Nachhaltigkeit vs. Digitalisierung?

Warum Nachhaltigkeit und Digitalisierung gemeinsam gedacht werden müssen

Auf den ersten Blick weisen Digitalisierung und Nachhaltigkeit einige Parallelen auf. So spielen z.B. die Themen Ganzheitlichkeit und Globalisierung entscheidende Rollen. Häufig wird die Digitalisierung daher als Beschleuniger einer nachhaltigeren Wirtschaft gesehen. Jan Seitz und Norman Günther vom Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Cottbus erläutern im Interview, warum sie das kritischer sehen und im Konzept der Nachhaltigkeit vielmehr ein wichtiges Korrektiv für die Digitalisierung erkennen.

Wo sehen Sie Berührungspunkte zwischen Nachhaltigkeit und Digitalisierung?

JAN SEITZ: In einer globalisierten Welt ist die Digitalisierung ein maßgeblicher Erfolgsfaktor, um als Unternehmen wettbewerbsfähig zu sein. Die dafür erforderlichen Komponenten und Geräte werden international produziert und transportiert. Mit der Digitalisierung denken und agieren Unternehmen also zunehmend global. Es ist daher nur konsequent, auch Nachhaltigkeit global zu denken. In diesem Kontext sind Digitalisierung und Nachhaltigkeit jedoch zunächst einmal Gegenspieler.

NORMAN GÜNTHER: Unter dem Aspekt der sozialen Nachhaltigkeit etwa ist immer zu fragen, ob auch alle an einer Wertschöpfungskette beteiligten Menschen profitieren. Zur Herstellung elektronischer Bauteile wie Prozessoren, Datenträger oder Akkus werden seltene Erden und Mineralien wie Wolfram, Gold, Kobalt, Tantal oder Gallium benötigt. Viele dieser Mineralien entstammen Konfliktgebieten, in denen Menschenrechtsverletzungen und Kinderarbeit zum

Alltag gehören. Das ist weder nachhaltig noch zu verantworten.

Ohne diese seltenen Erden und Mineralien käme die Digitalisierung allerdings zum Erliegen. Was also ist zu tun?

JAN SEITZ: Wir müssen nachhaltiger digitalisieren. Nachhaltigkeit verpflichtet zu einem Ausgleich von Interessen. Sie ganzheitlich und global zu denken und zu begreifen – über das unmittelbare Umfeld hinaus – ist ein erster, wichtiger Schritt. Vielfach geben sich Unternehmen als nachhaltig aus, beuten dann jedoch in z.B. Afrika oder Südamerika Mensch und Natur aus. Dieser Widerspruch fällt früher oder später auf sie zurück und geht über das bloße Moralisieren weit hinaus. Er ist zunehmend marktwirksam, denn eine kritische Öffentlichkeit setzt hier konkret an und erwirkt Veränderungen, indem beispielsweise nachhaltige Produkte vermehrt gekauft, andere jedoch gemieden werden.

Umweltbewegungen wie Fridays for Future oder Extinction Rebellion kritisieren unsere auf Wachstum bauende Wirtschaftsweise. Für die Digitalisierung würde das bedeuten, dass auch sie gebremst werden müsste, oder?

JAN SEITZ: Wenn wir so weitermachen wie bisher, dann ist die Antwort ein klares "Ja". Dazu einige Beispiele: Zunächst ist der wachsende Stromverbrauch durch digitale Geräte ein sehr reales Problem, das es zu lösen gilt. Im Jahr 2030 werden 20 bis 50 Prozent des weltweiten Stromverbrauchs allein auf das Konto der IKT-Technik gehen, die Herstellung und Nutzung von Computern könnte bereits 2025 rund 8 Prozent der weltweiten Treibhausgasemissionen verursachen – so viel wie von sämtlichen Autos und Motorrädern zusammen.

NORMAN GÜNTHER: Auch die sehr umfangreich anfallenden Daten sind erhebliche Stromfresser, da sie gespeichert, bearbeitet und transportiert werden müssen. Allein das Versenden einer E-Mail verursacht etwa vier Gramm CO₂, was sich bei großen Unternehmen auf insgesamt bis zu 20 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr oder mehr summieren kann – der weitaus größte Anteil durch Spam verursacht. Auch das Training künstlicher Intelligenzen ist sehr energieintensiv. Zu digitalisieren und gleichzeitig den Stromverbrauch zu drosseln, bleibt daher eine wichtige Herausforderung.

Was können kleine und mittlere Unternehmen konkret tun, um Digitalisierung und Nachhaltigkeit zu einem starken Team zu vereinen?

JAN SEITZ: Bereits einfache Maßnahmen können in Summe viel Gutes bewirken. Die Bündelung von Lieferungen, E-Mails statt Briefen, das papierlose Büro, die Geräte wirklich auszuschalten, wenn sie nicht in Benutzung sind, oder die Videokonferenz statt der Dienstreise sind zwar kleine, aber viele Schritte in die richtige Richtung. Wenn zudem ein Lebenszyklusmanagement der eigenen Produkte realisiert, auf dem Dach eine Solaranlage installiert, ein Garten angelegt oder Umweltschutzprojekte unterstützt werden, dann kann oft eine positive Eigendynamik entstehen, die sich auch auf die Unternehmenskultur auswirkt. Wenn schlussendlich alles in einem Nachhaltigkeitsmanagement gebündelt und konsequent umgesetzt wird, dann ist Nachhaltigkeit eine Realität, die auch vermarktet werden kann. Ein wesentlicher Hebel in vielen dieser Maßnahmen ist die Digitalisierung. Nachhaltigkeit und Digitalisierung sollten daher zwingend zusammen gedacht werden. Das ist kein Selbstläufer, aber mit sorgsamer Planung stärken sie sich gegenseitig – und damit auch das Unternehmen.







Norman Günther