nicht 1:1 vergleichen, da ihr Zweck grundlegend verschieden ist: Während UIs vor allem funktional und nutzbar sein sollen, dienen Kleidung und Einrichtung auch dem persönlichen Ausdruck. Trotzdem können wir uns von anderen Designbereichen inspirieren lassen und beobachten, was in den schon länger existierenden Professionen langfristig zu funktionieren scheint.

Natürlich gibt es auch digitale Produkte, die gar nicht darauf abzielen zeitlos zu sein, sondern selbst nur ein kurzlebiger Trend sind. Denken wir zum Beispiel an „Clubhouse“, eine Diskussionsplattform, die während der Coronapandemie für einige Monate boomte, dann aber wieder weitestgehend vom Radar verschwand. Es passiert also nicht selten, dass UI Designer:innen ihr Produkt gar nicht erst altern sehen.² Steht jedoch der Wiedererkennungswert einer Marke im Fokus, ist das Streben nach zeitloser Gestaltung sinnvoll. Denn gerade dann gilt: „Je länger es andauert, desto etablierter wird es“.¹

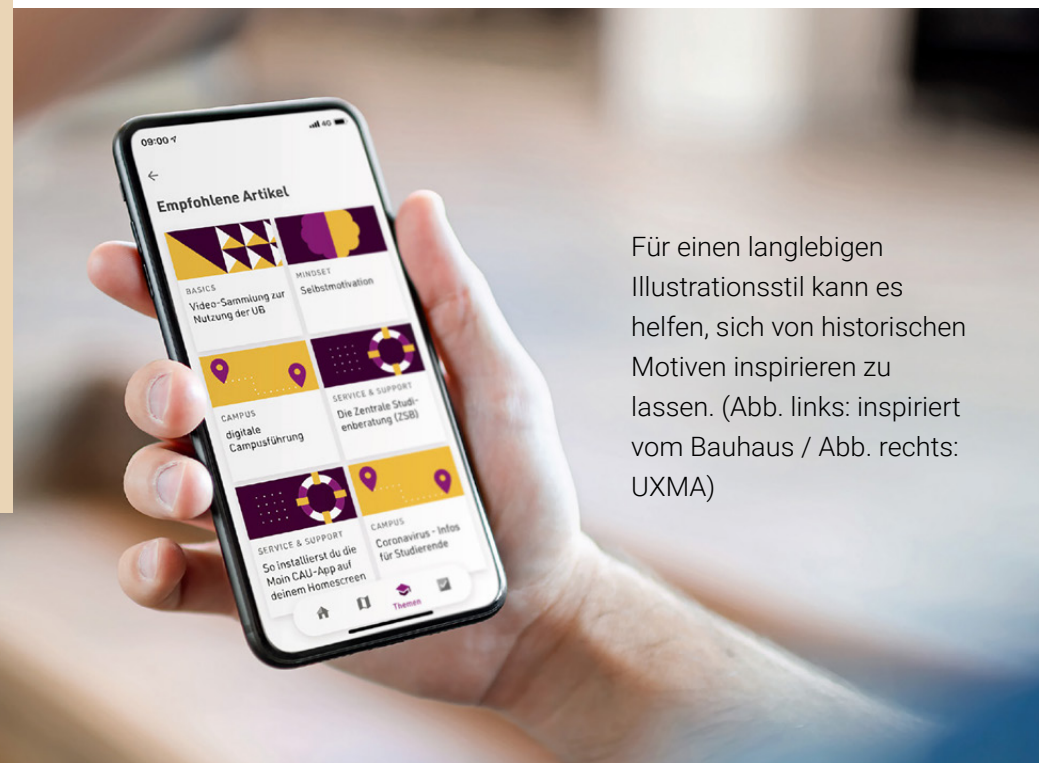
Für UIs heißt es also: Erstmal herausfinden, ob zeitlose Gestaltung im Kontext des Produkts überhaupt ein sinnvoller Anspruch ist. Für Maschinen-UIs ist hier die Antwort häufig „Ja“, denn diese werden in der Regel nur selten visuell aktualisiert und sollten auch nach vielen Jahren noch zeitgemäß aussehen. Im Maschinenbau spielen Sicherheit und Stabilität häufig eine wichtige Rolle. Veraltet wirkende UIs kommunizieren dies eher weniger. Geht es hingegen zum Beispiel um eine Smart Home App, darf das Design ruhig trendorientierter sein, da es sich um eine schnelllebige Branche handelt, in der stetig neue Möglichkeiten und Anforderungen hinzukommen.

Langlebig statt zeitlos: Wie könnte langlebiges UI Design aussehen?

Ein wirklich zeitloses und bis in alle Ewigkeit modern aussehendes UI Design gibt es wahrscheinlich nicht. Dafür sind digitale Produkte in der Regel zu kontextabhängig und entwickeln sich zu rasant weiter. Allerdings ist Langlebigkeit ein realistischeres Ziel.¹ Klare Richtlinien gibt es hierfür zwar nicht, dennoch möchte ich in diesem Abschnitt ein paar Maßnahmen zusammenstellen, die aus meiner Sicht helfen können.

Laufe nicht jedem Trend hinterher.¹ Vor allem visuell sehr auffällige Trends können schnell zu einem Ermüdungseffekt führen.

In Bezug auf die Wahl der Schrift sollte man grundsätzlich den Fokus auf die Lesbarkeit setzen. Ausgefallene oder schnörkelige Schriften können nicht nur der Usability schaden, sondern auch schnell unmodern wirken.



Für einen langlebigen Illustrationsstil kann es helfen, sich von historischen Motiven inspirieren zu lassen. (Abb. links: inspiriert vom Bauhaus / Abb. rechts: UXMA)

Laufe nicht jedem Trend hinterher.
Vor allem visuell sehr auffällige Trends können schnell zu einem Ermüdungseffekt führen.

Insbesondere Farben kommen schnell in und aus der Mode¹. Hilfreich kann es aber sein, sich alte Referenzen anzuschauen und zu beobachten welche Farben schon vor langer Zeit genutzt wurden, die jetzt immer noch modern wirken. Was sich vermutlich auch nicht so schnell verändern wird, ist die psychologische Wirkung von Farben. Orientiere dich daran, was unser Gehirn mit bestimmten Farben verbindet und was demnach am besten zum Produkt passt. Behalte hierbei aber im Auge, in welchen Kulturen das Produkt genutzt wird, da sich die Wahrnehmung von Farben in verschiedenen Ländern stark unterscheiden kann.

Versuche individuelle Akzente so einzusetzen, dass sie leicht aktualisierbar sind, zum Beispiel durch die sorgfältige Nutzung von Designsystemen. So kann die Grundbasis aus Komponenten und Styles auf Langlebigkeit abzielen, während einzelne Elemente wie Akzentfarben oder Bildmaterial für trendspezifische Highlights genutzt werden können. Grundsätzlich gilt aber: „Alles Dekorative wird dir vermutlich auf die Füße fallen“.¹ Achte also darauf, dass visuelle Elemente wie Illustrationen immer auch eine Funktion erfüllen und nicht rein dekorativ sind. Für einen langlebigen Illustrations- oder Grafikstil kann es auch hier helfen, sich zum Beispiel alte Poster aus dem 20. Jahrhundert anzusehen oder historische Architektur als Inspiration heranzuziehen.

Fazit

Grundsätzlich ist die Geschichte des UI Designs wohl noch zu kurz, um wirklich über Zeitlosigkeit urteilen zu können. Auch der Faktor Geschmack spielt bei visueller Gestaltung natürlich immer eine große Rolle, was es zusätzlich erschwert allgemein gültige Richtlinien aufzustellen.

Häufig liest man zum Thema zeitloses UI Design, dass das Risiko bestünde, alle UIs würden gleich und minimalistisch aussehen. Wenn alle allen Trends folgen, zeigt sich dieser Effekt aber auch, wie man beim Scrollen durch Pinterest schnell feststellt: Überall Verläufe, knallige Illustrationen und glossy 3D-Grafiken. Für mich bedeutet zeitlos nicht langweilig und gleichartig, sondern ein bewusster und weitsichtiger Umgang mit Trends und visuellen Elementen wie Bildern, Farben und Schriften. Und was sicherlich nicht aus der Mode geraten wird, ist gute User Experience. Denn Funktionalität ist definitiv zeitlos.¹

Zusammenfassung

- Es sollte immer der Kontext betrachtet werden, um zu beurteilen, ob Zeitlosigkeit ein sinnvoller Anspruch ist
- Statt auf Zeitlosigkeit sollte man eher auf Langlebigkeit abzielen, indem man Farben und dekorative Elemente bewusster und flexibler einsetzt
- Gute User Experience ist definitiv zeitlos

Verwandte Themen

[UI Trends](#)[Minimalismus](#)[Designsystem](#)

¹ [Imaginary Cloud: Is timeless UI a thing?](#)

² [TopTal Designers: An overview of timeless design](#)

TREND 4

Co-Society



Ein Beitrag von Daniel Schaber

Daniel ist Senior Communication Designer mit einem Schwerpunkt auf UX/UI und Brand Design. Er interessiert sich besonders für partizipative Prozesse und kollaboratives Arbeiten.

Wie Zusammenarbeit Lösungen für alle schafft

Der Trend einer Co-Society zielt darauf ab, ein konstruktiveres Miteinander zu ermöglichen. Digitale kollaborative Formate, partizipative demokratische Prozesse und öffentliche Räume, die einen multiperspektivischen Austausch fördern, bieten dafür bereits heute Strukturen, um den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken.

Gesellschaftlicher Wandel

Eine Vielzahl von Strömungen und Einflüssen haben in den letzten Jahrzehnten den Weg für diesen Trend geebnet oder ihn verstärkt. Insbesondere in westlich geprägten Gesellschaften haben individuelle Werte wie Freiheit, Selbstbestimmung und vielfältige Lebensstile stark an Bedeutung gewonnen. Gleichzeitig hat die Digitalisierung, vor allem durch soziale Medien, eine umfassende Vernetzung ermöglicht. Doch diese Entwicklungen führen auch zu einem spürbaren Widerspruch: Trotz – oder gerade wegen – der digitalen Verbindung fühlen sich viele Menschen isolierter und überforderter denn je. Polarisierende Narrative verstärken diesen Effekt, wodurch sich eine zunehmende soziale Fragmentierung zeigt. Unterschiede und Abgrenzungen treten stärker hervor, während der



gesellschaftliche Zusammenhalt unter Druck gerät. Vor diesem Hintergrund wird der Aufbau neuer, verbindender Strukturen zu einer der zentralen Herausforderungen unserer Zeit.

Als Reaktion darauf suchen viele Menschen nach einem besseren Miteinander und wollen gemeinsam die Herausforderungen unserer komplexen Welt meistern. Das zentrale Prinzip der Kooperation rückt dabei zunehmend in den Mittelpunkt.

Open Source und Co-Creation

Parallel zur gesellschaftlichen Entwicklung verlief auch der technische Fortschritt, etwa durch Open Source und Open Innovation, der den Trend zur Co-Society weiter begünstigt. So ähnelt das

Prinzip von Open Source der Idee der Co-Society: Wissen und Ressourcen werden geteilt, um gemeinsam bessere Ergebnisse zu erzielen. Das ermöglicht mehr Menschen die Teilhabe an Innovation und Entwicklung – und schafft damit die Grundlage für eine offenere, inklusivere Innovationskultur.

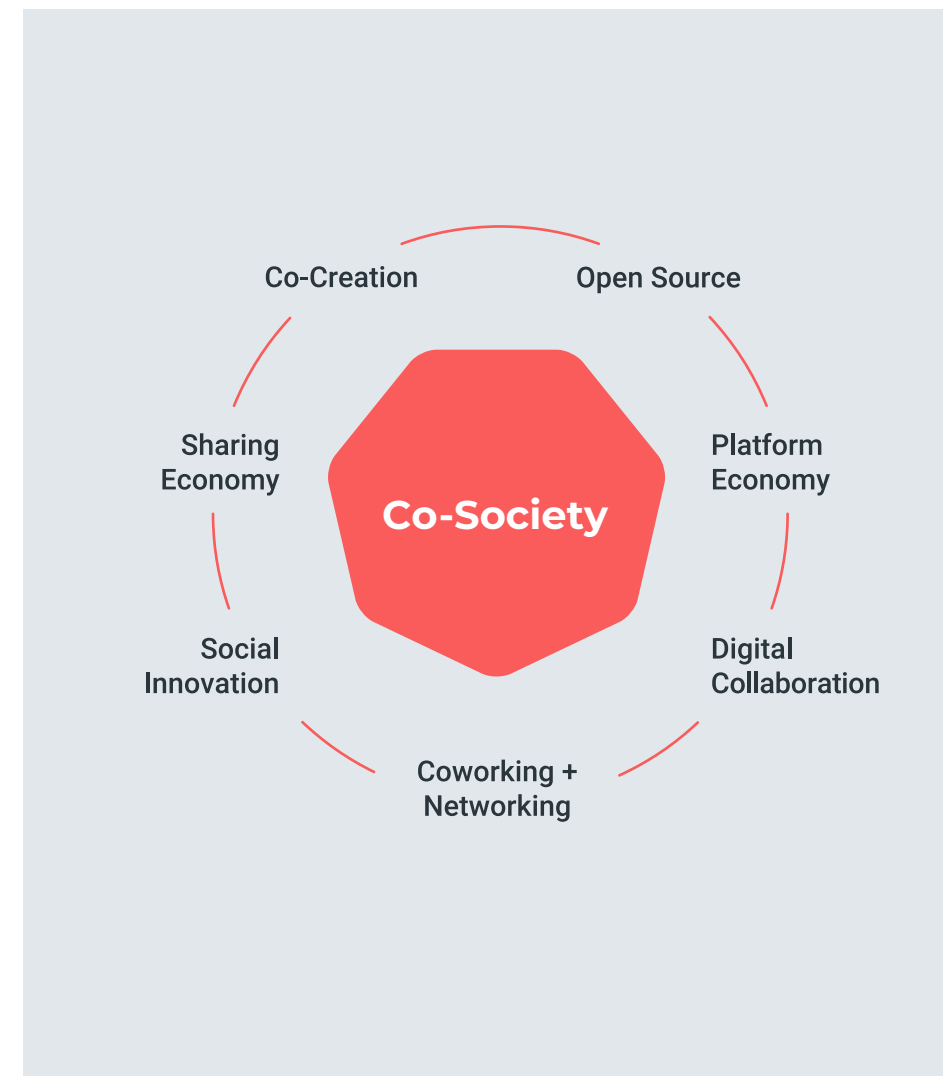
Seit Anfang der 2000er-Jahre etablierte sich fast zeitgleich das Prinzip der Co-Creation, das vor allem innerhalb von Organisationen Anwendung findet. Es beschreibt eine Methode des gemeinschaftlichen Schaffens, bei der mehrere Personen – meist interdisziplinär – an der Produktentwicklung beteiligt sind. Ziel ist es, durch vielfältige Perspektiven bessere Lösungen zu entwickeln.

Das Konzept der Co-Society

Diese Entwicklungen münden nun in dem umfassenderen gedachten Konzept der Co-Society. Der Begriff beschreibt eine neue Form des gesellschaftlichen Zusammenlebens, das auf den Prinzipien von Kollaboration und Kooperation basiert. Ziel ist es, innovative Lösungen für große Herausforderungen wie etwa die Folgen des Klimawandels zu entwickeln. Im Unterschied zur Co-Creation innerhalb von Organisationen liegt der Fokus nun auf der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Individuen und Institutionen. Der große Vorteil: Durch geteiltes Wissen und gemeinsame Ressourcen profitieren alle. Ermöglicht wird dies durch offene Innovationsprozesse, digitale Plattformen sowie die Fokussierung auf Werte wie Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung.

Ein zentraler Baustein dieser Entwicklung sind partizipative Designprozesse, die gezielt Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen und Perspektiven einbinden. Neben der virtuellen Vernetzung über digitale Tools rücken auch physische Begegnungsräume wieder stärker in den Fokus. Öffentliche Orte bieten das Potenzial, den sozialen Zusammenhalt zu stärken, da sie den direkten Austausch zwischen unterschiedlichen Gruppen fördern. Durch das bewusste Einbeziehen vielfältiger Stimmen lassen sich soziale Barrieren abbauen und Lösungen entwickeln, die auf die Bedürfnisse aller abgestimmt sind. Themen wie Inclusive Design, Respect Driven Design → und Accessibility → sind deshalb essenzielle Elemente einer Co-Society.

Dabei kann der technologische Fortschritt, insbesondere im Bereich der Künstlichen Intelligenz (KI), eine wichtige Rolle spielen. KI ist in der Lage, große Datenmengen zu analysieren und daraus Muster und Erkenntnisse über die Bedürfnisse der Nutzer:innen zu gewinnen. So bietet sie eine fundierte Grundlage für partizipative Designentscheidungen. Tools wie *Mural* erleichtern beispielsweise die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Stakeholdern, während Anwendungen wie *Equally AI* oder *Amberscript* dabei unterstützen können, digitale Inhalte und Designprozesse barrierefreier und zugänglicher zu gestalten. In einer Co-Society wird Technologie somit zu einem Werkzeug, das Teilhabe fördert und Vielfalt unterstützt.



Gemeinsam Zukunft gestalten

Für den Trend der Co-Society lassen sich bereits einige spannende Beispiele beobachten, die das zugrundeliegende Potenzial sichtbar machen.

Seit 2009 gibt es mit *nexthamburg* ein offenes Stadtlabor in Hamburg, das auf einen ganzheitlichen, partizipativen Ansatz setzt. In co-kreativen Prozessen gestalten Bürger:innen, Fachleute und politisch Aktive gemeinsam Zukunftsthemen der Stadt. Die Ideen der Vielen bilden dabei die Grundlage. Ziel ist es, den Akteur:innen der Stadt „Mut zu machen, neue Wege zu gehen“. International gilt das Projekt als Vorbild und wurde bereits in Städten wie Wien, Istanbul, Lissabon und Bangalore aufgegriffen.

Auch bei UXMA profitieren wir bereits seit Jahrzehnten davon, verschiedene Disziplinen und Perspektiven zusammenzubringen Mehr erfahren →. Seit Ende 2024 haben wir beispielsweise gemeinsam mit weiteren Akteur:innen aus Schleswig-Holstein und Hamburg ein *Accessibility Meet Up* ins Leben gerufen. Ziel des Formats ist es, organisationsübergreifend an den Themen Accessibility und Inclusive Design zu arbeiten und dadurch Lösungen zu entwickeln, von denen möglichst viele Menschen profitieren. Bei der letzten Veranstaltung kamen bereits sieben Organisationen – darunter Unternehmen, Projekte, Initiativen und Selbstständige – zusammen und sprachen mit Menschen der Therapie- und Fördereinrichtung *Don Bosco-Haus*. Dabei ging es darum, zu verstehen, wie die Website des Hauses für Menschen mit Mehrfachbehinderungen angepasst werden muss, um Nutzungsprobleme zu vermeiden. Daraus ergaben sich Gespräche über technische Anforderungen und Fragestellungen wie etwa: „Wie lässt sich Barrierefreiheit an weitere Akteur:innen vermitteln?“



Once you start caring, you start designing.

BRUCE MAU, DESIGNER

Fazit

Die Idee der Co-Society bietet nicht nur eine vielversprechende Antwort auf die gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit, sondern weckt auch Hoffnungen auf ein besseres, konstruktiveres Miteinander. Das dafür nötige Handwerkszeug – von kollaborativen Prozessen bis hin zu digitalen Tools – liegt bereits in unseren Händen oder ist zum Greifen nah. Besonders die Nutzung von KI eröffnet neue Möglichkeiten, den Dialog zwischen verschiedenen Akteur:innen zu fördern und die Teilhabe zu stärken.

Damit diese Strömung, die sich immer deutlicher als Trend abzeichnet, tatsächlich greifbar wird, braucht es ein positives Narrativ: Bestehende Bemühungen um Solidarität und Kooperation sollten sichtbarer gemacht und unsere demokratischen Grundwerte als verbindendes Element gestärkt werden. So kann die Co-Society eine Gesellschaft hervorbringen, die unterschiedliche Lebensstile besser zusammenführt und eine progressive „Wir-Kultur“ etabliert. Durch Offenheit, gemeinsame Verantwortung und Technologie als unterstützendes Werkzeug können wir eine Zukunft gestalten, die lebenswerter, gerechter und inklusiver für alle ist.

[Acessibility Meet Up](#)

[The Future Project](#)

[If Design Trend Report 2024](#)

[More in Common](#)

[Nexthamburg](#)

[Co-Creation](#)

[Open Innovation](#)

[Open Source](#)

[Werte: Ein Kompass für die Zukunft \(Maja Göpel, 2025\)](#)

Zusammenfassung

- Den Trend der Co-Society kennzeichnet, dass organisationsübergreifend an gesellschaftlich relevanten Problemlösungen gearbeitet wird, die allen helfen sollen und von denen mehrere Akteur:innen profitieren
- Historische Entwicklungen in den Themen Open Source, Open Innovation, Co-Creation, Interdisziplinarität und Partizipation sowie die zunehmende Individualisierung und Polarisierung der Gesellschaft führen zu einem steigenden Bedarf nach einem konstruktiveren Miteinander
- Im Mittelpunkt steht der Gedanke, dass durch geteiltes Wissen und Ressourcen Synergien geschaffen werden können

Verwandte Themen:

Conscious Society

Open Source

Open Innovation

Co-Creation

Sharing Economy



TREND 5

Educational Tech



Ein Gastbeitrag von Aliena Lill

Aliena ist Medienpädagogin mit einem Fokus auf Future Learning Experiences und setzt sich für Barrierefreiheit und Inklusion ein. Ihre Stärken liegen in den Bereichen Facilitation und Moderation.

Bildung zwischen Fortschritt und Marktlogik

EdTech will Lernen revolutionieren, doch prägt auch, was als Bildung gilt. Die Konzepte spiegeln oft wirtschaftliche Interessen und technologische Logiken wider – und lassen dabei so manches auf der Strecke.



Was ist EdTech und warum ist es relevant?

Educational Technology (EdTech) meint digitale Technologien zur Unterstützung von Lern- und Lehrprozessen. KI-gestützte Lernplattformen, adaptive Systeme, Virtual Reality (VR) oder digitale Prüfungsformate sind nicht mehr Zukunftsvisionen, sondern Realität. Doch der technologische Fortschritt stellt uns vor eine entscheidende Frage: Welche Auswirkungen hat das und welchen reflektierenden Blick können (und müssen) wir darauf werfen?

Der Status Quo über digitale Bildung

- Öffentliche Bildungsinstitutionen (Schulen, Hochschulen, Ausbildungsstätten) setzen auf Plattformen wie *Moodle*, *iServ* oder *Anton* – meist mit staatlicher Förderung, aber oft ohne langfristige Strategie und in mangelnder Qualität im UI/UX-Design verglichen mit den attraktiven Big Playern des Marktes.
- Private EdTech-Firmen wie *Google for Education*, *Microsoft Teams* oder *Coursera* bieten leistungsfähige Lösungen, die aber Bildungseinrichtungen in kommerzielle und datenschutzrechtliche Abhängigkeiten treiben.
- Individuelle Lernangebote wie *Duolingo*, *Babbel* oder *Udemy* ermöglichen Privatpersonen flexible und individuelle Weiterbildung, setzen aber auf manipulative Strategien wie Gamification und algorithmische Steuerung, um Nutzende langfristig (monetär) zu binden.

Von der Lern-CD zur KI-gesteuerten Bildung:

EdTech begann mit simplen Lernsoftware-CDs in den 90ern, entwickelte sich über MOOCs (Massive Open Online Courses) weiter und mündet heute in KI-gesteuerten Lernsystemen, die angeblich individuellen Bedürfnissen gerecht werden.

Die treibenden Kräfte hinter dem heutigen EdTech-Boom? Die gesellschaftliche und politische Lage.

- Die Krise des Bildungssystems: Lehrkräftemangel und marode Schulen erhöhen den Druck auf digitale Alternativen.
- Ökonomisierung der Bildung: Bildungsangebote werden zunehmend nach Marktlogik gestaltet. Wer zahlt, lernt besser. Wer die Software viel und lange nutzt, zahlt mehr.
- Digitalisierung als Heilsversprechen: Technologische Lösungen werden oft unkritisch als Fortschritt verkauft, ohne ihre (pädagogische) Qualität zu hinterfragen.

KI-gestützte Lernplattformen, adaptive Systeme, Virtual Reality (VR) oder digitale Prüfungsformate sind nicht mehr Zukunftsvisionen, sondern Realität.



Hosen runter: Wer profitiert wirklich aktuell?

Schulen und Hochschulen setzen zunehmend auf digitale Plattformen, nutzen dabei aber oft Open-Source-Lösungen wie *Moodle* oder *ILIAS*, die funktional auf institutionelle Anforderungen abgestimmt sind. Während diese Systeme datenschutzfreundlicher und anpassbar sind, fehlt ihnen oft die Benutzerfreundlichkeit und Flexibilität moderner kommerzieller EdTech-Angebote. Tech-Firmen wie *Google* oder *Coursera* bieten intuitive, KI-gestützte Lernplattformen, die auf individuelle Lernbedürfnisse zugeschnitten sind – allerdings auf Kosten von Datenschutz und pädagogischer Kontrolle.

Der digitale Bildungsmarkt bleibt damit ein Spannungsfeld zwischen didaktischer Qualität, wirtschaftlichen Interessen und Datenhoheit. Es zeigt sich: Egal ob privat oder institutionalisiert – vor allem ist digitale Bildung ein Geschäftsfeld. Der eigentliche Profiteur ist damit klar. Und die verantwortlichen Unternehmen prägen mit ihren Tools zunehmend, was und wie gelernt wird. Eine fachliche Kontrolle fehlt oft.

Die kritisch-medienpädagogische Perspektive

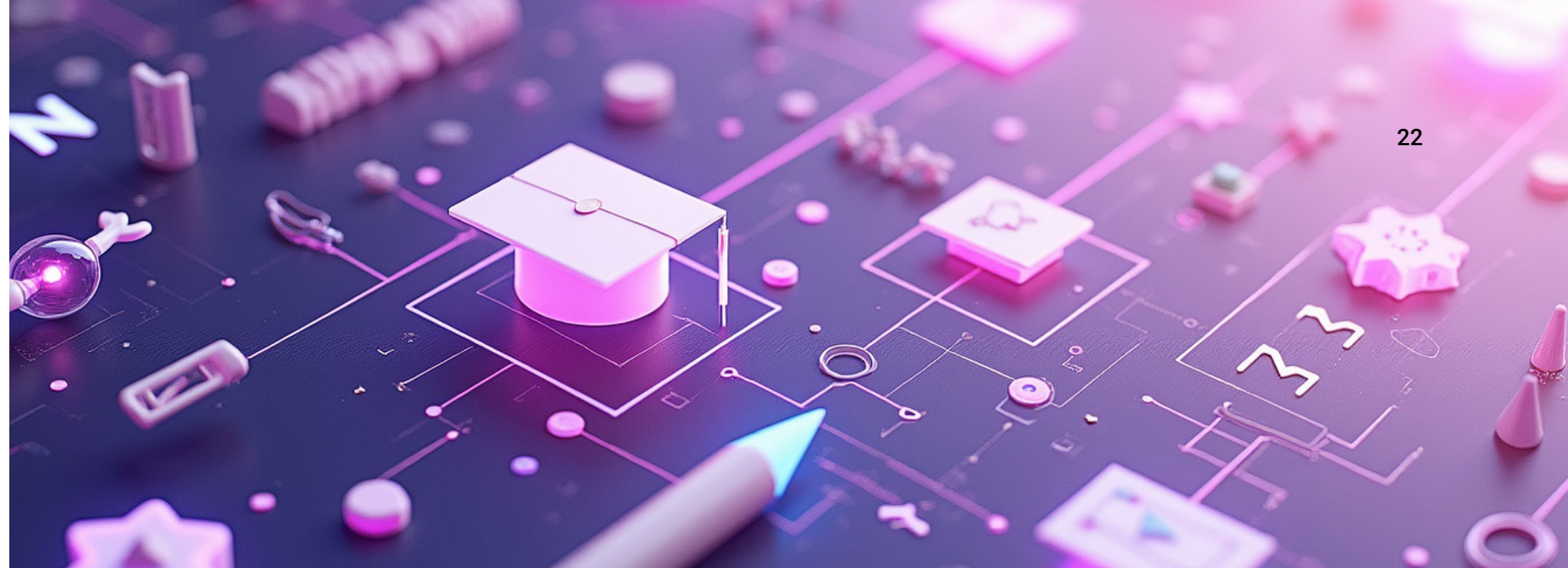
- Digitale Bildung ≠ bessere Bildung: Ohne durchdachte didaktische Konzepte bleiben EdTech-Tools bloße Technikspielereien. Technologien allein sind nie die Lösung für ein vermeintliches Problem.
- Daten als neue Währung: Schüler- und Studierendendaten werden kommerziell genutzt – oft ohne echte Transparenz.
- Bildungsungleichheit verschärft sich: Wer sich teure Plattformen leisten kann, erhält die besseren Lernmöglichkeiten.

CO.RIO der Christian Albrechts-Universität zu Kiel

Die digitale Lern-Lehr-Plattform CO.RIO der Universität zu Kiel unterstützt das Matching von Studierenden, Lehrenden und Praxispartner:innen, die Entwicklung gemeinsamer Projekte sowie das Lösen von Herausforderungen in der Zusammenarbeit.

Eins der größten Probleme

Die Gestaltung und Konzeption von EdTech-Plattformen ist oft von einem stark vereinfachten Bildungsbegriff geprägt, der sich auf messbare und lineare Ergebnisse wie „Erfolg“ oder „richtig und falsch“ konzentriert. Dies führt dazu, dass der komplexe Lernprozess auf standardisierte, quantifizierbare Ziele reduziert wird, während tiefere Lernaspekte wie Reflexion, Kreativität und kritisches Denken zu kurz kommen. Viele aktuelle EdTech-Konzepte basieren darauf, dass Bildung vor allem aus Effizienz und datafizierbaren Ergebnissen besteht, was oft zu einer unzureichenden Lernumgebung führt. Diese Plattformen scheitern, weil sie auf einer eingeschränkten, mechanistischen Vorstellung von Bildung basieren, die den vielfältigen Bedürfnissen der Lernenden (und den heute notwendigen Kompetenzen!) nicht gerecht wird.



Zwischen Fortschritt und Kontrollverlust

EdTech könnte Bildung zugänglicher und innovativer machen – doch aktuell dominieren Marktlogik, Konzerninteressen sowie (bildungs-)politische Hilflosigkeit. Es besteht das Potenzial, Lernen flexibler und individueller zu machen, doch derzeit überwiegt der kommerzielle Nutzen über pädagogische Qualität. Große Tech-Firmen prägen zunehmend, was und wie gelernt wird – oft ohne ausreichende Kontrolle und mit fachlicher Fragwürdigkeit. Öffentliche Bildungseinrichtungen hinken mit eigenen Plattformen hinterher, während private Anbieter mit personalisierten, aber datenhungrigen Systemen Marktanteile gewinnen. Um digitale Bildung zukunftsfähig zu gestalten, braucht es eine stärkere Ausrichtung an pädagogischen Prinzipien, fachlichem Fundament, mehr Open-Source-Alternativen und klare ethische Standards.

Was jetzt passieren muss:

- Digitale Bildung braucht (pädagogische) Qualität: Weniger Hype, mehr (didaktische) Reflexion
- Datenschutz und Unabhängigkeit müssen Vorrang haben: Bildung darf kein Experimentierfeld für kapitalorientierte Big Tech sein
- Öffentliche Alternativen stärken: Open-Source-Plattformen und staatliche Investitionen sind essenziell für eine gerechte Bildungszukunft
- EdTech ist kein Selbstzweck – es muss Bildung dienen und konzeptuell sinnstiftend sein

Verwandte Themen

Digitale Bildung

Medienpädagogik

Künstliche Intelligenz

Datenschutz

Open-Source

Digitale Transformation

TREND 6

Ethical AI



Ein Beitrag von Claudia Lange

Claudia ist Senior Software Engineer, hauptsächlich im Bereich der Web-Entwicklung. Zudem interessiert sie sich für innovative Technologien und Künstliche Intelligenz.

KI ist überall – aber wie gehen wir mit ihr um?

Künstliche Intelligenz ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Das erkennen wir spätestens daran, dass sich selbst im alteingesessenen Zeitungskiosk eine Menge Zeitschriften zum Thema KI finden lassen. Während einige Medien, wie beispielsweise *C'T* und *GEO*, erwartungsgemäß Sonderausgaben zu diesem Thema herausgebracht haben, erscheinen inzwischen regelmäßige Publikationen, die sich ausschließlich der Nutzung von KI-Anwendungen widmen. Sogar Kinderbücher zum Thema sind erschienen, wie das Buch „Roboter und KI“ von Paul Virr, das bereits für Kinder ab acht Jahren empfohlen wird.

Medienkompetenz im Umgang mit KI

Es wird Zeit sich zu überlegen, wie wir mit KI umgehen wollen. KI-Tools können unter dem Aspekt: „Medienkompetenz“ betrachtet werden. Das Medienkompetenzmodell von Dieter Baacke¹ geht davon aus, dass Menschen Medien selbstbestimmt und souverän nutzen können. Dazu gehören mehrere Dimensionen – einmal die *Medienkritik*: Sie beschreibt, dass wir als Mensch immer kritisch hinterfragen sollen was und wie wir konsumieren. Die *Medienkunde* umfasst das Wissen über Medien und Systeme und die *Mediennutzung*, betrachtet unser Handeln mit den Medien.

Wenn wir mit diesen Augen auf KIs schauen, die wir in unserem Alltag nutzen, können wir ähnliche Maßstäbe ansetzen. Zum einen ist da die Frage, wie sehr wir den von der KI genutzten Modellen vertrauen. In vielen Studien zeigt sich heute, dass die trainierten Modelle sehr starke Defizite haben, was Diversität angeht, da sie oft von homogenen Menschengruppen trainiert wurden. In dem 3sat-Beitrag „Warum wir feministische KI brauchen“² berichten die beiden Protagonist:innen des Beitrags, Eva Gengler³ und Stefan Kramer⁴ über fehlgeleitetes Verhalten von KIs. Dieses entsteht dadurch, dass bereits die Trainingsdaten bestehende Machtverhältnisse, Vorurteile und Stereotypen reproduzieren. Die Menschengruppe der Trainierenden – also derjenigen, die Daten

sammeln – besteht oft aus einer homogenen Gruppe: meist männlich, weiß, zwischen 25 und 40 Jahren und aus einer eher gutverdienenden Gesellschaftsschicht. Durch die aktive Nutzung der KI wird diese auch gleichzeitig trainiert und durch eben diese Menschengruppe geformt, denn KI-Systeme lernen immer weiter dazu: Durch jede Nutzung werden neue Daten eingegeben. Wenn wir also aktiv KI nutzen, können auch wir gleichzeitig dazu beitragen, sie zu verändern und zu verbessern.

Wie beeinflusst KI die Meinungsbildung?

Wie kann es sein, dass die Ergebnisse von KI unsere Meinung beeinflussen? Wissenschaftler:innen haben mit Methoden der Psychometrie LLMs⁵ getestet und ihnen menschliche Eigenschaften zugeordnet. Die Antworten ließen sich klar stereotypisch zuordnen und unterschieden sich je nachdem, ob die Fragen an die KI als Mann oder als Frau gestellt wurden. Diese Tatsache macht deutlich, dass gesellschaftliche Stereotype dadurch offensichtlich reproduziert und leider auch gefestigt werden. Bemerkenswert ist dabei allerdings vor allem, dass die Stereotype in mehrfacher Hinsicht verstärkt werden:

Der Mensch wird beim Konsum der Texte beeinflusst, hat eine Studie an der Universität Weimar⁶ bestätigt. Hier wurden Studienteilnehmer:innen

einer Schreibaufgabe zugewiesen. Die Gesamtgruppe wurde in drei Untergruppen aufgeteilt: Zwei dieser Gruppen sollten die Aufgabe mithilfe einer KI-Assistenz schreiben und die Dritte ohne zusätzliche Unterstützung. Für die beiden Gruppen mit KI-Assistenz, wurden im Hintergrund die Prompts manipuliert. Während eine Gruppe mit Pro-Argumenten manipuliert wurden, wurde die andere Gruppe durch Kontra-Argumente zum Thema beeinflusst. Im Ergebnis spiegelte sich wider, dass die Proband:innen tatsächlich die von der KI beeinflusste Meinung übernahmen. Und das sogar in den Fällen, in denen die Teilnehmer:innen wussten, dass die KI vorab manipuliert wurde.

Ein weiterer Aspekt, wie die KI die Meinungsbildung verstärkt, ist die Tatsache, dass Texte homogenisiert werden. Das bedeutet, dass KI-Modelle oft wiederholten Beiträgen mehr Gewichtung geben und diese wiederum auch vermehrt wiedergeben. Dies führt im Umkehrschluss dazu, dass seltene vertretene Meinungen so vollständig verloren gehen können.

Braucht KI eine Regulierung?

Wie wollen wir also reagieren? Es ist sinnvoll KI-Systeme einzuschränken, in dem man ihnen soziale Regeln und Normen vorgibt. Das wird mittlerweile bei den großen Anbietern der LLMs getan, indem der ersten funktionalen Trainingsphase der KI eine zweite nachgelagert wird. In dieser nachgelagerten Phase werden die Modelle mit den wichtigsten Aspekten wie Verhalten, Anstand, Faktencheck und Gesprächskultur trainiert.

Auf gesetzgeberischer Seite versucht die EU mit ihrem AI-Act (mehr dazu siehe Infobox) die KI zur Einhaltung von Sicherheit und ethischen Grundsätzen zu verpflichten. Auch in vielen Hochschulen und Unternehmen gibt es bereits Richtlinien zum Umgang mit KI, so gibt es zum Beispiel von der Berliner Business and Law School eine lesenswerte Broschüre für Unternehmen mit einem „Leitfaden für faires KI-Prompting“.⁷

Der EU AI-Act

Im April 2021 schlug die Europäische Kommission das erste EU-Gesetz zur Künstlichen Intelligenz vor. Ziel ist die Einführung eines risikobasierten Klassifizierungssystems für KI-Anwendungen. Dabei werden KI-Systeme je nach ihrem Einsatzgebiet analysiert und entsprechend ihrem Risiko für die Nutzer:innen eingestuft. Je höher das Risiko, desto strenger sind die Anforderungen an Transparenz, Sicherheit und Compliance. Als Folge wurde im Mai 2024 von der EU das weltweit erste Gesetz zur Regulierung von KI verabschiedet. Die einzelnen Mitgliedsstaaten müssen den AI-Act nun in ihr nationales Recht umsetzen.^{8,9}

Fazit

Künstliche Intelligenz unterstützt uns mittlerweile in vielen Lebensbereichen. Dennoch darf ihre Nutzung nicht auf Kosten unserer Werte und zwischenmenschlichen Umgangsformen gehen. Auch sollten wir KI-generierten Inhalten – seien es Texte oder Bilder – nicht blind vertrauen.

KI stellt eine gesellschaftliche Herausforderung dar. Es ist entscheidend, dass wir uns aktiv mit ihr auseinandersetzen, ihre Funktionsweise verstehen, sie kompetent nutzen und ihr mit einer gesunden Portion Kritik begegnen.

Zusammenfassung

- Es werden immer häufiger Medien veröffentlicht, die sich mit dem Thema KI beschäftigen. Damit steigt auch die Relevanz der Medienkompetenz im Umgang mit KI
- Es gilt, kritisch zu hinterfragen, wie vertrauenswürdig die von KI genutzten Modelle sind, da diese oftmals homogenisierte Texte produzieren, wodurch weniger vertretene Meinungen verloren gehen
- Studien haben gezeigt, dass Menschen Meinungen übernehmen, die von KI beeinflusst wurden, selbst wenn sie wissen, dass die KI manipuliert wurde. Gleichzeitig kann durch die aktive Nutzung von KI auch dazu beigetragen werden, die Ergebnisse zu verbessern
- Es ist wichtig, KI durch soziale Regeln, Normen und gesetzliche Vorgaben wie den EU-AI-Act zu steuern, um Sicherheit und ethische Grundsätze zu gewährleisten. Viele Organisationen entwickeln bereits Richtlinien, um einen verantwortungsvollen Umgang mit KI zu fördern

Verwandte Themen

Künstliche Intelligenz

Medienkompetenz

Prompting

1 [Bundeszentrale für politische Bildung: Dimensionen von Medienkompetenz](#)

2 [3sat: Warum wir feministische KI brauchen \(Video\)](#)

3 [Friedrich-Alexander-Universität: Lebenslauf Eva Gengler](#)

4 Stefan Kramer ist Professor an der Universität Mainz: [Mehr erfahren](#) →

5 LLM steht für Large Language Model. Die Modelle sind der Kern der Textbasierten KI-Systeme – die Textgenerierung.

6 C'T KI-Wissen: Wie Sprachmodelle Meinung machen (2025)

7 [Europäisches Parlament: KI-Gesetz: erste Regulierung der künstlichen Intelligenz](#)

8 [Presse- und Informationsamt der Bundesregierung: Einheitliche Regeln für Künstliche Intelligenz in der EU](#)

9 [Mittelstand Digital: Faires KI-Prompting – ein Leitfaden für Unternehmen](#)



Wir sind UXMA

Unsere Mission: Heute schon ausgezeichnete User Experience von morgen entwickeln! Um immer einen Schritt voraus zu sein, haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, permanent und intensiv nach neuen Trends zu suchen, diese genau zu beobachten und zu bewerten. Mit dem UXMA Trend Report möchten wir unsere Trendbeobachtungen und Erkenntnisse mit allen Zukunftsdenker:innen teilen.

Wir sind Ihr Entwicklungspartner für nutzerzentrierte und design-getriebene Software- und Produktentwicklung.

Wir sind ein Team aus Anpacker:innen, die tun, was sie lieben. Mit branchenübergreifender Expertise unterstützen wir internationale Konzerne und mittelständische Unternehmen im gesamten Spektrum der Software- und Produktentwicklung. Wir erschaffen digitale und haptische Produkte, Services und Plattformen, die eine herausragende User Experience bieten. Unsere Kompetenzen bringen wir in interdisziplinären Teams in Ihr Projekt ein. Unseren Fokus legen wir konsequent auf den Kundennutzen und helfen Ihnen bei der Erschließung aller Potenziale für Ihren nachhaltigen Markterfolg.

Ausgezeichnete User Experience

Seit über 40 Jahren setzen wir in der nutzerzentrierten Produktentwicklung neue Maßstäbe. Unser Leistungsversprechen sind unser ganzheitliches Angebot und unser methodisches Vorgehen. UXMA steht für die gestalterische Kraft, neue Markenerlebnisse zu kreieren und zu realisieren. Unser Erfolg basiert dabei auf Expertise und interdisziplinärem Teamwork.

Software Development

- Mobile Development
- Web Development
- Human Machine Interfaces
- Architektur & Entwicklungsstrategie

Experience Design

- Research & Testing
- User Interface Design
- Industrial & Product Design
- Innovation & UX-Management



Interdisziplinäre Vielfalt

Wir begegnen jeder Situation mit Offenheit und Kreativität. Fernab von jeglichem Abteilungsdenken, arbeiten unsere Teams immer cross-funktional zusammen und betrachten ihre Aufgaben aus unterschiedlichsten Perspektiven. Mit unserer Methodenkompetenz und großen Erfahrung in unterschiedlichsten Fachgebieten sind wir in der Lage, individuell auf unsere Kund:innen einzugehen und ganzheitliche Lösungen zu entwickeln.

Digitales Mindset

Wir arbeiten bereits seit vielen Jahren erfolgreich über digitale Kanäle, Plattformen und Tools mit unseren Kund:innen zusammen und sind im vernetzten, kollaborativen Entwickeln bestens trainiert und aufgestellt. In der täglichen Entwicklungsarbeit nutzen wir vielfältige Tools für unterschiedliche Anwendungsfelder. Wir können uns aber auch problemlos in das digitale Ökosystem unserer Kund:innen integrieren.

Nachhaltigkeit

Wir gehen mit UXMA in allen Bereichen smarte Wege für nachhaltige Lösungen, um die Lebensgrundlagen heutiger und künftiger Generationen zu sichern. Ein Schlüssel dazu sind vernetzte Produkte und Dienstleistungen, die das Leben von Menschen weltweit erleichtern und natürliche Ressourcen schonen. Im Rahmen unserer Projektarbeit suchen und finden wir effiziente Wege und nutzen nachhaltige Materialien.

**Wir wollen für den Menschen
Produkte neu denken und
Komplexität greifbar machen.**

UNSER ANSPRUCH UND LEITBILD



Zukunftsfähige Produkte und Services

- Stärkung der Marke durch moderne Bedienkonzepte und durchgängiges Design sowie Intuitive und innovative Bedienkonzepte
- Reduziertes Risiko, an Nutzerbedürfnissen vorbeizuentwickeln
- Effektivere Entwicklung und schnellere Releases durch vorgeschalteten Designprozess
- Weniger Iterationen durch frühzeitige Validierung der Konzepte

Let's talk

Unser Team aus über 80 enthusiastischen Kolleg:innen steht bereit, mit seinem Können täglich neue Herausforderungen zu meistern und Innovationen zu schaffen.

Besuchen Sie uns auf unserer Website uxma.com und vereinbaren Sie gern einen unverbindlichen Kennenlernetmin mit uns.

Impressum

UXMA Trend Report 5

Veröffentlichung: Juni 2025

Autor:innen

Arvid Ellendt, Lara Laddey, Claudia Lange, Aliena Lill,
Daniel Schaber, Franziska Schneider

Bildnachweise

UXMA: S. 14, 22 und 24

UXMA / Anna Kaune: S. 29 (rechts)

UXMA / Anne Juka: S. 4, 8, 12, 16 und 20

UXMA / Sebastian Weingart: S. 2, 28 und 29 (links)

Alle weiteren verwendeten Bilder sind mithilfe von KI
generiert worden.

Herausgeber

UXMA GmbH & Co. KG

Management:

Michael Arpe, Susanne Arpe-Darwisch,
Tim Baasch

Düvelsbeker Weg 12 | 24105 Kiel

Telefon: +49 431 80002-0

E-Mail: info@uxma.com

www.uxma.com