

INTERVIEW

„DER FUSSABDRUCK IST FAST NIEMANDEM EGAL“



(MB) Wer unterstützt mich, wenn ich meinen digitalen Lebensstil klimabewusster gestalten will? Um Antworten zu geben, gründete Susanne Grohs-von Reichenbach Think Digital Green (www.thinkdigitalgreen.de). Sie studierte an der Goethe-Universität FFM (Sprachen, BWL) und war in der Wirtschaft für Nachhaltigkeits-Konzepte zuständig. Seit 2018 erforscht sie, wie digital und nachhaltig in der Praxis Hand in Hand gehen können und arbeitet dazu vernetzt.

Frau Grohs-von Reichenbach, was führte zur Gründung von Think Digital Green?

Ein Zeitungsartikel hat mich aufgerüttelt. Ich las über die stromverschlingenden Server, die oft mit Trinkwasser gekühlt werden. Doch der ökologische Fußabdruck entsteht auch bei uns Usern. Jeder Klick verursacht Datenkommunikation und somit Energieverbrauch. Pro Person und Jahr bedeutet der digitale Lebensstil in etwa die Emission von 0,85 Tonnen CO₂. Als ich das verstand, wollte ich sofort anfangen, den digitalen Alltag klimafreundlicher zu machen.

Was überrascht Ihre Seminarteilnehmenden am meisten?

Das Ausmaß des negativen Impacts, der mit digitalen Lösungen einhergeht. Für ca. 90 Prozent der Teilnehmenden ist das schockierend. Gleichzeitig sind sie erleichtert zu sehen, dass sie selbst viel unnötiges CO₂ einsparen können. Dafür müssen sie kaum etwas im Alltag ändern oder aufgeben. Viele legen gleich in der Veranstaltung los, weil sie Teil der Lösung sein wollen.

Welche „Digital-Mythen“ halten sich hartnäckig?

Da fallen mir spontan drei ein. Erstens: Digitalisierung ist immer nachhaltig. Als Beispiel wird das papierarme Büro genannt. Zweitens: Nachhaltige Digitalisierung ist aufwändig und bringt schlechtere Qualität. Hier wird z. B. an das Anpassen von Bildformaten an das Medium gedacht. Ein drittes Thema ist, dass hoher Datenschutz mit geringem Datenverbrauch verknüpft wird. Das ist jedoch getrennt zu betrachten.

Was ist nötig, damit Menschen anfangen, sich für Klimafolgen digitaler Nutzung zu interessieren?

Wir sehen, dass es einfach ist, offene Ohren zu finden. Der Fußabdruck ist fast niemandem egal. Warum? Das Thema ist nicht mehr ganz neu. Die Medien greifen es auf, es gibt Bildungsangebote und das Problem des Elektroschrotts ist präsent. Wissen verbreiten und zeigen, wie wir das Problem lösen: Diese Mischung spricht die Interessierten an. Dazu nutzen wir Fingerspitzengefühl. Wer möchte schon auf der Anklagebank sitzen, weil mindestens eine Tonne CO₂ pro Jahr allein

auf das Konto unseres digitalen Konsums geht? Und beim Gaming Faktor x draufkommt? Gut klappt es, wenn wir locker die einfachen, relevanten Lösungen zeigen und den Dialog anregen. Konsument/innen, die zeigen können, was sie selbst geändert haben, ziehen andere mit. Das sehen wir auch bei Workshops in Organisationen.

Maßnahmen gibt es viele. Was kann wirklich jede/r umsetzen?

Es gibt viele Tipps, um den eigenen Klick „grüner“ zu machen. Auch beim Kauf von neuen Geräten. Wichtig ist, den Impact einordnen zu können, sonst können wir uns verzetteln oder mit Aktionen aufhalten, die weniger für die Umwelt bringen als gedacht. Für die User Licht ins Dunkel zu bringen, das lag uns am Herzen. Deshalb haben wir einen Assistenten entwickelt. Er zeigt, wieviel CO₂ wir ohne Verzicht z. B. beim Nutzen von Messenger-Diensten oder Streamen einsparen können und was sich lohnt. Mit seinen Tipps können wir alle mehr als die Hälfte des CO₂ einsparen!

Drei „Hacks“, mit denen wir digitaler und nachhaltiger sein können:

- E-Mails an viele Empfänger mit großen Anhängen mit Cloud-Link senden.
- In Video-Konferenzen die Kamera nur einschalten, wenn sie gebraucht wird.
- Beim Streaming die passende Qualität auswählen: Für's Smartphone reichen meist kleine Auflösungen. Hier wird viel unnötiges CO₂ gespart.