

NOCH KEINE FAIREN HANDYS

Folgestudie zur Unternehmensverantwortung
von deutschen Mobilfunkanbietern

Germanwatch, August 2012



IMPRESSUM

NOCH KEINE FAIREN HANDYS

Folgestudie zur Unternehmensverantwortung von deutschen Mobilfunkanbietern

August 2012

Autorinnen: Christina Schelhove, Cornelia Heydenreich

Redaktion: Daniela Baum

Titel-Layout: Dietmar Putscher

Bildnachweis Titelcollage:

Foto Mitte: Aleksandr Markin - 123rf.com (<http://123rf.com>),

Foto groß: Enginerd - Fotolia.com (<http://Fotolia.com>)

Herausgeber:

Germanwatch e.V.

Büro Berlin

Schiffbauerdamm 15

D-10117 Berlin

Tel. +49 (0)30 / 28 88 356-0

Fax +49 (0)30 / 28 88 356-1

Internet: www.germanwatch.org

E-mail: info@germanwatch.org

Büro Bonn

Dr. Werner-Schuster-Haus

Kaiserstr. 201

D-53113 Bonn

Tel. +49 (0)228 / 60 492-0

Fax +49 (0)228 / 60 492-19



Diese Studie wird im Rahmen des makeITfair-Projekts veröffentlicht.

makeITfair ist ein europäisches Projekt unter Koordination der niederländischen Organisation SOMO. makeITfair setzt sich europaweit für faire und grüne Elektronikgeräte ein.

Außerdem beleuchtet das Projekt die gesamte Entstehungskette von Handys, PCs und mp3-Playern vom Rohstoffabbau über die Produktion bis zum Recycling. Germanwatch

koordiniert die deutschen Aktivitäten von makeITfair. Weitere Informationen:

www.makeitfair.org.



ISBN: 978-3-943704-01-3

Bestellnummer: 12-4-04

Im Internet abrufbar unter: www.germanwatch.org/de/4956

Finanzierung:

Diese Veröffentlichung wurde mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union hergestellt. Für den Inhalt ist allein Germanwatch verantwortlich; der Inhalt kann in keiner Weise als Standpunkt der Europäischen Union angesehen werden.



INHALT

IMPRESSUM	2
INHALT	3
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	4
VORWORT	5
ZUSAMMENFASSUNG	7
1. MOBILFUNKANBIETER – EINE GLOBALE MARKTANALYSE	9
1.1 Weltweite Mobilfunkanschlüsse	9
1.2 Größte Mobilfunkanbieter weltweit	10
1.3 Der deutsche Mobilfunkmarkt	12
2. ÜBERBLICK ÜBER DIE SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN PROBLEME IN DER MOBILTELEFONINDUSTRIE	14
3. ENTWICKLUNGEN IM BEREICH UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG BEI DEN VIER GRÖßTEN MOBILFUNKANBIETERN IN DEUTSCHLAND	16
3.1 Die Rolle der Mobilfunkbranche beim Schutz von Menschenrechten und der Förderung von Nachhaltigkeit	16
3.2 Transparenz und Verantwortungsbewusstsein der Unternehmen innerhalb ihrer Zulieferkette	17
3.3 Verkaufsstrategien und nachhaltige Geschäftsmodelle	19
3.4 Energieverbrauch und Klimaschutz	23
3.5 Handy-Recycling und Wiederverwendung	28
3.6 Möglichkeiten und Grenzen unternehmerischer Freiwilligkeit	30
4. SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN FÜR DEN DEUTSCHEN MOBILFUNKMARKT	32
ANHANG: FRAGEBOGEN	38

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

CSR	Corporate Social Responsibility = Unternehmensverantwortung
EICC	Electronic Industry Citizenship Coalition
E-TASC	Electronics – Tool for Accountable Supply Chains
GeSI	Global e-Sustainability Initiative
GPS	Global Positioning System = Globales Positionsbestimmungssystem
GSM	Global Standard for Mobile Communications = Globales System für mobile Kommunikation (digitaler Mobilfunkstandard der zweiten Generation)
GWh	Gigawattstunde
HSDPA	Highspeed Downlink Package Access = Hochgeschwindigkeitspaketzugang in Empfangsrichtung (Datenübertragungsverfahren des UMTS-Mobilfunkstandards)
ICT	Information and Communication Technology = Informations- und Kommunikationstechnologie
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
IT	Information Technology = Informationstechnologie
ILO	International Labour Organization = Internationale Arbeitsorganisation
ITU	International Telecommunication Union = Internationale Fernmeldeunion
LTE	Long-Term-Evolution = langfristige Entwicklung (Mobilfunkstandard der vierten Generation, der auf eine langfristige Weiterentwicklung ausgelegt ist)
NGO	Non-governmental organization = Nichtregierungsorganisation
PPA	Public-Private Alliance for Responsible Minerals Trade = Öffentlich-private Allianz für einen verantwortungsvollen Mineralienhandel
RECS	Renewable Energy Certificate System = Zertifizierungssystem für Erneuerbare Energien
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System = Universelles mobiles Telekommunikations-System (Mobilfunkstandard der dritten Generation)
UN	United Nations = Vereinte Nationen

VORWORT

Im Oktober 2009 gab Germanwatch im Rahmen des makeITfair¹ Projektes eine vergleichende Studie zur Unternehmensverantwortung von deutschen und europäischen Mobilfunkanbietern mit dem Titel „Faire Handys im Angebot?“ heraus. Für die Studie hatten makeITfair-Partner die größten Mobilfunkanbieter aus Deutschland, Finnland, den Niederlanden und Schweden zu ihrer Verantwortung bezüglich sozialer und ökologischer Probleme in der Lieferkette und dem gesamten Lebenszyklus von Handys befragt. Die Untersuchung zeigte, dass erhebliches Verbesserungspotenzial entlang der gesamten Wertschöpfungskette besteht, um Handys „fair“ und „grün“ zu gestalten: beim Design von Handys, beim Produktionsprozess, beim Marketing und dem Recycling.

Im Jahr 2010 trug Germanwatch die Forderung nach mehr Unternehmensverantwortung bei den Mobilfunkanbietern direkt an die Geschäftsführungen der Unternehmen heran. Mehr als 10.000 VerbraucherInnen beteiligten sich an der Postkartenaktion „Ich will ein faires und grünes Handy“ und forderten durch ihre Unterschrift die Unternehmen zum Handeln auf. Die Postkarten schickte Germanwatch gemeinsam mit den makeITfair-Partnern direkt an die Vorstandsvorsitzenden der Mobilfunkunternehmen. Um zu verfolgen, wie sich die Unternehmensverantwortung der Mobilfunkanbieter seit diesen Aktionen entwickelt hat, führte Germanwatch nun diese Folgestudie durch.

Wesentliche Forderungen der ersten Studie waren: Neue Marketingstrategien für mehr Nachhaltigkeit, Verantwortung für die Rücknahme alter Mobiltelefone sowie Transparenz in der Verantwortung der Lieferkette. Im Folgenden werden diese drei Forderungen kurz erläutert:

Neue Marketingstrategien für mehr Nachhaltigkeit bei Mobiltelefonen

Die Untersuchung im Jahr 2009 hatte gezeigt, dass es rundum umweltfreundliche und sozial verträgliche Mobiltelefone noch nicht gibt. Daher empfahl die Studie, Mobiltelefone so lange wie möglich zu nutzen. So würden sich ihre ökologischen und sozialen Auswirkungen auf eine längere Nutzungsdauer verteilen. Mobilfunkanbieter sollten deshalb Strategien und Geschäftsmodelle entwickeln, die eine lange Nutzung von Mobiltelefonen fördern. Als ein positives Beispiel war die Einführung von sogenannten SIM-Only Tarifen zu sehen, bei denen der Kunde bei Vertragsabschluss kein neues Handy erhält. Zudem sollten Mobilfunkanbieter ihre Kunden dazu auffordern, beim Kauf eines neuen Handys ihr altes Gerät zurückzugeben. Auch ein verstärktes Angebot von Reparaturleistungen oder der vergünstigte Verkauf von gebrauchten Mobiltelefonen könnten zur längeren Nutzung der Geräte beitragen. Daneben sollten Mobilfunkanbieter Transparenz bezüglich der Nachhaltigkeit ihrer angebotenen Produkte zeigen und ihre Kunden darüber informieren, wie sozial und ökologisch verträglich die Mobiltelefone jeweils sind.

Verantwortung für die Rücknahme alter Mobiltelefone

Zwar hatten alle Mobilfunkanbieter Rücknahmeprogramme für alte Mobiltelefone eingerichtet, die Anzahl der zurückgegebenen Geräte war jedoch verschwindend gering. Viele Mobilfunkanbieter sahen ein mangelndes Bewusstsein der Verbraucher als Grund an. Vor diesem Hintergrund empfahl die Studie gemeinsame Informationskampagnen der Mobilfunkanbieter, um Verbraucher bezüglich Rückgabe und Recycling alter Mobiltelefone zu sensibilisieren. Generell sollten Mobilfunkanbieter beim Thema Handyrückgabe eine aktivere Rolle einnehmen und ihre Kunden beim Kauf eines neuen Mobilfunkgeräts dazu ermuntern, ihr altes Gerät zurückzugeben.

Transparenz und Verantwortung in der Lieferkette

Mobilfunkanbieter spielen eine wichtige Rolle dabei, die Einhaltung von sozialen und ökologischen Standards in der Lieferkette zu sichern, da sie eine Vielzahl von Mobilfunkgeräten an Kunden verkaufen. Sie zeigten jedoch kaum Transparenz bezüglich ihrer größten Zulieferer und ihren Bemühungen, die Arbeits-

¹ makeITfair ist ein europäisches Projekt, das auf ökologische und soziale Probleme in der Wertschöpfungskette von Produkten der Unterhaltungselektronik aufmerksam machen will. Für weitere Informationen: www.makeitfair.org

bedingungen in der Lieferkette zu verbessern. So nannte die Mehrheit der Anbieter keine konkreten Zahlen zu Anzahl und Ergebnissen von Audits bei ihren Zulieferern. Mobilfunkanbieter sollten bei den Herstellern die Entwicklung nachhaltigerer Produkte anregen und in der Lieferkette Verantwortung dafür übernehmen, dass ihre Zulieferer bei der Produktion der Mobiltelefone Menschen- und Arbeitsrechte sowie ökologische Standards einhalten. Audits bei den Lieferanten vor Ort sind hierzu ein wichtiges Mittel.

Insgesamt hatte die Untersuchung im Jahr 2009 gezeigt, dass die Mobilfunkindustrie noch lange nicht „fair“ oder „grün“ ist. Germanwatch untersucht in dieser Folgestudie, welche Entwicklungen und Fortschritte bezüglich der Unternehmensverantwortung von deutschen Mobilfunkherstellern seit 2009 zu verzeichnen sind. Die Informationen basieren wie bereits im Jahr 2009 auf öffentlich zugänglichen Informationen aus Unternehmenswebsites und Corporate-Social-Responsibility- oder Nachhaltigkeitsberichten sowie auf einer Befragung der vier größten Mobilfunkanbieter in Deutschland: Deutsche Telekom, Vodafone, E-Plus sowie Telefónica Germany mit seiner Produktmarke O₂.

ZUSAMMENFASSUNG

Nach Angaben der Internationalen Fernmeldeunion (ITU) gab es im Jahr 2011 weltweit fast sechs Milliarden registrierte Mobilfunkanschlüsse. Damit verfügen im Durchschnitt 87 Prozent der Weltbevölkerung über einen registrierten Mobilfunkanschluss.² Da Mobilfunkanbieter vielfach mit dem Vertrag auch ein Handy an ihre Kunden verkaufen, haben sie eine Mitverantwortung für die sozialen und ökologischen Bedingungen in der IT-Industrie.

Aus diesem Grund veröffentlichte Germanwatch mit den Partnerorganisationen des europäischen Projektes makeITfair im Oktober 2009 eine vergleichende Studie zur Unternehmensverantwortung von deutschen und europäischen Mobilfunkanbietern. Die Untersuchung zeigte, dass großer Verbesserungsbedarf entlang der gesamten Wertschöpfungskette besteht, um Handys fair und umweltfreundlich zu gestalten: bei Design, Produktion, Marketing sowie Recycling. Die Studie und eine Postkartenaktion im Jahr 2010 trugen dazu bei, dass die Mobilfunkanbieter zu diesen Themen stärker aktiv wurden. In einer Folgestudie hat Germanwatch nun erneut die vier größten Mobilfunkanbieter in Deutschland – Deutsche Telekom, E-Plus, Telefónica Germany und Vodafone – zu ihrem Engagement für Menschenrechte und mehr Nachhaltigkeit in der Mobilfunkbranche untersucht.

Die Studie zeigt, dass Mobilfunkanbieter zunehmend Verantwortung für die sozialen und ökologischen Probleme in der Mobilfunkbranche anerkennen und Maßnahmen zur Verbesserung ergreifen. Von einer nachhaltigen Branche und von fairen und ökologischen Handys sind wir allerdings nach wie vor weit entfernt.

Verantwortung in der Lieferkette

In der Lieferkette wurden Unternehmen verstärkt aktiv. Alle erhöhten die Anzahl der Audits bei ihren Lieferanten. Die „Joint Audit Cooperation“, eine freiwillige Initiative europäischer Mobilfunkanbieter, auditiert Lieferanten bereits gemeinsam. Solange diese Audits jedoch nur die erste Zulieferstufe umfassen, nehmen sie viele Probleme der Branche gar nicht in den Blick. Zudem reichen Audits allein nicht aus – für wirksame Verbesserungen vor Ort müssen Arbeitnehmerrechte, vor allem Gewerkschaftsfreiheit und Kollektivverhandlungen, gestärkt werden. Ein wichtiger Einflussfaktor für Mobilfunkanbieter ebenso wie für Herstellerfirmen sind ihre Einkaufspraktiken, über die sie faire Bedingungen in der Lieferkette ermöglichen oder auch unterminieren können.

Verkaufsstrategien

Alle Unternehmen starteten Initiativen, um ihre angebotenen Mobiltelefone bezüglich sozialer und ökologischer Kriterien zu bewerten. So können Kunden von Telefónica Germany seit 2011 den Eco Index beim Kauf eines Mobiltelefons als Orientierung nutzen. E-Plus hat in Kooperation mit dem Naturschutzbund ebenfalls ein Handy-Ranking vorgenommen. Die Ansätze von Vodafone und der Deutschen Telekom befinden sich noch in der Umsetzungsphase. Diese Initiativen, die dem Verbraucher Orientierung zu fairen und ökologischen Fragen geben wollen, stiften jedoch leicht Verwirrung: die Rankings sind unterschiedlich aufgebaut und führen zu verschiedenen Bewertungen von Mobiltelefonen. Ein Kernproblem der Rankings besteht zudem darin, dass die Bewertungen ausschließlich oder stark auf Herstellerangaben beruhen und demnach nicht unabhängig sind. Ein Vorhaben auf internationaler Ebene zu einer gemeinsamen Bewertung von Handys soll immerhin eines der Probleme adressieren.

Um die Mobilfunkbranche nachhaltig zu gestalten, müssen bereits die Geschäftsmodelle Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigen. Ein Ansatz sind sogenannte SIM-Only-Tarife, das heißt Mobilfunkverträge ohne gleichzeitigen Handyverkauf. Sie motivieren den Kunden, das Handy länger zu nutzen. Die Mobilfunkanbieter bewerben diese Tarife jedoch zu wenig und haben darüber hinaus kaum nachhaltige Geschäftsmodelle entwickelt.

² ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2011/Mobile_cellular_01-11_2.xls

Energieverbrauch und Klimaschutz

Mobilfunkanbieter benötigen durch den Betrieb ihrer Netze viel Energie. Bereits bei der ersten Befragung hatten alle Mobilfunkanbieter die Energieeffizienz ihrer Netze als Herausforderung erkannt und wurden hierzu tätig. Darüber hinaus haben alle Anbieter Ziele zur Senkung ihrer CO₂-Emissionen oder ihres Energieverbrauchs, die allerdings aufgrund der unterschiedlichen Bezugsgrößen nur schwer miteinander zu vergleichen sind. Bezüglich Strom aus regenerativen Energien ist noch viel zu tun: Wie bereits bei unserer letzten Befragung bezieht derzeit kein Mobilfunkanbieter seinen Strom vollständig oder fast ausschließlich aus Erneuerbaren Energien.

Recycling und Wiederverwertung

Wenige Fortschritte sind auch bei den Sammelquoten alter Handys zu verzeichnen. Sie stagnieren zum Teil auf sehr niedrigem Niveau. Die Deutsche Telekom ist Vorreiter und hat in den vergangenen zwei Jahren über eine Million Handys eingesammelt – allerdings mit einem hohen Aufwand an Öffentlichkeitsarbeit. Den Großteil der eingesammelten Geräte lässt die Deutsche Telekom jedoch direkt recyceln anstatt sie für die Weiternutzung wiederaufzubereiten. Hier besteht noch Handlungsbedarf: neben der Rücknahme von alten Mobiltelefonen müssen Mobilfunkanbieter auch Konzepte zur längeren Nutzung von Handys entwickeln. Zudem tragen Mobilfunkanbieter auch Verantwortung dafür, dass in Entwicklungsländern weitergenutzte Geräte fachgerecht zu recyceln sind.

Geringes Verbraucherinteresse

Generell beklagen die Mobilfunkanbieter ein geringes Interesse der Kunden für sozial und ökologisch verträgliche Mobiltelefone. Während Nachhaltigkeit in der Lebensmittel- oder Textilbranche für viele Verbraucher wichtig ist, interessieren sie sich bei Handys stärker für funktionelle Eigenschaften. Wenn Kunden „grüne“ und „faire“ Handys nicht nachfragen, sehen Mobilfunkanbieter nur begrenzten Spielraum für ihr freiwilliges Engagement.

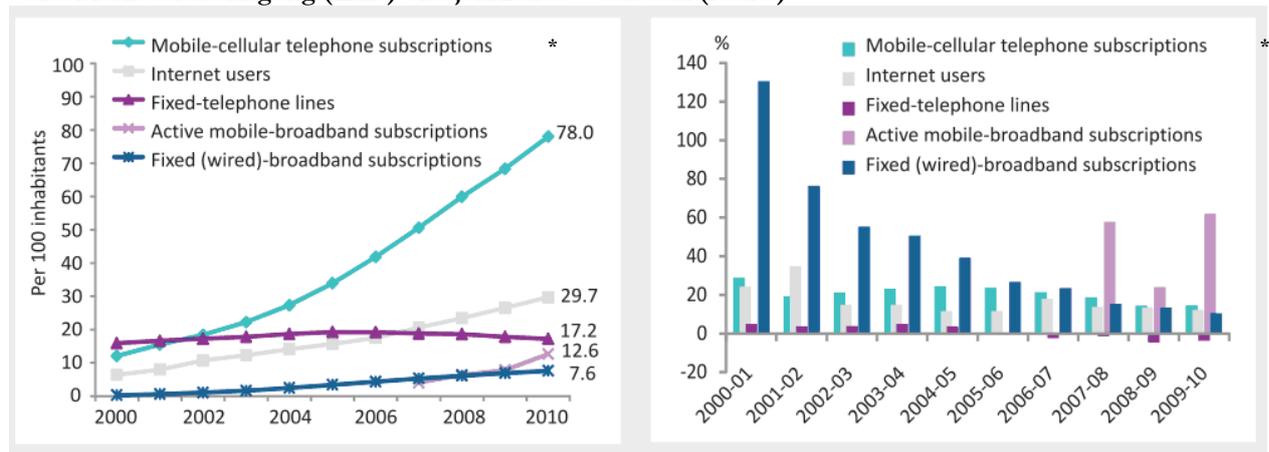
Daher ist bei den oben genannten Themenfeldern auch die Politik gefragt, mit intelligenten gesetzlichen Rahmenseetzungen Impulse zu setzen und den Weg in eine nachhaltige und faire Mobilfunkindustrie zu ebnen.

1. MOBILFUNKANBIETER – EINE GLOBALE MARKTANALYSE

1.1 Weltweite Mobilfunkanschlüsse

Die Telekommunikationsindustrie erlebte in den letzten zehn Jahren einen wahren Boom. Für das Jahr 2011 bezifferte die Internationale Fernmeldeunion (ITU) die Zahl der registrierten Mobilfunkanschlüsse weltweit auf 5,972 Milliarden.³ Dies entspricht einer globalen Marktdurchdringung von 87 Prozent, das heißt im Durchschnitt verfügen 87 Prozent der Weltbevölkerung über einen registrierten Mobilfunkanschluss.⁴ Allein zwischen 2008 und 2011 stieg die Zahl der registrierten Mobiltelefone von 4,1 Milliarden auf fast 6 Milliarden, was einer Zunahme von 48 Prozent entspricht.⁵ Verglichen mit der weltweiten Marktdurchdringung im Jahr 1998, als die ITU 318 Millionen Mobilfunkanschlüsse registrierte, hat sich die Anzahl fast verzwanzigfacht.^{6,7} Im Gegensatz dazu nimmt die Anzahl der Festnetzanschlüsse seit 2006 kontinuierlich ab.⁸ Nur 16,6 Prozent der Weltbevölkerung besaßen 2011 noch einen Festnetzanschluss.⁹

Abbildung 1: Weltweite Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologie, 2000-2010 Weltweite Marktdurchdringung (links) und jährliches Wachstum (rechts)



* Mobilfunkanschlüsse; Internetnutzer; Festnetzanschlüsse; Mobile Breitband-Kunden; Festnetzbreitband-Kunden

Quelle: International Telecommunication Union (2011): Measuring the Information Society, Seite 1.

Trotz der jährlich wachsenden weltweiten Marktdurchdringung von Mobiltelefonen sind die Unterschiede zwischen Industriestaaten und Entwicklungsländern noch genauso groß wie vor zehn Jahren. Während ein Mensch in den Industriestaaten mit einer Marktdurchdringung von 122 Prozent im Jahr 2011 durchschnittlich mehr als einen Mobilfunkanschluss besitzt, hat in den Entwicklungsländern bei einer Marktdurchdringung von 78 Prozent nicht jeder einen Mobilfunkvertrag.¹⁰ Umso größer erscheint die Diskrepanz, wenn man die Marktdurchdringungsrate von Afrika mit 53 Prozent betrachtet: Hier ist nur etwas

³ ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/keytelecom.html

⁴ ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2011/Mobile_cellular_01-11_2.xls

⁵ ebd.

⁶ makeITfair (2009): Faire Handys im Angebot? Vergleichende Studie zur Unternehmensverantwortung von deutschen und europäischen Mobilfunkanbietern, S. 12

⁷ ITU (2012): The World in 2011: ICT Facts and Figures; <http://www.itu.int/ITU-D/ict/facts/2011/material/ICTFactsFigures2011.pdf>

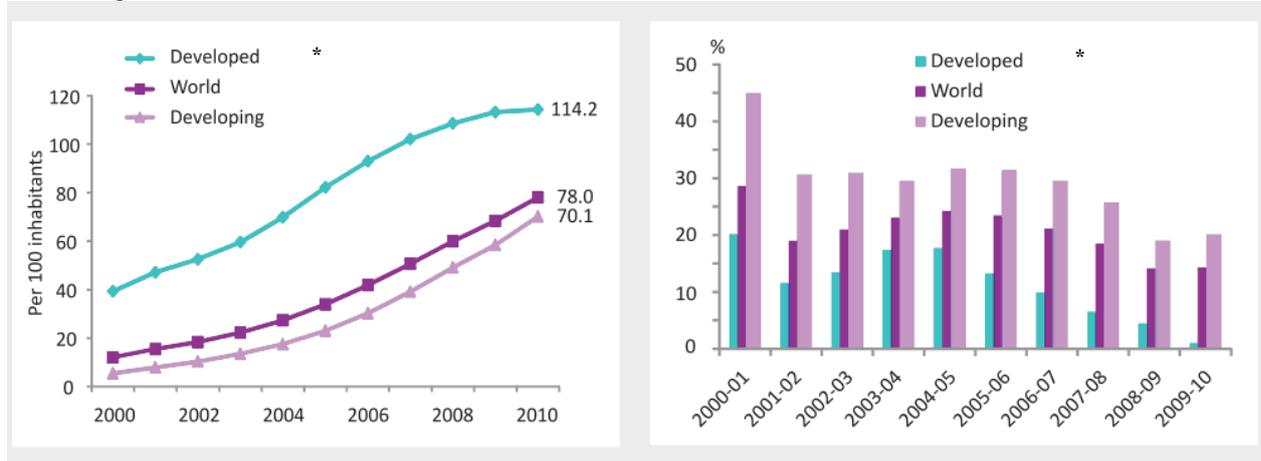
⁸ ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2011/Global_ICT_Dev_01-11.xls

⁹ ebd.

¹⁰ ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/excel/2011/Mobile_cellular_01-11.xls

mehr als jeder Zweite im Besitz eines registrierten Mobiltelefons.¹¹ Diese Zahlen verdeutlichen das erhebliche Ungleichgewicht auf dem internationalen Mobilfunkmarkt. Während die Märkte in den Industrienationen weitgehend (über)sättigt sind und nur langsame Wachstumsraten über die Nutzung von Zweit- und Drittgeräten sowie Smartphones generieren, sieht die ITU in den Entwicklungsländern mit relativ konstanten Zuwachsraten von 20 Prozent noch erhebliches Wachstumspotenzial.¹²

Abbildung 2: Weltweite Mobilfunkanschlüsse 2000-2010



* Industrieländer; Welt insgesamt; Entwicklungsländer

Quelle: International Telecommunication Union (2011): Measuring the Information Society, Seite 2.

1.2 Größte Mobilfunkanbieter weltweit

Die (Über)sättigung der Mobilfunkmärkte in den Industrienationen und gleichzeitig enorme Wachstumsraten in Entwicklungs- und Schwellenländern spiegeln sich auch bei der Aufteilung der größten Mobilfunkanbieter weltweit wider: Mobilfunkanbieter aus Industrienationen wurden von rasant wachsenden Anbietern aus Schwellenländern von ihrer Position unter den Top 10 verdrängt.

Wie bereits im Jahr 2008 sind zwei chinesische Unternehmen unter den weltweiten Marktführern. China Mobile nimmt weiterhin die Marktführerschaft ein. Bei allen Unternehmen, die von 2008 bis 2011 zur Riege der zehn weltweiten Marktführer hinzukamen, handelt es sich um Mobilfunkanbieter aus Schwellenländern, die dort vom großen Marktpotenzial profitieren. So haben Bharti Airtel und Reliance Communications aus Indien, VimpelCom aus Russland und die MTN Gruppe mit Hauptsitz in Südafrika ihren Marktanteil so stark ausgeweitet, dass sie heute zu den zehn größten Mobilfunkanbietern weltweit gehören.

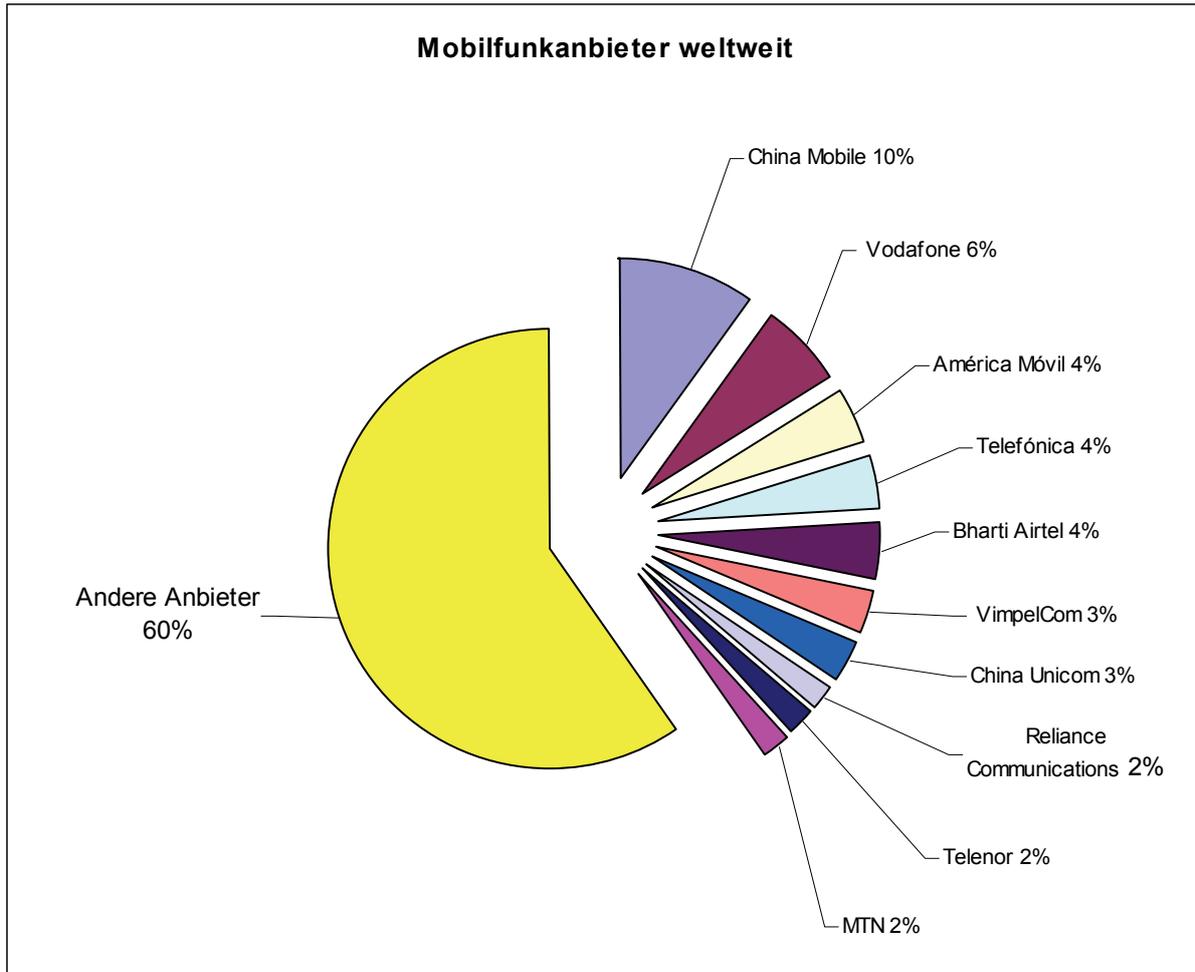
Insgesamt nahm die Marktmacht der zehn größten Mobilfunkanbieter von 2008 bis 2011 leicht ab: sie verfügen zusammen über 40 Prozent der Marktanteile – gegenüber 46 Prozent im Jahr 2008.¹³

¹¹ ITU (2012): http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/keytelecom.html

¹² ITU (2012): Measuring the Information Society 2011, S. 1; <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/index.html>

¹³ Kalkulation basiert auf dem Ranking der GSMA (<http://www.mobilebusinessbriefing.com/articles/top-20-global-mobile-operator-groups-by-connections/18668/>) aus dem Jahr 2011 und den Informationen der ITU (http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/keytelecom.html) bezüglich der gesamten Mobilfunkanschlüsse aus dem Jahr 2011 (5.972.000.000 Mobilfunkanschlüsse).

Abbildung 3: Die größten Mobilfunkanbieter weltweit 2011 (nach Kundenanzahl)



Quelle: GSMA (2011)¹⁴

Abgesehen vom Mobilfunkanbieter China Unicom, der nur in China operiert, sind alle anderen der zehn größten Mobilfunkunternehmen international auf mehreren Märkten aktiv.

Diese Studie untersucht die vier größten Mobilfunkanbieter in Deutschland, die auch bereits bei der ersten Studie im Jahr 2009 befragt wurden. Unter den „Global Playern“ befinden sich jedoch in diesem Jahr nur noch zwei davon: Vodafone belegt im internationalen Ranking wie im Jahr 2008 den zweiten Platz, Telefónica ist vom dritten auf den vierten Platz zurückgefallen. Die Deutsche Telekom, die im Jahr 2008 noch zu den zehn größten Mobilfunkanbietern gehörte, hat aufgrund des starken Wachstums von Anbietern aus Schwellenländern ihre Position unter den zehn Marktführern verloren. Sie nahm im Jahr 2011 den 14. Platz ein.¹⁵

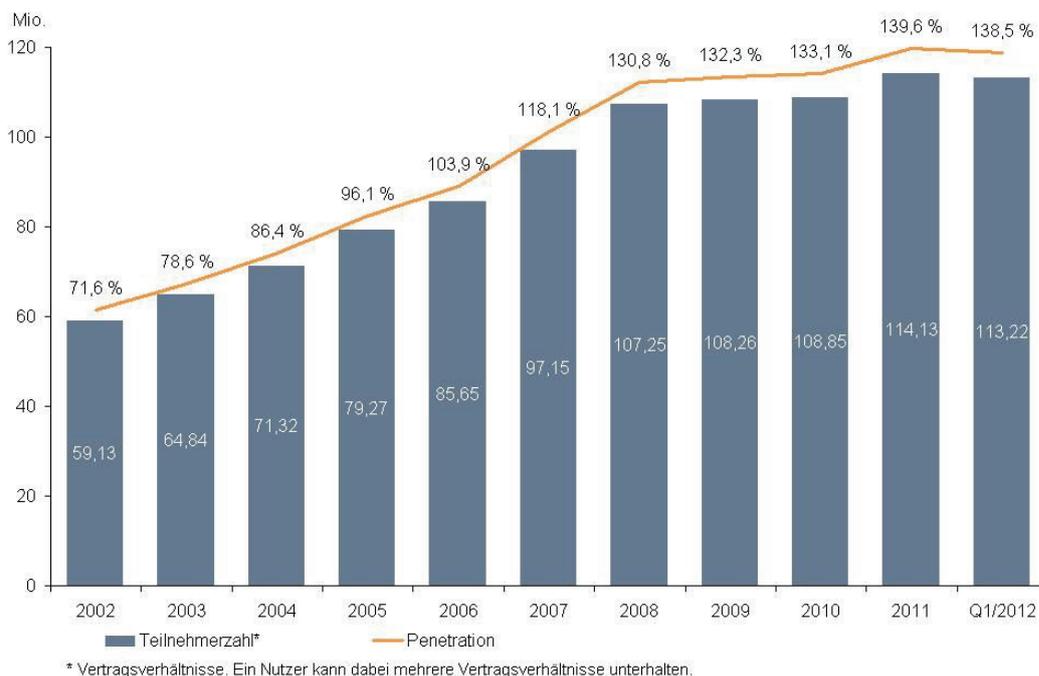
¹⁴ GSMA (2011); <http://www.mobilebusinessbriefing.com/articles/top-20-global-mobile-operator-groups-by-connections/18668/>

¹⁵ ebd.

1.3 Der deutsche Mobilfunkmarkt

Der deutsche Mobilfunkmarkt ist weitgehend gesättigt. Zwischen 2009 und 2011 stieg die Anzahl der registrierten Mobilfunkanschlüsse zwar von 108 auf 112 Millionen an, die Wachstumsrate betrug damit jedoch nur 3,5 Prozent.¹⁶ Im Vergleich zu einem Marktwachstum von 26 Prozent zwischen 2006 und 2009 wuchs der Markt in den letzten drei Jahren erheblich langsamer.¹⁷ Die Marktdurchdringungsrate ist in Deutschland von 132 Prozent in 2009 auf 137 Prozent in 2011 weiter leicht angestiegen. Dies bedeutet, dass mittlerweile durchschnittlich jeder deutsche Bundesbürger mehr als einen Mobilfunkanschluss nutzt. Absolut betrachtet besitzen jedoch nur 83 Prozent der Deutschen ein Handy, was bestätigt, dass es offensichtlich einen Trend zur Nutzung mehrerer Mobilfunkanschlüsse gibt.¹⁸

Abbildung 4: Teilnehmer und Penetration in deutschen Mobilfunknetzen, 2002 - 2012



Quelle: Bundesnetzagentur (2011): Tätigkeitsbericht 2010/2011 für den Bereich Telekommunikation¹⁹

Der deutsche Mobilfunkmarkt zeichnet sich durch eine abnehmende Marktkonzentration sowie eine zunehmende Wettbewerbsintensität aus. Zwischen 2008 und 2011 verloren die beiden größten Mobilfunkanbieter, T-Mobile der Deutschen Telekom und Vodafone, Marktanteile, wohingegen die kleineren Anbieter E-Plus und Telefónica Germany ihre Position im Markt verbessern konnten. Die Deutsche Telekom mit T-Mobile, bis zum Jahr 1998 ein Staatsunternehmen mit einem Monopol auf dem deutschen Mobilfunkmarkt, verlor im Jahr 2010 zum ersten Mal seine Marktführerschaft. Auch wenn die Unterschiede in den Marktanteilen gering sind, nimmt Vodafone Ende 2011 mit 32,9 Prozent der Marktanteile die Führerschaft vor T-Mobile mit 31,2 Prozent der Anteile im Markt ein. E-Plus ist der drittgrößte Mobilfunkanbieter mit einem Marktanteil von 19,8 Prozent und Telefónica Germany belegt im deutschen Mobilfunkmarkt den vierten Platz mit einem Anteil von 16,2 Prozent am Mobilfunkmarkt.

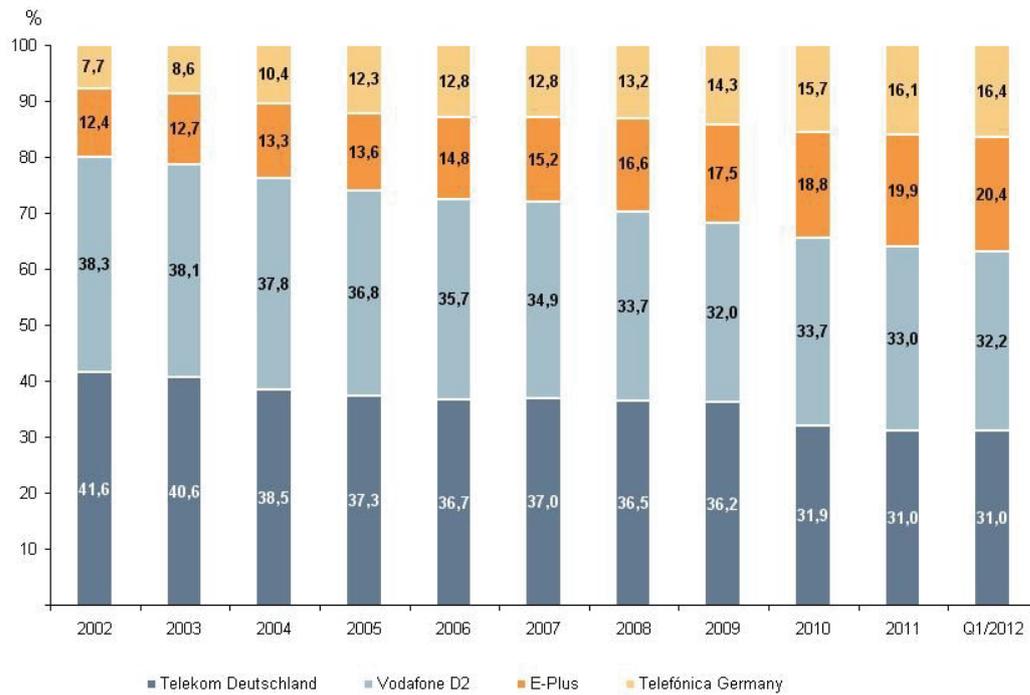
¹⁶ Bundesnetzagentur (2011): Tätigkeitsbericht 2010/2011 für den Bereich Telekommunikation; http://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/BNNetzA/Presse/Berichte/2011/TaetigkeitsberichtTK20102011pdf.pdf?__blob=publicationFile, S. 50

¹⁷ Bundesnetzagentur (2011): Tätigkeitsbericht 2010/2011 für den Bereich Telekommunikation; http://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/BNNetzA/Presse/Berichte/2011/TaetigkeitsberichtTK20102011pdf.pdf?__blob=publicationFile, S. 50

¹⁸ BITKOM Pressemitteilung (02.08.2011); http://www.bitkom.org/de/presse/70864_68882.aspx

¹⁹ http://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/BNNetzA/Presse/Berichte/2011/TaetigkeitsberichtTK20102011pdf.pdf?__blob=publicationFile, S. 50

Abbildung 5: Marktanteile der vier größten Mobilfunkanbieter Deutschlands, 2002-2012



Quelle: Bundesnetzagentur (2011): Tätigkeitsbericht 2010/2011 für den Bereich Telekommunikation²⁰

²⁰ http://www.bundesnetzagentur.de/SharedDocs/Downloads/DE/BNetzA/Presse/Berichte/2011/TaetigkeitsberichtTK20102011pdf.pdf?__blob=publicationFile, S. 51

2. ÜBERBLICK ÜBER DIE SOZIALEN UND ÖKOLOGISCHEN PROBLEME IN DER MOBILTELEFONINDUSTRIE

Die Mobiltelefonindustrie hat sich von den Einbrüchen in den Verkaufszahlen durch die Weltwirtschaftskrise bereits wieder erholt und verzeichnet hohe Wachstumsraten. Im Jahr 2011 wurden 1,546 Milliarden Mobiltelefone weltweit verkauft.²¹ Im Vergleich zum Jahr 2008 beträgt die Steigerung der Verkaufszahlen 31 Prozent.²² Dazu trug insbesondere eine stetig wachsende Nachfrage nach GPS und internetfähigen Smartphones bei. Jedes dritte verkaufte Mobiltelefon ist bereits ein Smartphone.²³ Nach Prognosen der International Data Corporation (IDC) werden die Verkaufszahlen von Mobiltelefonen auch in den nächsten Jahren weiter steigen. Den Schätzungen zufolge werden im Jahr 2015 insgesamt 2,1 Milliarden Mobiltelefone verkauft.²⁴ Dies entspricht einem jährlichen Wachstum von 8,4 Prozent von 2010 bis 2015.²⁵

In der Vorgängerstudie von 2009 wurde ausführlich über die sozialen und ökologischen Probleme in der Wertschöpfungskette von Mobiltelefonen berichtet. Obgleich innerhalb der letzten drei Jahre einige Verbesserungen zu verzeichnen sind, hat sich an der Gesamtsituation jedoch leider nur wenig verändert. Im Folgenden werden die Probleme zusammenfassend noch einmal erläutert.

Niedrige Löhne und gewerkschaftsfeindliche Praktiken in der Produktion

Viele Handys werden nicht von den Handy-Markenfirmen direkt produziert sondern von Vertragsherstellern. Im Jahr 2007 haben Vertragshersteller wie Flextronics, Foxconn und BenQ 30,1 Prozent aller Handys entworfen oder hergestellt.²⁶ Dieser Anteil verringerte sich im Jahre 2010 auf 26,5 Prozent,²⁷ an den Arbeitsbedingungen in der Handyproduktion veränderte sich jedoch wenig. Frühere makeITfair-Studien über Arbeitsbedingungen in Produktionsstätten moderner Unterhaltungselektronik in China und den Philippinen legten die zahlreichen Probleme bei der Herstellung von IT-Geräten offen: niedrige Löhne, exzessive Überstunden, die Verletzung des Vereinigungs- und Gewerkschaftsrechts, Probleme mit Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz sowie wachsende Arbeitsplatzunsicherheit aufgrund von Zeitverträgen und Zeitarbeitsfirmen.²⁸ Nach einer ersten Bestandsaufnahme über die Probleme bei der Produktion moderner Unterhaltungselektronik in Asien hatte makeITfair zum Beispiel im Jahr 2010 vier Fabriken in China, die Spielekonsolen und MP3 Player herstellen, erneut untersucht. Es zeigte sich, dass seit der ersten Untersuchung im Jahr 2008 zwar Verbesserungen zu verzeichnen sind, diese aber insgesamt noch nicht ausreichen: Löhne wurden zwar erhöht, aber sind noch immer nicht existenzsichernd, Überstunden wurden reduziert, aber überschreiten noch immer das rechtlich erlaubte Maximum, und es gibt zwar zunehmend Gewerkschaften, jedoch werden diese durch die Kommunistische Partei kontrolliert und zeigen folglich dem Arbeitgeber und der Regierung gegenüber mehr Loyalität als den ArbeitnehmerInnen.²⁹ Al-

²¹ IDC (2012): Pressemitteilung, 1. Februar 2012: Worldwide Mobile Phone Market Maintains Its Growth Trajectory in the Fourth Quarter Despite Soft Demand for Feature Phones, According to IDC, <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS23297412>

²² Eigene Kalkulation auf Basis der vom IDC (2012) bereitgestellten Daten; <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS23297412>

²³ IDC (2012): Pressemitteilung, 6. Februar 2012: Smartphone Market Hits All-Time Quarterly High Due To Seasonal Strength and Wider Variety of Offerings, According to IDC; <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS23299912>

²⁴ IDC (2012): Worldwide Mobile Phone 2011–2015 Forecast and Analysis; <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=227361>

²⁵ ebd.

²⁶ iSuppli Corp (2008): Outsourcing Strategies Separate Winners From Losers in the Mobile-Handset Market

²⁷ IHS iSuppli (2012): Pressemitteilung, 4. April 2012: Majority of Mobile Handsets to Continue Being Produced In-House, not Outsourced; <http://www.isuppli.com/Manufacturing-and-Pricing/MarketWatch/pages/Majority-of-Mobile-Handsets-to-Continue-Being-Produced-In-House,-Not-Outsourced.aspx>

²⁸ Die entsprechenden Studien können unter www.makeitfair.org kostenlos herunter geladen werden.

²⁹ makeITfair (2011): Game Console and Music Player Production in China: A Follow-Up Report on four suppliers in Guangdong; <http://makeitfair.org/de/die-fakten/en/the-facts/reports/game-console-and-music-player-production-in-china>

lein diese Untersuchung im Rahmen von makeITfair zeigte, dass Verbesserungen längst nicht weit genug greifen. Zudem sei angemerkt, dass hier lediglich vier Fabriken untersucht wurden, die durch die vorausgehenden Recherchen bereits im Fokus der Aufmerksamkeit lagen. Für grundlegende Verbesserungen bei den Arbeitsbedingungen müssen ArbeiterInnen über ihre Rechte umfangreich informiert werden und sich durch Gewerkschaften uneingeschränkt organisieren und äußern können.

Rohstoffabbau unter gefährlichen Bedingungen

Die Mobiltelefonindustrie ist ein großer Abnehmer von Rohstoffen. So enthält ein einziges Mobiltelefon bereits bis zu 30 verschiedene Metalle. Die Probleme beim Rohstoffabbau in Entwicklungsländern sind vielfältig. Sie reichen von Kinderarbeit in den Minen über die Verseuchung von Ackerland und Flüssen bis hin zur Anheizung von Bürgerkriegen durch Gewinne aus dem Bergbau wie im Fall der DR Kongo.³⁰ Es gab jedoch auch erste Erfolge: Die Mobilfunkanbieter erkannten eine Mitverantwortung für die Situation in den Entwicklungsländern an und starteten auf Ebene der Unternehmensverbände Global e-Sustainability Initiative (GeSI) und Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC) Pilotprojekte zur Zurückverfolgung der Metalle bis zu den Minen. Bewegung kam zudem in die Sache, als die USA im Juli 2010 den „Dodd-Frank-Act“ unterzeichnete. Das neue Gesetz verbietet es Unternehmen, Produkte in die USA einzuführen, in denen Rohstoffe aus Konfliktregionen verbaut sind. Allerdings sollte es nicht darum gehen, zukünftig gar keine Rohstoffe mehr aus Ländern wie der DR Kongo zu beziehen, denn dies hätte für die Menschen, die vom Rohstoffabbau leben, ebenso folgenschwere Auswirkungen.

Umweltauswirkungen von Mobiltelefonen

Mobiltelefone haben über ihren gesamten Lebenszyklus erhebliche Auswirkungen auf die Umwelt. In Zeiten eines weltweit steigenden Konsums von Elektronikartikeln und immer kürzer werdenden Nutzungsphasen von Geräten gewinnt insbesondere das Recycling alter Geräte an Bedeutung. Die Vereinten Nationen (UN) schätzen, dass jährlich etwa 50 Millionen Tonnen Elektroschrott entstehen.³¹ Mobiltelefone enthalten trotz ihrer kleinen Größe viele wertvolle Metalle und gleichzeitig potenziell gefährliche Inhaltsstoffe. Deshalb ist es wichtig, Handys fachgerecht zu recyceln. Würden alle alten Handys fachgerecht recycelt, müssten weniger Metalle abgebaut werden und giftige Substanzen aus den Geräten würden nicht mehr die Umwelt schädigen. Ein Großteil der ausgedienten Elektronikgeräte aus den Industrieländern landet in Entwicklungsländern und wird dort zu einem enormen Problem.³² Dort mangelt es an einem angemessenen Recycling- und Abfallsystem, sodass das Recycling unter primitivsten Bedingungen erfolgt. Toxische Substanzen aus den Mobiltelefonen schädigen dabei die Gesundheit der Menschen und verseuchen Land und Flüsse. Ziel muss es deshalb sein, umweltfreundlichere Mobiltelefone zu produzieren, die einfacher zu recyceln sind. Zudem müssen Mobilfunkanbieter auch Verantwortung für eine sachgerechte Entsorgung der Mobiltelefone übernehmen. Hierzu muss eine globale Kreislaufwirtschaft geschaffen werden, die die sozialen, ökologischen und ökonomischen Aspekte in den Entwicklungs-, Schwellen- und Industrieländern gleichermaßen beachtet.

³⁰ Studien zum Rohstoffabbau sind zu finden unter: www.makeitfair.org

³¹ Greenpeace International (2008): Toxic Tech – Not in Our Backyard; S. 16

³² Studien zu Elektroschrott sind zu finden unter: www.makeitfair.org

3. ENTWICKLUNGEN IM BEREICH UNTERNEHMENS- VERANTWORTUNG BEI DEN VIER GRÖßTEN MOBILFUNK- ANBIETERN IN DEUTSCHLAND

Alle vier großen in Deutschland ansässigen Mobilfunkanbieter beteiligten sich an unserer Befragung. Die Deutsche Telekom, Vodafone und Telefónica Germany beantworteten unseren Fragebogen vollständig. E-Plus bearbeitete mit Verweis auf Kapazitätsengpässe nur einige Fragen. Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragung sowie weitere Informationen von Unternehmenswebseiten oder Corporate-Social-Responsibility-Berichten nach Themenblöcken vorgestellt.

3.1 Die Rolle der Mobilfunkbranche beim Schutz von Menschenrechten und der Förderung von Nachhaltigkeit

Unternehmen kommt eine wichtige Rolle dabei zu, Menschenrechte aktiv zu schützen und innerhalb ihrer Geschäftsaktivitäten nachhaltig zu wirtschaften. Als diesbezüglich größte Herausforderungen sehen alle Mobilfunkanbieter für ihre Branche die Einhaltung von Menschenrechten und Sozialstandards in der Lieferkette. Der Bezug von Rohstoffen aus Konfliktregionen wie beispielsweise der DR Kongo in Afrika besitzt ebenfalls eine hohe Wichtigkeit bei der Deutschen Telekom und Vodafone. Zudem erachten Vodafone und Telefónica Germany die Energieeffizienz der Netze sowie die Schonung von Ressourcen, z.B. durch die Weiternutzung und das Recycling ausgedienter Handys, als bedeutende Aufgaben. Als einziges Unternehmen nannte die Deutsche Telekom auch die Themen Datenschutz und Privatsphäre sowie Informations- und Kommunikationsfreiheit. Diese können bei Geschäftsaktivitäten in Ländern mit diktatorischen Regimes eine wichtige Rolle beim Schutz von Menschenrechten einnehmen.

Die Auseinandersetzung mit den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte

Die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte bilden den wichtigsten globalen Referenzrahmen für unternehmerische Verantwortung bezüglich Menschenrechten. Im Juni 2011 verabschiedete der UN-Menschenrechtsrat die UN-Leitprinzipien. In diesen ist neben der Schutzpflicht der Staaten auch eine menschenrechtliche Sorgfaltspflicht („Due Diligence“) von Unternehmen verankert. Im Rahmen dieser Sorgfaltspflicht sollen Unternehmen alle potenziellen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeiten auf Gesellschaft und Umwelt proaktiv prüfen. Die UN-Leitprinzipien sollen durch einen „intelligenten Mix“ aus freiwilligen Maßnahmen von Unternehmen und verbindlichen gesetzlichen Regelungen umgesetzt werden.

Drei der vier Mobilfunkunternehmen geben an, sich mit den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte auseinanderzusetzen bzw. diese aktiv zu unterstützen. Die Auseinandersetzung findet bei allen Unternehmen auf Ebene des Mutterkonzerns statt. Dies ist bei T-Mobile die Deutsche Telekom mit Hauptsitz in Bonn, bei Vodafone die britische Vodafone Group mit Hauptsitz in Newbury, Großbritannien, bei Telefónica Germany die spanische Muttergesellschaft Telefónica mit Hauptsitz in Madrid und bei der E-Plus-Gruppe der niederländische Konzern KPN mit Hauptsitz in Den Haag. Die Europäische Kommission lässt derzeit Empfehlungen erarbeiten, die konkretisieren, was die menschenrechtliche Sorgfaltspflicht für den Informations- und Telekommunikationssektor im Einzelnen bedeutet.³³ Hierbei bringen sich auch Unternehmen aus der Mobilfunkbranche ein.

Telefónica Germany gab bei unserer Befragung an, dass sich der Mutterkonzern Telefónica mit den UN-Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte auseinandersetze. So seien als Reaktion auf die im letzten Jahr verabschiedeten Leitprinzipien bereits Maßnahmen analysiert und priorisiert worden. Zudem habe Telefónica einen integrierten Aktionsplan erstellt und Unternehmensrichtlinien überprüft, Details hat das Unternehmen jedoch nicht benannt.

³³ Informationen zum Projekt siehe: <http://www.ihrb.org/project/eu-sector-guidance/un-guiding-principles.html>

Die **Deutsche Telekom** reagierte auf die Verabschiedung der UN-Leitprinzipien Anfang 2012 mit einer sogenannten „Gap-Analyse“ [Engl. Gap = Lücke]. Im Rahmen der Analyse überprüfte die Deutsche Telekom, inwiefern das Unternehmen seiner menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht bereits nachkommt und wo noch Handlungsbedarf besteht. Von den Ergebnissen der Analyse leitete die Deutsche Telekom konkrete Verbesserungsmaßnahmen ab, die zeitnah umgesetzt werden sollen. Die Deutsche Telekom plant beispielsweise einen zentralen Ansprechpartner für Menschenrechte einzusetzen, ein Beschwerdesystem für Menschenrechtsverletzungen zu schaffen sowie Trainingsmaßnahmen zum Thema Menschenrechte durchzuführen.

Vodafone antwortete sehr allgemein auf unsere Frage, dass das Unternehmen die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte in vollem Umfang unterstütze und seine Verantwortung zur Einhaltung der Menschenrechte Bestandteil der Unternehmensleitlinien sei. Da **E-Plus** unseren Fragebogen nur teilweise beantwortete, bleibt offen, inwiefern sich das Unternehmen bereits mit den UN-Leitprinzipien auseinandergesetzt hat.

Generell ist zu begrüßen, dass sich die Mobilfunkanbieter mit den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte auseinandersetzen. Entscheidend ist jedoch, dass aus der Auseinandersetzung auch konkrete Ergebnisse resultieren. Die Deutsche Telekom nimmt mit der Erstellung ihrer „Gap-Analyse“ eine Vorreiterrolle ein, der die anderen Mobilfunkanbieter folgen sollten. Die menschenrechtliche Sorgfaltspflicht ist jedoch eine fortlaufende Herausforderung und ist in alle wesentlichen unternehmensinternen Prozesse zu integrieren. Dafür besteht bei allen untersuchten Unternehmen noch Handlungsbedarf.

3.2 Transparenz und Verantwortungsbewusstsein der Unternehmen innerhalb ihrer Zulieferkette

Bereits bei unserer ersten Befragung im Jahr 2009 hatten die Mobilfunkanbieter eigene Verhaltenskodizes aufgestellt, die jetzt bei allen untersuchten Unternehmen für ihre Zulieferer auch verbindlich festgeschrieben sind. Alle Mobilfunkanbieter beziehen sich darin auf internationale Instrumente und Standards wie die ILO-Konventionen und die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der UN. Der Einkauf und die Auswahl von Lieferanten finden bei allen Anbietern auf Ebene des Mutterkonzerns bzw. durch eigenständige Einkaufsgesellschaften statt. Auch wenn noch nicht von nachhaltigen Beschaffungsstrategien gesprochen werden kann, sind Entwicklungen im Bereich Beschaffung zu verzeichnen. So nutzen alle befragten Anbieter das Electronics-Tool for Accountable Supply Chain (E-TASC). E-TASC ist ein von der GeSI entwickeltes und branchenweit eingesetztes Informationssystem zur online-basierten Abfrage von Lieferanten bezüglich sozialer und ökologischer Aspekte bei ihrer Produktion. Die durch E-TASC erhobenen Informationen basieren jedoch vollständig auf Selbstauskünften der Lieferanten. Selbsteinschätzungsbögen können kaum als ein effektives Mittel zur Kontrolle der Zulieferer angesehen werden. Eigenüberwachung macht es den Zulieferern möglich, sich besser darzustellen, als die Realität in der Produktion tatsächlich aussieht. Der spezifische Nutzen von E-TASC ergibt sich daher vor allem aus seiner Funktion als Frühwarnsystem, um mögliche soziale und ökologische Probleme entlang der Lieferkette frühzeitig zu identifizieren. Die Anwendung von E-TASC kann Vor-Ort-Kontrollen, sogenannte soziale Audits, und weitere Maßnahmen in den Produktionsstätten der Hersteller daher nicht ersetzen, sondern lediglich ergänzen.

Auch die Kooperation der Mobilfunkanbieter bei der Durchführung von Lieferantenaudits entwickelt sich positiv. Die Deutsche Telekom, France Telekom und Telecom Italia riefen Anfang 2010 die Joint Audit Cooperation (JAC) ins Leben, um gemeinsame Audits bei Lieferanten durchzuführen, Maßnahmen für aufgedeckte Schwächen einzuleiten und ihre erfolgreiche Umsetzung zu verfolgen. Derzeit gehören acht europäische Telekommunikationsbetreiber der Joint Audit Cooperation an: Belgacom, Deutsche Telekom, France Telekom, KPN (Muttergesellschaft von E-Plus), Swisscom, Telecom Italia, Telenor und Vodafone.

Zahl der Audits bei allen Mobilfunkankbietern gestiegen

Positive Entwicklungen sind bei der Anzahl durchgeführter Audits zu verzeichnen. Audits, das heißt Vor-Ort-Kontrollen, sind besser als reine Selbstauskünfte, obwohl die Objektivität der Ergebnisse vom Bewer-

tungsverfahren abhängt. Soweit makeITfair bekannt ist, werden bislang für die Bewertung der Zulieferer ArbeiterInnen nicht standardmäßig außerhalb des Betriebsgeländes befragt. Dies birgt die Gefahr, keine ausgewogenen Informationen über die Arbeitsbedingungen sammeln zu können.

Bei der Untersuchung im Jahr 2009 hatte lediglich die Deutsche Telekom Angaben zur Anzahl durchgeführter Audits bei Herstellern gemacht – diese war mit drei Audits im Jahr 2008 zudem verschwindend gering. In der aktuellen Befragung gaben neben der Deutschen Telekom auch Vodafone und Telefónica Germany an, soziale Audits bei Lieferanten vorzunehmen und nannten hierzu konkrete Zahlen. Auch KPN, die Muttergesellschaft der E-Plus Gruppe führt in ihrem Nachhaltigkeitsbericht an, wie viele Lieferanten sie durch direkte Überprüfungen vor Ort auditiert.³⁴

Zu kritisieren ist jedoch, dass nur die Deutsche Telekom und Vodafone angeben, Audits auch auf nachgelagerten Stufen der Lieferkette durchzuführen. Telefónica Germany überprüft lediglich seine direkten Zulieferer. Da E-Plus unseren Fragebogen nur teilweise beantwortete, bleibt unklar, auf welchen Stufen der Lieferkette das Unternehmen soziale Audits durchführt. Da die sozialen und ökologischen Probleme weiter unten in der Lieferkette häufig zunehmen, reicht es nicht aus, nur die direkten Lieferanten zu überprüfen.

Die **Deutsche Telekom** ließ im Jahr 2011 bei ihren Lieferanten zwölf Audits durch externe Auditoren durchführen, 15 Audits bei Lieferanten und Sublieferanten wurden im Rahmen der Joint Audit Cooperation durchgeführt. Gemäß des Key Performance Indicators „Nachhaltiger Einkauf“ waren im Jahr 2011 bei der Deutschen Telekom 38 Prozent des Einkaufsvolumens durch E-TASC risikoprüft, davon jedoch nur 5 Prozent durch soziale Audits bei Lieferanten. Da E-TASC auf Selbstauskünften der Lieferanten beruht, kann dieser Ansatz soziale Audits nicht ersetzen. Zudem zeigt sich hier ein deutlicher Rückgang seit 2009, wo noch 55 Prozent des Einkaufsvolumens durch E-TASC und/oder soziale Audits bezüglich sozialer und ökologischer Kriterien risikoprüft wurden. Die Deutsche Telekom begründet diesen Rückgang damit, dass sich das Einkaufsvolumen der durch E-TASC bzw. durch soziale Audits abgedeckten Lieferanten unter anderem aufgrund von Fluktuationen der Geschäftsbeziehung und Ausphasungen von Lieferanten deutlich verringert hat. Um die Nachhaltigkeit bei ihren Lieferanten zu verbessern, bietet die Deutsche Telekom ihren Zulieferern Workshops und Online-Schulungen zu sozialen und ökologischen Aspekten bei der Produktion an.

Vodafone gab an, im Jahr 2011 Audits bei 33 strategischen Zulieferern oder Risiko-Zulieferern in Asien vorgenommen zu haben. Davon wurden 19 Audits bei Unternehmen auf der zweiten oder dritten Stufe der Zuliefererkette durchgeführt. Insgesamt wurden 220 Verbesserungsvorschläge gemacht. Weitere 30 Audits bei Lieferanten nahm Vodafone im Rahmen der Joint Audit Cooperation vor. Insgesamt ist die Hälfte aller Lieferanten, die mehr als 53 Prozent des Einkaufsbudgets repräsentieren, bei Vodafone durch E-TASC oder soziale Audits risikoprüft. Nach Angaben von **Telefónica Germany** habe sich der Anteil der Partner, den Telefónica seit 2009 auditiert hat, kontinuierlich erhöht. So wurden im Jahr 2011 52 Prozent der Zulieferer, die ein erhöhtes Risiko darstellen, überprüft. Aus dem Nachhaltigkeitsbericht 2010 von **KPN**, der **Muttergesellschaft von E-Plus** geht hervor, dass im Jahr 2010 insgesamt 15 Lieferanten auditiert wurden. In Zusammenarbeit mit der Joint Audit Cooperation konnten insgesamt 22 Produktionsstätten überprüft werden.³⁵

Es zeigt sich, dass insbesondere die gemeinsame Auditierung von Lieferanten im Rahmen der Joint Audit Cooperation maßgeblich zu einer Steigerung der Vor-Ort-Kontrollen führte. Zudem bedeuten gemeinsame Audits, dass die Zulieferer nicht durch viele verschiedene Audits bürokratisch belastet werden. Jedoch werden längst noch nicht alle Risikolieferanten der Mobilfunkhersteller durch Audits überprüft. Daher ist es wichtig, dass die Mobilfunkanbieter in Zukunft gemeinsame Kontrollen bei Lieferanten weiter forcieren und mehr Mobilfunkanbieter für die gemeinsame Initiative gewinnen – insbesondere angesichts der Vielzahl an Unternehmen in der Lieferkette von Mobilfunkgeräten. Telefónica Germany ist im Rahmen der Muttergesellschaft Telefónica beispielsweise bisher nicht Mitglied der Joint Audit Cooperation.

³⁴ KPN (2011): Sustainability Report 2011; S. 64.

³⁵ ebd.

Beschwerdesysteme bei Lieferanten

Neben Audits sind Beschwerdesysteme für Arbeiter ein wichtiges Mittel, um die Einhaltung von Menschenrechten und Sozialstandards in der Lieferkette zu gewährleisten. Dies betonen unter anderem auch die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte. Deshalb müssen Mobilfunkanbieter im Rahmen ihrer Audits kontrollieren, ob Arbeiter bei ihren Lieferanten uneingeschränkt die Möglichkeit haben, Beschwerden bei einer Verletzung ihrer Rechte vorzubringen, um Verbesserungen zu bewirken und sich gegebenenfalls dafür einzusetzen. Die Einhaltung der Gewerkschafts- und Vereinigungsfreiheit ist grundsätzlich eine wichtige Voraussetzung, damit Arbeiter ihre Rechte durchsetzen können, daher sollte sie in diesem Zusammenhang eine hohe Priorität haben.

Die **Deutsche Telekom** und **Telefónica Germany** gaben bei der Befragung an, das Vorhandensein von Beschwerdesystemen bei Lieferanten durch Audits zu kontrollieren. **Vodafone** überprüft demgegenüber die Gewerkschafts- und Vereinigungsfreiheit, die ihr Code of Ethical Purchasing vorsieht. Zusätzlich gibt es eine „duty to report“ [Pflicht zur Meldung]-Politik. Danach sind Mitarbeiter, Zulieferer und Vertragspartner dazu verpflichtet, unethische Vorkommnisse, die gegen die Unternehmensleitlinien verstoßen, bei einer in Großbritannien angesiedelten Kontaktstelle zu melden. Allerdings ist zu bezweifeln, ob diese die Einhaltung der Arbeits- und Menschenrechte von ArbeiterInnen bei den Lieferanten in Entwicklungs- und Schwellenländern sicherstellen kann. Weder **E-Plus** noch **KPN** machen in ihren CR- und Nachhaltigkeitsberichten Angaben zur Überprüfung von Beschwerdesystemen bei Lieferanten, den Fragebogen beantworteten sie dazu ebenfalls nicht.

Übernahme von Verantwortung für den Rohstoffabbau

Es ist grundsätzlich positiv zu bewerten, dass einige Mobilfunkanbieter bereits durch soziale Audits bei den Lieferanten ihrer Zulieferer ihre Verantwortung auf die zweite und dritte Stufe der Lieferkette ausdehnen. Allerdings reicht die Handyherstellung bis zum Abbau der Rohstoffe zurück und umfasst zum Teil sechs bis neun Lieferstufen. Mittlerweile arbeiten alle Anbieter im Rahmen von Brancheninitiativen der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) sowie der Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC) an der Zurückverfolgung der in Mobiltelefonen eingesetzten Metalle bis zur Mine. Telefónica Germany beteiligt sich über die Muttergesellschaft Telefónica auch an der Public Private Alliance for Responsible Minerals Trade (PPA)³⁶, einer gemeinsamen Initiative von Regierungen, Zivilgesellschaft und Unternehmen, um Lösungen für den Umgang mit „Konfliktmineralien“ zu erarbeiten.

Transparenz in der Lieferkette bis zum Rohstoffabbau ist ein wichtiger erster Schritt, um die Probleme zu lokalisieren. Unternehmen dürfen es sich jedoch nicht ganz einfach machen und die Zurückverfolgbarkeit von Metallen schließlich dazu nutzen, gar keine Rohstoffe mehr aus Konfliktregionen wie der DR Kongo zu beziehen. Zudem darf mit der Rückverfolgung von Rohstoffen der Blick nicht allein auf Konfliktrohstoffe gelenkt werden. Um ihrer Verantwortung beim Rohstoffabbau gerecht zu werden, müssen Mobilfunkanbieter auch die menschenrechtlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen im Umfeld des Rohstoffabbaus in den Blick nehmen.

3.3 Verkaufsstrategien und nachhaltige Geschäftsmodelle

Bewertungssysteme zur Nachhaltigkeit von Produkten

Bei unserer ersten Befragung im Jahr 2009 war die ökologische und soziale Verträglichkeit von Mobiltelefonen bei keinem Mobilfunkanbieter explizit Teil der Vermarktungsstrategie. Hier sind in den letzten drei Jahren deutliche Entwicklungen zu erkennen. Alle vier Mobilfunkunternehmen haben Schritte zur Kennzeichnung hinsichtlich der Sozial- und Umweltverträglichkeit der von ihnen angebotenen Mobilfunkgeräte unternommen.

³⁶ Für weitere Informationen: <http://www.resolv.org/site-ppa/>

Telefónica Germany führte im Jahr 2011 den Eco Index³⁷ in Deutschland ein. Der Eco Index beurteilt Produkte auf einer Skala von 0 bis 5 hinsichtlich verschiedener sozialer und ökologischer Aspekte. Zur Bewertung der Produkte werden Informationen herangezogen, die auf der freiwilligen Selbstauskunft der Hersteller beruhen. Dabei fließt in die Gesamtbewertung sowohl eine Bewertung des Herstellerunternehmens als auch eine direkte Produktbewertung ein. Nach Angaben von Telefónica Germany umfasst das Ranking derzeit etwa 80 Prozent der angebotenen Produkte. Da das Eco-Rating auf einer freiwilligen Partnerschaftsinitiative mit den Handyherstellern beruht, sind nicht alle angebotenen Mobiltelefone bewertet. So verweigern einige Hersteller die Kooperation und verweisen stattdessen auf Informationen auf der eigenen Unternehmenswebseite. Zudem fehlt beim Eco Index eine Rankingliste aller Produkte. Der Verbraucher kann somit kaum herausfinden, welches Mobiltelefon am nachhaltigsten ist. Es wird dem Kunden damit erschwert, seine Kaufentscheidung vorwiegend aufgrund der sozialen- und ökologischen Verträglichkeit eines Handys zu fällen. Zudem fließt die Funktionalität eines Mobilfunkgeräts mit 25 Prozent zu einem hohen Anteil in die Beurteilung ein und führt folglich zu einer tendenziell positiveren Bewertung von Smartphones, die eine große Funktionalität bieten. Smartphones können durch ihre vielfältigen Funktionen zwar zur Schonung von Ressourcen beitragen, z.B. wenn sie durch ihre Navigationsfunktion zusätzliche Navigationsgeräte ersetzen. Jedoch bieten Smartphones keine Garantie dafür, dass durch ihre Nutzung weitere Geräte ersetzt werden und damit tatsächlich einen Beitrag zur Ressourcenschonung geleistet wird. Wenn Smartphones nicht zu einem nachhaltigen Verhalten des Nutzers beitragen, ist ihre Nachhaltigkeitsbilanz durch den höheren Energieverbrauch schlechter als bei nicht-internetfähigen Handys.

Vodafone entwickelte über seine Muttergesellschaft, der Vodafone Group, ebenfalls ein Eco-Rating³⁸. Das Bewertungssystem wurde in einem Pilotprojekt im Jahr 2011 in den Niederlanden eingeführt und soll im Jahr 2012 in allen europäischen Vodafone-Landesgesellschaften übernommen werden. Das Eco-Rating beurteilt Mobilfunkgeräte hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit auf einer Skala von 1 bis 5. Die Gesamtbewertung setzt sich ebenso wie beim Eco Index von Telefónica Germany aus einer Beurteilung des Herstellerunternehmens und einer direkten Produktbeurteilung zusammen. So fließen Kriterien zu sozialen und ökologischen Aspekten des Herstellerunternehmens zu einem Drittel in die Gesamtbewertung ein, zwei Drittel der Bewertung resultieren aus der Beurteilung der ökologischen Auswirkungen des Telefons über seinen gesamten Lebenszyklus. Um die Nachhaltigkeit der angebotenen Mobiltelefone langfristig zu verbessern, gibt Vodafone an, sukzessive strengere Bewertungskriterien für Hersteller zu erheben. Wie beim Eco Index von Telefónica Germany fehlen auch beim Eco-Ranking von Vodafone in den Niederlanden Bewertungen von Mobilfunkgeräten der (gleichen) Herstellerunternehmen, die eine Informationsherausgabe verweigerten.

E-Plus hat im Mai 2011 in Kooperation mit dem Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU) einen umweltfreundlichen Mobilfunktarif³⁹ eingeführt. Der Tarif berücksichtigt verstärkt ökologische Aspekte im gesamten Prozess der Handynutzung. So werden ausschließlich SIM-Only-Tarife angeboten, bei denen Kunden einen Mobilfunkvertrag abschließen, ohne ein neues Mobilfunkgerät zu erhalten. Eine höhere Umweltfreundlichkeit wird zudem dadurch erreicht, dass die Verpackung sowie die SIM-Karte zu über 90 Prozent aus recyclingfähigen Materialien bestehen, eine klimaneutrale Logistik eingesetzt wird, die Zustellung von Mobilfunkrechnungen ausschließlich digital erfolgt und der Strom zum Netzbetrieb zu 100 Prozent aus regenerativen Energien gewonnen wird. Darüber hinaus spendet E-Plus jeden Monat 15 Prozent des Netto-Rechnungsbetrags an Natur- und Umweltschutzprojekte des NABU.

Neben diesem Tarif entwickelte E-Plus in Kooperation mit dem NABU ein Handyranking. Das Ranking bewertet die Nachhaltigkeit von Mobiltelefonen ähnlich wie die Bewertungssysteme von Telefónica Germany und Vodafone hinsichtlich der sozialen und ökologischen Bedingungen bei den Herstellerunternehmen sowie der ökologischen Verträglichkeit des Geräts. Dabei fließen beide Aspekte mit jeweils 50 Prozent zu gleichen Teilen in die Gesamtbewertung. Im Vergleich zu den Skalen von 0-5 bzw. 1-5 bei Telefónica Germany und Vodafone reicht die Bewertungsspanne beim Umwelttarif von 0 bis 10, was eine größere Differenzierung der Mobilfunkgeräte hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit erlaubt.

³⁷ Telefónica Germany (2012): Eco-Index; <http://www.o2online.de/handy/eco-index/>

³⁸ Vodafone Group (2012): Eco-Rating; <http://www.vodafone.com/content/index/about/sustainability/eco-rating.html>

³⁹ E-Plus Gruppe (2012); <http://eplus-gruppe.de/shop-nabu-umwelt-tarif/>

Das Ranking befindet sich jedoch nicht direkt auf der Kundenwebseite von E-Plus, sondern auf einer eigenständigen Internetseite des Umwelttarifs.⁴⁰ Leider finden sich auf der Kundenwebseite von E-Plus keinerlei Hinweise auf den „grünen Mobilfunktarif“ sowie auf das Ranking. Der Verbraucher erfährt hiervon lediglich durch einen Umweg über die Unternehmenswebseite der E-Plus-Gruppe. Verbraucher müssen sich also aktiv im Internet auf die Suche nach einem grünen Mobilfunktarif begeben. Der Tarif ist über die eigens dafür geschaffene Webseite⁴¹ online zu buchen. Seit Anfang 2012 wird der Tarif auch in ausgewählten E-Plus-Shops in Berlin, Freiburg und Tübingen angeboten.⁴² E-Plus machte keine Angaben darüber, inwiefern Kunden diesen Umwelttarif nutzen.

Wichtig ist, dass Mobilfunkanbieter Kunden in ihren Shops und auf ihrer Internetpräsenz aktiv über umweltfreundliche Produkte und Tarife informieren und diese bewerben. So konstatieren die Mobilfunkanbieter zwar einerseits sehr geringes Interesse ihrer Kunden für Nachhaltigkeitsaspekte, andererseits zeigt der Umwelttarif von E-Plus und dem NABU jedoch, dass noch viel Potenzial bei den Anbietern besteht, eine aktivere Rolle zur Sensibilisierung der Kunden einzunehmen. Das Handyranking von E-Plus und dem NABU ist verbraucherfreundlicher als die Rankings von Telefónica Germany und Vodafone, da sich die Kunden direkt in einer Übersicht über die nachhaltigsten Modelle informieren können. Es zeigt sich jedoch auch hier das gleiche Problem wie bei den Rankings von Telefónica Germany und Vodafone: die Produktbewertungen basieren überwiegend auf freiwilligen Herstellerangaben. Bestimmte Hersteller stellen keine Informationen bezüglich ökologischer und sozialer Kriterien bereit, weshalb ihre Produkte folglich nicht bewertet werden.

Auch die Deutsche Telekom gab bei unserer Befragung an, eine Nachhaltigkeitsbewertung ihrer Produkte und Lösungen in der Zukunft vornehmen zu wollen. Das Bewertungssystem befindet sich bei der Deutschen Telekom derzeit noch in der Erprobungsphase. Nach Angaben der Deutschen Telekom soll die Bewertung langfristig dazu dienen, dass Nachhaltigkeitsaspekte bereits bei der Entwicklung neuer Produkte und Lösungen mit einfließen und somit zu mehr Nachhaltigkeit im Produktportfolio der Deutschen Telekom beitragen.

Bewertung

Die Initiativen zur Bewertung von Mobiltelefonen hinsichtlich nachhaltigkeitsrelevanter Aspekte von Mobilfunkanbietern sind insgesamt zu begrüßen. Kunden können dadurch verstärkt bezüglich der ökologischen und sozialen Auswirkungen von Handys sensibilisiert werden und ihre Kaufentscheidung an diesen Kriterien festmachen. Wichtig ist dabei jedoch, dass alle Produkte sämtlicher Hersteller bewertet werden. Wenn Produkte zudem auf freiwilliger Basis der Hersteller bewertet werden, führt dies offensichtlich dazu, dass umsatzstarke, aber wenig nachhaltig agierende Hersteller von Mobilfunkgeräten keine Informationen bezüglich ihrer Produkte bereitstellen und sich somit der Bewertung entziehen. Eine vollständige Bewertung aller Mobiltelefone sämtlicher Hersteller ist ein wichtiger Schritt zu mehr Transparenz. Deshalb müssen Mobilfunkanbieter hier verstärkt Druck auf wenig auskunftsfreudige Hersteller ausüben. Nicht sehr verbraucherfreundlich ist weiterhin, dass die Bewertungssysteme der Mobilfunkanbieter auf verschiedenen Indikatoren und Gewichtungen beruhen und auf unterschiedlichen Skalen vorgenommen werden. Wenn Telefónica Germany seine Mobiltelefone auf einer Skala von 0 bis 5 bewertet, Vodafone hingegen auf einer Skala von 1 bis 5 und die Bewertung bei E-Plus und dem NABU zwischen Punkten von 0 bis 10 rangiert, schränkt dies die Vergleichbarkeit der einzelnen Bewertungen für den Verbraucher ein. Um branchenweite Vergleichbarkeit und Transparenz zu schaffen ist es notwendig, dass sich Mobilfunkanbieter auf ein einheitliches Bewertungssystem von Mobiltelefonen einigen. Erste Initiativen hierzu gibt es bereits auf Ebene der Branchenverbände. Hier bleibt jedoch abzuwarten, wie weitreichend ein brancheneinheitliches Bewertungssystem zu sozialen und ökologischen Auswirkungen von Mobiltelefonen letztlich sein wird.

Eine Gefahr der Bewertungssysteme besteht darin, dass Mobilfunkanbieter durch die Produktbewertungen ihre Verantwortung auf den Kunden abwälzen. Der Kunde kann sich nun aufgrund der Nachhaltig-

⁴⁰ <https://umwelt-tarif-handyshop.de/umwelt-handys/>

⁴¹ <http://www.nabu-umwelt-tarif.de/>

⁴² E-Plus Gruppe (2012): <http://eplus-gruppe.de/nabu-und-e-plus-gruppe-prasentieren-tarif-und-umfassendes-masnahmenpaket-fur-grunen-mobilfunk/>

keitsbewertungen bei jeder Kaufentscheidung für oder gegen ein ökologisch und sozial verträglicheres Mobilfunkgerät entscheiden. Bewertungssysteme sollten einerseits dazu dienen, Kunden zu informieren und Transparenz zu schaffen. Andererseits müssen sie auch zu einem „Nachhaltigkeits-Wettbewerb“ zwischen Herstellern führen, der langfristig zu sozial und ökologisch verträglichen Mobilfunkgeräten aller Hersteller führt. Wichtig ist deshalb, dass Hersteller, die die Herausgabe von Informationen bezüglich sozialer und ökologischer Kriterien ihres Unternehmens sowie ihrer Produkte verweigern, negative Konsequenzen erwarten.

Eine erhebliche Kritik an den Bewertungssystemen besteht darin, dass alle auf freiwilligen Selbstauskünften der Hersteller beruhen. Hersteller können sich folglich der Bewertung entziehen. Zudem ist fraglich, welcher Wahrheitsgehalt in den nicht verifizierten Informationen steckt, insbesondere bei Angaben zu sozialen Aspekten bei der Produktion. Um Verbesserungen hinsichtlich sozialer Kriterien bei der Herstellung von Mobiltelefonen anzustoßen, ist es notwendig, dass Mobilfunkanbieter wie bereits beim Einkauf ihrer Produkte auch hier Angaben der Hersteller nachprüfen. Da die Mobilfunkanbieter jeweils Mobilfunkgeräte der gleichen Hersteller anbieten, könnten sie hierzu gemeinsame Untersuchungen durchführen.

Nachhaltige Geschäftsmodelle

Mit den sogenannten SIM-Only-Verträgen haben die Mobilfunkanbieter einen ersten Schritt zu nachhaltigen Geschäftsmodellen gemacht. Bei diesen Verträgen bekommen Kunden nicht automatisch ein kostenloses neues Handy mitgeliefert, wodurch sie ihr Handy wahrscheinlich länger nutzen und nicht wie bei anderen Verträgen nach zwei Jahren wechseln. Vor dem Hintergrund erheblicher sozialer und ökologischer Auswirkungen bei der Herstellung von Mobilfunkgeräten ist es wichtig, diese auf eine möglichst lange Nutzungsdauer zu verteilen.

Darüber hinaus hatte makeITfair mit der Studie 2009 eine Reihe weiterer Maßnahmen vorgeschlagen, die von den Unternehmen bislang noch nicht aufgegriffen wurden. Dies umfasste den Vorschlag, Kunden dazu aufzufordern, beim Kauf eines neuen Handys ihr altes Gerät zurückzugeben. Auch ein verstärktes Angebot von Reparaturleistungen oder der vergünstigte Verkauf von gebrauchten Mobiltelefonen könnten zur längeren Nutzung der Geräte beitragen.

Die oben vorgestellten Produktbewertungen können zwar als Schritte zu mehr Nachhaltigkeit gesehen werden, allerdings haben sich seit ihrer Einführung bisher nur wenig substanzielle Veränderungen gezeigt. Teilweise mag dies auf ein geringes Interesse von Verbrauchern an nachhaltigen Mobilfunkgeräten zurückzuführen sein, das die Mobilfunkanbieter beklagen. Unternehmen sehen folglich nur in begrenztem Maße marktseitige Anreize, ihr Engagement für ökologisch und sozial verträgliche Produkte auszuweiten.

Veränderung des Verbraucherinteresses an nachhaltigen Mobiltelefonen

Die Mobilfunkanbieter nehmen unterschiedliche Tendenzen beim Verbraucherinteresse an nachhaltigkeitsrelevanten Aspekten wahr. So gibt Telefónica Germany an, ein wachsendes Interesse von Verbrauchern hinsichtlich sozialer und ökologischer Aspekte zu vernehmen, während Vodafone kein wachsendes Interesse verzeichnen kann. Nach einer Erhebung der Telekom befanden im Jahr 2010 36 Prozent der Kunden umweltschonende Geräte und Dienste für wichtig; im Jahr 2011 ist dieser Wert nur marginal auf 37 Prozent angestiegen. Aus einer Kundenwahrnehmungsstudie der Deutschen Telekom aus dem Jahr 2011 ging jedoch hervor, dass Kunden gesellschaftliche Nutzenkriterien wie bspw. eine hohe Performanz, eine hohe Benutzerfreundlichkeit oder eine hohe Service-Qualität der Produkte für wichtiger erachten als ökologische Nutzenkriterien wie ein klima- und ressourcenschonendes Design. Dies deutet darauf hin, dass offensichtlich die Nachhaltigkeit von IT-Produkten bei Verbrauchern nur eine geringe Relevanz besitzt und die Kaufentscheidung nicht maßgeblich bestimmt. Mobilfunkanbieter gelangen folglich an die Grenzen ihrer Möglichkeiten zur Forcierung nachhaltiger Produkte. Auch hier ist die Politik gefragt, durch gesetzliche Regelungen entsprechende Impulse zu setzen, um den Weg zu mehr Nachhaltigkeit in der Mobilfunkbranche zu ebnen.

Beeinflussung des Kundenverhaltens zu mehr Nachhaltigkeit

Alle Mobilfunkbetreiber sehen nur begrenzte Möglichkeiten, selbst bei ihren Kunden Impulse für einen nachhaltigeren Umgang mit Mobiltelefonen zu setzen. So zeigen Umfragen und Erfahrungen der Mobilfunkanbieter, dass Verbraucher bei Mobilfunkgeräten im Gegensatz zur Bekleidungs- oder Lebensmittelindustrie nur ein geringes Interesse für Nachhaltigkeit zeigen. Deshalb erachten es alle Unternehmen für wichtig, das Bewusstsein von Kunden für soziale und ökologische Aspekte von Mobilfunkgeräten zu stärken. Alle Anbieter geben an, sich zu diesem Zweck an dem Projekt „Rohstoffexpedition“⁴³ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung zu beteiligen, das SchülerInnen der Oberstufe für den nachhaltigen Umgang mit Rohstoffen sensibilisiert.

Mobilfunkanbieter müssen jedoch nicht nur ihre Produkte und ihre Lieferkette sozial und ökologisch verträglich gestalten, sondern können darüber hinaus auch durch den Einsatz von Telekommunikation Kunden zu einem nachhaltigeren Verhalten anregen. Smartphones können hierbei durch entsprechende Apps großes Potenzial bieten. Hierbei nennt Vodafone beispielsweise „grüne“ Apps, die Verbrauchern durch eine ferngesteuerte Heizungsregulierung beim Energiesparen helfen. E-Plus weist auf sogenannte „Umwelt-Apps“ hin, die Verbraucher beispielsweise durch das Scannen entsprechender Barcodes auf Produkten mit Handykameras Informationen zu Inhaltsstoffen sowie zur Nachhaltigkeit verschiedener Produkte im Supermarkt liefern.⁴⁴ Die Deutsche Telekom entwickelte eine Corporate-Responsibility-App mit der Kunden sich mit Tipps und Informationen über relevante Aspekte der Nachhaltigkeit informieren können.

Kunden werden bisher insgesamt nur sehr wenig durch die Nutzung moderner Mobilfunkgeräte zu einem nachhaltigen Verhalten angehalten. Hier können Mobilfunkanbieter ihrer Verantwortung noch stärker nachkommen und Möglichkeiten durch den Einsatz entsprechender Apps stärker nutzen. Internet- und GPS fähige Smartphones verbrauchen beispielsweise viel mehr Energie als Mobiltelefone ohne diese Funktionen. Wichtig ist deshalb, dass Mobilfunkanbieter ihre Kunden über eine energieeffiziente Nutzung der Geräte aufklären und diese bereits in einem für den Energieverbrauch optimierten Zustand ausliefern. Mobilfunkanbieter sind also gefragt, auch in Kooperation mit den Herstellern intelligente Lösungen zu entwickeln, um durch Telekommunikationsanwendungen Impulse für ein nachhaltiges Verhalten ihrer Kunden zu setzen. In unserer Befragung gab die Deutsche Telekom an, hierzu mit Akteuren aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft Konzepte zu erarbeiten.

3.4 Energieverbrauch und Klimaschutz

Auf Branchenebene beschäftigt sich in der Mobilfunkindustrie die Climate Change Group des Branchenverbandes GeSI mit Strategien zum Klimaschutz im Informations- und Telekommunikationssektor (IKT). So veröffentlichte sie im Jahr 2008 die Studie „Smart 2020“⁴⁵, die die mögliche Rolle der IKT-Branche auf dem Weg zu nachhaltigem Klimaschutz aufzeigt. Demnach war die Informations- und Telekommunikationsbranche im Jahr 2007 mit insgesamt 23 Megatonnen CO₂-Emissionen für circa zwei Prozent der weltweiten Schadstoffemissionen verantwortlich.⁴⁶ Seit 2002 stieß der IKT-Sektor bis 2007 jedes Jahr rund 5,5 Prozent mehr klimaschädliches CO₂ in die Atmosphäre aus.⁴⁷

Zehn Prozent der CO₂-Emissionen der IKT-Branche verursacht dabei alleine der Stromverbrauch von Telekommunikationsendgeräten wie Mobiltelefonen, Festnetztelefonen und Routern.⁴⁸

Die Mobilfunkbranche verbraucht aber vor allem durch den Netzbetrieb eine große Menge an Strom. So gibt **Vodafone** für 2008/2009⁴⁹ an, dass der Netzbetrieb im Mobilfunk 93 Prozent des Energiebedarfs

⁴³ www.die-rohstoff-expedition.de

⁴⁴ Artikel der taz zu Umwelt-Apps für Smartphones; <http://www.taz.de/!82569/>

⁴⁵ GeSI (2008): Smart 2020; <http://www.gesi.org/LinkClick.aspx?fileticket=7X8GQ7HNR%2bg%3d&tabid=71>

⁴⁶ Smart 2020 Deutschland: Die IKT-Industrie als treibende Kraft zu nachhaltigem Klimaschutz, <http://www.gesi.org/LinkClick.aspx?fileticket=X7m82qhz%2f6o%3d&tabid=60>, S. 19

⁴⁷ ebd.

⁴⁸ ebd., S. 20

ausmacht, bei **Telefónica Germany**⁵⁰ liegt dieser mit 94 Prozent ähnlich hoch. Mit einer zunehmenden Verbreitung des Mobilfunks der 3. und 4. Generation (HSDPA, LTE) wird der Energieverbrauch der Netze noch weiter zunehmen.⁵¹ Nach der „Smart 2020“ Studie belaufen sich die CO₂-Einsparungspotenziale im IKT-Sektor auf insgesamt 53 Prozent bis zum Jahr 2020.⁵² Bei optimaler Ausnutzung sämtlicher Potenziale kann die Reduktion der Emissionen um ein Fünffaches höher sein als der eigene Anstieg des CO₂-Fußabdrucks der IKT-Branche.⁵³ Dies zeigt, dass das Potenzial in der Mobilfunkbranche zur CO₂-Einsparung groß ist und Mobilfunkanbieter hierzu tätig werden müssen, wenn sie Teil der Lösung und nicht des Problems sein wollen. In unserer ersten Befragung hatten bereits alle Anbieter das Thema Energieeffizienz beim Stromverbrauch ihrer Netze erkannt und haben erste Maßnahmen hierzu eingeleitet.

Bereits begonnene oder abgeschlossene Maßnahmen

Die **Deutsche Telekom** gibt in ihrem Corporate Responsibility Bericht⁵⁴ an, im Jahr 2009 und 2010 Modernisierungen an ihren UMTS-Basisstationen vorgenommen zu haben. Nach Angaben der Deutschen Telekom konnte dabei gegenüber der alten Technik rund 30 Prozent CO₂ eingespart werden. Gemäß ihrem Key Performance Indikator „CO₂-Emissionen“ verringerte die Telekom damit ihren CO₂-Ausstoß im Jahr 2011 gegenüber dem Vorjahr um 8 Prozent.⁵⁵ **Vodafone** startete im Mai 2007 ein Energiesparprogramm und modernisierte im Rahmen dessen sein GSM-Netz. Auch in seinem UMTS-Netz nahm Vodafone Modernisierungen bei der Hälfte seiner installierten Funktechnik vor⁵⁶ Insgesamt wurden nach Angaben von Vodafone Energieeinsparungen von 35,5 GWh im Geschäftsjahr 2010/11 erreicht. Im Geschäftsjahr 2011/2012 verursachte Vodafone insgesamt 249.665 Tonnen CO₂-Emissionen, was im Vergleich zum Vorjahr einer Reduktion um 1,8 Prozent entspricht. **Telefónica Germany** gab in seinem Corporate-Responsibility-Bericht 2010⁵⁷ an, verschiedene Maßnahmen zur Verringerung des Energieverbrauchs der Netzwerke durchgeführt zu haben. So wurden beispielsweise Sendeeinheiten durch energieeffizientere Modelle ersetzt und automatische Abschaltfunktionen bei Nichtbenötigung eingeführt. Insgesamt nahm das Unternehmen an 10.000 Standorten Modernisierungsmaßnahmen vor. Die CO₂-Emissionen sind bei Telefónica Germany im Jahr 2010 gegenüber 2009 um 2,4 Prozent gestiegen. Telefónica Germany begründet dies mit einem Anstieg seiner Kundenbasis um 24 Prozent und einer damit verbundenen stärkeren Netznutzung. **E-Plus** führt auf seiner Internetseite an, den Energieeinsatz durch den Einsatz moderner und innovativer Mobilfunktechnik um 10 Prozent gegenüber den alten Anlagen gesenkt zu haben. Dies sparte nach Angaben von E-Plus rund 17.000 Tonnen CO₂ ein.⁵⁸ E-Plus hat sich zudem zum Ziel gesetzt, die Energieeffizienz seiner Technik bis 2012 um 5 Prozent gegenüber 2009 zu verbessern. Dieses Ziel übertraf E-Plus im Juni 2012 mit einer Verbesserung der Energieeffizienz von insgesamt 10 Prozent.⁵⁹

Ziele für die Einsparung von CO₂

Alle Mobilfunkanbieter äußern (teilweise nur auf Ebene der Mutterkonzerne) konkrete Ziele für weitere Energie- oder CO₂-Einsparungen. Die **Deutsche Telekom** will gegenüber dem Jahr 2008 30 Prozent CO₂ bis zum Jahr 2020 einsparen. **Vodafone** strebt bis zum Jahr 2020 eine Halbierung seiner CO₂-

⁴⁹ Vodafone Deutschland (2009): Corporate Responsibility Report 2008/2009, S. 23

⁵⁰ Telefónica Germany (2010): Corporate Responsibility Bericht 2010, S. 20

⁵¹ Smart 2020 Deutschland: Die IKT-Industrie als treibende Kraft zu nachhaltigem Klimaschutz, <http://www.gesi.org/LinkClick.aspx?fileticket=X7m82qhz%2f6o%3d&tabid=60> S. 2

⁵² ebd., S. 25-26

⁵³ Smart 2020: Enabling the low carbon economy in the information age, <http://www.gesi.org/LinkClick.aspx?fileticket=tbp5WRTHUoY%3d&tabid=60>, S. 6

⁵⁴ Deutsche Telekom (2012): Corporate Responsibility Bericht 2011, S. 351

⁵⁵ ebd.

⁵⁶ Vodafone Deutschland (2012); <http://www.vodafone.de/unternehmen/klimaschutz/energiesparmassnahmen.html>

⁵⁷ Telefónica Germany (2010): Corporate Responsibility Bericht 2010, S. 20-22

⁵⁸ E-Plus (2012): E-Plus Gruppe: Verantwortung; <http://eplus-gruppe.de/verantwortung/umwelt-und-menschen/umweltziele/>

⁵⁹ E-Plus (2012): E-Plus Gruppe: Verantwortung; <http://eplus-gruppe.de/energiebilanz-im-mobilfunknetz-zehn-prozent-effizienter-als-geplant/>

Emissionen gegenüber 2006/2007 an. Die Vodafone Group setzte sich zudem im Jahr 2009 das Ziel, bis März 2012 mit globalen Lieferanten, die für 50 Prozent der Beschaffungsausgaben stehen, eine Strategie zur CO₂-Reduktion zu vereinbaren.⁶⁰ Dieses Ziel wurde noch nicht ganz erfüllt. So verhandelte das Unternehmen im Geschäftsjahr 2011/12 bisher nur mit Lieferanten, die 29 Prozent der Beschaffungsausgaben ausmachen, über Maßnahmen zur CO₂-Einsparung im Netz und in den Produkten. Zudem gab Vodafone an, im März 2012 einen Workshop zur Erkundung weiterer Maßnahmen zur CO₂-Einsparung mit 15 Lieferanten durchgeführt zu haben.⁶¹ **Telefónica Germany** strebt bis zum Jahr 2015 eine Verringerung des Stromverbrauchs je Festnetz- und Mobilfunkanschluss um 30 Prozent gegenüber 2007 an. In Büros, Shops und Callcentern soll der Energieverbrauch pro Mitarbeiter um zehn Prozent gesenkt werden.⁶² In ihrem aktuellen Nachhaltigkeitsbericht gibt die Muttergesellschaft Telefónica an, mit Ende des Jahres 2011 ihren Energieverbrauch bereits um 20 Prozent gesenkt zu haben.⁶³ **E-Plus** äußert sich in seinem erstmals im Jahr 2011 veröffentlichten Corporate-Responsibility-Bericht nicht zum Ausmaß und Inhalt seiner Klimaschutzmaßnahmen. Seine Muttergesellschaft KPN gibt in ihrem Nachhaltigkeitsbericht 2011 jedoch an, ihr Mobilfunknetz in Deutschland im Jahr 2020 insgesamt 20 Prozent energieeffizienter betreiben zu wollen als im Jahr 2010.⁶⁴ Als Ziel zur CO₂-Reduktion gibt KPN an, im Jahr 2020 Null Netto CO₂-Emissionen ausstoßen zu wollen.⁶⁵ E-Plus äußert dieses Ziel ebenfalls auf seiner Internetseite.⁶⁶ Um dieses Ziel zu erreichen, will KPN die Energieeffizienz in seinen Mobilfunknetzen, Datacentern und seiner Fahrzeugflotte erhöhen. Als Etappenziel zur CO₂-Einsparung gibt E-Plus an, seinen CO₂-Ausstoß im Jahr 2012 um 35.000 Tonnen gegenüber dem Jahr 2011 zu senken.⁶⁷ Zudem lässt KPN in seinem Nachhaltigkeitsbericht verlauten, 110.0000 Tonnen seines CO₂-Ausstoßes in den Niederlanden nach dem Jahr 2012 kompensieren zu wollen.⁶⁸ Dies deutet darauf hin, dass das Klimaziel von null Netto-Emissionen offensichtlich nicht allein durch CO₂-Reduktionen, sondern ebenfalls durch CO₂-Kompensationen erreicht werden soll. Wenn E-Plus im Jahr 2020 CO₂-neutral arbeiten will, bedeutet dies nicht, dass E-Plus keinerlei CO₂-Emissionen mehr verursachen wird.⁶⁹ Sogenannte „CO₂-Neutralität“ ist im Strombereich eventuell durch Erneuerbare Energien erreichbar, aber vermutlich ist hier von Kompensationen von klimaschädlichen CO₂-Emissionen die Rede. Im Verkehrsbereich und Gebäudesektor dürfte dies noch offensichtlicher sein. Sinnvoll ist eine solche Strategie der „CO₂-Neutralität“ durch Kompensation, wenn sie als Ergänzung zu den möglichen Maßnahmen der direkten CO₂-Reduktion im Unternehmen durchgeführt wird. Schlüsselfrage ist daher, ob E-Plus wirklich nur unvermeidbare CO₂-Emissionen kompensiert oder einfach einen kostengünstigen Weg wählt, der auf dem Papier gut aussieht, aber Pfadabhängigkeiten für einen hohen CO₂-Ausstoß schafft. CO₂-Emissionen zu kompensieren sollte nur der letzte Schritt in einer ernsthaften Klimastrategie sein.

Bewertung der Klimainformationen

Die Klimaschutzziele der befragten Mobilfunkanbieter lassen sich nur schwer miteinander vergleichen. Bei einigen Anbietern mangelt es in ihren Nachhaltigkeits- oder CSR-Berichten an detaillierten Informationen zum CO₂-Ausstoß oder Energieverbrauch. So bleibt beispielsweise bei einigen Anbietern bei der Angabe ihres CO₂-Ausstoßes offen, welche Emissionen sie in die Berechnung miteinbeziehen. Das Greenhouse Gas Protocol, ein etablierter Berichtsstandard zur Klassifizierung von CO₂-Emissionen, unterscheidet drei verschiedene Arten von CO₂-Emissionen bei Unternehmen: unter die „Scope 1“-CO₂-Emissionen fallen alle direkten CO₂-Emissionen, die Unternehmen mit ihren eigenen Anlagen verursachen. Die „Scope 2“-CO₂-Emissionen umfassen hingegen auch den CO₂-Ausstoß, der durch die Erzeugung des vom Unternehmen verbrauchten Stroms entsteht. Dieser lässt sich durch den Bezug von Strom aus regenerativen

⁶⁰ Vodafone Deutschland (2009): Corporate Responsibility Report 2008/2009; S. 29

⁶¹ Vodafone Group (2012): Sustainability 2012, Summary Report, S. 18; http://www.vodafone.com/content/index/about/sustainability/sustainability_report/issue_by_issue/environmental_footprint/progress_against_objectives.html

⁶² Telefónica Germany (2010): Corporate Responsibility Bericht 2010, S. 39

⁶³ Telefónica (2012): Sustainability Report 2011, S. 76

⁶⁴ KPN (2011): Sustainability Report 2011, S. 44

⁶⁵ ebd.

⁶⁶ E-Plus Gruppe (2012): Verantwortung; <http://eplus-gruppe.de/energiebilanz-im-mobilfunknetz-zehn-prozent-effizienter-als-geplant/>

⁶⁷ KPN (2011): Sustainability Report 2011, S. 44

⁶⁸ KPN (2011): Sustainability Report 2011, S. 47

⁶⁹ E-Plus (2012): E-Plus Gruppe: Verantwortung; <http://eplus-gruppe.de/verantwortung/umwelt-und-menschen/>

Energien weitgehend reduzieren. Die „Scope 3“-Emissionen messen den CO₂-Ausstoß, der bereits durch die Produktion und den Transport von Waren verursacht wird, die das Unternehmen bezieht. Hier werden folglich sämtliche CO₂-Emissionen einbezogen, die in der Lieferkette eines Produkts entstehen. Die Deutsche Telekom, Telefónica Germany und KPN, die Muttergesellschaft von E-Plus weisen bereits die einzelnen Scopes ihrer CO₂-Emissionen gesondert in ihren Nachhaltigkeits- oder Corporate-Responsibility-Berichten aus.

Unklar bleibt bei **Telefónica Germany** und **KPN** dennoch, inwiefern in die Scope 3-Emissionen bereits sämtliche in der Lieferkette angefallenen CO₂-Emissionen miteinbezogen werden. Die **Deutsche Telekom** adressiert diese Frage in ihrem CSR-Bericht und gibt an, bisher nur alle Scope 3-Emissionen zu erfassen, die im Rahmen von Geschäftsreisen anfallen. Um sämtliche Scope 3-Emissionen vollständig zu erfassen arbeitet die Deutsche Telekom in Kooperation mit anderen Unternehmen an einem ICT Greenhouse Gas Standard zur Messung der Scope 3-Emissionen.⁷⁰

Die Deutsche Telekom beteiligt sich zudem seit 2008 an einem Projekt zur Berechnung des ökologischen Fußabdrucks von Produkten⁷¹, der durch ihre Herstellung, Nutzung und Entsorgung entsteht. Sie erzielte dabei bereits erste Ergebnisse: so entstehen durch die Nutzung eines Festnetztelefonanschlusses mit Internetflatrate insgesamt 103 kg CO₂; 53 kg entfallen dabei auf das Netz und 50 kg auf die Herstellung, den Betrieb und die Entsorgung des Routers.⁷² Eine allgemein anerkannte Methode zur Berechnung produktbezogener Fußabdrücke gibt es derzeit noch nicht. Umso wichtiger ist es, dass Mobilfunkunternehmen hier gemeinsam die Initiative ergreifen. Zudem können Kunden durch eine Offenlegung des CO₂-Abdrucks von Produkten zur Auswahl nachhaltiger Geräte sowie zu einem klimafreundlicheren Nutzungsverhalten angehalten werden.

Vodafone bezieht sich in seinem Corporate-Responsibility-Bericht nicht auf die vom Greenhouse Gas Protocol definierten Scopes von CO₂-Emissionen, sondern differenziert bei der Angabe seiner CO₂-Emissionen zwischen CO₂-Emissionen, die durch den Energieverbrauch und durch Dienstfahrten verursacht werden. Die Initiative von Vodafone, die Lieferkette CO₂-freundlicher zu gestalten, ist ein begrüßenswertes Vorhaben, da hier auch die Scope 3-Emissionen verringert werden. In der vorgelagerten Wertschöpfungskette liegen erhebliche Potenziale zur Emissionsminderung, die die Unternehmen bislang nicht ausreichend ausschöpfen. Um eine umfassende Klimaschutzstrategie zu betreiben, müssen Unternehmen sämtliche CO₂-Emissionen berücksichtigen, die in der Lieferkette, durch den Strombezug, durch die Nutzung von Waren oder Dienstleistungen der Kunden sowie durch ihre direkten Geschäftsaktivitäten produziert werden.

Mobilfunkanbieter sollten zudem umfassende Informationen darüber bereitstellen, ob und inwiefern Ziele zur Minderung des CO₂-Ausstoßes nur durch direkte CO₂-Einsparungen oder ebenfalls durch CO₂-Kompensationen erreicht werden sollen. Da im Rahmen einer nachhaltigen Klimaschutzstrategie die Reduktion klimaschädlicher Emissionen im Vordergrund stehen muss und nur unvermeidbare CO₂-Emissionen kompensiert werden sollten, müssen Mobilfunkanbieter bei den Emissionen, die sie kompensieren, mehr Transparenz zeigen. So macht KPN in seinem Nachhaltigkeitsbericht nur sehr allgemeine Angaben zu CO₂-Kompensationen, ohne darzulegen, welche Emissionen im Einzelnen kompensiert wurden. CO₂-Kompensationen von Unternehmen müssen von einem langfristigen und weitgreifenden Engagement zur Reduzierung des gesamten CO₂-Ausstoßes begleitet werden. Um also Transparenz und Vergleichbarkeit bei den Klimaschutzstrategien der Mobilfunkanbieter zu schaffen, müssen Mobilfunkanbieter Informationen zu ihren CO₂-Emissionen von Scope 1 bis 3 bereitstellen und in detaillierter Form offenlegen, wo und in welchem Umfang sie auf CO₂-Kompensationen bzw. andere Zertifikate (RECS) zurückgreifen.

Als Referenzrahmen zur Bewertung der Klimaziele der Mobilfunkanbieter dient der Beschluss des EU-Parlaments sowie des Europäischen Rats: demnach sollen der Primärenergieverbrauch sowie die

⁷⁰ Deutsche Telekom (2012): Corporate Social Responsibility Bericht 2011; Kennzahlen: CO₂-Emissionen

⁷¹ Das Projekt „Product Carbon Footprint“ wurde von der Initiative Thema 1 ins Leben gerufen. Beteiligte Partner sind die Deutsche Telekom, das Öko-Institut e.V., der World Wide Fund For Nature (WWF), das Potsdam Institut für Klimaforschung sowie acht weitere deutsche Unternehmen; <http://www.pcf-projekt.de/main/background/low-carbon-society/>

⁷² Deutsche Telekom (2011): Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Treibhausgasemissionen in Europa bis zum Jahr 2020 um 20 Prozent gegenüber 1990 gesenkt werden. Derzeit wird eine Erhöhung dieses Ziels auf 30 Prozent diskutiert. Eine abschließende Bewertung der jeweiligen Klimaschutzziele der Mobilfunkanbieter kann jedoch aufgrund der mangelnden Vergleichbarkeit der jeweiligen Angaben nicht vorgenommen werden. Mobilfunkanbieter sind hier aufgefordert, mehr Transparenz und Engagement bezüglich der Ermittlung und Offenlegung ihrer gesamten CO₂-Emissionen und -Kompensationen zu zeigen.

Die Deutsche Telekom beteiligt sich zudem seit 2008 an einem Projekt zur Berechnung des ökologischen Fußabdrucks von Produkten⁷³, der durch ihre Herstellung, Nutzung und Entsorgung entsteht. Erste Ergebnisse wurden hierbei bereits erzielt: so entstehen durch die Nutzung eines Festnetztelefonanschlusses mit Internetflatrate insgesamt 103 kg CO₂; 53 kg entfallen dabei auf das Netz und 50 kg auf die Herstellung, den Betrieb und die Entsorgung des Routers.⁷⁴ Eine allgemein anerkannte Methode zur Berechnung produktbezogener Fußabdrücke gibt es derzeit noch nicht. Umso wichtiger ist es, dass Mobilfunkunternehmen hier gemeinsam die Initiative ergreifen. Zudem können Kunden durch eine Offenlegung des CO₂-Abdrucks von Produkten zur Auswahl nachhaltiger Geräte sowie zu einem klimafreundlicheren Nutzungsverhalten angehalten werden.

Strom aus regenerativen Energien

Die Energieeffizienz der Netze zu erhöhen ist nur ein Schritt zum Schutz des Klimas. Darüber hinaus sollte der erforderliche Strom zum Netzbetrieb so nachhaltig wie möglich bezogen werden, d.h. aus nachhaltigen regenerativen Energien. Bei unserer ersten Befragung zeigten alle Mobilfunkanbieter diesbezüglich großes Verbesserungspotenzial.

Die **Deutsche Telekom** setzt nur in geringem Umfang Strom ein, der direkt aus regenerativen Quellen stammt. Durch den Zukauf von sogenannten „Renewable Energy Certificate System (RECS)“-Zertifikaten deklariert die Deutsche Telekom ihren konventionellen Strom aus Atom- oder Kohlekraftwerken in Strom aus erneuerbaren Energien um. So verkaufen Stromproduzenten, die ihren Strom aus regenerativen Quellen erzeugen, Zertifikate an andere Energieunternehmen. Diese können ihren konventionell hergestellten Strom damit als RECS-zertifizierten Ökostrom deklarieren. Hierdurch wird also kein zusätzlicher Strom aus erneuerbaren Energien eingespeist sondern nur bestehender Strom umdeklariert. Bei unserer aktuellen Befragung teilte uns die Deutsche Telekom mit, ihren Fokus derzeit auf Analysen und Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs und zur Verbesserung der Energieeffizienz zu legen. Dies ist auf alle Fälle ein besserer Weg als den bestehenden Verbrauch durch RECS-Zertifikate zu beschönen. **Telefónica Germany** gibt an, seinen Strom zu 61 Prozent aus erneuerbaren Energien zu decken. **Vodafone** bezieht über den Strommix seines Anbieters hinaus keinen Strom aus erneuerbaren Energien. **E-Plus** hat seinen Strombedarf im Jahr 2011 zu 28 Prozent aus erneuerbaren Energien gedeckt. Der im Nachhaltigkeitsbericht von KPN dargestellte Wert von 63 Prozent wird lediglich über den Zukauf von RECS-Zertifikaten realisiert. Nach Angaben der Muttergesellschaft KPN soll bis zum Jahr 2020 der gesamte Strombedarf des Mobilfunkkonzerns aus erneuerbaren Energien gedeckt werden. Es werden hierbei jedoch keine Angaben gemacht, ob hierfür auch RECS-Zertifikate zugekauft werden sollen⁷⁵

Ebenfalls gibt es Initiativen einiger Mobilfunkhersteller, den erforderlichen Strom für den Netzbetrieb selbst aus regenerativen Energien zu gewinnen. Erste Pilotprojekte für energieautarke Mobilfunkstationen, die mit Solar- und Windenergie ihren Strombedarf selbst erzeugen, werden bereits bei der Deutschen Telekom und E-Plus durchgeführt. Leider handelt es sich hierbei noch nicht um mehr als erste Pilotprojekte. Es sollten von Mobilfunkanbietern konkrete Ziele und Strategien definiert werden, um die Anzahl der selbst mit Erneuerbaren Energien versorgten Mobilfunkstationen zu erhöhen.

⁷³ Das Projekt „Product Carbon Footprint“ wurde von der Initiative Thema 1 ins Leben gerufen. Beteiligte Partner sind die Deutsche Telekom, das Öko-Institut e.V., der World Wide Fund For Nature (WWF), das Potsdam Institut für Klimaforschung sowie acht weitere deutsche Unternehmen; <http://www.pcf-projekt.de/main/background/low-carbon-society/>

⁷⁴ Deutsche Telekom (2011): Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

⁷⁵ ebd.

3.5 Handy-Recycling und Wiederverwendung

Bei der ersten Befragung im Jahr 2009 hatten bereits alle vier Mobilfunkanbieter ein Recyclingprogramm, um alte Mobilfunkgeräte zurückzunehmen. Handys können in den Shops aller Mobilfunkanbieter kostenlos zurückgegeben werden. Die Deutsche Telekom stellt zudem ein Versandetikett auf ihrer Internetseite zur Verfügung, mit dem alte Mobilfunkgeräte kostenlos per Post zurückgesendet werden können. Verbraucher erhalten bei Telefónica Germany kostenfreie Recycling-Umschläge bei jeder Online- und Hotline-Bestellung, zudem lassen sich Rücksendeumschläge auf der Internetseite kostenlos anfordern. Auf der Internetseite von E-Plus können Verbraucher ebenfalls kostenlose Rücksendeumschläge anfordern. Vodafone hat seit 2008 in Kooperation mit der Greener Solutions GmbH ein Verkaufsportale im Internet errichtet, bei dem Handybesitzer ausrangierte Telefone, die nicht älter als drei Jahre sind, zu einem angemessenen Preis verkaufen können. Zehn Prozent des Kaufpreises werden dabei an soziale Projekte gespendet.⁷⁶ Zudem bieten einige Anbieter einen Abholservice für eine größere Menge (ab 10 bis 15 Geräten) gebrauchter Mobiltelefone, den beispielsweise Schulklassen im Rahmen einer Sammelaktion in der Schule in Anspruch nehmen können.

Die Rückgabequoten unterscheiden sich stark zwischen den Anbietern, sind jedoch trotz der verschiedenen Optionen im Verhältnis zu den jährlich verkauften Mobiltelefonen in Deutschland sehr gering. Während Vodafone die Zahl der eingesammelten Althandys seit 2008 leicht steigern konnte, sank die Anzahl bei Telefónica Germany im Jahr 2011 (siehe Tabelle 1). Nach Angaben von Telefónica Deutschland stieg die Zahl der eingesammelten Handys jedoch im ersten Halbjahr 2012 im Vergleich zum Vorjahr bereits wieder an. Die Deutsche Telekom erhöhte im Rahmen ihrer umfangreichen Kommunikations- und Marketingmaßnahmen zur „Nachhaltigkeitsoffensive“ die Zahl der eingesammelten Handys seit 2009 stark. Ihr im April 2010 gesetztes Ziel, innerhalb von ein bis zwei Jahren mindestens eine Million⁷⁷ alte Handys einzusammeln erreichte das Unternehmen Ende des Jahres 2011.⁷⁸ E-Plus sammelte im Jahr 2011 in Kooperation mit dem NABU insgesamt 14.512 alte Handys ein. Als einziges Unternehmen zeigte E-Plus Transparenz hinsichtlich der Rückgabequote der eingesammelten Mobiltelefone. Gemessen an der Gesamtzahl der von E-Plus verkauften Mobiltelefone im Jahr 2011 konnte E-Plus zwei Prozent der Geräte einsammeln.

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien e.V. (BITKOM) gibt an, dass im Jahr 2011 in Deutschland insgesamt 27,4 Millionen neue Handys verkauft wurden.⁷⁹ Die befragten Mobilfunkanbieter haben demgegenüber 2011 insgesamt 1.003.806 alte Handys eingesammelt. Ins Verhältnis gesetzt entspräche dies einer Rücknahmequote von gerade einmal 3,66 Prozent. Oder anders ausgedrückt: In Deutschland wurden im Jahr 2011 27-mal mehr Handys verkauft, als die Mobilfunkanbieter einsammelten.

Alle untersuchten Mobilfunkanbieter kooperieren bei der Rücknahme alter Mobilfunkgeräte mit Nichtregierungsorganisationen, vor allem mit Umweltorganisationen, denen sie pro zurückgegebenes Handy einen Betrag spenden. Vodafone gibt sogar an, die gesamten Erlöse ohne Abzug für operative Tätigkeiten an wohltätige Organisationen zu spenden.

Tabelle 1: Übersicht zum Handy-Recycling bei den Mobilfunkanbietern

Mobilfunkanbieter	Gesammelte Handys	Anteil Recycling/ Weiterverwendung	Spendenpartner
Deutsche Telekom	2008: 67.836 2009: 50.460 2010: 248.880 2011: 762.000	Recycling: 90-95 % Weiterverwendung: 5-10 %	Ein Herz für Kinder e.V. Ärzte für die Dritte Welt e.V. Deutsche Umwelthilfe e.V.

⁷⁶ Vodafone Deutschland (2009): Corporate Responsibility Report 2008/2009, S. 23

⁷⁷ Deutsche Telekom (2011): Corporate Responsibility Bericht 2010/2011: Handy- und Telefonrückgabe

⁷⁸ Deutsche Telekom (2012): Corporate Responsibility Bericht 2011: Handy- und Telefonrücknahme, S. 171

⁷⁹ BITKOM (2012): Pressemitteilung, 09. Januar 2012: Smartphone-Absatz steigt rasant; http://www.bitkom.org/de/markt_statistik/64086_70921.aspx

Vodafone	2008/2009: 176.000 2010: k.A. 2011: 217.294	Recycling: 18 % Weiterverwendung: 82 %	Off Road Kids e.V. Wasser für Afrika Bürgerstiftungen
E-Plus Gruppe	2008: 15.000 2009: k.A. 2010: k.A. 2011: 14.512 ⁸⁰	k.A.	3 Euro pro Handy an den Naturschutzbund (NABU) für das Renaturierungsprojekt „Untere Havelniederung“ ⁸¹
Telefónica Germany	2008: 14.923 2009: 11.500 ⁸² 2010: 6.709 ⁸³ 2011: 10.000	Recycling: 30 % Weiterverwendung: 70 %	2,50 Euro pro Handy an den WWF ⁸⁴

Maßnahmen zur Steigerung der Rückgabequoten

Zur Steigerung der Rückgabequoten führte insbesondere die Deutsche Telekom im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsoffensive umfangreiche Kommunikationsmaßnahmen im Fernsehen sowie in Printmedien durch, um Verbraucher für den schonenden Umgang mit Ressourcen zu sensibilisieren. Wie an den Zahlen der eingesammelten Althandys der Deutschen Telekom zu erkennen ist, hatten die Maßnahmen offensichtlich Erfolg. So hat die Deutsche Telekom die Zahl der eingesammelten Handys von 2009 bis 2011 verfünffach. Die Rückgabequoten der anderen Mobilfunkanbieter, die weniger Kommunikationsmaßnahmen durchführten, stiegen hingegen nur langsam bzw. sanken sogar. Allerdings steht der finanzielle Aufwand derart umfangreicher Maßnahmen in einem ungleichen Verhältnis zu den Erfolgen, die diese bei der Sammlung alter Mobiltelefone erzielen. Es ist folglich nachvollziehbar, dass Unternehmen Maßnahmen in diesem Umfang nicht langfristig in ökonomisch vertretbarer Weise betreiben können.

Anzumerken ist jedoch, dass die Hinweise auf den jeweiligen Unternehmenswebseiten zum Handy-Recycling oft sehr versteckt sind und Verbraucher aktiv danach suchen müssen, um entsprechende Informationen zu finden. Auf der Kundenwebseite von E-Plus findet sich zum Beispiel gar keine Information zum Recycling alter Mobiltelefone. Hier muss sich der Verbraucher erst zur Unternehmenswebseite der E-Plus-Gruppe durchklicken.

Gemeinsame Maßnahmen, um ein größeres Bewusstsein für die Wichtigkeit des Recyclings alter Mobiltelefone zu schaffen, haben die Mobilfunkanbieter derzeit noch nicht durchgeführt. Die Deutsche Telekom gibt jedoch an, in Zukunft die Zusammenarbeit mit anderen Mobilfunkunternehmen beispielsweise im Rahmen von sogenannten „Rohstoff-Allianzen“ verstärken zu wollen, um die Wirkung von Rücknahmeaktionen zu verbessern und höhere Rücknahmequoten zu erzielen. Des Weiteren unterstützen alle Mobilfunkanbieter öffentliche Projekte wie „Handy-clever-entsorgen“⁸⁵ des Bayerischen Umweltministeriums oder das oben genannte Projekt des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) zum Thema Rohstoffe, die beide zum Ziel haben, die Bevölkerung für einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen zu sensibilisieren.

Diskussion gesetzlicher Regelungen: Handypfand

Ein in der Politik bereits diskutiertes Handypfand zur Erhöhung der Rückgabequoten von alten Mobiltelefonen bewerten die Mobilfunkanbieter kritisch. Sie argumentieren zwar, dass ein Bündel an Maßnahmen mit Beteiligung der Politik, Wirtschaft und Gesellschaft notwendig sei, um die Bevölkerung für die Rückgabe alter Mobilfunkgeräte zu sensibilisieren, weisen aber auf potenzielle Nachteile und Problembereiche

⁸⁰ KPN (2011): Sustainability Report 2011, S. 48

⁸¹ E-Plus Gruppe 2012: Handy-Recycling: E-Plus Gruppe unterstützt NABU; <http://eplus-gruppe.de/handy-recycling/>

⁸² Telefónica Germany (2010): Corporate Responsibility Bericht 2010, S. 23

⁸³ ebd.

⁸⁴ Telefónica Germany (2012): Handy-Recycling: <http://www.o2online.de/handy/handyrecycling/>

⁸⁵ <http://www.handy-clever-entsorgen.de/>

eines Pfandsystems hin. So stehen ihren Angaben nach komplexe internationale Einkaufs- und Handelswege von Mobilfunkgeräten, eine Vielzahl am Markt befindlicher Modelle, ein funktionierender Zweitmarkt im Internet, eine große Missbrauchsgefahr und ein hoher administrativer Aufwand einem Pfandsystem entgegen. Die Deutsche Telekom schlägt als Alternative zu einem Handypfand deshalb ein Mietmodell von Handys vor, das die Mieter explizit zur Rückgabe der Geräte verpflichtet.

Recycling von Handys

Die Deutsche Telekom, Vodafone und Telefónica Germany nannten uns ihre Recyclingpartner und legten offen, zu welchem Anteil ihre eingesammelten Telefone zur Weiterverwendung aufbereitet werden und welcher Anteil direkt dem stofflichen und energetischen Recycling zugeführt wird. E-Plus gab hierzu lediglich an, dass das Unternehmen beim Recycling und der Wiederaufbereitung alter Mobiltelefone mit externen Partnern zusammenarbeite, die in eigener Verantwortung entscheiden, welche Geräte sie recyceln und welche sie zur Weiternutzung aufbereiten.

Große Unterschiede beim Anteil der recycelten und zur Weiterverwendung aufbereiteten Mobiltelefone gibt es zwischen der Deutschen Telekom und den anderen Mobilfunkanbietern. Während die Deutsche Telekom 90 bis 95 Prozent der eingesammelten Geräte direkt recyceln lässt, wird der Großteil bei Vodafone und Telefónica Germany nach Datenlöschung zur Weiterverwendung aufbereitet und anschließend in Entwicklungs- und Schwellenländer exportiert. Die Deutsche Telekom begründet den hohen Anteil der direkt recycelten Geräte damit, dass sie nur hochwertige, funktionsfähige und professionell datengelöschte Mobiltelefone zur Weiternutzung als Second-Hand-Geräte freigebe. Vodafone gibt hingegen an, dass eine Verlängerung der Lebenszyklen von Mobiltelefonen durch den Export in Entwicklungsländer nachhaltiger sei als das direkte Recycling.

Grundsätzlich ist eine längere Nutzung von Mobiltelefonen ein wichtiger Schritt, angesichts der enormen sozialen und ökologischen Auswirkungen bei der Produktion. Jedoch enden auch Mobilfunkgeräte, die in Entwicklungsländern eine Zeit lang weitergenutzt werden, früher oder später als Elektroschrott. Da es in Entwicklungsländern meist an fachgerechten Entsorgungsmöglichkeiten für Elektronikgeräte mangelt, werden Geräte hier meist unter einfachen Bedingungen recycelt. Dies gefährdet die Gesundheit der Menschen und verseucht die Umwelt mit giftigen Substanzen. Deshalb müssen Mobilfunkanbieter auch Verantwortung dafür übernehmen, dass in Entwicklungsländer exportierte Mobiltelefone fachgerecht zu recyceln sind. Langfristiges Ziel muss es sein, ein globales Recyclingsystem zu errichten.

3.6 Möglichkeiten und Grenzen unternehmerischer Freiwilligkeit

Möglichkeiten unternehmerischer Freiwilligkeit auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit in der Mobilfunkbranche sehen die Mobilfunkanbieter insbesondere bei der Mitwirkung in internationalen Branchenverbänden wie der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) und der Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC). Großes Potenzial schreiben die Mobilfunkanbieter eigenen Initiativen wie der Joint Audit Cooperation zu. Diese gemeinsame Initiative ist als ein wichtiger Schritt zur langfristigen Verbesserung von Sozial- und Arbeitsstandards sowie zum Schutz von Menschenrechten in der Produktionskette von Mobilfunkgeräten zu sehen. Möglichkeiten für freiwillige Maßnahmen von Mobilfunkanbietern zur Verbesserung der Nachhaltigkeit von Mobilfunkgeräten bieten sich zudem bei der Reduzierung ihres ökologischen Fußabdrucks. Wenn Unternehmen energieeffiziente Technologien beim Betrieb ihrer Netze verwenden und ihren Strom aus 100 Prozent Erneuerbaren Energien beziehen, können sie bereits viel zur Einsparung von CO₂ beitragen. Telefónica Germany nannte auch Bewertungssysteme zur Umwelt- und Sozialverträglichkeit von Mobiltelefonen als Bereich, in dem Mobilfunkanbieter Nachhaltigkeit durch eigene Initiativen vorantreiben können.

Grenzen seiner unternehmerischen Freiwilligkeit beim Schutz von Menschenrechten sieht Vodafone bei den weit verzweigten Lieferketten der IT-Industrie in Entwicklungs- und Schwellenländern. Die Vielzahl der Zulieferer, die jeweils einzelne Teile eines Produkts herstellen, erschwere es, die Einhaltung von Standards bei allen Zulieferern der Lieferkette zu überprüfen. Initiativen wie die Joint Audit Cooperation kön-

nen dieser Herausforderung zumindest teilweise begegnen, da sich die Unternehmen den hohen finanziellen und administrativen Aufwand für die Kontrolle der Lieferkette und die Nachprüfung von entsprechenden Verbesserungsmaßnahmen teilen können. Diese und andere freiwillige Maßnahmen sind zudem mitunter schneller zu organisieren als eine staatliche Rahmensetzung. Wie sich jedoch an verschiedenen oben ausgeführten Stellen zeigt, stoßen freiwillige Vorreiterinitiativen der Unternehmen immer wieder an Grenzen und können staatliche Regelsetzung nicht ersetzen.

4. SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN FÜR DEN DEUTSCHEN MOBILFUNKMARKT

Auf Grundlage der Ergebnisse der Recherche und der Befragung werden im Folgenden die wichtigsten Schlussfolgerungen dargestellt und Empfehlungen anhand von sechs Schwerpunktthemen ausgesprochen.

Auseinandersetzung mit den UN-Leitprinzipien

Drei der vier Mobilfunkanbieter, die unseren Fragebogen beantwortet haben, gaben an, sich mit den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte auseinanderzusetzen. Einige Anbieter sind in der Umsetzung bereits weiter vorangeschritten und haben konkrete Maßnahmen aus den UN-Leitprinzipien abgeleitet, z.B. plant die **Deutsche Telekom** einen zentralen Ansprechpartner für Menschenrechte einzurichten sowie ein Beschwerdesystem für Menschenrechtsverletzungen zu etablieren.

Die Unterschiede bezüglich der Umsetzung der UN-Leitprinzipien zwischen den Anbietern führen wir teilweise darauf zurück, dass wir nur bei der Deutschen Telekom ein Mutterunternehmen befragten und die Auseinandersetzung mit den UN-Leitprinzipien bei den Anbietern eher auf Ebene des Mutterkonzerns stattfindet.

In den kommenden Jahren wird weiter zu beobachten sein, wie die international tätigen Unternehmen die UN-Leitprinzipien umsetzen. Die menschenrechtliche Sorgfaltspflicht ist eine fortlaufende Herausforderung und ist in alle wesentlichen unternehmensinternen Prozesse zu integrieren. Dafür sehen wir noch bei allen Unternehmen Handlungsbedarf.

Welche konkreten Anforderungen sich im Rahmen einer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht für die Mobilfunkbranche ergeben, wird derzeit unter anderem im Rahmen eines Projektes der Europäischen Kommission erarbeitet. Einer von drei Beispielsektoren ist die Informations- und Telekommunikationsindustrie. Die für Ende 2012 erwarteten Ergebnisse sind hoffentlich so, dass sie den Unternehmen als Orientierung dienen können. Sie ersetzen jedoch keinen unternehmensinternen Prozess zur menschenrechtlichen Sorgfaltsprüfung, sondern geben lediglich Hinweise darauf, was dabei zu beachten ist.

Verantwortung in der Lieferkette

Studien von makeITfair zeigen seit Jahren, dass in der Lieferkette von Mobilfunkgeräten erhebliche menschenrechtliche, soziale und ökologische Probleme bestehen. Für die Lösung dieser Probleme müssen Mobilfunkanbieter als Nachfrager von Mobilfunkgeräten am Ende der Lieferkette Verantwortung übernehmen. Alle befragten Mobilfunkanbieter haben unternehmensinterne Verhaltenskodizes zur Einhaltung sozialer und ökologischer Kriterien bei der Beschaffung von Produkten bei ihren Lieferanten. Seit unserer ersten Befragung haben die Unternehmen zunehmend Überprüfungen (sogenannte Audits) ihrer Lieferanten hinsichtlich sozialer und ökologischer Kriterien durchgeführt. Allerdings erfasst dies noch längst nicht alle Lieferanten und beispielsweise bei der **Deutschen Telekom** ist nach einem anfänglichen Anstieg der Zahl der betrachteten Zulieferer im Jahre 2009 eine starke Reduzierung zu kritisieren: Der Anteil des risikoprüften Beschaffungsvolumens der Deutschen Telekom sank von 55 Prozent auf 38 Prozent im Jahr 2011.

Einen wichtigen Beitrag, die Zahl der durchgeführten Audits zu steigern, sind die von der Joint Audit Cooperation durchgeführten gemeinsamen Auditierungen von Lieferanten. Auch die große Verbreitung von E-TASC, einem branchenweit genutzten Softwareprogramm zur Selbstauskunft von Lieferanten bezüglich sozialer und ökologischer Standards, weist darauf hin, dass Mobilfunkanbieter zur Lösung der vielfältigen Probleme in der Lieferkette von Mobiltelefonen zunehmend kooperieren. Allerdings ist die Selbstauskunft der Lieferanten über E-TASC alleine kein geeignetes Mittel für eine glaubwürdige Überprüfung von sozialen und ökologischen Kriterien. Sie kann externe Audits nicht ersetzen.

Um soziale und ökologische Standards in der gesamten Lieferkette von Mobiltelefonen zu gewährleisten, reicht es außerdem nicht, wenn Mobilfunkanbieter lediglich ihre direkten Zulieferer überprüfen. Die Situa-

tion für die ArbeiterInnen oder die Umwelt ist in nachgelagerten Stufen der Lieferkette häufig viel schlechter. Deshalb müssen Mobilfunkanbieter soziale und ökologische Audits auch auf der zweiten oder dritten Stufe der Lieferkette vornehmen, wie dies von **Vodafone** und der **Deutschen Telekom** bereits praktiziert wird.

Audits sind wichtig, damit bestehende Probleme nicht systematisch unter den Tisch gekehrt werden können. Um in der globalen Lieferkette Probleme wie verstärkte Leiharbeit oder Löhne unter dem Existenzminimum zu beheben, reichen sie jedoch nicht aus. Es gilt, ArbeiterInnen vor Ort zu stärken, insbesondere ihr Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen, damit sie sich selbst für verbesserte Bedingungen einsetzen können. Interessanterweise bekommen wir von einem Teil der Unternehmen auch Signale, dass es bei Themen wie existenzsichernden Löhnen gesetzlicher Regelungen bedürfe, da freiwillige Aktivitäten von einzelnen Unternehmen angesichts des Wettbewerbsdrucks an ihre Grenzen stoßen. Auch sehen die Mobilfunkanbieter, dass für Zulieferer, die nicht direkt an Kunden vermarkten und keine Marke zu verteidigen haben, kaum ein Reputationsrisiko besteht – der Anreiz für freiwilliges Handeln also sehr gering ist.

Ein wichtiger Hebel, um die Einhaltung von menschenrechtlichen und sozialen Bedingungen bei den Zulieferern zu ermöglichen, liegt jedoch bei den Mobilfunkanbietern und Herstellern selbst. Durch faire Einkaufspraktiken können sie einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, dass Zulieferer die gesetzten Standards überhaupt einhalten können. Dagegen unterminieren kurze Lieferfristen sowie hoher Preisdruck die Bemühungen um verbesserte Bedingungen in der Lieferkette, weil dadurch Überstunden und niedrige Löhne quasi vorprogrammiert sind.

Viel Handlungsbedarf besteht zudem noch beim Rohstoffabbau. Unternehmen erkennen zwar zunehmend ihre Verantwortung für soziale und ökologische Probleme beim Rohstoffabbau an, sind jedoch hierzu bisher kaum aktiv. Bislang engagierten sich die Unternehmen vor allem zu Fragen des Umgangs mit Rohstoffen aus Konfliktregionen, unter anderem in Brancheninitiativen von GeSI und EICC. Das Reputationsrisiko scheint bei Rohstoffen aus Konfliktregionen besonders hoch zu sein. Zudem trat mit dem Dodd-Frank-Act kürzlich in den USA eine gesetzliche Regelung in Kraft und dynamisierte auf Unternehmensebene die Aktivitäten stark. Die EU-Kommission plant für Europa eine ähnliche Regelsetzung, die die deutsche Bundesregierung bislang leider blockiert. Es würde der Glaubwürdigkeit erster Pilotprojekte von Unternehmen sehr gut tun, wenn sie sich zugleich für eine intelligente Rahmensetzung auf europäischer Ebene einsetzen und damit der Blockade der Bundesregierung etwas entgegensetzen würden.

Ziel ist nicht, dass Unternehmen Rohstoffe aus Konfliktregionen generell boykottieren. Mobilfunkanbieter sind hier gefragt, gemeinsam mit den Herstellerfirmen und Betroffenen Lösungen zu erarbeiten, die vor allem die Situation der in den Konfliktregionen lebenden Menschen in den Blick nimmt. Darüber hinaus gilt es – über die medienträchtigen Konfliktsituationen hinaus – die menschenrechtlichen, sozialen und ökologischen Probleme rund um den Rohstoffabbau systematisch zu berücksichtigen.

Verkaufsstrategien und nachhaltige Geschäftsmodelle

Bei unserer letzten Befragung fanden Nachhaltigkeitsaspekte beim Verkauf von Mobiltelefonen noch bei keinem Anbieter explizite Berücksichtigung. Hier hat sich in den letzten drei Jahren einiges getan. Alle Mobilfunkanbieter starteten Initiativen, ihre Produkte hinsichtlich ihrer sozialen und ökologischen Auswirkungen zu kennzeichnen. So können Verbraucher bei **Telefónica Germany** eine Nachhaltigkeitsbewertung verschiedener Produkte finden, **E-Plus** hat ein Ranking mit dem NABU vorgenommen. Bei der **Deutschen Telekom** und **Vodafone** befinden sich entsprechende Bewertungssysteme noch in der Umsetzungsphase. Obwohl die Rankings als ein Schritt zu mehr Transparenz grundsätzlich zu begrüßen sind, ist jedoch fraglich, in welchem Ausmaß diese Initiativen letztendlich auch zu mehr Nachhaltigkeit führen. So beruhen die Bewertungen größtenteils oder ausschließlich auf freiwilligen Angaben von Herstellerunternehmen. Zudem verweigern einige Herstellerunternehmen die Auskunft, weshalb ihre Produkte folglich nicht bewertet werden.

Auch ist zu kritisieren, dass die Bewertungssysteme der Mobilfunkanbieter wenig transparent und vergleichbar sind. Alle Unternehmen ziehen unterschiedliche Bewertungskriterien heran und nehmen eigene Gewichtungen vor. Der Verbraucher erhält somit keine Orientierung, wie „fair“ ein Mobiltelefon ist,

wenn alle Anbieter ein Produkt unterschiedlich bewerten. Wer den Verbraucher überfordert, kann nicht auf ihn bauen. Zu viel Komplexität führt zu Perplexität.

Ein weiteres Problem ist, dass die Funktionalität von Mobiltelefonen mit bis zu 25 Prozent sehr stark in die Bewertung einfließt. Dies erhöht die Punktzahl von Produkten, die ansonsten nur wenig „fair“ oder „grün“ sind. Zwar können in manchen Fällen Smartphones einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten, beispielsweise wenn sie durch ihre Navigationsfunktion externe Navigationsgeräte ersetzen. Die hohe Funktionalität von Smartphones alleine bietet jedoch keine Garantie für eine soziale oder ökologische Nachhaltigkeit. Wegwerfprodukte mögen für den Verbraucher sehr funktional sein, zugleich sind sie nicht nachhaltig.

Wirklich „nachhaltige“ Handys gibt es derzeit noch nicht auf dem Markt, obwohl der Kunde dies bei den teilweise sehr guten Bewertungen annehmen könnte. Hier muss bei den Bewertungssystemen nachgebessert werden, damit die insgesamt eher guten und relativ ähnlichen Bewertungen den Verbraucher nicht über die gravierenden sozialen und ökologischen Probleme von Mobilfunkgeräten hinwegtäuschen.

Zu begrüßen ist, dass es bereits Initiativen zur Entwicklung eines gemeinsamen Rankings von Mobiltelefonen auf Branchenebene gibt. Der Branchenverband GSMA erarbeitet hierzu derzeit Kriterien. Eine Gefahr ist bei einem branchenweit einheitlichen Bewertungssystem jedoch, dass die angelegten Kriterien zur Kennzeichnung von Produkten nicht sehr hoch sein könnten, da sich die Unternehmen erfahrungsgemäß nur auf einen Minimalkonsens, der dem großen Schwung ihrer Produkte nicht weh tut, einigen werden. Sinnvoller wäre hier, wenn die Branche ein von unabhängigen Instituten erarbeitetes Bewertungssystem, das wirklich die Spreu vom Weizen trennt und Probleme als Probleme darstellt, akzeptieren würde. Eine Kooperation mit Siegeln wie Transfair oder dem Blauen Engel wäre zu prüfen, statt das Rad wieder neu zu erfinden. Hier bleibt also abzuwarten, wie weit die geplanten Bewertungssysteme greifen.

Rankings dürfen zudem nicht dazu dienen, dass Mobilfunkanbieter ihre Verantwortung alleine an den Kunden abwälzen, sich für oder gegen ein „nachhaltiges“ Modell zu entscheiden. Um die Mobilfunkbranche nachhaltig zu gestalten, müssen Geschäftsmodelle bereits auf dem Grundgedanken der Nachhaltigkeit konzipiert sein. Wie ansprechend ist das Design der nachhaltigen Produkte? Schafft das Geschäftsmodell Anreize für die längere Nutzung bzw. das Recycling eines Handys (etwa Pfand- oder Leasing-Modelle)? Wie wird das kommuniziert, sodass es den Kunden anspricht und nicht als ärgerliche Pflicht erscheint? Gibt es ein Konzept, die Unternehmenskultur entsprechend weiter zu entwickeln?

Auch für neue Geschäftsmodelle gibt es erste Ansätze. Bei unserer ersten Befragung hatten alle Mobilfunkanbieter bereits sogenannte SIM-Only-Tarife eingeführt, die den Vertragsabschluß vom Handykauf entkoppeln. SIM-Only-Tarife bieten Kunden Anreize ihr Handy länger zu nutzen: Sie zahlen eine niedrigere Monatsgebühr, erhalten dafür andererseits kein neues Handy. Die Mobilfunkanbieter bewerben dieses Angebot jedoch noch zu wenig.

Über die Einführung von SIM-Only-Tarifen hinaus sind zudem kaum Entwicklungen zu nachhaltigeren Geschäftsmodellen zu verzeichnen. Insgesamt fokussieren sich Mobilfunkanbieter in ihrer Werbung stark auf den Verkauf von Mobiltelefonen, obwohl ihr Hauptgeschäft darin liegt, dem Kunden „Kommunikation“ anzubieten. Sie haben keine Kommunikationsstrategie entwickelt, die das nachhaltigere Modell „stylish“ macht. Mobilfunkanbieter sind hier gefragt, nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln, die weniger stark auf den Verkauf der jeweils neuesten Handys ausgerichtet sind, sondern stattdessen eine längere Nutzung von Mobiltelefonen fördern und dann das Recycling der Geräte sicherstellen. So könnten sie ihre Kunden dazu auffordern, beim Kauf eines neuen Handys ihr altes Gerät zurückzugeben. Auch ein verstärktes Angebot von Reparaturleistungen oder der vergünstigte Verkauf von gebrauchten Mobiltelefonen könnten zur längeren Nutzung der Geräte beitragen.

Das zunehmende Angebot von Fairtrade oder Bioprodukten in der Lebensmittel- oder Textilindustrie zeigt, dass das Interesse von Verbrauchern an fairen und ökologisch verträglichen Produkten steigt. Studien und Erfahrungen von Mobilfunkanbietern zeigen, dass dagegen das Interesse von Verbrauchern an sozialen und ökologischen Aspekten von Mobilfunkgeräten gering ausgeprägt ist. Dieses Problem ist allerdings möglicherweise durch den bisherigen Fokus der Werbung auch hausgemacht. Mobilfunkunternehmen sehen zumindest Grenzen, die Nachhaltigkeit von Mobiltelefonen zu fördern, wenn Kunden

diese nicht nachfragen. Wichtig ist auch deshalb, dass die Politik Impulse setzt, um neue Geschäftsmodelle in der Mobilfunkbranche voranzutreiben, die die Nachhaltigkeit fördern.

Energieverbrauch und Klimaschutz

Die Mobilfunkindustrie verbraucht durch den Betrieb ihrer Netze viel Strom. Gleichwohl hat die Studie „Smart 2020“ gezeigt, dass in der IKT-Industrie erhebliche Energieeinsparungspotenziale vorhanden sind. Alle Anbieter hatten bereits bei unserer ersten Befragung begonnen, die Energieeffizienz ihrer Netze zu steigern. Das Thema Klimaschutz scheint nicht zuletzt deshalb bei den Mobilfunkanbietern an Bedeutung zu gewinnen, weil sich mit höherer Energieeffizienz in Zeiten steigender Strompreise auch Kosten sparen lassen. Ein weiterer wichtiger Schritt zu mehr Klimaschutz ist jedoch, dass Mobilfunkanbieter den Strom, den sie zum Betrieb ihrer Netze benötigen, aus Erneuerbaren Energien beziehen. Hier zeigt sich noch großes Potenzial, einige Anbieter beziehen beispielsweise noch gar keinen Strom aus regenerativen Energien beziehungsweise nicht über den üblichen deutschen Energiemix hinaus. Ebenso wenig ist akzeptabel, Strom aus Erneuerbaren Energien ausschließlich oder sehr überwiegend über sogenannte RECS-Zertifikate zu beziehen, wie dies die **Deutsche Telekom** und **E-Plus** derzeit praktizieren. Die RECS-Zertifikate führen in aller Regel nicht dazu, dass tatsächlich fossiler oder nuklearer Strom durch erneuerbaren Strom ersetzt wird.

Insgesamt sind die Strategien der einzelnen Unternehmen zur CO₂-Reduktion oder zur Erhöhung der Energieeffizienz wenig vergleichbar und transparent. Alle befragten Unternehmen haben unterschiedliche Zielgrößen, bis wann sie ihre CO₂-Emissionen oder ihren Energieverbrauch um wie viel Prozent gegenüber einem definierten Basisjahr senken wollen. Dabei finden sich nicht in allen Nachhaltigkeits- oder Corporate-Responsibility-Berichten der befragten Unternehmen umfangreiche Informationen zum Umfang ihrer gesamten CO₂-Emissionen und -Kompensationen, Energieverbrauch und Klimaschutzmaßnahmen. Mobilfunkanbieter müssen hier mehr Transparenz zeigen. So sagt beispielsweise die Angabe von **E-Plus**, im Jahr 2020 „klimaneutral“ arbeiten zu wollen, wenig darüber aus, inwiefern diese Klimaneutralität über CO₂-Einsparungen oder überwiegend über CO₂-Kompensationen erreicht werden soll.

Aktuell erwägt die EU-Kommission, eine verbindliche Offenlegungspflicht zu sozialen und ökologischen Aspekten von Unternehmen einzuführen. Die geschilderten Erfahrungen mit den Berichten über die CO₂-Reduktionsziele und die erfolgten Maßnahmen legen nahe, dass eine Offenlegungspflicht mit einheitlichen Referenzwerten zumindest bei den „Key Performance Indikatoren für Nachhaltigkeit“ für jede Branche zu mehr Transparenz und Vergleichbarkeit beitragen könnte.

Handy-Recycling und Wiederverwendung

Die Mobilfunkanbieter haben eine wichtige Rolle beim Recycling alter Mobiltelefone, da viele Verbraucher ihr Handy von den Mobilfunkanbietern beziehen. Beim Recycling von gebrauchten Mobiltelefonen zeigen sich seit unserer letzten Befragung allerdings wenige Fortschritte.

Trotz verschiedener Möglichkeiten zur Rückgabe alter Handys stagnieren die Zahlen der eingesammelten Mobiltelefone bei fast allen Mobilfunkanbietern seit Jahren auf niedrigem Niveau. Eine Ausnahme stellt hierbei die **Deutsche Telekom** dar, die im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsoffensive umfangreiche Kommunikations- und Marketingmaßnahmen zur Rückgabe alter Mobiltelefone durchgeführt hat und so die Zahl der eingesammelten Mobiltelefone stark steigern konnte. Dieses Beispiel zeigt, dass die niedrigen Rückgabequoten offensichtlich auch auf mangelndes Bewusstsein in der Bevölkerung zurückzuführen sind. Auch wenn die Mobilfunkanbieter dies bereits erkannt haben und deshalb angeben, sich an verschiedenen Projekten und Initiativen zur Sensibilisierung der Bevölkerung zum nachhaltigen Umgang mit Rohstoffen beteiligen, reichen die Maßnahmen angesichts der bisherigen Ergebnisse bei weitem nicht aus. Um die Anzahl der eingesammelten Handys wirksam zu erhöhen, müssen einerseits die Unternehmen aktiver werden, andererseits sind auch intelligente politische Anreiz- oder Regelsysteme zu diskutieren.

Verbesserte Kommunikationsmaßnahmen der Mobilfunkanbieter können ein Weg sein, um Verbraucher zu nachhaltigem Handeln zu motivieren. So sollten beispielsweise alle Anbieter beim Verkauf von Mobiltelefonen direkt auf das Recycling hinweisen und Recycling-Umschläge mitliefern. Auch auf den Kundenwebseiten der Anbieter könnten die Unternehmen mit geringem finanziellen und administrativen

Aufwand Kunden beim Kauf eines neuen Mobiltelefons auf die Rückgabe ihres alten Gerätes hinweisen. Ein weiterer wichtiger Anreiz zur Rückgabe von Handys besteht darin, mit den Handyherstellern vereinfachte Lösungen zur Datenlöschung oder zum Datentransfer zu erarbeiten. Persönlich wertvolle oder vertrauliche Daten stellen einen nicht unerheblichen Grund dar, weshalb noch zu wenig Handys zurückgegeben werden.

Insgesamt gelangen Mobilfunkanbieter bei der Steigerung der Rückgabequoten alter Mobiltelefone jedoch an ihre Grenzen, da diese nur durch sehr umfangreiche Kommunikationsmaßnahmen erhöht werden können, wie das Beispiel der Deutschen Telekom zeigt. Um langfristig die Zahl der eingesammelten Handys zu steigern, ist deshalb auch die Politik gefragt, entsprechende gesetzlich eingeführte Anreize zur Rückgabe ausrangierter Geräte zu setzen. Das derzeit diskutierte Handypfand oder Leasingmodelle könnten eine Lösung darstellen, um die Zahl der eingesammelten Mobiltelefone zu erhöhen. Die Mobilfunkanbieter betrachten ein Pfand auf Mobiltelefone unter anderem aufgrund eines hohen administrativen Aufwands als kritisch.

Neben der Sammlung der Geräte besteht eine weitere Herausforderung darin, den geeigneten Recyclingweg zu finden. Fast alle Anbieter legten inzwischen offen, wohin ihre eingesammelten Geräte gelangen. Die Deutsche Telekom lässt 90-95 Prozent aller Mobilfunkgeräte direkt recyceln, während die Anderen den Großteil wiederaufbereiten und anschließend zur Weiternutzung in Entwicklungsländer exportieren. Der Export birgt einerseits das Risiko, dass bei mangelnder Kontrolle auch falsch etikettierter Elektroschrott exportiert wird oder die Geräte schnell zu Elektroschrott werden und in häufig unsachgemäße Recyclingstrukturen gelangen. Da es derzeit noch keine „grünen“ und „fairen“ Mobiltelefone gibt und da die Herstellung der Geräte viele Ressourcen verbraucht, sollte auf eine möglichst lange längeren Nutzung von Mobiltelefonen hingewirkt werden. Funktionstüchtige Geräte direkt recyceln zu lassen anstatt sie zur Weiternutzung aufzubereiten, entspricht deshalb nicht einem nachhaltigen Nutzungskonzept. Die Aufbereitung der Geräte und eine Weiternutzung hierzulande oder auch in Entwicklungsländern stellt eine wichtige Möglichkeit für eine längere Nutzung dar.

Da jedoch auch Geräte, die eine Zeit lang in Entwicklungsländern weitergenutzt werden, irgendwann zu Elektroschrott werden, sind Unternehmen gefragt, in diesem Fall auch Verantwortung für ein fachgerechtes Recycling zu übernehmen. Erste Initiativen gibt es bereits auf Branchenebene wie beispielsweise die von der GeSI ins Leben gerufene „E-Waste Academy“ in Ghana, um mit den Menschen vor Ort über Probleme und mögliche Lösungen zu diskutieren. In Ghana landet derzeit ein großer Teil des illegal exportierten Elektroschrottes aus Europa. Allerdings könnten die Anbieter selbst noch proaktiver werden, beispielsweise indem sie funktionsfähige Handys nur in Länder exportieren, in denen sie selbst durch Tochterunternehmen vertreten sind. In diesen Ländern könnten Anbieter wiederum alte Handys einsammeln und sie für ein fachgerechtes Recycling zurück in Industrieländer importieren, da es beispielsweise bislang in Afrika keine Spezialrecyclingfirmen gibt, die Edelmetalle in großem Umfang zurückgewinnen können. Das Ziel, ein globales Recyclingsystem zu erschaffen, kann jedoch letztlich nur realisiert werden, wenn auch die Politik hierzu entsprechende gesetzliche Rahmensetzungen erlässt.

Ausblick: Möglichkeiten, Grenzen und Herausforderungen von Mobilfunkanbietern auf dem Weg in eine nachhaltige Mobilfunkindustrie

Unsere Folgestudie zeigt, dass sich die Mobilfunkanbieter zwar – in unterschiedlichem Tempo – auf den Weg gemacht haben, die Mobilfunkbranche nachhaltig zu gestalten, jedoch noch ein langer Weg vor ihnen liegt. Nachhaltigkeit und Menschenrechte haben in der Mobilfunkbranche in den letzten drei Jahren offensichtlich an Bedeutung gewonnen. Mobilfunkanbieter ergreifen dazu zunehmend die Initiative, sowohl im Alleingang als auch in Kooperation mit anderen Unternehmen. Wichtig ist, dass Mobilfunkunternehmen insbesondere die Zusammenarbeit auf Branchenebene weiter fokussieren, um die Mobilfunkindustrie nachhaltiger zu gestalten. Beispielsweise konnten freiwillige Initiativen zur Kooperation bei Lieferantenaudits wie der Joint Audit Cooperation die Zahl der vorgenommenen Vor-Ort-Kontrollen erhöhen. Weiterhin ist auch eine Zusammenarbeit im Bereich der Bewertungssysteme für Handys wichtig, um branchenweite Transparenz und Vergleichbarkeit zu schaffen und letztlich sozial und ökologisch verträgliche Produkte anbieten zu können.

Die vielfältigen Herausforderungen in der Lieferkette, beim Rohstoffabbau, beim Klimaschutz sowie bei Recycling und Elektroschrott zeigen auch die Grenzen freiwilliger Maßnahmen auf. Vielfach sind intelligente politische Rahmensetzungen und Anreizsysteme erforderlich, um langfristig Verbesserungen zu erreichen.

ANHANG: FRAGEBOGEN

Fragebogen von Germanwatch im Rahmen von makeITfair – zur Anschlussstudie des im Jahre 2009 veröffentlichten Berichts zur Unternehmensverantwortung von deutschen und europäischen Mobilfunkanbietern „Faire Handys im Angebot?“.

Allgemeine Fragen

Im Juni 2011 hat der UN-Menschenrechtsrat die UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte verabschiedet. In diesen ist neben der Schutzpflicht der Staaten auch eine Sorgfaltspflicht („Due Diligence“) von Unternehmen hinsichtlich ihrer tatsächlichen und potenziellen Auswirkungen auf die Gesellschaft verankert. Zur Umsetzung der UN-Leitprinzipien propagieren die Leitprinzipien einen „intelligenten Mix“ aus freiwilligen Maßnahmen von Unternehmen und verbindlichen gesetzlichen Regelungen.

1. Inwiefern hat sich Ihr Unternehmen bereits mit den UN-Leitprinzipien auseinandergesetzt? Welche konkreten Pflichten oder Maßnahmen leitet Ihr Unternehmen insbesondere aus der Sorgfaltspflicht von Unternehmen ab?
2. Wo sehen Sie für ein Mobilfunkunternehmen Möglichkeiten und Grenzen unternehmerischer Freiwilligkeit zum Schutz von Menschenrechten und auf dem Weg zu nachhaltigem Wirtschaften?
3. Was sind Ihrer Einschätzung nach die drei größten Herausforderungen zu Menschenrechtsschutz und mehr Nachhaltigkeit, die es in der Mobilfunkbranche zu bewältigen gilt?

Informationen über die zum Verkauf angebotenen Produkte

4. Welche Kommunikations- und Marketingmaßnahmen für ökologisch und sozial verträgliche Produkte haben Sie seit unserer letzten Befragung im Jahr 2009 betrieben? Wie bewerten Sie den Erfolg der Maßnahmen im Hinblick darauf,
 - wie diese Ihre Erwartungen bezüglich der Nachfrage von nachhaltigen Produkten durch Ihre Kunden erfüllt haben,
 - wie diese generell das Bewusstsein für ökologische und soziale Probleme entlang der Wertschöpfungskette von Elektronikgeräten beim Kunden gestärkt haben?
5. Nehmen Sie ein wachsendes Verbraucherinteresse an sozialen und ökologischen Fragen in Bezug auf die von Ihnen verkauften Produkte wahr? Falls Sie dazu Daten erhoben haben, um wie viel Prozent ist das Interesse gegenüber unserer letzten Befragung im Jahr 2009 Ihrer Einschätzung nach gestiegen/gesunken? Welche Anforderungen stellen Verbraucher überwiegend (soziale/ökologische Aspekte)?
6. Inwiefern verankern Sie Nachhaltigkeitsaspekte in Ihren Geschäftsmodellen oder planen dies für die Zukunft, z.B. durch Anreize zur längeren Nutzungsdauer von Mobiltelefonen?

Nutzungsphase

7. Zu welchem Anteil beziehen Sie Ihren Strom aus einhundert Prozent erneuerbaren Energien (exklusive RECS-Zertifikate)?
8. Sehen Sie Möglichkeiten, das Kundenverhalten durch das Produkt (z.B. entsprechende Apps) zu einem nachhaltigeren Verhalten zu beeinflussen? Wenn ja, welche Möglichkeiten sehen Sie hier für die Zukunft?

Recycling & Wiederverwendung

9. Wie groß war der Anteil der bei Ihnen zurückgegebenen Mobiltelefone an der Gesamtzahl verkaufter Mobiltelefone in 2011? Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um die Rückgabequote von alten Mobiltelefonen zu steigern?
10. Bedarf es Ihrer Einschätzung nach einer gesetzlichen Regelung (z.B. über ein Handypfand), um die Sammelquote ausgedienter Mobiltelefone zu erhöhen? Wenn ja, welche Regelung würden Sie präferieren?
11. Wie viel Prozent der pro Jahr eingesammelten Mobiltelefone werden von Ihrem Unternehmen
 - a) zum Recycling weitergegeben? Bitte geben Sie an, wohin.
 - b) zur Wiederverwendung aufbereitet? Bitte beschreiben Sie, wer die Geräte weiterverkauft und wohin.
12. Falls die Geräte auch in Entwicklungsländer exportiert werden, wie stellen Sie sicher, dass nur gebrauchsfähige Geräte und kein Elektroschrott exportiert werden? Wie werden Sie ggf. beim Export von funktionstüchtigen Geräten in Entwicklungsländer Ihrer Verantwortung gerecht, dass Geräte nach deren Nutzung fachmännisch recycelt werden?

Einflussmöglichkeiten auf Handyhersteller hinsichtlich der sozialen und ökologischen Probleme innerhalb ihrer Zuliefererketten

makeITfair hat verschiedene Studien über soziale und ökologische Probleme im Hinblick auf Elektronikproduktion und -entsorgung veröffentlicht. (weiterführende Informationen unter <http://makeitfair.org/de/die-fakten/studien>).

13. Welche Schritte haben Sie konkret seit unserer letzten Befragung im Jahr 2009 bei der Zusammenarbeit mit Zulieferern unternommen, um soziale und ökologische Probleme entlang der Wertschöpfungskette von Mobilfunkgeräten zu verringern? Welche Erfolge konnten Sie hierbei verzeichnen?
14. Bei wie viel Prozent Ihrer Lieferanten nehmen Sie pro Jahr selbst Audits vor oder lassen diese von externen Partnern durchführen? Hat sich der Anteil seit 2009 erhöht?
15. Führen Sie bzw. von Ihnen beauftragte Unternehmen Audits nur auf der ersten oder auch auf weiteren Stufen der Zuliefererkette durch?
16. Gibt es Pläne zur gemeinsamen Durchführung von Audits bei Lieferanten mit anderen Mobilfunkanbieter? Wenn nein, warum nicht?
17. Stehen den ArbeiterInnen bei Ihren Lieferanten Beschwerdesysteme zur Verfügung, um auf die Verletzung sozialer Standards aufmerksam zu machen?

Gibt es weitere Punkte, die Ihnen im Zusammenhang mit diesem Themenbereich wichtig sind?

Bitte fügen Sie nötigenfalls Informationen über Ihre Richtlinien und andere relevante Dokumente bei.

