

DIGITALISIERUNG UND KLIMASCHUTZ 2022

Eine Online-Befragung von YouGov im Auftrag von HIRSCHTEC und in Kooperation mit B.A.U.M. e.V.

Für die Studie hat das Marktforschungsinstitut YouGov im Auftrag von HIRSCHTEC und in Kooperation mit B.A.U.M. e.V. 537 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Deutschland befragt. Die zentralen Ergebnisse und Handlungsempfehlungen im Überblick:

Zum Zusammenwirken von Digitalisierung und Klimaschutz besteht viel Unkenntnis und Unsicherheit

Nur knapp ein Drittel (30 Prozent) der Arbeitnehmenden in Deutschland denkt, dass Klimaschutz durch Digitalisierung erst wirklich möglich wird. 28 Prozent sagen, dass beides nichts miteinander zu tun hat. Und sogar 18 Prozent sind der Auffassung, dass sich die Digitalisierung negativ auf unser Klima auswirkt. Zwar ist bereits über die Hälfte (51 Prozent) der Berufstätigen überzeugt davon, dass die Digitalisierung einen positiven Beitrag zum Klimaschutzprogramm 2030 leisten kann. Jedoch glaubt auch etwas weniger als ein Drittel (30 Prozent) nicht daran.

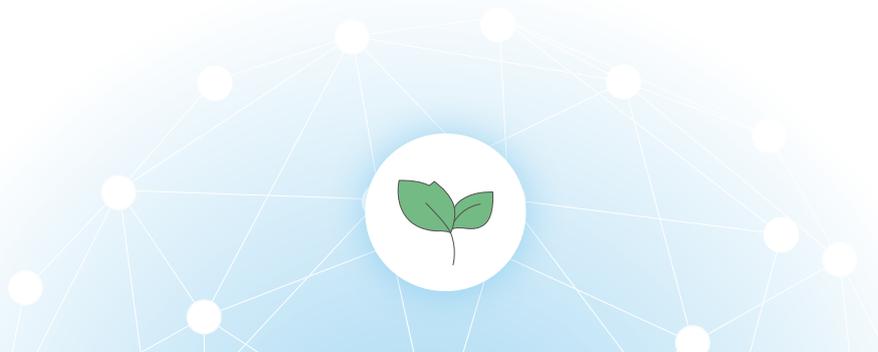
Über die Hälfte der Beschäftigten erkennt keinen starken Beitrag des Digital Workplace zum Klimaschutz

Schaut man sich an, wie Arbeitnehmende den Beitrag des Digital Workplace in ihrem Unternehmen (z. B. Reduktion von Reisen/Fahrten ins Büro, Vermeidung von Papier, Digitalisierung und Automatisierung von komplexen Prozessen) für den Klimaschutz beurteilen, so wird deutlich: Nur 35 Prozent sehen einen starken positiven Effekt, über die Hälfte (52 Prozent) beobachtet ihn nicht.

Jüngere und ältere Berufstätige beurteilen Digitalisierungseffekte auf den Klimaschutz unterschiedlich

Unter 45-jährige Berufstätige (38 Prozent) sind häufiger davon überzeugt, dass Klimaschutz durch Digitalisierung erst wirklich möglich wird als 45-jährige und ältere (26 Prozent). Zudem sind sie öfter der Ansicht, dass die Digitalisierung einen positiven Beitrag zum Klimaschutzprogramm 2030 leisten kann (jüngere Berufstätige: 59 Prozent, ältere Berufstätige: 48 Prozent). In einem Punkt unterscheiden sich beide aber nicht: Über die Hälfte der jüngeren (51 Prozent) und auch der älteren Beschäftigten (52 Prozent) denkt, dass der Einsatz des digitalen Arbeitsplatzes in ihrem Unternehmen keine starke Wirkung auf den Klimaschutz hat.

Weiter auf Seite 2.

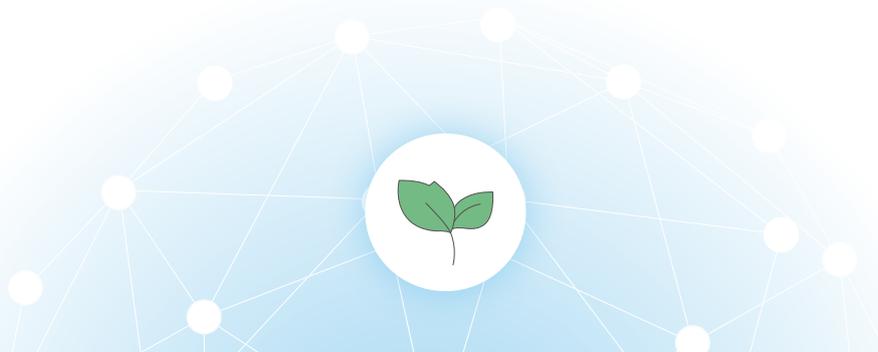


Die Ergebnisse zeigen: Vielen Beschäftigten ist offensichtlich nicht bekannt, wie groß die Bandbreite des Einsatzes digitaler Komponenten nicht nur für die Optimierung des eigenen Arbeitsalltages, sondern auch für den Klimaschutz ist. Zwischen der generellen Überzeugung, dass die Digitalisierung einen positiven Beitrag zum Klimaschutzprogramm leisten kann, und Beobachtungen im eigenen Arbeitsalltag klafft eine große Lücke: Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sehen bislang eher nicht, dass der Digital-Workplace-Einsatz in ihrem Unternehmen Mehrwerte für den Klimaschutz bringt. Fatal, wenn man bedenkt, dass – wie eine [Studie der Personalmarketing-Gruppe Königsteiner aus 2021](#) zeigt - zwei Drittel aller Bewerberinnen und Bewerber bei der Suche nach einem neuen Arbeitgeber darauf achtet, wie seine Haltung zum Thema Klimaschutz ist.

Für Arbeitgeber und Führungskräfte heißt das, sie sollten

- A** ihre Digitalisierungsstrategie in eine übergeordnete betriebliche Nachhaltigkeitsstrategie einbetten, die alle Gewerke inklusive Human Resources (HR) einbezieht, und die positive Effekte digitaler Arbeitsweisen mit sich bringt. Wirken letztere auf die individuelle Arbeitssituation entlastend, entlasten sie auch in punkto Ressourcenverbrauch, z. B. wenn Digitalisierungs- und Effizienzstrategien mit Suffizienzstrategien verknüpft werden. All dies ist essenziell, wenn die durch die Pandemie beschleunigte Digitalisierung zu einer langfristig nachhaltigen werden soll.
- B** dafür Sorge tragen, dass der digitale Arbeitsplatz mit seinen Kommunikations-, Kollaborations- und Prozess-Tools nachhaltig im Arbeitsalltag der Mitarbeitenden verankert ist, sprich: dass digitale Arbeitsinstrumente beständig genutzt werden. Dies gelingt z. B. indem die Tool-Landschaft im Unternehmen sortiert bzw. auf wenige, essenzielle Arbeitsinstrumente reduziert wird, und indem aufgezeigt wird, welches Tool am Digital Workplace am besten für welchen konkreten Anwendungsfall genutzt werden sollte. Eine Visualisierung der Tool-Landschaft in Form von Infografiken, Erklärvideos, persönliche Schulungen/Coachings oder auch virtuelle Hilfe-Communities (z. B. in Microsoft Teams) stiften hier Orientierung für die Mitarbeitenden und bewirken eine effiziente und effektive Digital-Workplace-Nutzung.
- C** hybride Arbeitsmodelle mit dem Digital Workplace als Kernelement langfristig etablieren. Sie bieten Mitarbeitenden nicht nur mehr Flexibilität und machen es Arbeitgebern möglich, besser auf die individuellen Bedürfnisse ihrer Beschäftigten einzugehen. Hybride Set-ups reduzieren auch Fahrten ins Büro bzw. Geschäftsreisen, was wiederum den CO2-Fußabdruck verringert. So zeigt z. B. die [Studie „Klimaschutzpotenziale der Nutzung von Videokonferenzen und Homeoffice“](#) des Borderstep Instituts, dass der Einsatz von Videokonferenzen statt Dienstreisen ein hohes Potenzial für den Klimaschutz birgt und sich so ca. drei Mio. t Treibhausgasemissionen im Jahr einsparen ließen. Auch kann die integrierte Betrachtung unternehmerischer Mobilitätsstrategien unter Einbezug von Videokonferenzen zur Vermeidung von Dienstreisen einen wertvollen Beitrag leisten. B.A.U.M. hat hierzu einen Leitfaden veröffentlicht, der einen leichten Einstieg ins Thema ermöglicht: www.mobilitypolicy.de
- D** gelungene Beispiele für Klimaschutz und Digitalisierung im Unternehmen intensiv an die Mitarbeitenden kommunizieren, Wissen und Kompetenzen auf- und ausbauen und die Belegschaft aktiv in Klimaschutz- und Digitalisierungsmaßnahmen einbinden. Dies kann u. a. gelingen, indem aufgezeigt wird, wie z. B. am digitalen Arbeitsplatz durch den Einsatz von Standardsoftware – statt individueller Programmierungen – Ressourcen geschont und Rechenzeiten reduziert werden, indem auch bei digitalen Plattformen auf Kreislaufwirtschaft geachtet wird (Bsp. redaktionelle Optimierung von Intranets und digitalen Arbeitsplätzen, Verschlinkung von Navigationsstrukturen etc.) oder indem dank guter, logisch aufgebauter Informationsarchitekturen zeitintensive, stromfressende Suchanfragen minimiert werden. Auch die Verlängerung der Lebenszyklen von Hardware trägt zum Klimaschutz bei.

Weiter auf Seite 3.



Zudem ratsam: den CO₂-Fußabdruck des eigenen Unternehmens von unabhängigen Dritten, z. B. einer Nachhaltigkeitsberatung, berechnen zu lassen und darauf basierend weitere Maßnahmen zu ergreifen. Und vor allem: Klimaschutz und Nachhaltigkeit im Arbeitsalltag für die Mitarbeitenden wirklich erleb- und spürbar machen. Das funktioniert z. B. über interne Kommunikationskampagnen und einen Sustainability Hub im Intranet, der wertvolle Tipps und Tricks und einen Ort des Austauschs für Mitarbeitende rund um das Thema Nachhaltigkeit bietet. Eine weitere Möglichkeit sind Mitarbeiter-Apps wie [SUSTAYN](#), über die Mitarbeitende in Nachhaltigkeitsstrategien einbezogen und motiviert werden, umweltfreundlich zu handeln, oder [Codyo](#). Die Klima-App setzt auf Mitarbeitende als Know-how-Träger in Unternehmen, wenn es darum geht Ressourcen zu sparen, Prozesse zu optimieren oder durch gewisse Veränderungen einen positiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten und monitort Erfolge durch Einsparmaßnahmen nachvollziehbar.

Klar ist: Wer als Unternehmen weiterhin für bestehende und zukünftige Mitarbeitende attraktiv und im Wettbewerb langfristig erfolgreich sein will, der muss die Mehrwerte, die durch Digitalisierung für den Klimaschutz entstehen, sicht- und messbar machen – und zielgerichtet kommunizieren. Denn Digitalisierung ohne Klimaschutz und Klimaschutz ohne Digitalisierung ist undenkbar.

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 537 Arbeitnehmer zwischen dem 28.09. und 03.10.2022 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ nach Unternehmensgröße.

