



Tech Trends 2022

2022-01-06 10:00 CET

5 grønne tech-trends i 2022

Klimaalarmklokkerne bimler og bamler, men der er stadig håb. De teknologiske fremskridt og den stigende digitalisering af samfundet vil nemlig spille en afgørende rolle i at drive den grønne udvikling. Sådan lyder forudsigelsen fra Telenors forskningsafdeling, der netop har udgivet en teknologitrendrapport for 2022. Grønne datacentre i skyen og større viden om klima og energieffektivisering ved hjælp af kurser og grønne influencere er nogle af de trends, der vil bidrage til en mere bæredygtig fremtid.

Trend 1: Når dataforbruget stiger, følger energiforbruget med. Lokale datacentre og 5G er løsningen.



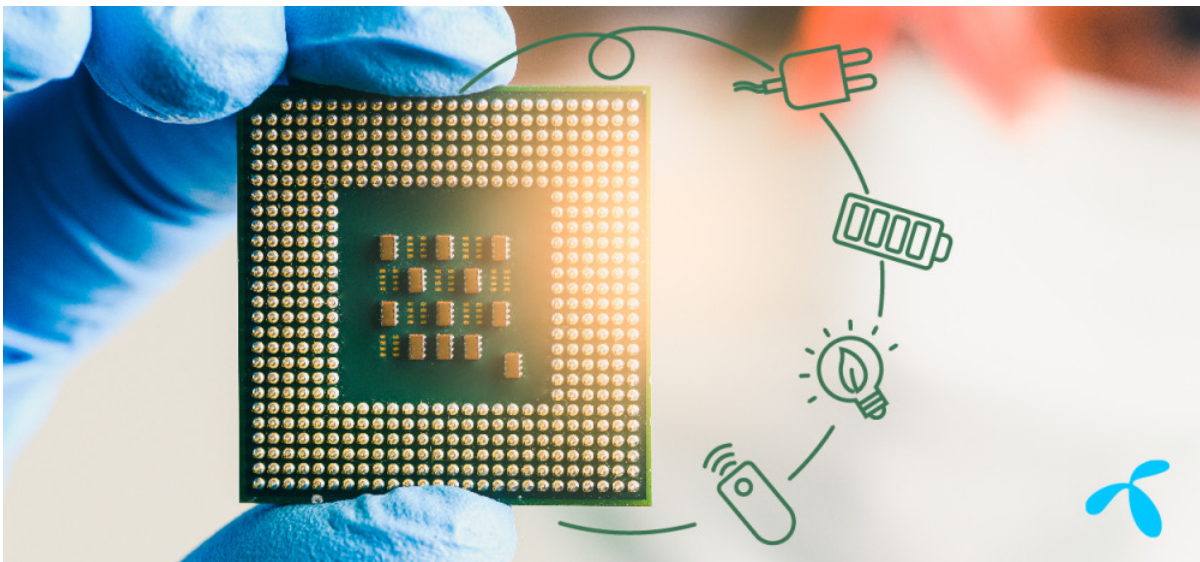
Digitaliseringen er samfundet og stadig flere cloud-baserede tjenester betyder, at danskernes dataforbrug stiger støt. Alene i 2021 brugte Telenors kunder 32 % mere data end i 2020. Men dataoverførsler kræver energi, og i dag står datacentre for [mere end én procent af verdens samlede energiforbrug](#). Den gode nyhed er, at [Edge computing](#) – det, at data behandles nær kilden – forventes at erstatte mange af de store centraliserede datacentre fremover. 5G-netværk over hele verden vil nemlig snart kunne håndtere datatrafik lokalt via lokale datacentre. Dermed skal data rejse kortere i netværket, og det sparer energi. Datacentrene kan samtidig gøres mere energieffektive ved fx at udnytte overskudsvarme eller benytte solcellepaneler og små vindmøller.

Trend 2: Ansatte vil ikke vente på, at deres arbejdsgiver bliver klimavenlig. De vil handle, og vil lære hvordan.



Klimaforandringerne kræver, at både mennesker, virksomheder og samfund konstant udvikler nye kompetencer og viden om bæredygtighed. Strengere miljøpolitikker og regulering på området vil desuden [øge efterspørgslen på grønne kompetencer i erhvervslivet i 2022](#). Derfor vil stadig flere virksomheder indføre grønne kurser og tilbyde medarbejderne korte uddannelser med fokus på klima. Og de, der ikke sørger for, at deres ansatte kan udvikle nye bæredygtige kompetencer, risikerer at blive opfattet som mindre attraktive blandt unge talenter.

Trend 3: Verdens mest avancerede maskine – den menneskelige hjerne – behøver kun beskedne 20 watt for at fungere. Nu begynder kampen for at energieffektivisere vores gadgets.



Antallet af elektriske enheder på verdensplan er fire gange større end antallet af mennesker. Og mens det stigende antal elektroniske enheder og løsninger gør vores hverdag nemmere, efterlyser Det Internationale Energiagentur [smartere og mere energieffektive elektriske apparater](#). Telenors forskningsafdeling forudser, at det globale behov for energieffektivisering vil resultere i en krig på energieffektivisering blandt elektronikproducenter.

Der er allerede nu skarp konkurrence mellem chipproducenterne om at reducere produkternes energibehov. Et eksempel er [Apples M1-chip](#). Fremover vil flere selskaber lægge enorme summer på bordet for at skaffe sig den viden og de ressourcer, det kræver, hvis de vil vinde effektiviseringskampen.

Trend 4: Influencere, der undervurderer unge menneskers klimaengagement, graver deres egen social media-grav.



Selv om de fleste virale trends på sociale medier har til formål at underholde, er der nogle trends, der ender med at have omfattende indvirkning på samfundet. I 2022 forventer Telenors forskningsafdeling at se en ny trend tage form på sociale medier: Greenfluencing. [Et stort antal klimabevidste influencere og aktivister er dukket op på sociale medier](#), og de vil påvirke millioner af følgere til at træffe grønnere valg. Inden længe vil marketingafdelingerne og annoncekronerne kigge i deres retning, og de influencere, som virker ligeglade med klimaudfordringerne, vil til

sammenligning virke gammeldags.

Trend 5: Virksomheder, der ikke tager næste generations forventninger alvorligt, risikerer at møde den "[store opsigelse](#)".



Hjemmearbejde er kommet for at blive – i en eller anden form. Men selv om der er mange fordele ved hjemmekontoret, bl.a. klimaeffekten når færre pendler, tyder forskning på, at særligt de unge får [vanskeligere ved at danne professionelle relationer](#) og tilegne sig virksomhedens sprog og kultur, når store dele af kommunikationen foregår digitalt. Telenors forskningsafdeling kommer med tre tips til, hvordan virksomheder og ledere kan hjælpe den næste generation godt i gang på arbejdsmarkedet:

1. **Hav det sjovt på kontoret:**Læg op til socialt samvær, faglige diskussioner og vidensdeling på tværs af generationer gennem arrangementer og events.
2. **Med alder og anciennitet følger ansvar:** Gør det tydeligt for de ansatte, der har været længe i virksomheden, at de har et særligt ansvar for at inkludere, vejlede og støtte nyansatte.
3. **Få dem til at shine:** Ros nyansatte for deres indsats, giv dem tid til at falde til og lad dem udforske nye muligheder for at finde deres plads i organisationen.

internet. Vores mål er at skabe sammenhæng i vores kunders digitale liv og i det danske samfund. Derfor investerer vi hvert år massivt i innovation og i udvikling af den danske teleinfrastruktur.

Telenor er Danmarks næststørste teleselskab og en del af Telenor-koncernen, som opererer i hele Norden og i Asien, og på verdensplan hjælper vi 186 millioner kunder med at kommunikere. I Danmark er vi ca. 1.100 medarbejdere, har 40 butikker fordelt over hele Danmark og gør hver dag vores yderste for at gøre det nemt for vores kunder at kommunikere og sikre deres forbindelse på både mobil og internet. I Danmark er CBB Mobil også en del af Telenor-familien. Du kan læse mere om os på www.telenor.dk.

Kontaktpersoner



Kathrine Thomsen

Pressekontakt

info@telenor.dk

25 600 800