

**DEUTSCHLAND  
BRAUCHT DIGITALE  
DENKER, KEINE  
PROGRAMMIER-NERDS**

**.GPRA'**

**GPRA-IMPULSPAPIER ZUR FÖRDERUNG  
DER DIGITALEN KOMPETENZ**

---

Fake News und Desinformation – gefährliches Gift für die Demokratie oder nur ärgerliches Symptom für falsche Entwicklungen in der Gesellschaft? Egal als wie schwerwiegend unterschiedliche Experten die Einflüsse von Fake News und Desinformation auf kollektive Prozesse einschätzen, die Folgen sind für Deutschland gravierend. Möglich wurde die Entwicklung auch, weil die Deutschen nicht fit für die digitale Welt sind. Sie haben den Anschluss fast schon verloren.

Die deutsche Volkswirtschaft beispielsweise ist im „World Competitiveness Ranking“ des Lausanner „International Institute for Management Development“ vom sechsten Platz im Jahr 2014 auf Rang 15 im Jahr 2018 abgerutscht. Bei der digitalen Wettbewerbsfähigkeit belegt das Land nur noch den 17. Platz. Fast scheint es, als ob das Digitalzeitalter keine Rolle mehr spielen würde. Die Einwohner Deutschlands haben es sich im Analogland bequem gemacht – außer wenn es um Facebook, YouTube, Twitter und WhatsApp geht.

### **Kommunikation ist digital, aber ist es die Gesellschaft auch?**

Deutschland ist nicht genügend vorbereitet auf die digitalen Entwicklungen sowie auf die Chancen und Risiken der digitalen Transformation. Seine Bewohner können nicht angemessen auf sie reagieren oder sie gar aktiv mitgestalten. Die aktuellen, oftmals nur unzureichenden Basiskenntnisse müssen deshalb zur umfassenden Digitalkompetenz ausgebaut und junge Menschen so grundlegend für die digitale Welt ausgebildet werden.

### **Ausbau der Digitalkompetenzen als politische Aufgabe**

Hier ist zuerst die Politik in der Verantwortung, die im Schulsystem Rahmenbedingungen bereitstellt, um Kinder und Jugendliche auf die Herausforderungen der digitalen Lebens- und Arbeitswelt optimal vorzubereiten. Die damit zusammenhängenden Themen sind zu komplex, als dass sie allein in den Familien behandelt werden könnten. Sie müssen von entsprechend geschulten Personen in der Schule vermittelt werden.

Die offenen Fragen werden jedoch vorwiegend auf der funktionalen Ebene aufgeworfen, wie etwa, welche infrastrukturellen Voraussetzungen für Schulen erforderlich sind, welche Organisationsentwicklungen vorgenommen werden müssen oder wie Datensouveränität ermöglicht und Datenschutz gewährleistet werden kann. Genauso rudimentär sind überwiegend auch die inhaltlichen Segmente des Lehrstoffs.

Die bildungspolitische Diskussion verliert sich in Themen wie allgemeinen Programmierkenntnissen und dem prinzipiellen Umgang mit digitalen Technologien und sozialen Medien. Doch allein Schreiben, Rechnen, Lesen und Programmieren in der Schule zu vermitteln, ist keine umfassende Bildung, die fit für die digitale Welt macht.

Es geht vielmehr um die Medien- und Digitalkompetenz im Sinne der digitalen Souveränität und Mündigkeit, also die Fähigkeit, mit digitalen Technologien und Medien eigenverantwortlich umzugehen und sie zu gestalten, ebenso wie die Fähigkeit, die Chancen der technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen zu nutzen und gleichzeitig die Risiken bewusst abwägen zu können. Die Diskussion bleibt jedoch noch immer im Abstrakten stecken.

Dazu gesellen sich Kompetenzstreitigkeiten der Behörden sowie der für Bildung zuständigen Bundesländer. Von einer abgestimmten Strategie kann hier keine Rede sein. Im Gegenteil, es ist eine Vielzahl von Einzelmaßnahmen und Aktionen, die mehr vom guten Willen Einzelner getragen werden. Das reicht nicht. Beim Thema digitale Bildung und digitale Kompetenz ist solide Systematik gefragt. Die Politik kann sich nicht auf den guten Willen Einzelner verlassen.

### **„Curriculum für Digitale Bildung“**

Aktuell ist nicht einmal geklärt, welche Kompetenzen mit einem solchen Lehrangebot vermittelt werden müssen und welche Ziele damit erreicht werden sollen. Zusammen mit der Quadriga Hochschule Berlin schlägt die GPRA deshalb ein „Curriculum für Digitale Bildung“ vor, das am Lehrstuhl für Digitale Transformation unter der Führung von Prof. Dr. Christian Heinrich im Rahmen einer Masterarbeit von Simone Wießmeyer erarbeitet wurde.

Die Masterarbeit versucht, vor dem Hintergrund der aktuellen politischen Entwicklungen Empfehlungen für die inhaltliche Gestaltung eines „Curriculums für Digitale Bildung“ für Berufsanfänger zu generieren. Um zu verstehen, welche Inhalte für ein solches Curriculum relevant sind, baut die Arbeit auf einer umfassenden Literaturrecherche auf und integriert die bereits vorhandenen Ansätze, wie zum Beispiel den Digital-Index der Initiative D21, den Europäischen Computerführerschein ECDL und die 21st Century Skills. Untermauert durch qualitative Experteninterviews wird ein Modell zur Souveränität in der digitalen Welt entwickelt, das als Grundlage für das empfohlene Curriculum dient. Die wichtigste Forderung: Das „Curriculum für Digitale

Bildung“ darf nicht monodimensional bleiben, sondern muss unterschiedliche Dimensionen umfassen, die gemeinsam gefördert und vermittelt werden müssen.

Das nachfolgende Modell berücksichtigt die fünf inhaltlichen Module „Anwendungs-Know-how“, „Technisches Grundverständnis“, „Digitale Mediengesellschaft“, „Erstellung von Inhalten“ und „Problemlösung und Mitgestaltung“. Durch die Anwendung entsprechender pädagogischer Konzepte und Methoden sollen das kreative und kritische Lernen sowie auch die Entwicklung von weiteren wichtigen Kompetenzen für das 21. Jahrhundert gefördert werden.

### „Curriculum für Digitale Bildung“ für Berufsanfänger



Die Lerninhalte, die im Rahmen der Module vermittelt werden können, sind folgende:

### **Anwendungs-Know-how**

- IT-Sicherheit: Geräteschutz (z. B. durch Antivirensoftware) und Verschlüsselung
- Datenschutz (z. B. Umgang mit persönlichen Daten und Cloud-Diensten sowie Datenschutz im Unternehmen)
- Datenökonomie (z. B. Big Data, Smart Data, Data Analytics, Machine Learning, Simulationen)
- Datenethik (z. B. soziokulturelle, ethische und moralische Auswirkungen der Datennutzung)

### **Technisches Grundverständnis**

- Bedienung aktueller Geräte (z. B. die Grundlagen von ITK, Computern, Mobilgeräten, Software und Zubehör verstehen, Grundeinstellungen für einen sicheren Arbeitsplatz vornehmen)
- Digitale Werkzeuge einsetzen
- Informatische Grundkenntnisse in Bezug auf Funktionsweisen von: Algorithmen, Künstlicher Intelligenz, Social Bots, Blockchain-Technologie, Hardware-Architekturen und -Infrastruktur, Netzwerktechnologien, Umwelt-Technik-Interaktionen, Kryptographie und Identitätssicherheit

### **Digitale Mediengesellschaft**

- Medien kontext- und zielgruppenspezifisch auswählen
- Formate, Inhalte und Informationsquellen kritisch analysieren und bewerten
- Medien in der digitalen Welt verstehen und reflektieren
- Eigene Inhalte in digitaler Form anderen Nutzern über digitale Medien/soziale Netzwerke zur Verfügung stellen
- Medien für die eigenen Arbeits- und Kommunikationsprozesse nutzen
- Verantwortung und Abschätzung der Folgen bei der Verbreitung von Inhalten

### **Erstellung von Inhalten**

- Entwicklung, Produktion und Editierung von Inhalten
- Weiterverarbeitung und Integration
- Grundfertigkeiten im Programmieren („coding“)
- Grundkenntnisse in Bezug auf Software-Einsatz (z. B. Textverarbeitung, Tabellen-Kalkulation, Datenbanken und Bildbearbeitung)
- Grundkenntnisse in Bezug auf rechtliche Vorgaben: Urheberrecht und Intellectual Property, Shared Economy (z. B. Arbeiten und Teilen in der Cloud, Eigentumsverrat)

### **Problemlösung und Mitgestaltung**

- Lösung technischer Probleme
- Grundkenntnisse in Bezug auf grundlegende Problemlösestrategien und -methoden zur kreativen Nutzung von Technologie und zur Mitgestaltung der vernetzten Welt
- Nutzbringende Weiterentwicklung (z. B. Neues erschaffen, aktives Gestalten, digitale Fabrikation)
- Unterschiede bei digitaler Kompetenz erkennen und eigenständig nach Lösungen suchen
- Digitale Geschäftsmöglichkeiten erkennen und nutzen

## **Digitale Kompetenz als Querschnittsthema**

Digitale Kompetenz wird nicht als Lehrfach oder Bestandteil bestimmter Fächergruppen an Bedeutung gewinnen. Es ist ein Querschnittsthema, das in der Schule, in der Berufsausbildung und in der Lehre in allen Bereichen eine Rolle spielt. Ihr Ziel sind Menschen, die die digitale Welt verstehen und digitale Denker sind.

Das Gerüst des Curriculums steht: Es müssen nun die einzelnen Dimensionen validiert, die Inhalte weiter konkretisiert und ihre Umsetzbarkeit in der Ausbildung muss geprüft werden. Die dazu notwendige Forschungsarbeit muss von der Politik – auch und gerade mit finanziellen Mitteln – grundlegend gefördert werden. Das kann nicht Aufgabe einzelner Schulen und Bildungsträger sein, auch nicht einzelner Bundesländer. Essentiell ist nun eine gemeinsame Anstrengung aller Bildungsministerien und aller Bildungspolitikern, um dem Bildungsauftrag endlich gerecht zu werden.

Die politischen Entscheider auf Bundes- und Landesebene sind aufgerufen, die Prozesse anzustoßen und ihre Entwicklung aktiv zu bestimmen. Auch die Wirtschaft muss ihren Teil dazu beitragen und in die digitale Bildung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter investieren. Die GPRA wird diesen Weg konsequent begleiten und unterstützen.

### DIE GPRA IST DER VERBAND DER FÜHRENDEN KOMMUNIKATIONSAGENTUREN IN DEUTSCHLAND

---

Mit strengen Aufnahmekriterien und hohen Anforderungen an ihre Mitglieder setzt sie Standards in der Kommunikationsbranche. Der Verband repräsentiert 35 Agenturen mit circa 2.800 Mitarbeitern und einem Marktanteil von fast 50 Prozent. Alle Mitgliedsagenturen haben sich einem hohen Qualitätsanspruch verpflichtet, der regelmäßig überprüft wird. Der Verband wurde 1974 gegründet und hat seinen Sitz in Berlin.

#### Was macht die GPRA?

- Wir übernehmen eine aktive Rolle in der Entwicklung und Gestaltung des Kommunikationsmarktes in Deutschland.
- Wir vertreten die Interessen unserer Mitglieder gegenüber Medien, Kunden, Hochschulen und Politik.
- Wir entwickeln und etablieren verbindliche Standards im Markt.
- Nachwuchsförderung und Employer-Branding sind zentrale Themen der GPRA.
- Wir sorgen für Transparenz im Kommunikationsmarkt und setzen uns gegen unfaire Ausschreibungen ein – zum Beispiel bei der Unterstützung des Pitchblogs.
- Wir bieten Mitgliedern eine Plattform für Austausch und Diskussion.
- Wir unterstützen interessierte Kunden bei der Auswahl von Agenturen durch den Agenturfinder.

#### Kontakt

---

**GPRA'**

**GPRA e. V.**  
Leipziger Platz 15  
10117 Berlin

Fon: +49 (0) 30 – 25894086  
E-Mail: [info@gpra.de](mailto:info@gpra.de)

**Christiane Schulz**  
(Präsidentin)  
Fon: +49 (0) 30 – 20351-216

**Alexandra Groß**  
(Stv. Präsidentin)  
Fon: +49 (0) 611 – 74131-84