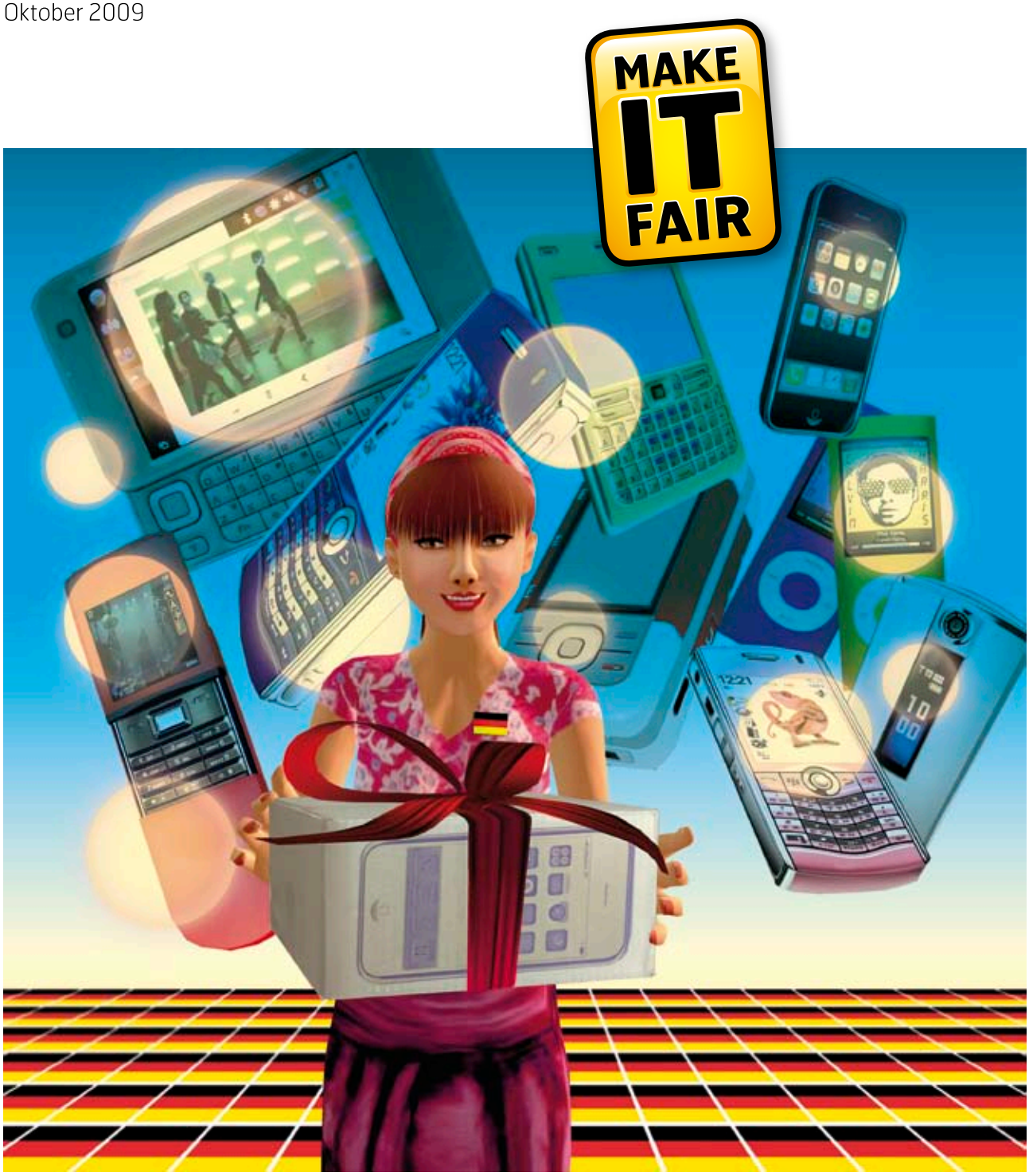
FAIRE HANDYS IM ANGEBOT?

Vergleichende Studie zur Unternehmensverantwortung von deutschen und europäischen Mobilfunkanbietern

Oktober 2009



IMPRESSUM

FAIRE HANDYS IM ANGEBOT?
Vergleichende Studie zur Unternehmensverantwortung von deutschen und europäischen Mobilfunkanbietern
Oktober 2009

AUTORINNEN: Cornelia Heydenreich, Luise Görges

UNTER MITARBEIT VON:
Mariëtte van Huijstee (SOMO), Päivi Pöyhönen (FinnWatch), Christopher Riddselius (Fair Trade Center)

REDAKTION: Larissa Neubauer, Christian Pape

TITEL-LAYOUT: Justar.nl

HERAUSGEBER:
Germanwatch e.V.

Büro Berlin
Voßstr. 1
D-10117 Berlin
Telefon 030/ 2888 356-0
Fax 030/ 2888 356-1
Internet: www.germanwatch.org
E-mail: info@germanwatch.org

Büro Bonn
Dr. Werner-Schuster-Haus
Kaiserstr. 201
D-53113 Bonn
Telefon 0228/ 60492-0, Fax-19

Diese Studie wird im Rahmen des makeITfair-Projektes veröffentlicht. makeITfair ist ein europäisches Projekt unter Koordination der niederländischen Organisation SOMO. Projektpartner sind Germanwatch und die Verbraucher Initiative aus Deutschland, SwedWatch, Fair Trade Center, Church of Sweden Aid aus Schweden, FinnWatch und die Finnish Association for Nature Conservation aus Finnland, KARAT aus Polen, ACIDH aus der DR Kongo, CIVIDEP aus India und Labour Action China aus China.

ISBN: 978-3-939846-52-9

BESTELLNUMMER: 09-4-02

IM INTERNET ABRUFBAR UNTER: www.germanwatch.org/corp/it-handy09.htm

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

INHALT

Vorwort 5
Zusammenfassung 6
Einleitung 10
Methodik 11
1. Mobilfunkanbieter – eine globale Marktanalyse 12
1.1. Größte Mobilfunkanbieter weltweit 13
1.2. Untersuchte Mobilfunkanbieter 15
2. Soziale und ökologische Probleme in der Mobiltelefonindustrie 19
2.1. Niedrige Löhne und gewerkschaftsfeindliche Praktiken in der Produktion 19
2.2. Rohstoffabbau unter gefährlichen Bedingungen 21
2.3. Umweltauswirkungen von Mobiltelefonen 22
3. Vergleich der Mobilfunkanbieter in vier verschiedenen Ländern 25
3.1. Verkaufszahlen und Produktinformationen 26
3.2. Wiederaufbereitung und Wiederverwendung von Mobiltelefonen 27
3.3. Verantwortung in der Lieferkette 28
4. Der Blick auf Deutschland – Übersicht des Mobilfunkmarktes 31
4.1. Der Deutsche Mobilfunkmarkt 31
4.2. T-Mobile 32
4.3. Vodafone 35
4.4. E-Plus 37
4.5. Telefónica O_2 Germany 40
4.6. Zusammenfassende Auswertung Deutschland 43
5. Schlussfolgerung und Empfehlungen für den europäischen und deutschen Mobilfunkmarkt 48
Anhang 1: Tabelle 1 mit Quellen 52
Anhang 2: Fragebogen 54
Anhang 3: Lieferantenpolitik im Vergleich 57

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

CSR	Corporate Social Responsibility = Unternehmensverantwortung
EICC	Electronic Industry Citizenship Coalition
E-TASC	Electronics – Tool for Accountable Supply Chains
ETNO	European Telecommunications Network Operators Association
GeSI	Global e-Sustainability Initiative
IKT	Informations- und Kommunikationstechnologie
ILO	International Labour Organization = Internationale Arbeitsorganisation
ITU	International Telecommunication Union = Internationale Fernmeldeunion
NGO	Non-governmental organisation = Nichtregierungsorganisation
SACOM	Students and Scholars Against Corporate Misbehaviour
SAR	Specific absorption rate = Spezifische Absorptionsrate

VORWORT

Diese Studie ist Teil des makeITfair-Projektes, das auf die Vorgänge in den Produktionsketten der Unterhaltungselektronik aufmerksam machen will. Schwerpunkt dieser Untersuchung sind Produkte, die besonders von jugendlichen Verbrauchern genutzt werden, z.B. Handys, MP3-Player, Spielkonsolen und Laptops. Die Unterhaltungsindustrie wurde wegen ihres rasanten Wachstums in den Fokus genommen, weil damit viele soziale und ökologische Probleme einhergehen. Erst seit kurzem ist diese Branche Gegenstand von öffentlichen Kampagnen, und in der breiten Öffentlichkeit besteht noch immer ein begrenztes Bewusstsein über die Zustände im Elektroniksektor. Da der Herstellungsprozess von Produkten der Unterhaltungselektronik inzwischen im wahrsten Sinne des Wortes weltumspannend ist, stellt dieser Sektor ein gutes Beispiel dar, um jugendlichen Verbrauchern Auswirkungen der Globalisierung darzustellen.

makeITfair spricht insbesondere jugendliche Verbraucher an, da diese Gruppe eine entscheidende Rolle dabei spielen kann, die Industrie zu einer nachhaltigeren Produktionsweise zu bewegen. Gleichzeitig wurden Dialoge mit Unternehmen der Elektronikindustrie initiiert, da sie für die Arbeitsbedingungen innerhalb der gesamten Lieferkette verantwortlich sind.

Im ersten Jahr beschrieben die makeITfair-Studien die Bedingungen, unter denen die Rohstoffe für Elektronikgeräte abgebaut werden. Im zweiten Jahr untersuchte man speziell die Produktion von Elektronikgeräten, zum Beispiel von Handys und MP3-Playern in Asien. Der Verkauf sowie schließlich das Ausrangieren von Produkten in der letzten Phase des Produktlebenszyklus sind die Schwerpunkte im aktuellen, dritten Jahr des Projektes.

Um die Ergebnisse dieser Untersuchung zu vermitteln, hat makeITfair Verbraucher-Infos, Bildungsmaterialien, Arbeitsmaterialien für Kampagnenorganisationen und internetbasierte Programme entwickelt und veröffentlicht. Ebenfalls hat makeITfair im Rahmen des Projektes Weiterbildungsworkshops in Osteuropa sowie „Runde Tische“ organisiert, um mit Elektronikunternehmen, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Gewerkschaften die unterschiedlichen Verantwortlichkeiten für die Umwelt, die Menschenrechte und Arbeitsbedingungen innerhalb der Lieferkette der Unterhaltungselektronik zu diskutieren.

NGOs aus mehreren europäischen Ländern arbeiten im Rahmen von makeITfair zusammen und werden dafür durch die Europäische Union (EU) finanziell unterstützt. Beteiligt sind Germanwatch, die Verbraucher Initiative, SwedWatch, Church of Sweden, Fair Trade Center, FinnWatch/Finnish Association for Nature Conservation, Karat und SOMO. Zum Konsortium gehören auch NGOs in Entwicklungsländern, wie zum Beispiel SACOM in China, CIVIDEP in Indien und ACIDH in der Demokratischen Republik Kongo.

ZUSAMMENFASSUNG

Innerhalb der letzten zehn Jahre hat die weltweite Nutzung des Mobilfunks rasant zugenommen. Für das Jahr 2008 schätzte die Internationale Fernmeldeunion (ITU) die Zahl der registrierten Mobilfunkanschlüsse auf 4,1 Milliarden. Dies entspricht einer weltweiten Marktdurchdringung von durchschnittlich 61 Prozent.

Zunehmend werden Unterhaltungselektronik und Mobiltelefone in Entwicklungs- oder Schwellenländern hergestellt. Jedes zweite Handy kommt aus China. Die bisherigen makeITfair-Studien haben bereits gezeigt, dass in der Lieferkette von Handys ernsthafte ökologische und soziale Probleme existieren. Es besteht also ein Bedarf für eine verstärkte Verantwortungsübernahme für die Lieferkette – nicht nur seitens der Hersteller von Handys sondern auch von denjenigen, die Mobiltelefone vertreiben.

Diese makeITfair Studie konzentriert sich auf die Zulieferverantwortung der großen Mobilfunkanbieter in Deutschland, Finnland, den Niederlanden und Schweden. Einige dieser Anbieter gehören weltweit zu den Top Ten: Vodafone, Telefónica/ O_2, Telenor, TeliaSonera und Deutsche Telekom/ T-Mobile. Weitere Unternehmen, die in diese Studie einbezogen wurden, sind KPN/ E-Plus, Tele2, Tre, Elisa und DNA. Neben einem europäischen Vergleich aller Anbieter wird ausführlicher auf die Marktverteilung und die Verantwortungsübernahme der deutschen Anbieter T-Mobile, Vodafone, O_2 und E-Plus eingegangen.

Die untersuchten Mobilfunkanbieter hatten im Jahr 2008 gemeinsam fast eine Milliarde Kunden, somit repräsentieren sie fast ein Viertel aller weltweiten Mobilfunk-Kunden. Die Mobilfunkanbieter haben eine besondere Position in der Lieferkette, da viele Verbraucher ihr Handy über diese Unternehmen beziehen. Für diese Studie befragte makeITfair die Mobilfunkanbieter zu Verkaufszahlen, Recyclingaufwand und zur Verantwortungsübernahme in der Lieferkette. Fünfzehn Fragebögen wurden an die nationalen Filialen der Mobilfunkanbieter in Deutschland, Finnland, den Niederlanden und Schweden verschickt. Drei von ihnen – Elisa, Tele2 Niederlande und Vodafone Deutschland - haben an der Untersuchung nicht teilgenommen und waren damit gegenüber makeITfair nicht transparent.

Verkaufszahlen

Die meisten der befragten Mobilfunkanbieter nannten in ihren Antworten auf den Fragebogen keine Verkaufszahlen von Mobiltelefonen. Nur O_2 (Telefónica Deutschland) und KPN haben diesbezügliche Angaben gemacht. So verkaufte O_2 im Jahr 2008 deutschlandweit 3,6 Millionen Handys, KPN mehr als 100.000 in den Niederlanden. Aufgrund der insgesamt sehr mangelhaften Informationen ist es nicht möglich, den Beschaffungsumfang von Mobiltelefonen der Mobilfunkanbieter abzuschätzen. Einen Anhaltspunkt gibt es jedoch von der finnischen Kommunikationsaufsichtsbehörde: Fast 30 Prozent der Mobiltelefone, die 2008 in Finnland verkauft wurden, gingen bei den Mobilfunkanbietern über den Ladentisch.

Eine recht neue Entwicklung ist die Vermarktung von sogenannten „grünen“ Mobiltelefonen, obwohl zu bezweifeln ist, ob diese Handys wirklich bereits als „grün“ bezeichnet werden können. Fünf der untersuchten Mobilfunkanbieter verkaufen explizit „grüne“ Handys: DNA, O_2, Tele2 Schweden, Telenor und T-Mobile Niederlande. Dagegen erklärten T-Mobile Deutschland und E-Plus gegenüber makeITfair, dass sie derzeit noch keine „grünen“ Handys auf dem Markt sehen, man jedoch die Hersteller dazu ermutige, wirklich „grüne“ Handys herzustellen, bei deren Produktion Umweltkriterien umfassender berücksichtigt werden.

Energieverbrauch und Klimaschutz

In Deutschland wurde vor dem Hintergrund der Diskussion über „Green IT“ ebenfalls untersucht, welche Verantwortung die Mobilfunkbetreiber in Bezug auf den Energieverbrauch und den Klimaschutz im eigenen Netzbetrieb übernehmen. Der Netzbetrieb stellt für alle Anbieter wegen des hohen Energieverbrauchs eine Herausforderung dar. So macht der Mobilfunk 92 Prozent des Energiebedarfs von Vodafone aus. Alle Anbieter versuchen dem durch Energieeffizienzmaßnahmen zu begegnen und sollten dies auch weiterhin tun. Wünschenswert wäre es aber, wenn alle Unternehmen den Strom für den eigenen Bedarf entweder selbst mit erneuerbaren Energien erzeugen oder wirklich Strom aus erneuerbaren Energien beziehen, wie dies bei O_2 nach eigenen Angaben für bereits fast 70 Prozent des Strombedarfs der Fall ist. Der Kauf von RECS-Zertifikaten wie im Falle der Deutschen Telekom kann nicht als ausreichende Klimaschutzmaßnahme gewertet werden. Die Mobilfunkanbieter sollten ebenfalls dafür Sorge tragen, dass ihre Kunden die von ihnen ausgegebenen Geräte möglichst energieeffizient nutzen. Eine wichtige Voraussetzung dafür ist die Auslieferung von Geräten mit energieoptimierten Standardoptionen.

Recycling und Wiederverwendung der Mobiltelefone

Alle befragten Mobilfunkanbieter, mit Ausnahme von Tele2 Niederlande, haben ein Wiederverwendungs- und Recyclingprogramm eingeführt. Da Tele2 nicht in jedem Land Geschäfte unterhält, wäre es wünschenswert, wenn das Unternehmen in diesen Ländern ein Recyclingprogramm per Post einrichten würde. Trotz der Rückgabeprogramme ist die Anzahl der eingesammelten und wiederaufbereiteten Mobiltelefone dramatisch niedrig. Hier besteht noch großer Handlungsbedarf.

Acht Unternehmen gaben an, dass sie mit den Herstellern ökologische Designkriterien besprechen und während der Beschaffung darauf drängen. Allerdings zeigen die üblichen Vermarktungspraktiken der Mobilfunkanbieter, dass das Anbieten von kostenlosen Handys in Verbindung mit einem Vertrag die Anzahl der weltweit zirkulierenden Mobiltelefone in die Höhe treibt und schließlich auch die Menge an Elektroschrott erhöht.

Verantwortung in der Lieferkette

Die Verantwortung für die Lieferkette hat makeITfair auf der Ebene der Mobilfunkkonzerne bewertet und dafür die Angaben einiger Unternehmen zusammengefasst (z.B. T-Mobile in den Niederlanden und Deutschland) und damit insgesamt zehn Konzerne untersucht. Sieben der zehn Mobilfunkanbieter haben mittlerweile eine Lieferantenpolitik aufgestellt, deren Inhalte und Umsetzung jedoch recht verschieden sind. Sechs der sieben Unternehmen, die über eine solche Politik verfügen, verweisen auf die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Fünf Unternehmen beziehen sich auf Allgemeine Erklärung der Menschenrechte als Basis für ihre Politik. Viele Unternehmen erklären, die nationalen Gesetze einzuhalten, jedoch kann eine solche Erklärung nicht als sehr ehrgeizig angesehen werden.

Nur fünf der untersuchten Mobilfunkanbieter besitzen auch Monitoringsysteme, um die Einhaltung dieser Politik durch ihre Zulieferer zu überprüfen. Sie nutzen Selbsteinschätzungs-Fragebögen und überprüfen die Zulieferer teilweise auch vor Ort (Telefónica (O_2 Deutschland), TeliaSonera, Telenor, T-Mobile und Vodafone). Keiner der Anbieter in dieser Studie beauftragt unabhängige externe Gutachter, um die Zulieferer zu kontrollieren. Viele der Anbieter stehen erst am Anfang, Kriterien für die Kontrolle und Verifizierung der Zuliefererstandards zu entwickeln. Und die Unternehmen, die Audits als Teil der Lieferantenüberprüfung durchführen, tun dies bislang nur in wenigen Fällen. Um die Einhaltung der festgeschriebenen sozialen und ökologischen Kriterien sicherzustellen, müssen mehr Audits erfolgen,

damit vor allem die Zulieferer mit hohem Risikopotential für die Nichteinhaltung sozialer Standards erfasst werden.

Lediglich die Telekom, Telenor und Vodafone geben die Anzahl von Überprüfungen im Jahr 2008 an. Vodafone und die Telekom veröffentlichen auch die Hauptergebnisse ihrer Kontrollen. Vodafone berichtet, dass 18 Audits durchgeführt wurden und insgesamt 166 Empfehlungen zu Verbesserungen an die Zulieferer gestellt wurden und die Telekom informiert über drei Audits bei Zulieferbetrieben und stellt die Hauptprobleme und die erfolgten Verbesserungsmaßnahmen im Internet dar. Obwohl die Verantwortung für die Zulieferkette bei Vodafone und der Telekom am weitesten vorangeschritten ist, bleibt die Anzahl der Audits im Vergleich zu Telenor und anderen Unternehmen im Elektroniksektor zurück.

Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Obwohl bis auf Tele2 Niederlande alle Mobilfunkanbieter Rückgabeprogramme eingeführt haben, ist die Anzahl der eingesammelten und wiederverwerteten Mobiltelefone äußerst gering. Um dies zu verbessern, sollte zunächst das Bewusstsein über die Recyclingmöglichkeiten erhöht werden. Mobilfunkanbieter könnten dazu sogar eine gemeinsame Öffentlichkeitskampagne starten. Ein anderer Weg, um das Recycling zu fördern, wären Geschenkgutscheine für diejenigen, die ihr altes Telefon abgeben. Solche Rückgabeprogramme müssen die Mobilfunkanbieter auch außerhalb Europas entwickeln. In Entwicklungsländern verkaufen viele Verbraucher ihr kaputtes Handy an den informellen Recyclingsektor, wo das Elektroschrottrecycling jedoch oft verheerende Gesundheits- und Umweltauswirkungen verursacht. makeITfair ist der Ansicht, dass in diesen Regionen tätige Mobilfunkanbieter wirtschaftliche Anreize für angemessenes Recycling schaffen müssen.

Sogenannte „SIM-only"-Verträge bieten aus umwelt- und entwicklungspolitischer Perspektive eine sehr vielversprechende Möglichkeit für Mobilfunkanbieter, verschiedene Probleme in der Wertschöpfungskette von Handys gleichzeitig zu adressieren. Statt mit jeder Vertragsverlängerung ein neues Telefon auszugeben, gibt es durch SIM-only-Verträge einen Anreiz für eine längere Nutzung von Handys und damit müssen weniger wertvolle Metalle abgebaut werden und am Ende entsteht weniger Elektroschrott. Beim derzeitigen Marketing zur Vertragsverlängerung bieten die meisten Anbieter den Verbrauchern zwei Möglichkeiten: Einen geringeren SIM-only-Tarif oder ein neues Handy. Die Anbieter hätten jedoch mehrere Möglichkeiten, die SIM-only-Option stärker zu fördern. Sie können die SIM-only-Verträge durch Marketing leichter erkennbar machen als die Option „neues Handy". Oder sie können Möglichkeit komplett abschaffen, ein neues Handy zu erhalten. Eine andere Möglichkeit bestünde darin, den Verbrauchern bei Vertragsverlängerung nur dann ein neues Handy auszugeben, wenn sie ihr altes Gerät zurückzugeben. Bei jeder dieser Varianten könnte gleichzeitig darauf hingewiesen werden, welche ökologischen und sozialen Vorteile die SIM-only-Option bietet. Eine solche Strategie könnte nicht zuletzt das Image des Unternehmens verbessern.

Bezüglich der Lieferantenpolitik ist makeITfair der Ansicht, dass Arbeitnehmervertreter vor Ort in den Produktionsländern bei der Überprüfung sowie der Entwicklung und Umsetzung von Verbesserungsplänen beteiligt werden müssen, um die Arbeitsweise der Zulieferer ausgewogen bewerten zu können. Gleichzeitig würde dieser Einblick in die Sichtweise eines Beschäftigen auch in Erfahrung bringen können, welche Verbesserungen er in seinem Arbeitsumfeld wünscht und für umsetzbar hält. Multi-Stakeholder-Ansätze im Rahmen einer Unternehmensinitiative würden die Möglichkeit verbessern, Arbeitnehmerbelange zu berücksichtigen, was durch das gemeinsame Auditsystem der Electronic Industry

Citizenship Coalition (EICC) und der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) nicht geleistet wird. Außerdem sollte in der gesamten Lieferkette ein funktionierendes Beschwerdesystem eingeführt werden.

Zusammengefasst zeigt diese Studie, dass Mobilfunkanbieter einige Initiativen zur Verbesserung der sozialen und ökologischen Bedingungen entlang der Lieferkette entwickelt haben. Manche sind auf diesem Weg bereits weiter vorangeschritten als andere. Insgesamt gibt es aber noch großen Handlungsbedarf entlang der gesamten Lieferkette und dem Lebenszyklus von Handys: bei der Entwicklung der Handys, bei der Herstellung, der Vermarktung der Telefone und beim Recycling. Betrachtet man die wichtige Position der Mobilfunkanbieter in der Handy-Lieferkette, so ist zu bedauern, dass die Unternehmen in ihrer Rolle als Handyverkäufer nicht alle zur Verfügung stehenden Möglichkeiten nutzen, um die Verbraucher und die Lieferanten in sozialen und ökologischen Fragen zu beeinflussen. makeITfair drängt die Mobilfunkanbieter dazu, die Situation in der Lieferkette weiter zu verbessern und hofft, dass diese Studie den Anbietern einige hilfreiche Ideen zur Umsetzung liefern kann.

EINLEITUNG

In den letzten zehn Jahren hat sich der Mobiltelefonmarkt rasant entwickelt. Allein 2008 wurden weltweit fast 1,2 Milliarden Handys verkauft.[1] Trotz dieses enormen Erfolges der Branche ist die Realität für viele Beschäftigte in den Handyfabriken sehr hart. In den Jahren 2008 und 2009 hat makeITfair Studien über die Arbeitsbedingungen in sieben chinesischen und philippinischen Handyfabriken veröffentlicht.[2] Die Untersuchungen deckten schwere Verletzungen von Arbeitsrechten in Fabriken auf, die Multimediatelefone, Ladegeräte und Bluetooth-Kopfhörer für die großen Mobilfunkmarken produzieren. Andere makeITfair Berichte haben die erschreckenden Arbeitsbedingungen in den Minen untersucht, die Metalle fördern, die in der Elektronikindustrie besonders wichtig sind. [3] Zudem hat makeITfair auch die negativen Auswirkungen des Elektroschrottexports in Entwicklungsländer dargestellt.[4]

In dieser Studie untersucht makeITfair die Rolle und Verantwortung der Mobilfunkanbieter in der Lieferkette von Handys. Diese Unternehmen stellen die Netzwerke bereit, die es den Menschen überhaupt erst ermöglichen, mit ihren Mobiltelefonen zu kommunizieren. Ohne Mobilfunkanbieter gäbe es auch keinen Mobilfunkmarkt. Darüber hinaus sind sie wichtige Käufer und Händler von Mobiltelefonen. Als solche haben sie einen beträchtlichen Einfluss auf den Mobiltelefonmarkt und somit auch Verantwortung für die sozialen und ökologischen Probleme in deren Lieferketten.

Der europäische Bericht vergleicht die Lieferpolitiken, Marketingstrategien und Recyclingprogramme der größten Mobilfunkanbieter in den Niederlanden, Deutschland, Schweden und Finnland. Obwohl gleichermaßen wichtig, werden einige Themen (wie z.B. Gesundheitsaspekte in Verbindung mit Strahlung, Schuldenfallen für Jugendliche und junge Erwachsene) aus Gründen der zeitlichen und finanziellen Beschränkungen der Studie nicht untersucht. Für jedes Land –Deutschland, Finnland, die Niederlande und Schweden – wurden individuelle Berichte erstellt, die Fallstudien zu den größten nationalen Anbietern beinhalten. Der hier vorliegende Bericht geht insbesondere auf die Anbieter in Deutschland ein. Für die Fallstudien zu den Anbietern aus den anderen Ländern verweisen wir auf die makeITfair-Webseite: www.makeitfair.org.

Im 1. Kapitel wird der globale Mobilfunkanbietermarkt untersucht und jedes der einbezogenen Unternehmen kurz vorgestellt. Einen Überblick über die größten sozialen und ökologischen Probleme in der Mobiltelefonlieferkette wird in Kapitel 2 gegeben. In Kapitel 3 werden die Verkäufe, die Recycling-Bemühungen und die Verantwortlichkeiten in der Lieferkette der zehn europäischen Mobilfunkanbieter verglichen, während im 4. Kapitel noch einmal ein genauerer Blick auf den deutschen Mobilfunkmarkt und die Übernahme von Verantwortung in der Lieferkette geworfen wird. Abschließend werden im 5. Kapitel die Hauptergebnisse dargestellt und Verbesserungsvorschläge für die sozialen und ökologischen Bedingungen in der Mobilfunklieferkette gegeben.

---

1 IDC (2009): Worldwide Mobile Phone Market Declines by 12.6% in Fourth Quarter - More Challenges To Come Says IDC; http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS21659209

2 SOMO and SwedWatch (2008): Silenced to Deliver – Mobile phone manufacturing in China and the Philippines; FinnWatch, SACOM and SOMO (2009): Playing with Labour Rights – Music player and game console manufacturing in China

3 FinnWatch (2007): Connecting components, dividing communities - Tin Production for Consumer Electronics in the DR Congo and Indonesia; SOMO (2007): Capacitating Electronics - The corrosive effects of platinum and palladium mining on labour rights and communities; SwedWatch (2007): Powering the Mobile World - Cobalt production for batteries in the DR Congo and Zambia

4 SwedWatch (2009): Out of Control - E-waste trade flows from the EU to developing countries

METHODIK

Diese Studie untersucht, inwieweit die zehn führenden Mobilfunkanbieter in Finnland, Deutschland, den Niederlanden und Schweden tatsächlich Verantwortung für ihre Zulieferketten übernehmen.

Die ausgewählten Unternehmen sind Vodafone, Telefónica, TeliaSonera, T-Mobile, KPN, Tele2, Tre, Elisa und DNA – insgesamt zehn Unternehmen. Da die Daten auf nationaler Ebene gesammelt und ausgewertet wurden, jedoch Vodafone, T-Mobile, Tele2, TeliaSonera und KPN in mehr als einem der untersuchten Ländern tätig sind, entstand ein Bericht mit 15 Fallstudien. In Finnland wurden TeliaSonera, Elisa und DNA untersucht, in Schweden TeliaSonera, Tele2, Telenor und Tre. In den Niederlanden umfasst die Studie die Tätigkeiten von Vodafone, T-Mobile, KPN und Tele2. In Deutschland wurden KPN´s Tochtergesellschaft E-Plus, die Tochtergesellschaft von Telefónica, O_2, sowie T-Mobile und Vodafone untersucht.

Für jedes Land haben die makeITfair-Partnerorganisationen einen eigenen Bericht erstellt, der die marktführenden Mobilfunkanbieter des jeweiligen Landes beinhaltet. [5] Des Weiteren wurde gemeinsam ein Vergleich zwischen den Mobilfunkanbietern in den unterschiedlichen Ländern vorgenommen.

Die Daten zur Erstellung dieser Studie wurden mittels Literaturrecherche, Online-Recherche sowie mit Fragebögen und zum Teil telefonischen Nachfragen an die Unternehmen erhoben. Für die Unternehmen wurde ein Standardfragebogen verwendet, der in Deutschland zum Teil aufgrund der vorliegenden Informationen aus den Unternehmensberichten noch angepasst und mit spezifischen Fragen an einzelne Unternehmen ergänzt wurde. In Deutschland wurde der Fragebogen auch inhaltlich ergänzt und zusätzlich zu den gemeinsam erhobenen Informationen sind hier auch Fragen zu Klimaschutz und Energieverbrauch gestellt worden. Beispielhaft ist in Anhang 2 der Fragebogen eingefügt, der an die Deutsche Telekom/ T-Mobile in Deutschland gerichtet wurde.

Fünfzehn Fragebögen wurden an die Tochtergesellschaften der Mobilfunkanbieter in Deutschland, Finnland, den Niederlanden und Schweden im Juni 2009 verschickt. Der Rücklauf lag bei zwölf Fragebögen.

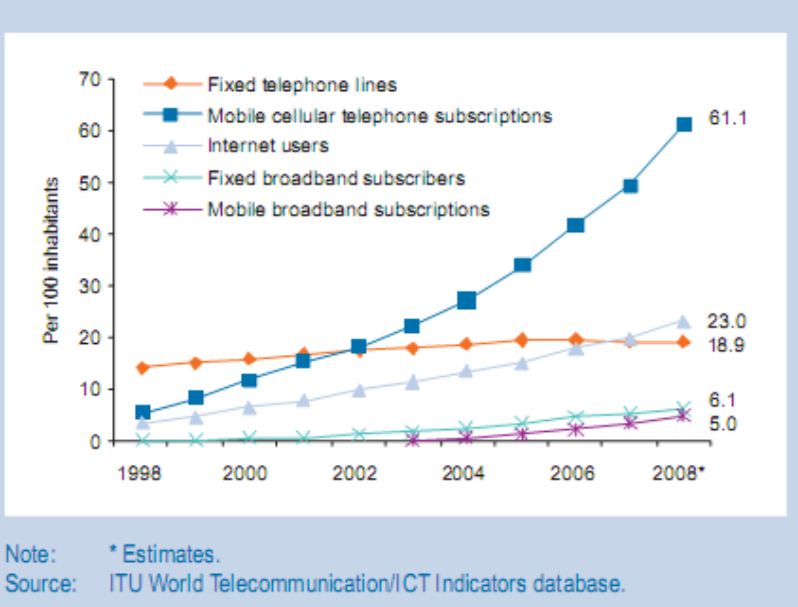
Die Mobilfunkanbieter, die sich durch die Beantwortung des Fragebogens an der Studie beteiligt hatten, erhielten die Möglichkeit, auf sachbezogene Fehler in ihren Profilen durch Kommentare und Verbesserungen zu reagieren. Diese Anmerkungen wurden in den endgültigen Berichten miteinbezogen.

[5] Die nationalen Versionen der Studie finden Sie auf der makeITfair-Website: http://makeitfair.org/the-facts/reports

1. MOBILFUNKANBIETER – EINE GLOBALE MARKTANALYSE

Innerhalb der letzten zehn Jahre hat die weltweite Nutzung des Mobilfunks rasant zugenommen. Für das Jahr 2008 schätzte die Internationale Fernmeldeunion (ITU) die Zahl der registrierten Mobilfunkanschlüsse auf 4,1 Milliarden.[6] Dies entspricht einer weltweiten Marktdurchdringung von durchschnittlich 61,1 Prozent (d.h., im Durchschnitt verfügen 61 Prozent der Weltbevölkerung über einen registrierten Mobiltelefonanschluss, s. Grafik 1). Verglichen mit der Marktdurchdringung im Jahr 1998, als die ITU 318 Millionen Mobilfunkanschlüsse registrierte, hat sich die Anzahl mehr als verzehnfacht.[7] Hier lässt sich ein deutlicher Wechsel erkennen - weg von Festnetzanschlüssen hin zum Gebrauch von Mobiltelefonen. Noch im Jahr 1998 war die Anzahl der Festnetzanschlüsse dreimal größer als die Anzahl zugelassener Mobiltelefone (838 Millionen Festnetzanschlüsse zu 318 Millionen Mobilfunkanschlüssen). Heutzutage ist die Anzahl der Mobilfunkanschlüsse jedoch fast viermal so groß wie die der Festnetzanschlüsse. Lediglich 19 Prozent der Weltbevölkerung unterhalten noch einen Festnetzanschluss und deren Anstieg war innerhalb der letzten zehn Jahre marginal.[8]

Grafik 1: Weltweite Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologie, 1998-2008[9]



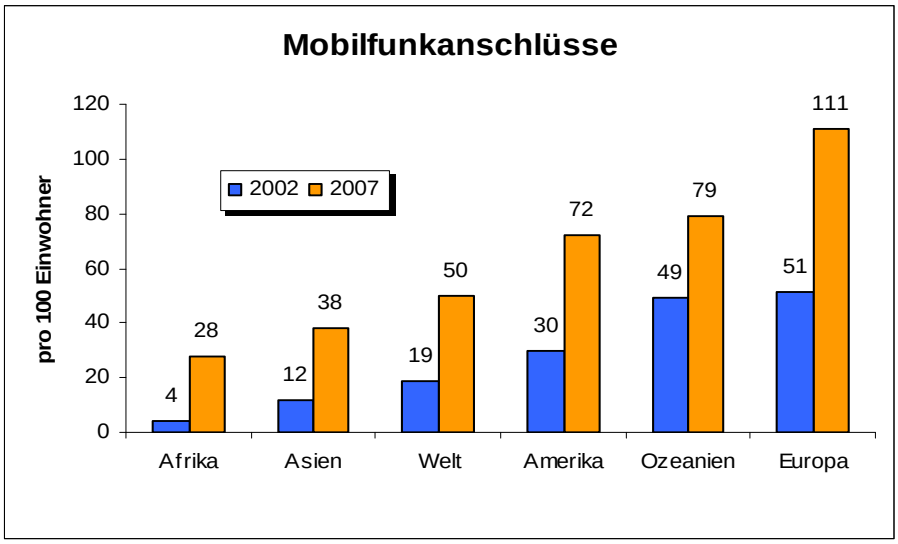
Festnetzanschlüsse
Mobilfunkanschlüsse
Internetnutzer
Festnetzbreitband-Kunden
mobile Breitband-Kunden

Jedoch ist die Angabe einer Marktdurchdringung von 61 Prozent etwas irreführend. Bei genauerer Betrachtung lassen sich große Unterschiede zwischen den Industriestaaten und den Entwicklungsländern erkennen. Während die Marktdurchdringung im Jahr 2007 in Europa bei 111 Prozent lag (d.h. jeder Europäer besaß durchschnittlich mehr als ein Handy), betrug sie in Ozeanien 79 Prozent, in Amerika 72

[6] International Telecommunication Union (2009): Measuring the Information Society - The ICT Development Index; http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf; S. 4
[7] ITU (2009): Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector; http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/KeyTelecom99.html
[8] ITU (2009): Measuring the Information Society - The ICT Development Index; http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf; S. 3
[9] ebd.

Prozent, in Asien nur 38 Prozent und in Afrika lediglich 28 Prozent (2007).[10] Aufgrund der (Über)-Sättigung in den entwickelten Nationen – z.B. den in dieser Studie untersuchten Ländern Deutschland (130%)[11], Finnland (129%)[12], den Niederlanden (121%)[13] und Schweden (119%)[14] – sind die Wachstumsraten in den Entwicklungsländern deutlich höher. Afrika ist mit einer Wachstumsrate von 32 Prozent im Jahre 2007 führend, was aufgrund der momentan niedrigsten Marktdurchdringung der Welt nicht überrascht.[15]

Grafik 2: Mobilfunkanschlüsse – Marktdurchdringung nach Regionen



Quelle: Internationale Fernmeldeunion[16]

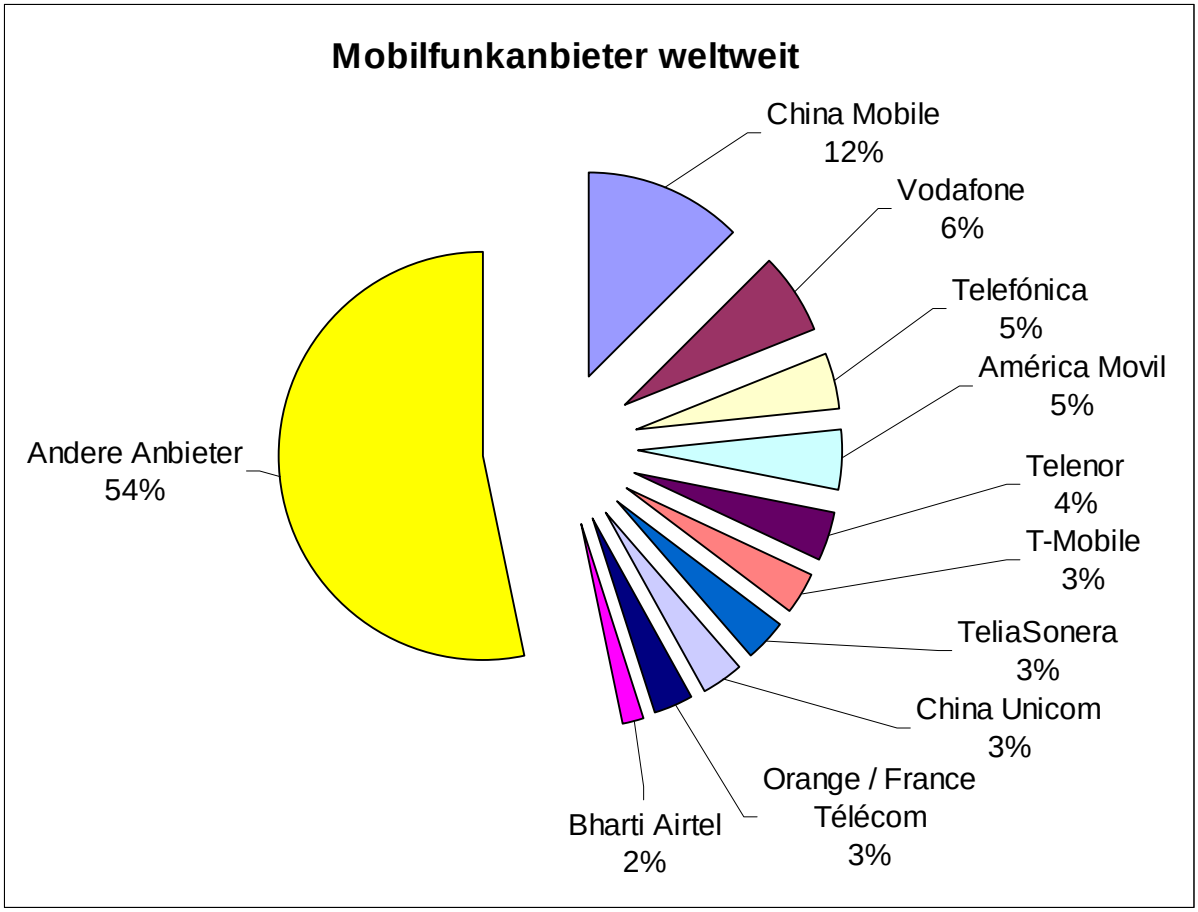
1.1. GRÖßTE MOBILFUNKANBIETER WELTWEIT

Auf globaler Ebene stellt sich der Mobilfunkmarkt folgendermaßen dar: Die weltweit 10 größten Mobilfunkanbieter (gemessen an der Zahl der Anschlüsse) verfügen über einen Marktanteil von ungefähr 46 Prozent.[17] Zwei der zehn Marktführer kommen aus China. Mit Ausnahme der China Unicom, welche ihr Geschäft nur in China betreibt, ist jedes der Top Ten Unternehmen weltweit aktiv, zumindest in mehr als einem Land vertreten.

---

[10] ITU (2009): Measuring the Information Society - The ICT Development Index; http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf; S. 4
[11] ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database (2009): Mobile cellular subscriptions; http://www.itu.int/ITU-D/icteye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?ReportName=/WTI/CellularSubscribersPublic&RP_intYear=2008&RP_intLanguageID=1
[12] ebd.
[13] ebd.
[14] ebd.
[15] ITU (2009): Measuring the Information Society - The ICT Development Index; http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf; S. 3
[16] ITU (2009): Measuring the Information Society – The ICT Development Index; http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/index.html; S. 4
[17] Kalkulation basiert auf den Jahresberichten der Unternehmen und beläuft sich auf 4,000,394,600 Mobilfunkanschlüsse im Jahr 2008; http://www.itu.int/ITU-D/icteye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?ReportName=/WTI/CellularSubscribersPublic&RP_intYear=2008&RP_intLanguageID=1; siehe Grafik 3

Grafik 3: Die größten Mobilfunkanbieter weltweit



Quelle: Eigene Kalkulation[18]

Diese Studie untersucht die größten Mobilfunkanbieter in Deutschland, Finnland, Schweden und den Niederlanden (siehe Tab. 1), unter denen sich auch einige der großen „Global Player" befinden. So steht beispielsweise Vodafone weltweit an zweiter Stelle, Telefónica an dritter, Telenor an fünfter, T-Mobile belegt den sechsten und TeliaSonera den siebten Platz. Weitere Unternehmen, die in die Untersuchung einbezogen wurden, sind KPN, Tele2, Tre, Elisa und DNA, welche jedoch nicht zu den zehn weltgrößten Mobilfunkanbietern gehören. Da es sich aber um große Firmen auf nationaler Ebene (Deutschland, Schweden, Finnland und/oder den Niederlanden) handelt, wurden sie in diese Studie aufgenommen.

[18] Angaben durch jeweilige Unternehmen (Jahresberichte 2008; Bharti Airtel: Zahlen vom 31.03.09)

1.2. UNTERSUCHTE MOBILFUNKANBIETER

Tabelle 1: Märkte und Kunden der untersuchten Mobilfunkanbieter[19]

MOBILFUNKANBIETER (HAUPTSITZ)	HAUPTMÄRKTE	ANSCHLÜSSE IN MIO. (WELTWEIT/IN DEN UNTERSUCHTEN LÄNDERN) ENDE 2008
DNA (Finnland)	Finnland	Finnland: 1.66
Elisa (Finnland)	Finnland, Estland	Weltweit: 2.88 Finnland: 2.54
KPN (Niederlande)	Belgien, Deutschland, Niederlande, Frankreich, Spanien	Weltweit: 31.1 Deutschland: 17.78 Niederlande: 8.4
Tele2 (Schweden)	Österreich, Kroatien, Estland, Frankreich, Deutschland, Lettland, Litauen, Niederlande, Norwegen, Russland, Schweden	Weltweit: 19.401 Niederlande: 0.458 Schweden: 3.36
Telefónica (Spanien)	Argentinien, Brasilien, Chile, Kolumbien, Tschechische Republik, Ecuador, El Salvador, Deutschland, Guatemala, Irland, Mexiko, Marokko, Nicaragua, Panama, Peru, Puerto Rico, Slowakei, Spanien, Großbritannien, Uruguay, USA, Venezuela	Weltweit: 182.82 Deutschland: 14.93
Telenor (Norwegen)	Bangladesch, Dänemark, Ungarn, Indien, Malaysia, Montenegro, Norwegen, Pakistan, Russland, Serbien, Schweden, Thailand, Ukraine	Weltweit: 164.00 Schweden: 1.9
TeliaSonera (Schweden)	Aserbaidschan, Kambodscha, Dänemark, Estland, Finnland, Georgien, Kasachstan, Lettland, Litauen, Moldawien, Nepal, Norwegen, Schweden, Spanien, Tadschikistan, Usbekistan	Weltweit: 134.8 Finnland: 2.68 Schweden: 5.33
T-Mobile (Deutschland)	Albanien, Österreich, Bulgarien, Kroatien, Tschechische Republik, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Mazedonien, Montenegro, Niederlande, Rumänien, Slowakei, Großbritannien, USA, Polen	Weltweit:128.34 Deutschland: 39.1 Niederlande: 5.3
Tre/ 3 (Hutchison Whampoa) (Hongkong)	Australien, Österreich, Dänemark, Hongkong and Macau, Irland, Israel, Italien, Schweden, Großbritannien	Weltweit: 25.3 Schweden (inklusive Dänemark): 1.231
Vodafone (Großbritannien)	Albanien, Australien, Tschechische Republik, Ägypten, Fidschi, Deutschland, Ghana, Griechenland, Ungarn, Indien, Irland, Italien, Kenia, Malta, Niederlande, Neuseeland, Polen, Portugal, Rumänien, Spanien, Türkei, Großbritannien, Katar	Weltweit: 255.74 Deutschland: 36.17 Niederlande: 4.54

[19] Quellen siehe Anhang 1

Das Kerngeschäft der Mobilfunkanbieter umfasst das Anbieten der mobilen Kommunikationsdienste. Einige verfügen über eine eigene Mobilfunknetzwerkinfrastruktur, während andere Anbieter entweder Teile oder die gesamte Infrastruktur von Netzwerkinhabern anmieten. Diese letztgenannte Gruppe entwickelt sich derzeit rasant.[20]
Alle Betreiber bieten Mobilfunkgeräte in Verbindung mit einem Nutzungsvertrag als Abonnement-Paket an. Seitdem die Mobilfunkanbieter Internetzugang und -dienste anbieten, lässt sich ein neuer Trend erkennen, bei dem auch Note- oder Netbooks inklusive Internetnutzungsvertrag vertrieben werden.[21]

Telefónica

Das spanische Unternehmen Telefónica operiert in 21 Ländern, vor allem in Lateinamerika. In Europa ist Telefónica eher unter dem Namen O_2 bekannt (Irland, GB, Deutschland, Tschechische Republik und Slowakei). Seit der Übernahme von O_2 Deutschland ist Telefónica auch hierzulande aktiv und hält in Deutschland einen Marktanteil von ca. 14 Prozent und liegt damit auf dem vierten Platz der größten Anbieter (Marktanteile beziehen sich auf Handyanschlüsse).[22] Weltweit belegt Telefónica mit einem Marktanteil von 5 Prozent den dritten Platz.[23]

Telenor

Der norwegische Anbieter Telenor belegt mit 143 Millionen Anschlüssen weltweit Platz 5 und hält einen Marktanteil von 4 Prozent.[24] Telenor ist insbesondere in Europa und Asien aktiv. Als drittgrößter Anbieter in Schweden (Marktanteil 17%) ist er für diesen Bericht interessant.[25]

Teliasonera

TeliaSonera entstand im Jahr 2003 durch den Zusammenschluss von Sonera (Finnland) und Telia (Schweden). Mit ca. 135 Millionen Anschlüssen und einem weltweiten Marktanteil von 3 Prozent belegt das Unternehmen weltweit Rang 7.[26] TeliaSonera ist in beiden Ländern Marktführer (Schweden 40%[27] und Finnland ca.39%[28]).

T-Mobile

T-Mobile, der Mobilfunkanbieter der deutschen Telekom, operiert in elf Ländern. Mit einem Anteil von 36,5 Prozent[29] ist T-Mobile Marktführer in Deutschland sowie mit etwa 27 Prozent zweitgrößter Anbieter in den Niederlanden.[30] Die weltweiten Tätigkeiten ergeben einen Marktanteil von 3 Prozent[31]

---

[20] Diese Unternehmen werden häufig als „Mobile Virtual Network Operators" bezeichnet, im Vergleich zu den zuvor aufgeführten „Mobile Network Operators". In dieser Studie nutzen wir jedoch den Begriff „Mobilfunkanbieter", um damit alle Unternehmen zusammenzufassen, die Mobilfunkdienstleistungen anbieten.
[21] Second Republic (2009): Recognizing Shift in Consumer Behavior - Mobile Operators Pushing Netbook Bundles; http://www.secondrepublic.in/StoryDescription.aspx?mainid=1&storyid=300
[22] Bundesnetzagentur (2009): Entwicklung Marktanteile Netzbetreiber; http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/16876.pdf
[23] Siehe Grafik 3
[24] Ebd.
[25] 1,9 Mio. Anschlüsse in Schweden; vgl. Telenor Group (2009): Telenor Sweden; http://www.telenor.com/en/investor-relations/company-facts/business-description/telenor-sweden
[26] Siehe Grafik 3
[27] TeliaSonera (2009): Annual Report 2008; http://www.teliasonera.com/investor_relations/reports/annual_report/2008/in_english.pdf; S. 17
[28] ebd.
[29] Bundesnetzagentur (2009): Abbildung Entwicklung Marktanteile Netzbetreiber; http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/16876.pdf

Vodafone

Die britische Vodafone-Gruppe ist in 21 Ländern tätig. Entsprechend dem Jahresbericht 2009 gibt es bei Vodafone 255,74 Millionen Anschlussverträge[32] und somit einen weltweiten Marktanteil von 6 Prozent.[33] In Deutschland ist Vodafone der zweitgrößte Anbieter mit einem Marktanteil von 32,6 Prozent[34] und drittgrößter in den Niederlanden mit 21 Prozent.[35]

KPN, Tele2, Tre und **DNA** gehören nicht zu den weltweit zehn größten Mobilfunkanbietern, trotzdem sind sie für diese Studie interessant, da sie auf den jeweils nationalen Märkten stark vertreten sind.

KPN ist in den Niederlanden, Belgien, Frankreich, Spanien und Deutschland aktiv. Dieses Unternehmen wird zweimal erwähnt, da es einerseits Marktführer in den Niederlanden ist (45%)[36] und andererseits als Besitzer der deutschen E-Plus-Gruppe der viertgrößte Mobilfunkanbieter (17%)[37] in Deutschland ist.

Das schwedische Unternehmen **Tele2** ist in Österreich, Kroatien, Estland, Deutschland, Lettland, Litauen, Niederlande, Russland tätig. Tele2 besitzt nicht die gesamte benötigte Netzwerkinfrastruktur und ist damit ein sogenannter MVNO. In Schweden verfügt dieses Unternehmen über einen Marktanteil von ca. 30 Prozent[38] und belegt den zweiten Rang. Auch in den Niederlanden ist Tele2 vertreten und rangiert dort mit einem Markanteil von 2 Prozent unter den Top 5.[39]

Tre oder **„3“** ist der Markenname für einen Mobilnetzwerkanbieter aus Hongkong, der dem Unternehmen Hutchison Whampoa mit Sitz in Hongkong gehört.[40] Mit weltweit 19 Millionen Anschlüssen gehört Tre zu den kleineren Anbietern, in Schweden ist Tre jedoch viertgrößter Anbieter.

DNA ist ein finnisches Unternehmen und dort auch drittgrößter Anbieter mit einem Marktanteil von ca. 20 Prozent.[41]

---

[30] 5,3 Mio. T-Mobile Anschlüsse in den Niederlanden; vgl. Deutsche Telekom (2009): The financial year 2008; http://www.annualreport2008.telekom.de/gb08/backstage_04/documentpool/en/en.pdf; S. 71

[31] Siehe Grafik 3

[32] Vodafone (2009): Vodafone announces results for the year ended 31 March 2009; http://www.vodafone.com/etc/medialib/preliminary_results.Par.1085.File.dat/prelim_2009_final.pdf; S. 35

[33] Siehe Grafik 3

[34] Bundesnetzagentur (2009): Entwicklung Marktanteile Netzbetreiber; http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/16876.pdf

[35] 4,252 Mio. Anschlüsse in den Niederlanden; vgl. Vodafone (2009): Vodafone announces results for the year ended 31 March 2009; http://www.vodafone.com/etc/medialib/preliminary_results.Par.1085.File.dat/prelim_2009_final.pdf; S. 35

[36] 8,9 Mio. Anschlüsse in den Niederlanden; vgl. KPN (2007): Results for the half year ending 30 June 2007; http://www.kpn.com/upload/2003060_9475_1188386544242-Press_Release_KPN_Q2.pdf; S. 13

[37] Bundesnetzagentur (2009): Entwicklung Marktanteile Netzbetreiber; http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/16876.pdf

[38] 3,35 Mio. Anschlüsse in Schweden; vgl. Tele2 (2008): Full year report; http://hugin.info/133413/R/1288826/291256.pdf; S. 15

[39] 0,458 Mio. Anschlüsse in den Niederlanden; vgl. Tele2 (2008): Full year report 2008; http://hugin.info/133413/R/1288826/291256.pdf; S. 15

[40] Hutchison Whampoa (2009): About HWL Overview; http://www.hutchison-whampoa.com/eng/about/overview.htm

[41] 1,245 Mio. Anschlüsse; vgl. DNA Group (2008): DNA records strong financial performance in 2007 with a bright outlook for 2008; http://www.dna.fi/en/dnagroup/press/pressreleases/Sivut/DNArecordsstrongfinancialperfomancein2007withabrightoutlookfor2008.aspx

Elisa Oyi ist ebenfalls ein finnisches Telekommunikationsunternehmen, welches bis 2000 unter dem Namen HPY bekannt war. Eigenen Angaben zufolge (Jahresbericht 2008) hat Elisa Oyi einen Marktanteil von 50 Prozent der „3G Nutzer", welches nicht nur Mobilfunkkunden einschließt, sondern auch Breitband-, Internet- und Festnetzkunden.[42]

[42] Elisa (2008): Annual Report;
http://www.elisa.com/english/docimages/attachment/Elisa_vuosikertomus_2008_englanti.pdf; S. 1

2. SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE PROBLEME IN DER MOBILTELEFONINDUSTRIE

Im Jahr 2008 wurden weltweit 1,18 Milliarden Handys verkauft.[43] Die Wirtschaftskrise hat zu einer Verringerung der Verkaufszahlen geführt, Marktanalysten prognostizieren jedoch, dass die Verkäufe bereits 2010 wieder zunehmen werden.[44] Diese enorme Produktionsmenge schafft zwar einerseits für viele Menschen Arbeitsplätze, führt aber andererseits weltweit zu vielen Problemen, die in diesem Kapitel beleuchtet werden sollen und für die auch die Mobilfunkanbieter durch den Verkauf der Handys eine Verantwortung tragen.

Ein wachsender Anteil der Unterhaltungselektronik wird in Entwicklungs- oder Schwellenländern hergestellt. Jedes zweite Handy kommt aus China. Der größte Teil der Beschäftigten in der Handyproduktion sind Frauen, denen noch immer grundlegende Arbeitsrechte verweigert werden und die Löhne verdienen, die kaum zum Überleben reichen. Weitere Probleme gibt es bereits beim Abbau der Metallrohstoffe, die für die Handyproduktion gebraucht werden sowie durch die Elektronikschrottexporte, die in Entwicklungsländern gesundheitliche und ökologische Probleme verursachen.

2.1. NIEDRIGE LÖHNE UND GEWERKSCHAFTSFEINDLICHE PRAKTIKEN IN DER PRODUKTION

Viele Verbraucher glauben, dass ihre Handys von den Handyherstellern produziert wurden, dessen Logo sie tragen, aber das ist nicht unbedingt der Fall. Im Jahr 2007 wurden 30,1 Prozent aller Handys von sogenannten Vertrags-Herstellern wie zum Beispiel Flextronics, Foxconn und BenQ entworfen oder produziert.[45]

Neben diesen Vertrags-Herstellern gibt es eine Vielzahl von Einzelteilproduzenten, die Bauteile für das Endprodukt herstellen. Ein Großteil der Produktionsschritte zur Herstellung eines Mobiltelefons ist ausgelagert. Mit der Zeit verlagerten die Hersteller die Produktionsstätten von einem Land in das nächste, um Kosten zu sparen und in der Nähe der aufstrebenden Märkte präsent zu sein. Zwischen 1995 und 2006 ist der Anteil der weltweiten Elektronikproduktion im asiatisch-pazifischen Raum von 20 auf 42 Prozent gestiegen, während die Produktion in Westeuropa, den USA und Japan weiterhin abnimmt.[46]

Die am weitesten verbreiteten Probleme bei der Handyproduktion sind niedrig Löhne, exzessive Überstunden, die Verletzung des Vereinigungsrechts, Probleme mit Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz sowie die wachsende Arbeitsplatzunsicherheit aufgrund von Zeitverträgen und Zeitarbeitsfirmen. In den Jahren 2008 und 2009 hat makeITfair die Arbeitsbedingungen in sieben

---

[43] IDC (2009): Worldwide Mobile Phone Market Declines by 12.6% in Fourth Quarter - More Challenges To Come Says IDC; http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS21659209
[44] EE Times (2009): Mobile phone production to resume growth in 2010, says analyst; http://www.eetimes.eu/uk/217600424
[45] iSuppli Corp (2008): Outsourcing Strategies Separate Winners From Losers in the Mobile-Handset Market; Für mehr Informationen über die verschiedenen Akteure in der Mobiltelefonindustrie siehe: Haan, E. and Wilde, J. (2006): The High Cost of Calling - Critical Issues in the Mobile Phone Industry
[46] SwedWatch (2008): Silenced to deliver - Mobile phone manufacturing in China and the Philippines

Fabriken in China und auf den Philippinen untersucht, die Handys oder Handybauteile herstellen.[47] Diese Fabriken sind Zulieferer für Apple, LG, Motorola, Nokia, Samsung und Sony Ericsson. Alle in China untersuchten Fabriken bezahlten den neuen Arbeitern ein Grundgehalt, das dem gesetzlichen Mindestlohn von 75 – 85 Euro im Monat für einen Vollzeitjob entsprach. In beiden Ländern mussten die Beschäftigten jedoch 100 – 180 Stunden pro Monat zusätzlich arbeiten, was eine drastische Verletzung der lokalen Arbeitsgesetze und der Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) darstellt. Arbeiter wurden häufig bestraft, wenn ihnen Fehler unterliefen oder sie während der Arbeit einschliefen. Die Elektronikindustrie verfolgt zudem traditionell eine gewerkschaftsfeindliche Politik. Das führt zu einem sehr geringen gewerkschaftlichen Organisationsgrad und trägt dazu bei, dass es kaum Tarifabschlüsse gibt. In den Freihandelszonen auf den Philippinen, wo viele der Elektronikfabriken angesiedelt sind, wird eine sehr effektive „Keine Gewerkschaft – kein Streik"-Politik angewandt. Es wird deshalb angenommen, dass weniger als 10 Prozent der philippinischen Elektronikfirmen eine Gewerkschaft haben.[48]

Die fünf größten Markenhersteller für Mobiltelefone – Nokia, Samsung, Motorola, LG und Sony Ericsson[49] – haben Verhaltenskodizes angenommen. Diese besagen, dass Menschenrechte und Arbeitnehmerrechte für alle Beschäftigen garantiert werden, die für sie arbeiten und für sie Produkte herstellen. Jedoch zeigte die makeITfair-Studie, dass dies nicht den Situationen in den untersuchten Fabriken entspricht. Vier der fünf größten Mobiltelefonhersteller beanspruchen für sich, dass sie die Einhaltung ihrer ethischen Richtlinien bei ihren Zulieferern überprüfen.[50] In der Praxis bleiben jedoch weite Teile der Lieferketten unkontrolliert, da die vier Unternehmen hauptsächlich Zufallsstichproben zur Kontrolle der Zulieferer durchführen. Bei den kontrollierten Zulieferbetrieben handelt es sich zudem meist um solche, die direkt mit den Markenfirmen zusammenarbeiten (sogenannte Zulieferer der ersten und zweiten Stufe), während die größten Probleme bereits in den ersten Stufen der Lieferkette auftreten.

---

[47] SOMO and SwedWatch (2008): Silenced to Deliver – Mobile phone manufacturing in China and the Philippines; FinnWatch, SACOM and SOMO (2009): Playing with Labour Rights – Music player and game console manufacturing in China

[48] SOMO and SwedWatch (2008): Silenced to Deliver – Mobile phone manufacturing in China and the Philippines; S. 47ff.

[49] Diese "großen fünf" Handyhersteller kontrollierten 2008 mehr als 80 Prozent des weltweiten Mobiltelefonmarktes.

[50] Im Jahr 2008 haben LG und Samsung bei ihren Zulieferern nicht die Einhaltung von sozialen Standards kontrolliert. Samsung gibt an, dass das Unternehmen im Jahr 2009 begonnen hat, einige Zulieferer bezüglich ethischer Kriterien zu kontrollieren. Weitere Informationen und ein Vergleich der Aktivitäten der Handyhersteller zu Unternehmensverantwortung siehe: SOMO (2008): Mobile connections - Supply Chain Responsibility of 5 Mobile Phone Companies

KASTEN 1: VERHALTENSKODIZES UND VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE

Unternehmen gerieten in den vergangenen zehn Jahren zunehmend unter Druck, ihre Produkte unter guten sozialen und ökologischen Bedingungen herzustellen. Dies sollte nicht nur auf das eigene Unternehmen zutreffen, sondern auch auf ihre Zulieferbetriebe, die Teile oder ganze Produkte liefern. Mobiltelefonhersteller und viele andere Unternehmen haben aus diesem Grund Verhaltensregeln entwickelt und überprüfen auch zunehmend, ob ihre Zulieferer diese einhalten.

makeITfair erwartet, dass diese Verhaltenskodizes auf internationalen Standards basieren sollten, zum Beispiel den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Die ILO-Kernarbeitsnormen sind Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen, Diskriminierungsfreiheit, keine Zwangs- oder Sklavenarbeit, sowie die Abschaffung der Kinderarbeit beziehungsweise ein Mindestalter für die Beschäftigung. Weitere allgemein anerkannte Arbeitsstandards umfassen Gesundheits- und Sicherheitsmaßnahmen, eine maximale wöchentliche Arbeitszeit von 48 Stunden, maximal 12 Überstunden pro Woche auf freiwilliger Basis, das Recht auf einen existenzsichernden Lohn sowie ein vertragliches Beschäftigungsverhältnis.[51]

Die fünf weltweit führenden Mobiltelefonhersteller bekennen sich - allerdings in unterschiedlichem Ausmaß - zu ihrer Verantwortung für die Arbeitsbedingungen in ihren Lieferketten. Die Verhaltenskodizes der Unternehmen legen Arbeitsstandards fest. Die meisten beziehen sich auf die Einhaltung der nationalen Gesetze und verweisen allgemein auf internationale Normen. Es fehlen jedoch effektive Umsetzungsmaßnahmen, da die Unternehmen sich überwiegend auf die Selbsteinschätzung der Lieferanten verlassen.[52]

2.2. ROHSTOFFABBAU UNTER GEFÄHRLICHEN BEDINGUNGEN

Ein Mobiltelefon enthält ungefähr 30 Metalle, die für die verschiedenen Funktionen benötigt werden. Zum Beispiel wird fast die Hälfte des weltweit vorkommenden Zinns für elektronische Lötmittel verwendet und ein Viertel des Kobalts wird für Akkus von Handys oder Laptops verarbeitet. Diese Rohstoffe kommen häufig aus Minen in Afrika und Asien und werden oftmals unter Verletzung internationale Konventionen abgebaut.[53] Viele Bergleute arbeiten unter gefährlichen Bedingungen, aber auch die Umwelt und die umliegenden Gemeinden werden oft nachhaltig geschädigt. Der Rohstoffabbau für die Elektronikindustrie hat auch den Bürgerkrieg in der Demokratischen Republik Kongo angeheizt. Die Milizen verkauften und verkaufen die Mineralien, die zur Herstellung elektronischer Geräte benötigt werden - früher vor allem Coltan, jetzt insbesondere Zinn - und verwenden die Einnahmen zum Waffenkauf.[54]

Im Jahr 2007 untersuchte makeITfair die Lieferketten für einige dieser Metalle von den Minen zu den Handys und anderen elektronischen Geräten.[55] Die Elektronikindustrie kann und steht auch in der Pflicht,

---

[51] SOMO (2009): Configuring Labour Rights – Labour conditions in the production of computer parts in the Philippines; S. 32

[52] SOMO and SwedWatch (2008): Silenced to Deliver – Mobile phone manufacturing in China and the Philippines; S. 59, 63

[53] SwedWatch (2007): Powering the Mobile World; SOMO (2007): Capacitating Electronics; FinnWatch (2007) Connecting Components, Dividing Communities – Tin production for consumer electronics in the DR Congo and Indonesia

[54] FinnWatch (2007): Connecting Components, Dividing Communities – Tin production for consumer electronics in the DR Congo and Indonesia

[55] FinnWatch (2007): Connecting Components, Dividing Communities – Tin production for consumer electronics in the DR Congo and Indonesia; SOMO (2007): Capacitating Electronics – The corrosive effects of platinum and palladium mining on labour rights and communities; SwedWatch (2007): Powering the Mobile World – Cobalt

den Bergbausektor zu beeinflussen, denn Bergbauunternehmen und metallverarbeitende Unternehmen sind Teil ihrer Lieferkette. makeITfair hat zu den sozialen und ökologischen Anforderungen an den Rohstoffabbau für die Elektronikindustrie eine Prinzipienliste erarbeitet.[56] Denn Einkommen aus Bergbautätigkeiten in ressourcenreichen Ländern wie der DR Kongo und Sambia sind entscheidend für die Armutsbekämpfung und Entwicklung des Landes, jedoch nur, wenn die Rohstoffe auf verantwortungsvolle Weise abgebaut und gehandelt werden.

Im Jahr 2007 erklärte die Elektronikindustrie gegenüber makeITfair, dass die verwendeten Metalle in der Mobiltelefonproduktion außerhalb ihres Einflussbereichs liegen und dass die Industrie im Vergleich zu anderen Sektoren ein eher unbedeutender Verbraucher sei. Nachdem makeITfair jedoch eigene Studien durchgeführt hatte und im kontinuierlichen Dialog mit den Industrieverbänden stand, akzeptierten diese zumindest eine Teilverantwortung für die Situation im Bergbausektor. Sie sondierten Kooperationsmöglichkeiten mit Multi-Stakeholder-Initiativen zu sozialen und ökologischen Bedingungen im Bergbausektor und begannen mit der Rückverfolgung einzelner Metalle. makeITfair bleibt mit den Unternehmen im Dialog, um dieses Thema weiterzuverfolgen.

2.3. UMWELTAUSWIRKUNGEN VON MOBILTELEFONEN

Der gesamte Lebenszyklus eines Mobiltelefons hat enorme Auswirkungen auf die Umwelt. Das beginnt bereits, wie dargestellt, beim Rohstoffabbau. Aber auch beim Herstellungsprozess werden die vielen giftigen Chemikalien und Schwermetalle zum Problem für die Beschäftigten und die Umwelt. Auch in der Nutzungsphase hat ein Handy Auswirkungen auf die Umwelt. Die Gesundheitsauswirkungen durch SAR-Strahlung werden hier nicht näher behandelt, aber auch der Stromverbrauch für den Mobilfunk steigt weiter an und trägt zum Klimawandel bei. Vodafone Deutschland gibt zum Beispiel an, dass das Betreiben des Netzwerkes 92 Prozent des eigenen Stromverbrauches ausmacht.[57] Aber auch nach der Nutzungsphase, beim Recycling, gibt es große Probleme.

Durch den gestiegenen Verbrauch von Elektronikgeräten wie Handys hat sich parallel die Menge an ausrangierten Produkten erhöht. Die UN schätzt, dass jährlich weltweit bis zu 50 Millionen Tonnen Elektroschrott, entstehen.[58] Obwohl Handys sehr klein sind, enthalten sie viele potenziell gefährliche Inhaltsstoffe sowie wertvolle Metalle. Deshalb ist es wichtig, dass das Recycling sorgfältig und umfassend durchgeführt wird. Würden mehr Telefone recycelt, müssten weniger Metalle abgebaut werden und es gäbe weniger gefährliche Substanzen, die die Umwelt schädigen.

Heutzutage gibt es weltweit mehr als 4 Milliarden Mobiltelefonnutzer[59], die in den vergangenen drei Jahren jeweils über eine Milliarde Handys gekauft haben. Würden drei von vier Verbrauchern ein ungenutztes Handy abgeben, könnten 240.000 Tonnen Rohstoffe eingespart und außerdem die gleiche Menge an Treibhausgasen reduziert werden, die eine Verringerung von 4 Millionen Autos auf den Straßen

---

production for batteries in the DR Congo and Zambia; SwedWatch (2009): Out of Control: E-waste trade flows from the EU to developing countries

[56] makeITfair (2008): makeITfair's list of principles on the extractive phase of the electronics supply chain; http://makeitfair.org/companies/list-of-principles

[57] Vodafone (2008): Corporate Responsibility Zwischenbilanz 2007/2008; http://www.vodafone.de/downloadarea/Corporate_Responsibility_Zwischenbilanz_2007_08.pdf; S. 13

[58] Greenpeace International (2008): Toxic Tech - Not in Our backyard; S 16

[59] International Telecommunication Union (2009): Measuring the Information Society - The ICT Development Index; http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf; S. 4

zufolge hätte. Wie eine Studie von Nokia im Jahr 2008 zeigte, geben aber weltweit nur 3 Prozent aller Verbraucher ihre gebrauchten Mobiltelefone zum Recyceln.[60]

Die EU-Gesetzgebung verlangt, dass die Entsorgungskosten von den Herstellern zu tragen sind und dass der Anteil der gefährlichsten Substanzen reduziert werden muss.[61] Diese Rahmensetzung hat, in Verbindung mit einem stärkeren Fokus auf umweltfreundliche Themen in den westlichen Märkten, einige Mobiltelefonunternehmen dazu veranlasst, umweltfreundlichere Produkte herzustellen, die bei der Entsorgung einfacher zu recyceln sind. Allerdings sind die Bemühungen der Hersteller bislang noch nicht ausreichend genug. Wenn mehr umweltfreundliche Elektronikgerät hergestellt und verkauft würden, hätte dies weltweite Auswirkungen, da der Elektronikmarkt und dessen Produktionsprozesse global sind. Um diese Entwicklung weiter voranzutreiben, müssten auch Verbraucher solche nachhaltig produzierten Geräte stärker nachfragen. Die Mobilfunkanbieter können und sollten hierfür eine entscheidende Rolle spielen.

Da es in vielen Entwicklungsländern in Asien und Afrika kein angemessenes Recycling- und Abfallsystemen gibt, stellt der Elektroschrott für sie ein zunehmendes Problem dar. In Ländern wie China und Ghana, erfolgt das Recycling unter primitivsten Bedingungen: Ohne jegliche Schutzvorrichtungen recyceln Menschen im informellen Sektor die Elektronikgeräte und lösen einzelne Metalle heraus. Die hat nicht nur für die Arbeiter selbst gefährlich, sondern fügt auch der Umwelt einen enormen Schaden zu. Die Elektroschrott-Berge wachsen in diesen Ländern täglich an, nicht nur aufgrund der stärkeren Nutzung von Elektronikgeräten in diesen Ländern. Denn aus den Industrieländern gelangen immer wieder Elektroschrottexporte in Entwicklungsländer, obwohl ein solcher Export in der Europäischen Union verboten ist.[62] Die durchschnittliche jährliche Elektroschrott-Sammelquote innerhalb der EU beträgt cirka 5 Kilogramm pro Person, obwohl angenommen wird, dass jeder Einwohner jährlich 15 Kilogramm Elektroschrott erzeugt.[63] Ein Teil dieses Schrottes wird zumeist illegal zur Wiederverwendung, zum Recycling oder zur Endlagerung nach Asien und Afrika verschifft.

makeITfair kritisiert, dass der Lebenszyklus eines Mobiltelefons derzeit noch weit davon entfernt ist, nachhaltig zu sein. Dieses Bild ergibt sich vor allem, wenn auch die Auswirkungen in den Entwicklungsländern durch den Rohstoffabbau, die Herstellung und die Abfallentsorgung berücksichtigt werden. Die Produktion von Konsumgütern und der Abbau von Rohstoffen bieten den Entwicklungsländern zwar die Möglichkeit ihre eigene Wirtschaft und Gesellschaft zu entwickeln, aber dafür müssen die Unternehmen auch die Menschen- und Arbeitnehmerrechte sowie die Umwelt respektieren und Verantwortung für ihre Lieferkette übernehmen. makeITfair erwartet von den Mobilfunkanbietern, dass sie ihre Verantwortung für die Zulieferkette akzeptieren und die in diesem Kapitel beschriebenen Probleme ansprechen. Als Käufer von Mobiltelefonen können Mobilfunkbetreiber die Handyhersteller dazu drängen, die Situation innerhalb der Lieferkette verbessern.

---

[60] Nokia (2008): Global consumer survey reveals that majority of old mobile phones are lying in drawers at home and not being recycled; http://www.nokia.com/A4136001?newsid=1234291; In dieser Studie geht Nokia noch von 3 Milliarden Mobilfunknutzern aus, entsprechend beziehen sich die Berechnungen auf 3 Milliarden Handys, falls jeder Nutzer eines zurückgeben würde.
[61] Europäische Richtlinie über Elektro- und Elektronik-Altgeräte (WEEE) und Richtlinie zur Beschränkung der Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe in Elektro- und Elektronikgeräten (RoHS)
[62] SwedWatch (2007): Out of control – E-waste trade flows from the EU to developing countries
[63] Huisman J. et al. (2007/2008): Review of Directive 2002/96 on Waste Electrical and Electronic Equipment, http://ewasteguide.info/system/files/WEEE_final_report_unu_part1.pdf

KASTEN 2: DIE GLOBAL E-SUSTAINABILITY INITIATIVE (GESI) UND DIE ELECTRONIC CITIZENSHIP COALITION (EICC)[64]

Die Global e-Sustainability Initiative (GeSI) wurde im Jahr 2001 gegründet, um nachhaltige Entwicklungen in der Branche der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) zu fördern. Bei Veröffentlichung dieser Studie hatte GeSI 24 Mitglieder, unter anderem vier der in dieser Studie untersuchten Mobilfunkanbieter: die Deutsche Telekom, KPN, Telefónica (O_2) und die Vodafone Gruppe. Einige der allgemeinen GeSI-Grundsätze umfassen[65]:

- die entsprechende Gesetzgebung einhalten oder - wo angemessen und möglich- überschreiten;
- die Auswirkungen der Unternehmensaktivitäten auf die Umwelt minimieren; und
- den Beitrag für die Gesellschaften, in denen die Unternehmen tätig sind, zu maximieren.

GeSI hat verschiedene Arbeitsgruppen eingerichtet, unter anderem eine Arbeitsgruppe „Zulieferkette". Diese Gruppe erarbeitet Möglichkeiten, wie IKT-Unternehmen enger zusammenarbeiten können, um soziale und ökologische Risiken in den Lieferketten besser zu managen. In Zusammenarbeit mit einer Unternehmensinitiative von vorwiegend Computerunternehmen, der Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC), hat GeSI gemeinsame Methoden zum Lieferantenmanagement entwickelt, zum Beispiel E-TASC[66], ein online-basiertes Selbsteinschätzungsprogramm für Lieferanten, sowie ein gemeinsames Auditprogramm.
Diese standardisierten Branchenansätze sollen die Zulieferer der Elektronikbrache dazu ermutigen, die Arbeitsbedingungen zu verbessern und die negativen Einflüsse auf die Umwelt zu verringern. Hervorzuheben ist der branchenweite Zusammenschluss, der ein deutliches Signal an die Zulieferer sendet und außerdem dazu beiträgt, dass die Lieferanten nicht mit zu vielen verschiedenen Anforderungen konfrontiert werden. GeSI wurde aber bereits dafür kritisiert, dass es keine klare Strategie gibt, wie Interessensgruppen auf allen wichtigen Ebenen angemessen beteiligt werden. Sitzungen mit den Interessensgruppen können einen richtigen Multi-Stakeholder-Prozess nicht ersetzen.[67]

Für viele der GeSI- und EICC-Mitglieder bildet der EICC-Verhaltenskodex eine Grundlage für ihre eigenen Verhaltenskodizes. Der EICC-Kodex bezieht sich auf Themen wie Zwangsarbeit, Kinderarbeit, Löhne, Arbeitszeiten, Anti-Diskriminierung und Vereinigungsfreiheit.[68] Auch wenn zivilgesellschaftliche Organisationen Vorschläge für eine Überarbeitung des EICC-Kodex einbringen konnten, hat dies bisher nicht zu nennenswerten Verbesserungen geführt. Der EICC-Kodex fällt bislang hinter den Erwartungen für einen solchen Kodex zurück. So umfasst der EICC-Kodex nicht das volle Recht auf Tarifverhandlungen, ein existenzsichernden Lohn und eine klare Begrenzung der normalen Arbeitszeit und der Überstunden. Zwar werden gemeinsame Audits durchgeführt, aber eine koordinierte Nachbetreuung gibt es nicht. Das bedeutet, dass jedes Unternehmen selbst einen Plan für Korrekturmaßnahmen aufstellen muss – oder es eben auch nicht tut, eine gemeinsame Vorgehensweise ist nicht vorgesehen.[69]

---

[64] http://www.gesi.org; http://www.eicc.info
[65] Global e-Sustainability Initiative: www.gesi.org; Eigene Übersetzung
[66] E-TASC = Electronics – Tool for Accountable Supply Chains; weitere Informationen unter: http://e-tasc.achilles.com/default.aspx
[67] SOMO (2006): High Cost of Calling, S. 102f, SOMO (2009): Computer connections. Supply chain policies and practices of seven computer companies; S. 4 , www.somo.nl
[68] EICC (2009): Electronic Industry Code of Conduct; http://www.eicc.info/PDF/EICC Code of Conduct English.pdf
[69] SOMO (2009): Computer Connections. Supply chain policies and practices of seven computer companies; S. 4

3. VERGLEICH DER MOBILFUNKANBIETER IN VIER VERSCHIEDENEN LÄNDERN

In diesem Kapitel werden die Verkaufs- und Produktinformationen, der Wiederaufbereitungsaufwand und die Verantwortlichkeiten im Lieferantenmanagement der Mobilfunkanbieter verglichen. Der Vergleich basiert auf öffentlichen Informationen sowie den Antworten der Anbieter auf unseren Fragebogen (s. Anhang 2 für Beispielfragebogen). Die gewählten Mobilfunkanbieter repräsentieren die Marktführer in Deutschland, Finnland, den Niederlanden und Schweden. Manche der Anbieter haben Niederlassungen in mehr als einem dieser Länder. Tabelle 2 gibt einen Überblick über die untersuchten Anbieter und deren Hauptmärkte. Die nationalen Mobilfunkanbieter und die Niederlassungen der internationalen Mobilfunkanbieter sind kursiv dargestellt. Die jeweiligen Niederlassungen der Unternehmen, die einen Fragebogen beantwortet haben, sind fettgedruckt.

TABELLE 2: MOBILFUNKANBIETER IM VERGLEICH

MOBILFUNKANBIETER	HAUPTMÄRKTE
DNA	***Finnland***
Elisa	*Finnland*, Estland
KPN (includes E-Plus)	Belgien, ***Deutschland***, ***Niederlande***, Frankreich, Spanien
Tele2	Österreich, Kroatien, Estland, Frankreich, Deutschland, Lettland, Litauen, *Niederlande*, Norwegen, Russland, ***Schweden***
Telefónica (O_2)	Argentinien, Brasilien, Chile, Kolumbien, Tschechische Republik, Ecuador, El Salvador, ***Deutschland***, Guatemala, Irland, Mexico, Marokko, Nikaragua, Panama, Peru, Puerto Rico, Slowakei, Spanien, GB, Uruguay, USA, Venezuela
Telenor	Bangladesch, Dänemark, Ungarn, Indien, Malaysia, Montenegro, Norwegen, Pakistan, Russland, Serbien, ***Schweden***, Thailand, Ukraine
TeliaSonera	Aserbaidschan, Kambodscha, Dänemark, Estland, ***Finnland***, Georgien, Kasachstan, Lettland, Litauen, Moldawien, Nepal, Norwegen, ***Schweden***, Spanien, Tadschikistan, Usbekistan
T-Mobile	Albanien, Österreich, Bulgarien, Kroatien, Tschechische Republik, ***Deutschland***, Griechenland, Ungarn, Mazedonien, Montenegro, ***Niederlande***, Rumänien, Slowakei, Großbritannien, USA, Polen
3 ('Tre')	Australien, Österreich, Dänemark, Hongkong and Macao, Irland, Israel, Italien, ***Schweden***, Großbritannien
Vodafone	Albanien, Australien, Tschechische Republik, Ägypten, Fidschi, *Deutschland*, Ghana, Griechenland, Ungarn, Indien, Irland, Italien, Kenia, Malta, ***Niederlande***, Neuseeland, Polen, Portugal, Rumänien, Spanien, Türkei, Großbritannien, Katar

Wie aus der Tabelle ersichtlich wird, wurden zehn Mobilfunkanbieter in diese Studie miteinbezogen. Da die nationalen Filialen der internationalen Anbieter getrennt behandelt werden, ergibt dies insgesamt 15 Unternehmen aus Deutschland, Finnland, den Niederlanden und Schweden. Alle 15 Unternehmen wurden aufgefordert, einen Fragebogen auszufüllen, wovon 12 antworteten. Bedauerlicherweise beteiligten sich Elisa aus Finnland, Tele2 Niederlande und Vodafone Deutschland nicht an der Befragung,

was ein Zeichen für geringe Transparenz ist. Dies bedeutet, dass notwendige Informationen an manchen Stellen der Studie ausbleiben.[70]

3.1. VERKAUFSZAHLEN UND PRODUKTINFORMATIONEN

Ein Einblick in die Handy-Verkaufszahlen der Mobilfunkanbieter ist erforderlich, um den möglichen Einfluss des jeweiligen Anbieters auf die Mobiltelefonlieferkette abschätzen zu können. Leider haben die meisten befragten Mobilfunkanbieter diese Informationen nicht preisgegeben. Einzige Ausnahmen unter den 12 Unternehmen, die den Fragebogen beantwortet haben, sind O_2 (Telefónica Deutschland) und KPN. O_2 verkaufte im Jahr 2008 demnach 3,6 Millionen Handys in Deutschland. KPN gab an, mehr als 100.000 Handys im gleichen Jahr, in den Niederlanden, abgesetzt zu haben. Aufgrund des Mangels an Handyverkaufszahlen seitens der Mobilfunkanbieter ist es nicht möglich, den Beschaffungsumfang von Mobiltelefonen abschätzen zu können. Eine Orientierung bietet jedoch die finnische Telekommunikationsaufsichtsbehörde: In Finnland sind fast 30 Prozent aller verkauften Handys von Mobilfunkanbietern ausgegeben worden. Darüber hinaus ist ersichtlich, dass die in dieser Studie untersuchten Mobilfunkanbieter gemeinsam über fast eine Milliarde Abonnements verfügen.[71] Da die Mobilfunkanbieter als Verkäufer die Verbindung zwischen Handyunternehmen und Verbrauchern darstellen, müssen sie ihre Verantwortung für die sozialen und ökologischen Bedingungen in der Mobiltelefonlieferkette wahrnehmen.

Da Handyverkaufszahlen generell nicht beigefügt wurden, sind keine weiteren Informationen über die Aufteilung von Mobiltelefonen für Neuverträge und Vertragsverlängerungen erhältlich. DNA und TeliaSonera Finnland sind die einzigen Unternehmen, die angeben, keine neuen Telefone bei Vertragsverlängerung anzubieten.

Im Allgemeinen stellen die Mobilfunkanbieter, mit Ausnahme von Tele2 Schweden, generell keine prozentualen Verkaufsangaben nach Marken zu Verfügung. Tele2 Schweden gab an, 60 Prozent der verkauften Handys stammen von Sony Ericsson, 25 Prozent von Nokia und die übrigen 15 Prozent von anderen Marken. Obwohl diese Vertriebsinformation per Marke nur selten zu Verfügung gestellt wurde, sind die am häufigsten genannten Unternehmen Nokia, Samsung, Sony Ericsson und Apple.

Eine relativ neue Entwicklung ist die Vermarktung von sogenannten „grünen“ Mobiltelefonen. „Grüne“ Telefone haben umweltfreundliche Eigenschaften, wie zum Beispiel ein Verzicht auf gefährliche Chemikalien, einen hohen Anteil an recycelten Materialien und eine gute Recyclingfähigkeit sowie eine hohe Energieeffizienz. Jedoch hält es makeITfair für verfrüht, die aktuellen Modelle bereits als „grün“ zu bezeichnen. Einige dieser Telefone sind sicherlich umweltfreundlicher als andere, aber eine kürzlich durchgeführte Untersuchung von Greenpeace konnte lediglich 5 von 10 möglichen Punkten für die bisher existierenden Telefone vergeben.[72] Greenpeace schreibt, dass die von den aktuellen Marktführern eingesetzten Technologien bereits ein bedeutend „grüneres“ Produkt ergeben könnten, wenn nur die jeweils besten Eigenschaften der existierenden Geräte kombiniert würden.[73] Darüber hinaus betrachtet makeITfair auch den verantwortungsvollen Rohstoffabbau als sehr wichtig, um ein „grünes“ Produkt zu

---

[70] Um die Unternehmensprofile der anderen untersuchten Mobilfunkanbieter einzusehen, sei auf die finnische, niederländische und schwedische Version dieser Studie verwiesen. Diese können auf der makeITfair-Website heruntergeladen werden: http://makeitfair.org/the-facts/reports
[71] Siehe Tabelle 1 im ersten Kapitel dieser Studie
[72] Greenpeace (2008): Green Electronics... The search continues, S. 20.
http://www.greenpeace.org/international/press/reports/green-electronics-survey-2
[73] ebd.

entwickeln, aber diese Eigenschaft wird bislang bei „grünen“ Mobiltelefonen noch nicht berücksichtigt. Bislang besteht vor allem die Plastikhülle sowie die Verpackung einiger „grüner“ Handys aus recycelten Materialien, nicht jedoch die im Handy verwendeten Metalle.

Es gibt in unserer Untersuchung fünf Mobilfunktöchter, die explizit „grüne“ Handys vermarkten: DNA, O_2, Tele2 Schweden, Telenor und T-Mobile Niederlande. T-Mobile Niederlande startete kürzlich die Vermarktung ihres ersten „grünen“ Modells in den Niederlanden, das Samsung S3030 Eco. Tele2 Schweden und Telenor bieten das Sony Ericsson Greenheart C901 als „grünes“ Handy auf dem schwedischen Markt an, O_2 vertreibt dieses Modell in Deutschland. DNA verkauft das Nokia 3110 Evolve in Finnland. TeliaSonera plant den Verkauf von „grünen“ Handys in Schweden für Ende 2009, hat diesen Schritt für Finnland jedoch nicht vorgesehen. T-Mobile Niederlande verkauft bereits ein „grünes“ Handy, während T-Mobile Deutschland die Auffassung vertritt, dass es bisher kein wirklich „grünes“ Handy auf dem Markt gibt, man ermutige jedoch die Hersteller, solche „grünen“ Handys herzustellen.

Die Mobilfunkanbieter nehmen seitens der Verbraucher ein unterschiedliches Interesse im Hinblick auf soziale und ökologische Aspekte wahr. Die Unternehmen, die dazu geantwortet haben, lassen sich in drei Gruppen einteilen. Die erste Gruppe, der TeliaSonera Schweden und E-Plus angehören, antwortete, es gäbe seitens der Kunden kein oder nur ein sehr geringes Interesse. E-Plus spezifiziert die durchschnittliche Anzahl an derartigen Anfragen: Es gibt ungefähr 10 Rückfragen pro Jahr und Shop und betrifft zumeist die SAR-Werte[74] und die Wiederverwertung. Die zweite Gruppe besteht aus Tre, Telenor Schweden, T-Mobile Niederlande und TeliaSonera Finnland. Diese Unternehmen haben kein wachsendes Interesse des Verbrauchers registriert, aber erfuhren ein steigendes Interesse von Geschäftskunden zum Beispiel aus dem Wirtschaftssektor und aus dem öffentlichen Beschaffungswesen. Die dritte Gruppe der Unternehmen registriert durchaus ein wachsendes Interesse der Kunden. Hierzu gehören DNA, T-Mobile Deutschland, Vodafone Niederlande, Tele2 Schweden und O_2, wobei letztgenannter vor allem ein steigendes Interesse im Hinblick auf die Wiederverwertung von Mobiltelefonen wahrnimmt.

3.2. WIEDERAUFBEREITUNG UND WIEDERVERWENDUNG VON MOBILTELEFONEN

Verbraucher können ihre alten Handys zur Wiederverwendung oder zum Recycling in den Shops aller in dieser Studie genannten Anbieter abgeben, mit Ausnahme von Tele2 Niederlande. Da Tele2 Niederlande keine eigenen Shops betreibt, stehen keine Handyabgabestationen zur Verfügung. Auf Anfrage nach Handy-Sammelquoten antworteten die Unternehmen entweder gar nicht oder gaben nur sehr geringe Raten an: T-Mobile Deutschland benennt eine Sammelquote von einem Prozent im Vergleich zu allen verkauften Handys, O_2 nur von 0,41 Prozent und KPN gibt an, dass die Sammelquote „nur einige Prozent der Verkaufsrate“ umfasst. E-Plus spricht von 15.000 eingesammelten Handys, Telenor nannte 115.000 recycelte Handys und Vodafone Deutschland 175.000 Geräte.

Auf diese geringen Sammelquoten im Mobiltelefonsektor wird immer wieder hingewiesen. Dies liegt sicher unter anderem an der Größe des Produkts. Man kann die alten noch funktionsfähigen Handys „für den Fall der Fälle“ in der Schublade aufbewahren und jahrelang nicht mehr daran denken.[75] KPN, Vodafone Niederlande und Deutschland, T-Mobile Deutschland sowie die schwedischen und finnischen

---

[74] SAR bedeutet “Spezifische Absorbtionsrate”, ein physikalischer Wert, der die Absorbtion eines elektromagnetischen Feldes durch Lebewesen darstellt. Insbesondere in Deutschland gibt es beträchtliche Bedenken wegen der elektromagnetischen Strahlung, die sich negativ auf die Gesundheit der Handynutzer auswirken könnte.
[75] Nokia (2008): Global consumer survey reveals that majority of old mobile phones are lying in drawers at home and not being recycled. http://www.nokia.com/A4136001?newsid=1234291

Niederlassungen von TeliaSonera wollen neue Kampagnen zum Handyrecycling einzuführen, um die Wiederverwertungs- und Wiederverwendungsraten zu steigern. Unter allen Mobilfunkanbietern dieser Studie scheint Telenor bislang die größten finanziellen Anreize für eine Handyrückgabe zu setzen, indem es 25 Euro Gutscheine für jedes zurückgegebene Handy anbietet. Ebenso wichtig wie die Recyclingprogramme sind jedoch Anreize für einen verlängerten Gebrauch von Mobiltelefonen, vor allem durch sogenannte SIM-only-Verträge zu einem vergünstigten Tarif, wenn bei Vertragsverlängerung kein neues Handy ausgegeben wird.

Acht von zehn Unternehmen - KPN, Vodafone Niederlande, E-Plus, T-Mobile Deutschland, Telenor, DNA und TeliaSonera in Finnland und Schweden - gaben an, dass sie mit den Herstellern während der Beschaffung ökologische Entwicklungsaspekte diskutieren. TeliaSonera will diese Anstrengungen intensivieren und Telenor fügt an, dass das Unternehmen nach eigener Wahrnehmung nur einen geringen Einfluss auf die Produktion und Entwicklung von Handys hat.

3.3. VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE

Die jeweiligen Muttergesellschaften der Mobilfunkanbieter sind für das Lieferantenmanagement zuständig, da ein Großteil der Beschaffung auf Konzernebene erfolgt. Das bedeutet, dass die jeweilige Lieferantenpolitiken auf alle Tochtergesellschaften eines internationalen Unternehmens anwendbar sind. Von den hier untersuchten zehn Mobilfunkanbietern (wenn die Muttergesellschaft zusammengezählt werden) haben sieben eine Lieferantenpolitik eingeführt, die soziale und ökologische Anforderungen an die Zulieferer stellt. Dies sind TeliaSonera, T-Mobile, Vodafone, KPN (inklusive E-Plus), Tele2, Telenor und Telefónica (O_2).[76] Tre gab an, keine Lieferantenpolitik zu haben, DNA hat bisher keine, gibt aber an, daran zu arbeiten und Elisa beantwortete den Fragebogen nicht, somit sind keine öffentlichen Informationen darüber bekannt. Die meisten der sieben Mobilfunkanbieter mit einer Lieferantenpolitik geben an, dass diese Anforderungen Teil des Lieferantenvertrages und damit für die Lieferanten bindend sind. Lediglich die Lieferantenpolitik von KPN und der Tochtergesellschaft E-Plus ist (noch) nicht bindend.

Die Inhalte dieser Lieferantenpolitik sind verschieden. Sechs Unternehmen verweisen als Grundlage dafür auf die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und fünf auf die Allgemeine Erklärung der Menschenrechts der Vereinten Nationen. Lediglich die Politik von Tele2 bezieht sich auf keine dieser wichtigen internationalen Rahmenbedingungen. Auch die Arbeits- und Menschenrechtsthemen werden in der Lieferantenpolitik unterschiedlich adressiert. Von den in Kapitel 2 aufgeführten Arbeitsstandards sind Ausführungen zu Beschäftigungssicherheit und zu Löhnen am seltensten enthalten. Nur vier der sieben Unternehmen, die eine Lieferantenpolitik besitzen, machen Aussagen zu Lohnanforderungen an ihre Zulieferer. Tele2 und Telenor stellen keine Anforderungen beim Gehalt an die Zulieferer. Für TeliaSonera kann dies nicht beurteilt werden, da man die spezifischen Anforderungen nicht mitgeteilt hat. Keiner der Mobilfunkanbieter bezieht sich auf die Beschäftigungssicherheit.

Die Lieferantenpolitiken sind in ihren Anforderungen an die Zulieferer auch unterschiedlich konkret, zum Beispiel in der Darlegung der Kriterien, mit denen sie die Lieferanten überprüfen wollen. So geben zum Beispiel sechs Unternehmen an, dass Kinderarbeit innerhalb der Lieferkette abgelehnt wird, aber nur vier definieren, was sie unter Kinderarbeit verstehen: Das Mindestalter nach dem nationalen Gesetz. Vodafone

[76] Siehe Anhang 3 für eine vergleichende Darstellung der Lieferantenpolitiken

und Telenor präzisieren darüber hinaus, dass Beschäftigten unter 18 Jahren keine gefährlichen Arbeiten ausführen sollen.

Sofern die Mobilfunkanbieter ihre Zuliefereranforderungen konkretisieren, geben die meisten Unternehmen an, dass die nationalen Gesetze einzuhalten sind. Eine solche Verpflichtung kann jedoch nicht als sehr ambitioniert angesehen werden. Denn erstens ist die Einhaltung von nationalen Gesetzen für alle Unternehmen in dem jeweiligen Land bindend. Eine öffentliche Bestätigung dieser Gesetze sollte also überflüssig sein. Wenn diese fehlt, sollte man besorgt sein, ob sich die Konzerne überhaupt an die Gesetze halten. Zweitens haben makeITfair-Untersuchungen gezeigt, dass die nationale Gesetzgebung die Beschäftigten nicht immer ausreichend schützt. Zum Beispiel wurde deutlich, dass der Mindestlohn auf den Philippinen die Grundbedürfnisse der Arbeiter nicht ausreichend deckt.[77]

Große Unterschiede gibt es hinsichtlich der Kontrolle und Nachprüfung der Lieferantenanforderungen. Von den zehn bewerteten Unternehmen und von den sieben, die über eine Lieferkettenpolitik verfügen, verweisen lediglich fünf (Telenor, TeliaSonera, T-Mobile, Vodafone und O_2) darauf, einen Selbsteinschätzungsfragebogen zur Bewertung der Zulieferer zu verwenden. Die gleichen Unternehmen gaben auch an, Vor-Ort-Kontrollen durchzuführen. Keiner der Mobilfunkanbieter lässt Audits durch unabhängige Sachverständige durchführen.

Selbsteinschätzungsbögen können kaum als ein effektives Mittel zur Kontrolle der Zulieferer angesehen werden. Eigenüberwachung bietet den Zulieferern die Möglichkeit, sich besser darzustellen, als die Realität in der Produktion tatsächlich aussieht. Vor-Ort-Kontrollen sind hier besser, obwohl die Objektivität der Ergebnisse vom Bewertungsverfahren abhängt. Soweit makeITfair bekannt ist, werden Arbeiter bislang nicht standardmäßig außerhalb des Betriebsgeländes befragt, um die Zulieferer zu bewerten. Dies birgt die Gefahr, dass keine ausgewogenen Informationen über die Arbeitsbedingungen gesammelt werden.

Nur Vodafone, die Deutsche Telekom und Telenor geben die Anzahl ihrer Audits im Jahr 2008 an. Vodafone und die Deutsche Telekom berichten auch über die wichtigsten Ergebnisse ihrer Überprüfungen. Vodafone nannte 18 durchgeführte Vor-Ort-Prüfungen und insgesamt 166 Verbesserungsvorschläge für die Zulieferer.[78] Die Deutsche Telekom spricht in ihrem Corporate Responsibility Bericht 2009 von drei Audits in China, Mexiko und Taiwan im Jahr 2008. Darüber hinaus gibt das Unternehmen an, dass eine „Erhöhung der Anzahl der durchgeführten Lieferantenaudits" zwischen 2009 und 2011 angestrebt wird.[79]

In Antwort auf den Fragebogen sagte T-Mobile, dass bisher nach jedem Audit ein Plan für Verbesserungsmaßnahmen erforderlich war. Die wichtigsten Ergebnissen der Audits sowie die erreichten Verbesserungen stellt die Telekom im Internet dar.[80] Telenor hat zwischen Mai und September 2008

---

[77] SOMO (2009): Configuring Labour Rights – Labour conditions in the production of computer parts in the Philippines
[78] Vodafone (2009): Corporate Responsibility Report - Supply chain: Progress; http://www.vodafone.com/static/cr_report09/issues/supply-progress-have.html
[79] Deutsche Telekom (2009): Corporate Responsibility Bericht; http://www.cr-bericht.telekom.de/cr/backstage_09/documentpool/DTAG_CR-Bericht09_dt.pdf; S. 22, S. 48f
[80] Deutsche Telekom (2009): Corporate Responsibility Report 2009; http://cr-report.telekom.de/site09/en/verantwortungsbereiche/lieferanten/audits/index.php?page=1

insgesamt 383 unangekündigte Lieferantenkontrollen durchgeführt.[81] Solche Informationen fehlen für Telefónica und TeliaSonera hat dargelegt, dass man mit der Umsetzung der Zulieferanforderungen gerade erst begonnen habe.

Da die Verantwortung in der Lieferkette bei Vodafone und der Deutschen Telekom am weitesten entwickelt sind kann erwartet werden, dass die anderen Mobilfunkanbietern - wenn überhaupt – noch weniger Kontrollen durchführen. Im Vergleich zu Telenor oder anderen Unternehmen im Elektroniksektor ist die Anzahl der Betriebsprüfungen durch Vodafone oder die Deutsche Telekom vergleichsweise gering. Zum Beispiel prüfte Philips im Jahr 2008 277 Zulieferfabriken und Apple 83 Fabriken, insbesondere in China.[82]

Vier der in dieser Studie untersuchten Anbieter bzw. ihre Muttergesellschaften sind Mitglied bei GeSI[83] (s. Box 2). Auch die Europäische Mobilfunkanbietervereinigung (ETNO) verfügt über eine Nachhaltigkeitssatzung[84], die die Unterzeichner zu einer „kontinuierlichen Verbesserung" und „Weitergabe von Best Practices" bezüglich des Einkaufs, bei der Einhaltung von Menschen- und Arbeitsrechten sowie bei der Einführung von umweltfreundlichen Produkteigenschaften verpflichtet. Unterzeichner dieser Satzung sind unter anderem fünf Anbieter dieser Studie: die Deutsche Telekom, KPN, Telefónica (O_2), Telenor und TeliaSonera. Der Wortlaut der Erklärung lässt allerdings recht großen Interpretationsspielraum.

---

[81] Telenor Group (2008): Status for Telenor's work on health, safety, security and environment (HSSE); http://www.telenor.com/en/news-and-media/news/2008/status-for-telenors-work-on-health-safety-security-and-environment-hsse

[82] FinnWatch, SACOM and SOMO (2009): Playing With Labour Rights – Music player and game console manufacturing in China; S. 23

[83] Für weitere Informationen siehe Kasten 2

[84] ETNO (2009): Sustainability: http://www.etno.be/Default.aspx?tabid=1935

4. DER BLICK AUF DEUTSCHLAND – ÜBERSICHT DES MOBILFUNKMARKTES

Während das vorherige Kapitel die europäischen Mobilfunkanbieter miteinander verglichen hat, sollen in diesem Kapitel vor allem die Besonderheiten des deutschen Mobilfunkmarktes betrachtet werden. Hierzu wurden die erhobenen Daten noch einmal detaillierter und für den deutschen Markt spezifisch analysiert.

Der Mobilfunk ist in Deutschland zu einem festen Bestandteil der Gesellschaft geworden. In einer Studie des Branchenverbandes BITKOM von 2008 erklärten 43 Prozent der Befragten, sich ein Leben ohne ihr Mobilfunkgerät nicht vorstellen zu können. Etwa ein Viertel gab sogar an, sich ohne ihr Handy „nackt" zu fühlen.[85]

4.1. DER DEUTSCHE MOBILFUNKMARKT

Der deutsche Mobilfunkmarkt hat sich in den letzten anderthalb Dekaden stark entwickelt. Seit Inbetriebnahme des D-Netzes 1992 durch die Deutsche Telekom kletterte die Anzahl der registrierten Teilnehmer von knapp 950.000 im Jahre 1992[86] auf über 107 Millionen im Jahre 2009.[87] Die sogenannte Marktdurchdringungsrate stieg damit von 0,3 Prozent (1992) auf über 130 Prozent (2009).[88] Das bedeutet, dass 1992 etwa einer von 3000 Deutschen ein registriertes Handy besaß, während es 2009 mehr registrierte Handys als Deutsche gab, also einige Mobilfunkteilnehmer über mehr als ein registriertes Gerät verfügen. Damit hat Deutschland weltweit eine der höchsten Handyraten pro Einwohner.

Vor der Liberalisierung des deutschen Telekommunikationsmarktes durch die Bundesnetzagentur am 1. Januar 1998[89] hielt die Deutsche Telekom als ehemaliges Staatsunternehmen ein Monopol auf diesem Markt.[90] Die Deutsche Telekom konnte nahezu durchgehend die Marktführungsposition halten, dicht gefolgt vom Konkurrenten Vodafone, dem zweitgrößten Anbieter auf dem deutschen Mobilfunkmarkt. Beide Anbieter haben jedoch Einbußen an Marktanteilen erlitten, in erster Linie zugunsten der Zuwächse bei E-Plus und O_2, den dritt- und viertgrößten Anbietern. Ende 2008 – das Referenzjahr für diese Studie – verfügte T-Mobile über einen Marktanteil von 36,5 Prozent, Vodafone über 33,7 Prozent, die E-Plus-Gruppe über 16,6 Prozent und Telefónica O_2 Germany über 13,2 Prozent (vgl. Abb. 1).

---

[85] Goldhammer, K.; Wiegand, A.; Becker, D.; Schmid, M. (2008): Goldmedia Mobile Life Report 2012 - Mobile Life in the 21st century Status quo and outlook;
http://www.bitkom.org/files/documents/081009_BITKOM_Goldmedia_Mobile_Life_2012(1).pdf; S. 4
[86] Bundesnetzagentur (2007): Tätigkeitsbericht 2006/2007 für den Bereich Telekommunikation;
http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/12186.pdf; S. 24
[87] Bundesnetzagentur (2009): Teilnehmerentwicklung und Penetration in deutschen Mobilfunknetzen;
http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/16875.pdf
[88] Bundesnetzagentur (2007): Tätigkeitsbericht 2006/2007 für den Bereich Telekommunikation;
http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/12186.pdf; S. 24 und Bundesnetzagentur (2009): Teilnehmerentwicklung und Penetration in deutschen Mobilfunknetzen;
http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/16875.pdf
[89] Deutsche Telekom (2009): Unternehmensgeschichte - T-D1 geht an den Start;
http://www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/9496
[90] Deutsche Telekom (2009): Unternehmensgeschichte – Marktöffnung;
http://www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/9496

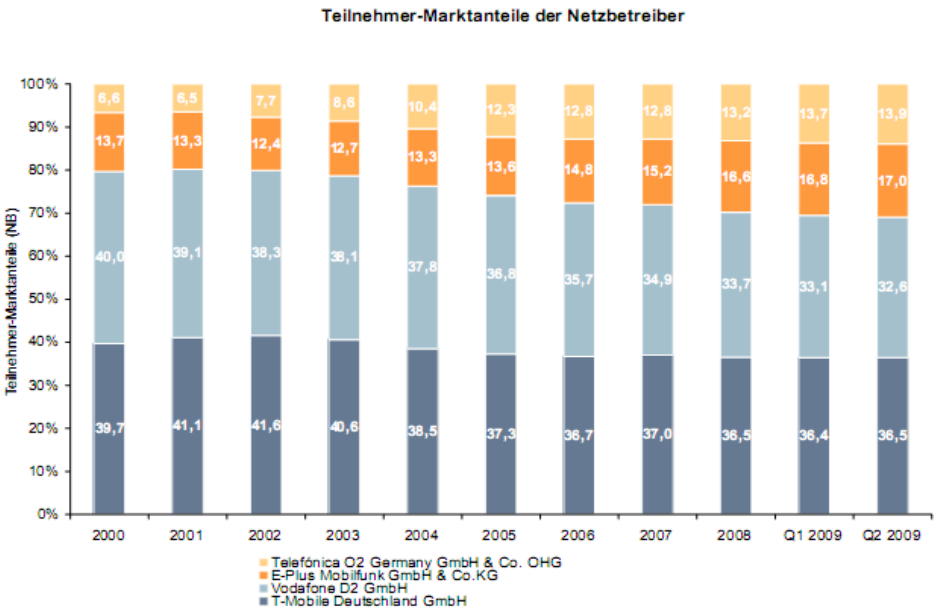


Abbildung 1: Marktanteile der vier größten Mobilfunkanbieter Deutschlands[91]

4.2. T-MOBILE

T-Mobile ist die Marke, unter der die Deutsche Telekom AG Mobilfunkdienste anbietet[92]. Etwa 57 Prozent des gesamten Umsatzes der Telekom entfällt auf das Mobilfunkgeschäft.[93] Bis zum Börsengang des Unternehmens 1996 war die Telekom nahezu vollständig in Staatsbesitz[94], heute hält der Bund mittelbar über die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) noch etwas mehr als 30 Prozent der Anteile. T-Mobile ist heute nach wie vor Marktführer im deutschen Mobilfunksektor und hielt im zweiten Quartal 2009 einen Anteil von 36,5 Prozent. Dieser Marktanteil entsprach 39,1 Millionen Kunden.[95] Die Telekom ist Gründungsmitglied der Brancheninitiative Global e-Sustainability Initiative (GeSI).[96]

Verkäufe und Verkaufsstrategie

Wie die meisten Anbieter hat die Telekom gegenüber makeITfair weder Angaben über die Anzahl der verkauften Mobiltelefone gemacht, noch dargelegt, wie sich die Anteile der verkauften Geräte prozentual auf die Handyhersteller verteilen.[97] Aus dieser Zahl wollte die makeITfair-Studie die Einflussmöglichkeit auf die Zulieferer ableiten, bekam aber aus Wettbewerbsgründen von der Telekom hierzu keine Antwort. Insgesamt haben in der gesamten Studie auch nur zwei Anbieter hierzu Angaben vorgelegt.

---

[91] Bundesnetzagentur (2009): Entwicklung Marktanteile Netzbetreiber; http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/16876.pdf
[92] Im Folgenden statt Deutsche Telekom nur noch Telekom
[93] Deutsche Telekom (2009): Konzern-Zwischenbericht 1. Januar – 30. Juni 2009; http://www.download-telekom.de/dt/StaticPage/72/03/78/090806_dtag_h1_2009.pdf_720378.pdf; S. 13
[94] Deutsche Telekom (2009): Unternehmensgeschichte - T-Aktie; http://www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/9496
[95] Deutsche Telekom (2009): Konzern-Zwischenbericht 1. Januar bis 30. Juni 2009; http://www.download-telekom.de/dt/StaticPage/72/03/78/090806_dtag_h1_2009.pdf_720378.pdf; S. 18
[96] ITU (2001): A New Voice for the Global Environment Telecommunications Industry Launches Sustainability Initiative; http://www.itu.int/newsarchive/press_releases/2001/11.html
[97] Lemke, R., CR-Manager Telekom, Fragebogen vom 27.07.2009

Im Hauptsitz Deutschland vermarktet T-Mobile bislang kein „grünes“ Handy, weil es nach Einschätzung des Unternehmens derzeit noch kein wirklich grünes Handy gäbe. Die Telekom setzt sich jedoch gegenüber den Herstellern dafür ein, dass solche Modelle auf den Markt kommen, um sie dann auch anbieten zu können. Die Tochterunternehmen in den Niederlanden und den USA haben die aktuellen Modelle für bereits „grün“ genug empfunden und führen bereits „grüne“ Handys im Sortiment.[98]
Die Telekom registriert ein zunehmendes Verbraucherinteresse für ökologische Aspekte von Mobilfunkgeräten, vor allem im Hinblick auf die Akkulaufzeit und den Energieverbrauch. Das Umweltinteresse der Kunden sei laut Auskunft der Telekom einer der Beweggründe für die Entstehung des Handlungsfelds „Low Carbon Society“[99] innerhalb der Corporate Responsibility-Strategie des Konzerns gewesen.[100] Hinsichtlich sozialer Fragestellungen sei das Interesse der Kunden aber eher verhalten.

Nutzungsphase: Energieverbrauch und Nutzungsdauer von Handys

Die Telekom konnte durch eine umfassende Erneuerung des Funknetzes seinen Stromverbrauch um etwa 30 Prozent senken.[101] Das Unternehmen erreichte diese Einsparung unter anderem durch eine Modernisierung der Vermittlungsanlagen und entwickelt gemeinsam mit den Lieferanten eine energieeffiziente Systemtechnik. Die Telekom wirbt zudem damit, dass seit 2008 der Strombedarf des gesamten Konzerns zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien gedeckt wird, wobei dies überwiegende durch sogenannte RECS-Zertifikate erfolgt.[102]
Als Anreiz für eine längere Nutzung des Handys bietet T-Mobile seinen Kunden die Möglichkeit, sich bei Vertragsverlängerung ohne ein neues Handy 100€ gutschreiben zulassen.[103] Da diese Variante vor allem von Geschäftskunden genutzt wurde, ist diese nun ausschließlich darauf zugeschnitten und Privatkunden erhalten das Angebot eines reduzierten Monatsbetrags anstatt eines Neuhandys bei Vertragsverlängerung. Der Konzern räumt jedoch ein, dass es auch einen gewissen Nutzertyp gibt, der immer das allerneuste Gerät haben möchte. Da man nicht riskieren möchte, diesen Kundentypus an die Konkurrenz zu verlieren, werden auf Kundenwunsch weiterhin subventionierte Endgeräte zur Vertragsverlängerung oder –neuunterzeichnung ausgegeben.[104]

Design, Wiederverwendung und Recycling

Laut Angaben der Telekom betrug der Anteil der 2008 zurückgegebenen Handys an der Gesamtzahl aller verkauften Geräte ca. 1 Prozent.[105] Diese geringe Quote erstaunt vor dem Hintergrund, dass Geräte in den Shops von T-Mobile abgegeben werden oder mit speziellen Rücksendeumschlägen kostenlos beim Recyclingpartner eingeschickt werden können.[106] Zudem setzt die Telekom einen zusätzlichen Anreiz, da

---

[98] Schmitt, J., Telekom, Telefonat am 02.09.2009
[99] Deutsche Telekom (2009): Wir leben Verantwortung - Corporate Responsibility Bericht 2009; http://www.cr-bericht.telekom.de/cr/backstage_09/documentpool/DTAG_CR-Bericht09_dt.pdf und Low Carbon Society; http://telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/583566
[100] Lemke, R., CR-Manager Telekom, Fragebogen vom 27.07.2009
[101] ebd.
[102] Deutsche Telekom (2008): Telekom bezieht ihren Strom vollständig aus erneuerbaren Energiequellen; http://www.cos-company-online-service.com/dtag/cms/content/dt/de/30392;jsessionid=29E6DB982FF0505903B4A52D17D50FDE?archivArticleID=596036
[103] Lemke, R., CR-Manager Telekom, Fragebogen vom 27.07.2009
[104] Lemke, R., CR-Manager Telekom, Follow-Up Interview am 12.08.2009
[105] Lemke, R., CR-Manager Telekom, Fragebogen vom 27.07.2009
[106] Deutsche Telekom AG (2008): Corporate Responsibility Bericht 2008; S. 35 (weiterführende Informationen im Onlinebericht: http://www.cr-bericht.telekom.de/site08/de/aktionsfelder/oekologie/recycling/index.php, Zugriff am 22.04.2009)

das Unternehmen pro Handy drei Euro an die Deutsche Umwelthilfe (DUH) spendet. Die Telekom hält die bisherigen Initiativen noch nicht für ausreichend und plant weitere Schritte, unter anderem im Rahmen der im September 2009 gestarteten Nachhaltigkeitsoffensive[107]. Jedoch hat der Konzern ein Modell, das finanzielle Anreize zur Rückgabe setzte, wieder eingestellt, da es vom Kunden nicht akzeptiert wurde. Als Gründe hierfür wird „des Deutschen ausgeprägte Sammlermentalität" und die unzureichende Rentabilität für den Kunden aufgeführt. Der Verkauf eines Handys z.B. bei Onlineauktionsanbietern brächte vergleichsweise höhere Erlöse.[108]
Die Telekom hat etwa 64 Prozent der 2008 abgegebenen Altgeräte zum Recycling an die Firma Electrocycling GmbH in Goslar abgeführt, während die restlichen 36 Prozent wiederaufbereitet und als funktionsfähige Geräte an die Firma Teqport GmbH (Asien) weiterverkauft wurden.
T-Mobile setzt ökologische Kriterien in der Produktplanung und -entwicklung an.[109] So sind Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte Bestandteil der „Terminal Requirements", die Lieferanten zu erfüllen haben und die Telekom engagiert sich diesbezüglich in Workshops und Gesprächen mit Lieferanten.[110]

Einflussmöglichkeiten auf Handyhersteller hinsichtlich sozialer und ökologischer Probleme innerhalb der Zulieferkette

T-Mobile sieht sich in der Verantwortung für die Zulieferkette und konkret für die angebotenen elektronischen Geräte wie Handys, auch wenn das Unternehmen selbst keine Geräte herstellt. Dabei sind die Anforderungen an alle Zulieferer gleich, obwohl T-Mobile bei den Lieferanten, die Handys mit T-Mobile-Logo herstellen, ein höheres Reputationsrisiko wahrnimmt und deshalb im Einzelfall dort auch ein intensiveres Monitoring betreibt und auch eine intensivere Einflussnahme für möglich hält.[111]
Grundlage für die Anforderungen an die Zulieferer ist die Sozialcharta der Deutschen Telekom.[112] Sie basiert auf international anerkannten Normen und Standards, insbesondere von der ILO, der OECD und dem Global Compact. Die Charta bezieht sich auf die Menschenrechte und auf konkrete Arbeitsrechte und ist diesbezüglich zum Teil auch sehr explizit. So „gewährleistet" die Telekom die Achtung des Mindestalters für Beschäftigte im Einklang mit den nationalen Bestimmungen ebenso wie die Einhaltung der jeweiligen nationalen Regelungen zur Arbeitszeit. Die Klarheit ist zu begrüßen, gleichzeitig erscheint es jedoch nicht sehr ambitioniert, sich vor allem auf die Einhaltung nationaler Gesetze zu berufen. Positiv ist das Bekenntnis zur Vereinigungsfreiheit und zum Recht auf Kollektivverhandlungen hervorzuheben, da die Telekom mit dem Bezug auf Kollektivverhandlungen weiter geht als der Verhaltenskodex der Electronics Industry Citizenship Coalition.
Die Sozialcharta gilt weltweit für den gesamten Konzern und über die allgemeinen Geschäftsbedingungen verpflichtet die Telekom auch die Lieferanten auf die darin enthaltenen Grundsätze. Die Lieferanten werden wiederum dazu angehalten, auch ihre Zulieferer an diese Regeln zu binden.[113]
Zur Umsetzung im Unternehmen hat die Deutsche Telekom 2007 eine Sustainable Procurement Working Group als zentrales Steuerungsgremium für die nachhaltige Beschaffung im Unternehmen eingerichtet[114] und damit eine wichtige strukturelle Voraussetzung dafür geschaffen, dass die vereinbarten Grundsätze im Unternehmen auch umgesetzt werden.

---

[107] Deutsche Telekom (2009): Große Veränderungen fangen klein an; www.millionen-fangen-an.de
[108] Lemke, R., CR-Manager Telekom, Fragebogen vom 27.07.2009
[109] T-Mobile (2009): Produktion; http://www.t-mobile.de/unternehmen/umwelt-und-sicherheit/umwelt-und-nachhaltigkeit/endgeraetemanagement/produktion
[110] Lemke, R., CR-Manager Telekom, Fragebogen vom 27.07.2009
[111] ebd.
[112] Deutsche Telekom (2007): Sozialcharta; http://www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/214006
[113] Deutsche Telekom (2008): Corporate Responsibility Bericht 2008; S. 38
[114] ebd.

Mit Lieferantenaudits kontrolliert die Telekom die Einhaltung der Vereinbarung. Dabei werden die Lieferanten zunächst um eine Selbsteinschätzung über das E-TASC von GeSI gebeten. Ausgewählte Zulieferer untersucht die Telekom dann vor Ort. Bei mangelhafter Einhaltung werden erforderliche Maßnahmen in einem Aktionsplan für Verbesserungen festgehalten und erst wenn diese erfolgreich umgesetzt und berichtet sind, gilt das Audit als abgeschlossen.[115] Im vergangenen Jahr hat die Telekom drei Audits bei Lieferanten in Taiwan, China und Mexiko durchgeführt, die Endgeräte für den Mobilfunk herstellen bzw. wiederaufbereiten.[116] Die festgestellten Probleme, unter anderem bezüglich Arbeitssicherheit, Gesundheitsschutz und Überstunden, sowie die daraufhin erzielten Verbesserungen hat die Telekom im Internet dargestellt.[117]

Bislang musste die Telekom bei jedem Audit einen Katalog mit Korrekturmaßnahmen erstellen, die der Lieferant in einer bestimmten Frist umsetzen musste und die dann begutachtet wurden. Bei Nichteinhaltung kann jedoch auch ein Abbruch der Geschäftsbeziehungen als letztes Mittel erfolgen, was im Fall von Handyrecyclern auch schon geschehen ist.[118]

Auch die sozialen und ökologischen Bedingungen bei der Rohstoffgewinnung stellen für die Telekom eine wichtige Herausforderung dar. Mit Bezug auf Studien von makeITfair stellt die Telekom in ihrem Corporate Responsibility Bericht die Problematik dar und erläutert, dass die Lieferanten diesbezüglich sensibilisiert und zu eigenen Schritten angehalten werden. Im Jahr 2005 hat die Telekom ein Statement zu Coltan veröffentlicht[119] und laut Aussagen im CR-Bericht 2009 dies inzwischen in ein umfassendes „Statement on Extractive" ausgeweitet und an die Hersteller adressiert.[120]

Zur Unterstützung der Bemühungen bietet die Telekom seinen Lieferanten Workshops an, betreibt vor Ort ein Capability-Building[121] und führt auch Stakeholder-Dialoge durch. All zu überschwänglich bewertet das Unternehmen die Reichweite und Intensität seiner Einflussmöglichkeiten jedoch nicht: Der Entwicklungstrend sei positiv, es bedürfe aber weiterhin Geduld.[122] Allerdings werde die Telekom weiterhin daran arbeiten, diesen Einfluss auszubauen und erachtet dafür auch die gemeinsamen Bemühungen von GeSI als sehr wichtig. Die Telekom ist in nahezu allen GeSI-Arbeitsgruppen aktiv und konnte als Chairman des GeSI-Boards in den vergangenen drei Jahren wichtige Mitglieder dazu gewinnen und die Positionierung des Verbandes gegenüber Politik und Zivilgesellschaft verbessern.[123]

4.3. VODAFONE

Vodafone Deutschland (früher bekannt unter dem Namen Mannesmann D2) ist Teil der Vodafone Group, dem zweitgrößten Mobilfunkanbieter der Welt. Die deutsche Tochtergesellschaft besteht aus der Vodafone D2 GmbH und der Vodafone AG & Co. KG (ehemals Arcor). Auf dem deutschen Markt

---

[115] Deutsche Telekom: Audit Process Overview, Information for Auditors and Suppliers, S. 10
[116] Deutsche Telekom (2009): Corporate Responsibility Bericht 2009; S. 18
[117] Deutsche Telekom (2009): Gemeinsam bessere Standards entwickeln; http://cr-bericht.telekom.de/site09/de/verantwortungsbereiche/lieferanten/audits/index.php
[118] Lemke, R., CR-Manager Telekom, Fragebogen vom 27.07.2009
[119] Deutsche Telekom (2005): Coltan Statement des Deutschen Telekom Konzerns; http://www.telekom.com/dtag/cms/contentblob/dt/de/674412/blobBinary/06_DT_Coltan_Statement.pdf;jsessionid=194AA320AF4DC16E901F1EE39B03B23F
[120] Deutsche Telekom (2009): Corporate Responsibility Bericht 2009; S. 20. Das Statement ist bislang noch nicht verfügbar.
[121] „Capability Building" meint die unterstützende Tätigkeit des Abnehmers (T-Mobile), die zu der Befähigung des Lieferanten führen soll, die vom Abnehmer gestellten Auflagen hinsichtlich sozialer und ökologischer Standards zu erfüllen.
[122] Lemke, R., CR-Manager Telekom, Fragebogen vom 27.07.2009
[123] ebd.

belegt das Unternehmen mit 36,17 Millionen Mobilfunkanschlüssen den zweiten Platz (32,6%)[124] hinter der Telekom. Der Gesamtumsatz von Vodafone Deutschland belief sich im Geschäftsjahr 2008/09 auf 9,412 Mrd. Euro.[125] Vodafone ist Mitglied der Brancheninitiative Global e-Sustainability Initiative (GeSI).[126]

Da sich Vodafone Deutschland aus Kapazitätsgründen aufgrund einer Umstrukturierung nicht in der Lage sah, den makeITfair-Fragebogen zu beantworten, beruhen die folgenden Informationen nur auf zugänglichen öffentlichen Informationen und wurden von Vodafone nicht gegengeprüft.

Verkaufszahlen und Produktinformationen

Aufgrund der geschilderten Nichtbeteiligung an der Studie liegen bezüglich der Verkaufszahlen und der Produkte keine Information vor.

Nutzungsphase: Energieverbrauch und Nutzungsdauer von Handys

Vodafone Deutschland beziffert den Anteil, den der Netzbetrieb am Gesamtstromverbrauch des Unternehmens hat, aktuell mit 92 Prozent.[127] Dieser hohe Anteil unterstreicht die große Bedeutung, die Energieeffizienzmaßnahmen vor allem im Netzbetrieb haben sollten. Vodafone plant im Rahmen seiner Klimaschutzstrategie Energieeffizienzmaßnahmen und strebt die Zusammenarbeit mit einem Energieversorger an, der Vodafone Deutschland "Strom mit einem hohen Anteil an erneuerbaren Energien zu marktfähigen Preisen liefern kann"[128]. Die Energieeffizienzmaßnahmen umfassen eine Modernisierung der Basisstationen, den Einsatz von Freikühlsystemen sowie die Nutzung einer neuen Software, die freie Sprachkanäle automatisch auf Standby schaltet und so Strom einspart. Durch die bisherigen Maßnahmen konnte Vodafone Deutschland zwar den CO_2-Ausstoß vom wirtschaftlichen Wachstum entkoppeln, der absolute Stromverbrauch ist jedoch noch weiter angestiegen.[129]
Bezüglich der Nutzungsdauer von Handys liegen uns von Vodafone keine Informationen vor.

Design, Wiederverwendung und Recycling

Zum Design liegen von Vodafone keine Informationen vor.
Im Bereich Handyrückgabe berichtet Vodafone Deutschland im Vergleich zu den anderen Anbietern mit 160.000[130] beziehungsweise 175.000[131] Handys zwar über die höchsten absoluten Rückgabemengen, die aber im Vergleich zur Gesamtzahl der Vodafonekunden ebenfalls sehr niedrig sind. Vodafone kooperiert mit dem Naturschutzbund Deutschland, um die Rückgabe von Handys zu steigern und spendet für jedes zurückgegebene Handy an eine gemeinnützige Organisation.[132]

---

[124] Bundesnetzagentur (2009): Entwicklung Marktanteile Netzbetreiber; http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/16876.pdf
[125] Vodafone Deutschland (2009): Daten und Fakten; http://www.vodafone.de/unternehmen/ueber-vodafone/97807.html
[126] Vodafone Deutschland (2007): Corporate Responsibility Report 2006/2007; http://www.vodafone.de/downloadarea/VF_CSR_070914.pdf; S. 14
[127] Vodafone Deutschland (2008): Corporate Responsibility Zwischenbilanz 2007/2008; http://www.vodafone.com/etc/medialib/attachments/cr_downloads.Par.43108.File.tmp/Corporate%20Responsibility%C2%AD_Zwischenbilanz_2007-08.pdf, S. 13
[128] ebd.
[129] ebd.
[130] ebd., S. 14f
[131] Schreiben von Vodafone an Germanwatch als Reaktion auf Anfrage im Rahmen der makeITfair-Kampagne, 21. April 2009.
[132] Vodafone Deutschland (2008): Corporate Responsibility Zwischenbilanz 2007/2008, S. 14f

Außerdem berichtet Vodafone über ein Online-Verkaufsportal, auf dem jeder Handybesitzer sein nicht mehr benötigtes Handy verkaufen kann, das dann an den Recyclingpartner „Greener Solutions" übergeben wird. Dieser bereitet die Altgeräte entweder auf und verkauft sie in Schwellen- und Entwicklungsländer oder zerlegt die Geräte für das Recycling.[133]

Einflussmöglichkeiten auf Handyhersteller hinsichtlich sozialer und ökologischer Probleme innerhalb der Zulieferkette

Im Folgenden wird angenommen, dass der Einkauf von Mobiltelefonen bei Vodafone ebenfalls über die Vodafonegruppe erfolgt. Somit wird insbesondere die Politik des Mutterunternehmens Vodafone Group dargestellt. Vodafone hat einen Kodex für den ethischen Einkauf[134], der sich unter anderem auf internationale Standards wie die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte und die ILO-Konventionen bezieht. Der Kodex enthält Themen wie Kinderarbeit, Zwangsarbeit und Gewerkschaftsfreiheit und ist sehr konkret und strikt formuliert. Der Verhaltenskodex für den ethischen Einkauf ist Bestandteil des Vertragswerks für Zulieferer und wird mit allen neuen Lieferanten abgeschlossen.[135]
Um die Einhaltung des Verhaltenskodizes zu überwachen, überprüft Vodafone seine Lieferanten. Dies beinhaltet auch eine Risikoüberprüfung für neue Lieferanten, wobei 10 Prozent der Gesamtbewertung auf Basis von sozialen und ökologischen Kriterien erfolgen. Wenn ein Lieferant die Vodafonekriterien nicht einhält, dann arbeitet das Unternehmen mit Lieferanten zusammen mit dem Ziel, die vereinbarten sozialen und ökologischen Standards zu erreichen, was bislang laut Unternehmensaussagen in 99 Prozent der Fälle möglich war.[136]
Die Vodafone Group berichtet, dass im Berichtsjahr 2008/2009 insgesamt 18 Audits bei Lieferanten durchgeführt wurden. Dies waren vor allem neue Lieferanten, die als Hoch-Risiko-Lieferanten eingestuft wurden. Basierend auf diesen Betriebsprüfungen hat Vodafone 166 Empfehlungen für Verbesserungsmaßnahmen ausgesprochen. Im Rahmen dieser Audits konnten zwei potenzielle neue Lieferanten nicht den Vodafone-Kriterien genügen.[137]
Dagegen berichtet Vodafone Deutschland im Zwischenbericht für 2008/2009, dass man keine Risikolieferanten habe und deshalb auch kein Follow-Up-Prozess erforderlich sei.[138] Die bisherigen Studien von makeITfair lassen darauf schließen, dass die Handyzulieferer bislang insgesamt als hoch risikoreich einzuschätzen sind und auch die Muttergesellschaft berichtet über Probleme mit Zulieferern. Im Rahmen dieser Studie hat Vodafone Deutschland keine genaueren Ausführungen hierzu gegeben, jedoch wäre im nächsten Nachhaltigkeitsberichtes mehr Klarheit und Offenlegung begrüßenswert.

4.4. E-PLUS

Die E-Plus Gruppe besteht aus den Marken E-Plus, BASE, Simyo, Ay Yildiz und vybemobile[139] und ist seit 2000 vollständige Tochter des niederländischen Konzerns KPN Mobile.[140] Mit einem Marktanteil von

---

[133] ebd.
[134] Vodafone: Code of Ethical Purchasing. http://www.vodafone.com/start/responsibility/supply_chain/code_of_ethical_purchasing.html
[135] ebd.
[136] Information von M. de Jong, CSR-Programmmanager bei Vodafone Niederlande im Rahmen des Fragebogens an SOMO/ makeITfair vom 5. August 2009
[137] Vodafone (2009): Supply chain: Progress; http://www.vodafone.com/static/cr_report09/issues/supply-progress-have.html
[138] Vodafone (2008): Corporate Responsibility Zwischenbilanz 2007/2008, S. 18
[139] http://www.eplus-gruppe.de/
[140] E-Plus Gruppe (2009): Investor Relations; http://www.eplus-gruppe.de/Presse/Investor_Relations/Investor_Relations.asp

17 Prozent rangiert die Gruppe auf dem deutschen Mobilfunkmarkt auf Platz drei[141]. Der KPN-Mutterkonzern ist seit 2007 Mitglied bei GeSI.[142]

Verkaufszahlen und Produktinformationen

Zwar gibt auch E-Plus keine Auskunft über konkrete Verkaufszahlen, allerdings verweist das Unternehmen auf seine sogenannte „SIM-only"-Strategie mit dem Ziel, möglichst wenig Neugeräte auf den Markt zu bringen. Diesbezüglich informiert das Unternehmen, dass 2008 bei etwa 20 Prozent aller neu geschlossenen Verträge ein subventioniertes Endgerät ausgegeben wurde.[143] Hierbei spielt der relativ hohe Anteil an E-Plus-Kunden mit Prepaid-Karten – also ohne festen Vertrag - eine entscheidende Rolle. Aus dem gleichen Grund liegt auch der Anteil der 2008 verlängerten Verträge, bei denen kein subventioniertes Endgerät ausgegeben wurde, laut Auskunft des Unternehmens bei etwa 60 Prozent.[144]
E-Plus hat zudem das Modell der Handymiete eingeführt, bei der der Kunde über die Laufzeit des Vertrages ein Handy mietet, das er nach Ablauf entweder kaufen oder zurückgeben kann.[145] Grundsätzlich stellt E-Plus die Rückläufigkeit des Trends fest, dass Kunden auch zur Vertrags*verlängerung* ein neues Gerät wünschen. Stattdessen werden andere Vergünstigungen, wie beispielsweise eine Gutschrift, bevorzugt.[146]
Spezielle Kriterien für die Auswahl der in E-Plus-Shops angebotenen Geräte sind laut Auskunft der Firma zunächst die Einhaltung ökologischer und sozialer Richtlinien. Darüber hinaus werden auch Verbraucherinteressen als Kriterium genannt, so zum Beispiel Geräte mit möglichst sparsamem Energieverbrauch und langen Stand-by-Zeiten.[147]
Handys, die von den Herstellern als „grün" vermarktet werden, hat E-Plus nicht in sein Sortiment aufgenommen. Die Firma begründet dies damit, dass derartige Modelle von den Herstellern zwar angekündigt wurden, bisher allerdings noch nicht auf dem Markt verfügbar wären. Bei Einführung solcher Geräte durch die Hersteller und einer entsprechenden Nachfrage durch den Kunden würde E-Plus diese Handys auch vermarkten. Aber eben jenes Interesse der Kunden an ökologischen und sozialen Fragestellungen in Zusammenhang mit Mobilfunkgeräten ist laut Einschätzung des Unternehmens eher gering ausgeprägt: Im Durchschnitt gäbe es etwa zehn Anfragen pro Shop und Jahr und diese beträfen in der Regel vor allem die SAR-Werte der Handys und Recyclingfragen.[148]

Nutzungsphase: Energieverbrauch und Nutzungsdauer von Handys

Um die Energieeffizienz des Mobilfunknetzes zu steigern, hat E-Plus neue, verbrauchsarme Mobilfunktechnik und alternative Kühlungskonzepte eingesetzt. Darüber hinaus plant E-Plus den Einsatz autarker Wind- und Sonnenkraftanlagen und prüft den Kauf von Zertifikaten.[149]
Pläne zur Einführung eines grünen Tarifs, bei dem die Strommenge, die durch die Netznutzung des Kunden verbraucht wird, aus alternativen Energiequellen bezogen wird, gibt es aufgrund des unzureichenden Kundeninteresses nicht. Tarifoptionen aber, bei denen mit Hilfe höherer

---

[141] Bundesnetzagentur (2009): Entwicklung Marktanteile Netzbetreiber; http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/16876.pdf
[142] GeSI (2007): ICT Sustainability Through Innovation - GeSI Progess Report 2007; http://www.gesi.org/LinkClick.aspx?fileticket=GDsTltwXgrk%3D&tabid=130; S. 22
[143] Reinicke, M., CR-Manager E-Plus, Follow-Up Interview am 06.08.2009
[144] ebd.
[145] Reinicke, M., CR-Manager E-Plus, Fragebogen vom 06.08.2009
[146] Reinicke, M., CR-Manager E-Plus, Follow-Up Interview am 06.08.2009
[147] Reinicke, M., CR-Manager E-Plus, Fragebogen vom 06.08.2009
[148] ebd.
[149] Reinicke, M., CR-Manager E-Plus, Follow-Up Interview am 06.08.2009

Anschlussgebühren NGOs aus dem Umweltschutzbereich unterstützt würden, seien durchaus in Planung und werden als erfolgversprechender gesehen.[150]
Eine längere Nutzungsdauer wird dem Kunden vor allem durch das Modell der Handy-Miete schmackhaft gemacht.

Design, Wiederverwendung und Recycling

E-Plus diskutiert mit Handyherstellern über ökologische Designeigenschaften der Produkte. Behandelte Themen sind hierbei die Laufzeit der Akkus, die Abschaltbarkeit der Ladegeräte und die SAR-Werte der Handys.
Im Jahr 2008 hat E-Plus 15.000 Handys eingesammelt, wobei die Abgabequote von Altgeräten durch die Zusammenarbeit mit den Projekten der „Malteser Lebensfreude" laut E-Plus um den Faktor 2,5 gesteigert werden konnte. Den Grund für die insgesamt geringe Menge sieht das Unternehmen im mangelnden Problembewusstsein der Verbraucher. Als Gegenmaßnahme soll die Zusammenarbeit mit den Maltesern, denen der Erlös aus dem Handyrecycling gespendet wird, intensiviert werden. Darüber hinaus plant E-Plus keine weiteren Aktionen.
Insgesamt wurden die von E-Plus an den Entsorgungspartner „Greener Solutions" im Jahr 2008 weiter gegebenen 15.000 Altgeräte zu 70 Prozent recycelt, die restlichen 30 Prozent konnten nach Wiederaufbereitung weiterverkauft werden.[151] Eine Verfolgung des Weges von Letzteren ist nach Angaben von E-Plus nicht möglich, hier sei man darauf angewiesen, dass die Firma „Greener Solutions" ihre Selbstbindung bezüglich sozialer und ökologischer Standards ernst nehme.

Einflussmöglichkeiten auf Handyhersteller hinsichtlich sozialer und ökologischer Probleme innerhalb der Zulieferkette

Der Mutterkonzern KPN hat im Jahr 2008 einen Verhaltenskodex eingeführt, der für die Lieferanten Anforderungen zu Menschenrechten, Arbeitsstandards sowie Umwelt- und Verbraucherschutz festschreibt. Der Kodex bezieht sich auf die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte und die ILO-Kernarbeitsnormen, ist jedoch in seiner Ausformulierung eher vage.[152]
Der Verhaltenskodex des Mutterkonzern KPN gilt auch für die E-Plus Gruppe und deren Zulieferer. Wie der Mutterkonzern KPN den niederländischen makeITfair-Partnern mitteilte, hat ungefähr die Hälfte der bisherigen Zulieferer den Verhaltenskodex unterzeichnet und bisher ist der Kodex für die Zulieferer noch nicht verbindlich.[153] Die Umsetzung und das Monitoring für den Verhaltenskodex stehen am Anfang. Die Prozesse sind weder beim Monitoring, noch – im Falle von Eskalationen – bei den Sanktionen standardisiert. Auch für die Implementierung von ökologischen und sozialen Standards in Zuliefererbetrieben sind keine standardisierten Prozessabläufe vorgesehen.[154] Vorgesehen ist ein Monitoringsystem inklusive eines ständigen Lieferantenkontakts, Vorortbesuchen durch KPN und einer Informationspflicht, der Lieferanten regelmäßig nachkommen müssen. Bei Nichteinhaltung der vertraglich vereinbarten Standards sind verschiedene Sanktionen vorgesehen: Strafzahlungen, Auftragsverlust bis hin zur Vertragskündigung.[155]
Die Einflussmöglichkeiten von Mobilfunkanbietern auf die Hersteller stuft E-Plus als gering ein, da die Endverbraucher keine ausreichenden Anforderungen stellen. Laut Aussagen der Firma sind die Kunden

---

[150] Reinicke, M., CR-Manager E-Plus, Fragebogen vom 17.07.2009
[151] ebd.
[152] KPN (2008): Supplier Code of Conduct; http://www.kpn.com/corporate/en/csr/Social-themes/Supplier-Code.htm
[153] S. Drillenburg Lelijveld, CSR-Manager Royal KPN NV, Fragebogen vom 24. Juni 2009
[154] Reinicke, M., CR-Manager E-Plus, Follow-Up Interview am 06.08.2009
[155] Reinicke, M., CR-Manager E-Plus, Fragebogen vom 17.07.2009

stärker gefragt, um Druck auf die global agierenden Endgerätehersteller auszuüben. Der globale Zusammenschluss GeSI wird jedoch als wichtig erachtet und die E-Plus Konzernmutter ist dort Mitglied, um der Verantwortung als Unternehmen gegenüber Umwelt und Gesellschaft nachzukommen. Der Dialog innerhalb der Informations- und Kommunikationsbranche soll langfristig nachhaltigeres Wirtschaften ermöglichen, dieser Prozess benötige allerdings Zeit.[156]

4.5. TELEFÓNICA O_2 GERMANY

Das Unternehmen Telefónica O_2 Germany wurde 1995 als VIAG Interkom gegründet und war zunächst ein Joint-Venture der VIAG AG und der British Telecommunications, an dem sich später auch Telenor beteiligte.[157] Das Unternehmen wurde im Jahr 2006 vollständige Tochter der Telefónica Europe und heißt seitdem Telefónica O_2 Germany GmbH & Co OHG (im Folgenden kurz O_2 genannt).[158] O_2 ist viertgrößter Mobilfunkanbieter in Deutschland und hatte im Juni 2009 15,2 Millionen Kunden[159] und damit einen Marktanteil von etwa 13,9 Prozent.[160] Der Mutterkonzern Telefónica ist seit 2002 Mitglied bei der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) und hält einen Sitz im Vorstand.[161]

Verkaufszahlen und Produktinformationen

Im Jahr 2008 hat O_2 etwa 3,6 Millionen Mobiltelefone verkauft beziehungsweise ausgegeben.[162] Darüber, wie sich diese Zahl auf Vertragsvereinbarungen mit Neukunden und Vertragsverlängerungen oder auf die verschiedenen Handymarken aufschlüsselt, gibt O_2 keine nähere Auskunft. Aber schon mit der Veröffentlichung der gesamten verkauften Telefone ist das Unternehmen transparenter als viele andere untersuchte Anbieter.

Als Kriterien für die Auswahl der angebotenen Geräte nennt O_2 die Erfüllung und Einhaltung seiner ethischen und ökologischen Beschaffungsrichtlinien, die von allen neuen Geschäftspartnern und Lieferanten unterzeichnet werden müssen. Im Produktportfolio ist das Sony Ericsson C901 Green Heart das erste Modell, das als explizit „grün" vermarktet wird. Bei seiner Herstellung werden wasserbasierte Farben verwendet, um gesundheits- und umweltschädliche Inhaltsstoffe auszuschließen. Außerdem werden viele Gehäuseteile aus recyclebaren Materialien hergestellt.[163] Von Verbraucherseite verzeichnet O_2 vor allem Interesse und Nachfragen zum Thema Handyrecycling.

---

[156] ebd.
[157] O_2 Germany (2009): Unsere Firmengeschichte auf einen Blick – 1995 Gründung; http://de.o2.com/ext/portal/online/236/index
[158] O_2 Germany (2009): Unsere Firmengeschichte auf einen Blick – 2006 Launch O_2 DSL; http://de.o2.com/ext/portal/online/236/index
[159] O_2 Germany (2009): O_2 steigert Umsatz und Ergebnis; http://de.o2.com/ext/o2/wizard/index?page_id=14743;tree_id=1576;message_id=1931;category_id=1;style=portal;state=online
[160] Bundesnetzagentur (2009): Entwicklung Marktanteile Netzbetreiber; http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/16876.pdf
[161] O_2 Germany (2009): Vereinte Kräfte; http://www.de.o2.com/ext/portal2/online/14318/index
[162] O_2 Germany (2009): Handyrecycling; http://www.de.o2.com/ext/portal_cr/online/15355/index
[163] O_2 Germany (2009): Online Shop; https://service.o2online.de/portal/;jsessionid=C49E4EA2BE1FAB162E9689C91D1D9B4A?$part=Productcatalog.content.detailView&hardwareId=4510%20080119%2000&commercializationId=NewCustomerWebshopPostpaid&tariffId=O-ACT-H

Nutzungsphase: Energieverbrauch und Nutzungsdauer von Handys

O_2 gibt an, seinen Gesamtenergieverbrauch identifiziert und Maßnahmen zu dessen Verringerung ergriffen zu haben. So fand 2008 ein Austausch von rund zweieinhalb Tausend Basisstationen statt, weitere 2.500 wurden 2009 durch sparsamere Modelle ersetzt. Dies bewirkt Energieeinsparungen von insgesamt 9 Millionen Kilowattstunden.[164] Zudem steigt O_2 auf hochintegrierte Netzwerktechnik um, um auch dadurch die Energieeffizienz zu erhöhen. Im O_2 Corporate Responsibility Report 2008 gibt das Unternehmen an, etwa 67 Prozent seines Gesamtenergiebedarfs aus erneuerbaren Energiequellen zu decken.[165]

Um die Nutzungsdauer der Geräte durch die Kunden zu verlängern und so einen ressourcenschonenderen Umgang mit Mobiltelefonen zu befördern, hat O_2 2008 die „SIM-Only" Kampagne eingeführt. Es handelt sich um eine Tarifoption, bei der der Kunde sein altes Handy weiter nutzt und anstelle eines neuen Gerätes eine Vergünstigung der monatlichen Grundgebühr erhält.

Design, Wiederverwendung und Recycling

O_2 macht keine Angaben darüber, ob und inwieweit sich das Unternehmen mit Handyherstellern schon bezüglich der Gestaltung und des Designs der Geräte auseinandersetzt und konkrete Forderungen stellt, um die Geräte beispielsweise leichter recycelbar zu machen.[166]

Die Rückgabequote von Handys ist wie bei den anderen Anbietern sehr gering. O_2 ist jedoch das einzige Unternehmen, das sowohl absolute als auch relative Zahlen benennt: Bei 3,6 Millionen verkauften Geräten und 14.923 eingesammelten Altgeräten ergibt sich eine Rückgabequote von 0,41 Prozent.[167] Angesichts dieser geringen Ausbeute startete O_2 im Oktober 2008 eine interne Recyclingaktion mit der Aufforderung, alte Handys an den Entsorgungspartner zu verschicken.[168] Darüber hinaus soll die Kooperation mit dem WWF weitergeführt werden, bei der O_2 2,50 € pro zurückgegebenem Altgerät an Umweltprojekte des WWF spendet.[169]

Keine Angaben macht O_2 hingegen darüber, wie viel Prozent der zurückgegebenen Geräte nach Wiederaufbereitung weiterverkauft und wie hoch der Anteil derer ist, die entsorgt werden. Der Recyclingpartner der Firma, dr.handy, ist vertraglich an die ethischen und ökologischen Beschaffungsrichtlinien von O_2 gebunden.[170]

Einflussmöglichkeiten auf Handyhersteller hinsichtlich sozialer und ökologischer Probleme innerhalb der Zulieferkette

Gegenüber Germanwatch äußert sich O_2 nicht darüber, wie es Reichweite und Grad des eigenen Einflusses auf Handyhersteller zu ökologischen und sozialen Fragestellungen einstuft.[171] Allerdings hat das Unternehmen seit 2008 eine ethische und eine ökologische Beschaffungsrichtlinie zum festen Bestandteil aller Neuverträge mit Lieferanten und Geschäftspartnern gemacht. In der Einleitung zur ethischen Beschaffungsrichtlinie bekennt sich O_2 zur „Verantwortung, die wir als internationales Unternehmen

---

[164] O_2 Germany (2009): Corporate Responsibility Report 2008 - Unsere Fortschritte für Klima und Umwelt;, http://www.de.o2.com/ext/portal_cr/online/15117/index
[165] ebd.
[166] Braun, J., Corporate Responsibility Manager, Fragebogen vom 20.07.2009
[167] O_2 Germany (2009): Corporate Responsibility Report 2008 - Handyrecycling; http://www.de.o2.com/ext/portal_cr/online/15355/index
[168] ebd.
[169] WWF (2009): O_2 recycelt Handys für einen guten Zweck - Gebrauchte Handy gehören nicht in den Hausmüll; http://www.wwf.de/kooperationen/o2/printer.html
[170] O_2 Germany (2009): Corporate Responsibility Report 2008 - Handyrecycling; http://www.de.o2.com/ext/portal_cr/online/15355/index
[171] Braun, J., Corporate Responsibility Manager, Fragebogen vom 20.07.2009

tragen."[172] Die Richtlinien sollen die Einhaltung bestimmter Standards der Unternehmensverantwortung zumindest in der ersten Stufe der Lieferanten sicher stellen und diese sollen die Standards bei ihren jeweiligen Lieferanten fördern. Die ethische Richtlinie beruht auf der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und auf ILO-Konventionen und umfasst Bestimmungen unter anderem zur Gewerkschaftsfreiheit und Tarifverhandlungen, Arbeitssicherheit, Kinderarbeit, Entlohnung, Arbeitszeit und Diskriminierung.[173] Hervorzuheben ist das Bekenntnis zur 48-Stunden-Woche (wobei bezüglich der Überstunden eine Begrenzung auf 12 Stunden pro Woche fehlt), die Unterstützung von Kollektivverhandlungen, eine Entlohnung zur Deckung der Grundbedürfnisse und das Eintreten gegen übermäßige Nutzung befristeter oder Zeitverträge. In der ökologischen Richtlinie werden Zulieferer dazu verpflichtet, sich eine eigene Umweltrichtlinie zu geben und stetige Verbesserungen der relevanten eigenen Kennzahlen zu erzielen.[174]

In der Richtlinie gibt O_2 an, bei der Umsetzung der Standards mit den Lieferanten zusammenzuarbeiten. Lieferanten, deren Standards noch nicht ausreichen, die aber eine entsprechende Bereitschaft und die Bemühung zeigen, diese zu entwickeln, sollen gefördert statt sanktioniert werden.[175] Konkrete Umsetzungsmaßnahmen befinden sich laut O_2 noch in der Abstimmung mit den Fachabteilungen.[176] Falls ein Lieferant die Standards schwerwiegend verletzt und auch nicht im vereinbarten Zeitrahmen eine Änderung erfolgt, behält sich O_2 den Abbruch der Geschäftsbeziehungen vor.[177]

Zur Kontrolle der Umsetzung der Standards stimmt O_2 laut seiner ethischen Richtlinie einer unabhängigen Verifizierung zu, veröffentlicht aber in Beantwortung auf unseren Fragebogen keine konkreten Informationen zu Anzahl, Umfang und Inhalten – weder der eigenen Audits noch von unabhängigen Überprüfungen.[178] Auf seiner Website gibt O_2 in seinem Ausblick für das Jahr 2009 an, dass zunächst Selbstauskünfte der Lieferanten eingeholt werden sollen. Mittelfristig – hier wird kein konkreter Zeitraum benannt – wolle man auch Audits entweder selbst durchführen oder bei unabhängigen Dritten in Auftrag geben.[179]

Zusätzlich hat das Unternehmen ein „category risk assessment"-Verfahren eingeführt, das eine standardisierte Risikoanalyse sämtlicher Warengruppen durchführt. Wird ein erhöhtes Risiko festgestellt, wird der Lieferant zur Selbstauskunft aufgefordert.[180]

Innerhalb der Brancheninitiative GeSI findet eine Zusammenarbeit statt: Die Unternehmensgruppe Telefónica S.A. ist Vorstandsmitglied bei GeSI und in mehreren Arbeitsgruppen, unter anderem zum Thema Lieferanten, vertreten.

In seiner Selbstdarstellung führt das Unternehmen die Entwicklung ethischen und umweltfreundlichen Verhaltens bei zwei seiner Handylieferanten auf das eigene, verstärkte Drängen zurück. Auf Nachfrage

---

[172] O_2 Germany (2007): Ethische Beschaffungsrichtlinie;
http://de.o2.com/ext/filemanager/spool_public/application_pdf/1/8485/1/1/o2_ethische_beschaffungsrichtlinie_2.pdf; S. 3

[173] O_2 Germany (2007): Ethische Beschaffungsrichtlinie;
http://de.o2.com/ext/filemanager/spool_public/application_pdf/1/8485/1/1/o2_ethische_beschaffungsrichtlinie_2.pdf, S. 1ff

[174] Telefónica O_2 Europe PLC (2008): Environmental Procurement Policy.
http://www.o2.com/media_files/TEUREthicalProcurementPolicyJune2008Final.pdf

[175] ebd., S. 1;

[176] Braun, J., Corporate Responsibility Manager, Fragebogen vom 20.07.2009

[177] O_2 (2007): Richtlinien für soziale und ökologische Mindeststandards;
http://de.o2.com/ext/filemanager/spool_public/application_pdf/1/8485/1/1/o2_ethische_beschaffungsrichtlinie_2.pdf; S. 4

[178] Braun, J., Corporate Responsibility Manager, Fragebogen vom 20.07.2009

[179] O_2 Germany (2009): Corporate Responsibility Report 2007; Umsetzung;.
http//www.de.o2.com/ext/portal2/online/14320/index

[180] Braun, J., Corporate Responsibility Manager, Fragebogen vom 20.07.2009

gibt O_2 unter Berufung auf die Vertraulichkeit der Information aber nicht an, in welcher Weise und bei welchen Herstellern dies geschehen ist.[181]

4.6. ZUSAMMENFASSENDE AUSWERTUNG DEUTSCHLAND

In diesem Abschnitt erfolgt zunächst ein tabellarischer Vergleich der deutschen Mobilfunkanbieter sowie eine vergleichende Darstellung der deutschen Anbieter.

Unternehmen (nach Größe)	**Kunden** (und Marktanteil)	**Verkaufte Handys**	**Rückgabe von Handys**	**Anreize für Handyrückgabe o. Längernutzung**	**Audits**
T-Mobile	39,1 Mio (36,5 %)	k.A.	1% Rückgabequote (64% recycelt/ 36% aufgearbeitet und weiterverkauft)	3 Euro pro Handy an DUH 100 Euro Gutschrift bzw. geringerer Monatspreis wenn Kunde nach 2 Jahren Handy behält statt neues verlangt	3
Vodafone	36,17 Mio (33,7 %)	k.A.	2008/09: 175.000 2007/08: 160.000 Handys	5 Euro pro Handy NABU und andere Organisationen Online-Verkaufsportal zur Handyrückgabe gegen entsprechenden Betrag je nach Handywert	keine[182]
E-Plus	17,78 Mio (16,6 %)	k.A. zu absoluten Zahlen, aber bei 20% aller neuen Verträge	15.000 (70% recycelt, 30% aufgearbeitet und weiterverkauft)	Erlöse an Malteser	k.A.
O_2	14,93 Mio (13,2%)	3,6 Mio	14.923 (bezogen auf Verkäufe in 2008 ergibt dies 0,41 %)	2,50 Euro pro Handy an WWF	k.A.

Fakten zu deutschen Mobilfunkanbietern für Ende 2008[183]

[181] ebd.
[182] Ausführlicher hierzu siehe 4.3.
[183] Basierend auf den Fragebögen sowie auf den Nachhaltigkeitsberichten und Website-Informationen der Unternehmen, genaue Quellenangaben siehe 4.2-4.5.

Verkäufe und Verkaufsstrategie

Die Mobilfunkanbieter halten sich bezüglich der Verkaufszahlen von Handys sehr bedeckt und somit ist es sehr schwierig einzuschätzen, wer die meisten Handys verkauft und damit in der Handyzulieferkette den größten Einfluss hat. Nur O_2 hat die Anzahl der in 2008 verkauften Handys mit 3,6 Millionen konkret beziffert, E-Plus hat immerhin angegeben, im vergangenen Jahr bei 20 Prozent der Verträge ein Handy ausgegeben zu haben.

E-Plus stellt gegenüber makeITfair seine SIM-only-Strategie heraus, die seit 2008 anstrebt, möglichst Verträge ohne Handyausgabe abzuschließen oder alternativ eine Handymiete anzubieten. Mit nur 20 Prozent Handys bei Vertragsabschluss scheint dies auch umgesetzt zu werden. Auch O_2 verweist auf die eigene „SIM-only-Kampagne".

Alle vier untersuchten Betreiber bieten inzwischen solche SIM-only-Verträge, also ohne subventionierte Handys, an. Dabei sind die Anreize ungefähr gleich gesetzt, da sich der Monatsbetrag im Durchschnitt um 10 Euro reduziert, wenn der Kunde auf ein neues Handy verzichtet. Auf der Website von E-Plus ist diese Option jedoch schwierig aufzufinden, vor allem im Vergleich zu anderen Anbietern. Am einfachsten erfährt ein Verbraucher auf der Website von T-Mobile über ein solches Angebot. Insgesamt ist die Werbung aller deutschen Anbieter jedoch zu stark darauf gerichtet, einen Vertrag inklusive neuem Handy zu verkaufen. Die Werbung erfolgt immer noch vor allem über neue und durch Verträge subventionierte Handymodelle.

Sogenannte „grüne Handys" sind in Deutschland noch nicht Teil der Vermarktungsstrategie. T-Mobile und E-Plus begründen dies damit, dass die bislang angebotenen Modelle nicht wirklich „grün" sind. E-Plus wartet auf entsprechende Angebote und würde die Modelle dann auch vermarkten, T-Mobile gibt an, die Hersteller entsprechend anzuhalten, solche Geräte herzustellen.

Die Unternehmen erhalten von Verbraucherseite vor allem Nachfragen zu Umweltthemen wie Energieverbrauch (T-Mobile), Recycling (E-Plus und O_2) und Handy-Strahlung (E-Plus), wohingegen soziale Aspekte bislang wenig nachgefragt werden. Daraus schließt E-Plus, dass man als Mobilfunkanbieter in diesem Bereich nicht tätig werden könne, da der Verbraucherdruck fehle. Damit schiebt E-Plus jedoch die Verantwortung allein auf die Verbraucher ab, jedoch sind es auch die Anbieter, die durch ihre Werbung sehr stark Bedürfnisse wecken. Im Rahmen des makeITfair-Projektes gibt es zudem andere Ergebnisse, wie die 8.000 Postkarten für bessere Arbeitsbedingungen bei der Handyherstellung[184] sowie eine Umfrage unter jugendlichen Verbrauchern[185] gezeigt haben.

Lieferantenpolitik

Alle vier Mobilfunkanbieter haben – zum Teil über ihre Mutterkonzerne – einen Verhaltenskodex, wobei sich bezüglich der Inhalte und auch der Umsetzung Unterschiede feststellen lassen. Alle Unternehmen beziehen sich auf internationale Instrumente und Standards, unter anderem auf Gewerkschaftsrechte, bei Vodafone sind jedoch Kollektivverhandlungen nicht explizit darin eingeschlossen. Bei manchen Unternehmen wie der Deutschen Telekom gibt es Einschränkungen, da man die Zulieferer zum Teil nur auf die Einhaltung der nationalen Gesetze in den Produktionsländern verpflichtet.

---

[184] makeITfair (2009): Tausende Verbraucher fordern faire Handys - makeITfair überreicht Unterschriften an Mobiltelefonhersteller; http://www.germanwatch.org/presse/2009-05-15.htm
[185] makeITfair (2008): Junge Menschen wollen fair produzierte Elektronikgeräte – Europäische Jugendliche sind zum Engagement bereit; http://www.germanwatch.org/presse/2008-01-14.htm

Bei der Telekom, O_2 und Vodafone sind die Verhaltenskodizes für die Zulieferer verbindlich festgeschrieben und E-Plus will dies auch festschreiben. Wichtig ist jedoch die Umsetzung und Kontrolle dieser Vereinbarungen. Selbsteinschätzungen der Zulieferer, wie unter anderem die Telekom und O_2 sie nutzen, können nur ein Anfang sein. Bislang berichtet nur die Telekom über eine Vor-Ort-Überprüfung (ein Audit) der Zulieferer bezüglich sozialer und ökologischer Aspekte, aber mit drei Audits im Jahr 2008 ist die Anzahl auch noch sehr begrenzt. Die Mutterfirma von Vodafone hat bereits 18 Betriebsprüfungen bei Zulieferern durchgeführt, aber bei der deutschen Tochterfirma gibt es laut Aussage im Nachhaltigkeitsbericht keine Risikozulieferer und deshalb sei auch keine weitere Kontrolle erforderlich. Da Vodafone Deutschland nicht auf den Fragebogen reagiert hatte, liegt dazu keine weitere Stellungnahme vor. Eine unabhängige Kontrolle gibt es beim Vorreiter Telekom jedoch ebenso wenig wie bei einem der anderen Unternehmen, auch wenn O_2 eine unabhängige Verifizierung auf der Website angekündigt hat.

Die Handyherstellung umfasst jedoch weit mehr als die letzte Stufe der Produktion und reicht zurück bis zum Abbau der Rohstoffe, die in Handys verarbeitet werden. Von den deutschen Mobilfunkanbietern hat bislang nur die Telekom dieses Problem im Blick. Schon seit mehreren Jahren gibt es ein Coltan-Statement für einen verantwortlichen Bezug des Rohstoffes Coltan, das im Zusammenhang mit dem Krieg im Kongo in die Schlagzeilen geriet. Aufgrund der Aufrufe von makeITfair, auch die circa 30 weiteren Metalle in den Blick zu nehmen, hat die Telekom inzwischen eine Erklärung zur verantwortungsvollen Verwendung sämtlicher Metalle verabschiedet und drängt die Hersteller zu eigenen Schritten. Die anderen Anbieter müssen hier noch entscheidende Schritte gehen und auch bei der Telekom bleibt zu beobachten, wie sich die Politik in der Praxis auswirkt.

Energieverbrauch und Klimaschutz

Mobilfunkanbieter verbrauchen vor allem durch den Netzbetrieb eine große Menge an Strom, die zum Beispiel Vodafone für 2007/2008 mit 92 Prozent angibt. Alle vier großen Anbieter in Deutschland haben dieses Thema als Herausforderung erkannt und sind hierzu tätig geworden:

a) Energieeffizienz ist der wichtigste und sinnvollste Ansatz, um den Einfluss des Stromverbrauchs auf den Klimawandel zu verringern, weil einfach weniger Strom verbraucht wird. Durch effizientere Mobilfunksendeanlagen (Basisstationen) sowie weitere Effizienzmaßnahmen sind alle Anbieter tätig geworden.

   Der darüber hinaus erforderliche Strom sollte so nachhaltig wie möglich bezogen werden.

b) Strom aus eigenen erneuerbaren Energiequellen zu gewinnen, ist der beste Weg der Stromerzeugung. So gewinnt zum Beispiel die Telekom bei einem Teil der Basisanlagen den Strom aus erneuerbaren Quellen und E-Plus plant eigene Wind- und Sonnenkraftanlagen. Wünschenswert wären hier umfassendere Aktivitäten aller Hersteller und konkrete Ziele für die Ausweitung dieses Bereichs in den kommenden Jahren.

c) Der restliche Strom sollte von einem Anbieter aus erneuerbaren Quellen bezogen werden. O_2 gibt an, trotz höherer Kosten fast 70 Prozent des Strombedarfs aus erneuerbaren Quellen zu beziehen und Vodafone plant, zukünftig den erforderlichen Strom von einem Anbieter mit hohem Anteil an erneuerbaren Energien zu beziehen.

d) Darüber hinaus wird eine Möglichkeit genutzt, über den Kauf von Zertifikaten seinen Strom als „erneuerbar“ zu deklarieren. Die Deutsche Telekom nutzt für ihren Stromeinkauf solche RECS-Zertifikate[186] und sagt in der Öffentlichkeit, dass heutzutage bereits 100 Prozent des

---

[186] Renewable Energy Certificate System (RECS) sind Zertifikate für die Eigenschaft „erneuerbare Energie“, die vom eigentlichen Strom abgespalten und in der Form frei konvertibler Zertifikate an einen internationalen Markt gegeben werden. Ein Ökostromanbieter, z.B. auf Basis von Wasserkraft in Skandinavien, trennt die Eigenschaft „erneuerbar“ von seinem Strom ab und verkauft sie an einen konventionellen Anbieter, der seinen Strom so als „erneuerbar“

Strombedarfs aus erneuerbaren Energien gedeckt wird. Damit wird jedoch kein zusätzlicher erneuerbarer Strom erzeugt, weswegen Germanwatch und makeITfair dies nicht als überzeugender Ansatz sehen.

Die Anbieter sollten zunächst weitere Anstrengungen für eine energieeffiziente Netzbetreibung anstellen, sich dafür konkrete Ziele setzen und deren Einhaltung angemessen kommunizieren. Den darüber hinaus erforderlichen Strom sollten sie entweder selbst erzeugen oder direkt aus erneuerbaren Energiequellen beziehen. Ein Kauf der sogenannten RECS-Zertifikate kann dafür keinen Ersatz darstellen. Sollte ein Anbieter aus ökonomischen Gründen nicht gleich in der Lage sein, seinen gesamten Strom aus erneuerbaren Quellen zu beziehen, dann sollte mit einem Anteil begonnen und eine schrittweise Erhöhung angestrebt werden, anstatt durch Kauf von Zertifikaten den eigenen Stromverbrauch als „grün" zu vermarkten. Alle Unternehmen brauchen hierzu eine Strategie mit konkreten Zielwerten, die transparent kommuniziert werden.
Die Mobilfunkanbieter sollten ebenfalls dafür Sorge tragen, dass ihre Kunden die von den Anbietern ausgegebenen Geräte möglichst energieeffizient nutzen. Eine wichtige Voraussetzung dafür ist die Auslieferung von Geräten mit energieoptimierten Standardoptionen. Zusatzoptionen mit Strombedarf wie Bluetooth sollten zunächst ausgeschaltet sein und erst vom Kunden aktiv eingeschaltet werden müssen.

Handy-Recycling

Alle vier Mobilfunkanbieter haben ein Recyclingprogramm und kooperieren dazu mit unterschiedlichen Nichtregierungsorganisationen, vor allem mit Umweltorganisationen, denen pro zurückgegebenem Handy ein bestimmter Betrag gespendet wird. Allerdings ist bei allen Anbietern die Rückgabequote noch sehr gering, angegebene Werte bewegen sich zwischen 0,41 und 1 Prozent, bzw. bei den absoluten Zahlen zwischen ca. 15.000 und 175.000 Handys. Vergleiche zwischen den Anbietern sind jedoch schwierig, weil absolute und relative Werte vorliegen, aber insgesamt sind die Rückgabequoten sehr niedrig. Weitere Anstrengungen und Aufklärungskampagnen von allen Herstellern sind hier erforderlich, gegebenenfalls auch gemeinsame Aktivitäten.
Die Anbieter arbeiten mit verschiedenen Recyclingunternehmen zusammen, die die brauchbaren Geräte wieder aufbereiten und in Drittländer, unter anderem auch Entwicklungsländer, exportieren. Dabei wird die Aufmerksamkeit der Anbieter bezüglich der Verantwortung für ihre Recyclingpartner recht unterschiedlich wahrgenommen. Während O_2 darauf verweist, dass das Recyclingunternehmen an den O_2-Verhaltenskodex gebunden ist, berichtet die Deutsche Telekom, dass sie sich nach Kontrollen veranlasst sahen, den Recyclingpartner zu wechseln.
Aber nicht erst die Rückgabe der Handys ist ein wichtiger Schritt, sondern zunächst vor allem die längere Nutzung der Geräte. Bei einer Vertragsverlängerung bietet T-Mobile zum Beispiel den Kunden die Möglichkeit, in einen günstigeren Tarif zu wechseln, statt bei Vertragsverlängerung ein neues Handy zu erhalten. Dieser günstigere Vertrag entspricht dabei dem Preis, der für die sogenannten SIM-only-Verträge verlangt wird und wird somit inzwischen von allen Anbietern angeboten. Das Modell einer Gutschrift von 100 Euro anstelle eines neuen Handys war nur von Geschäftskunden bei einer Vertragsverlängerung genutzt worden.

Transparenz und Verantwortungsbewusstsein der Unternehmen

Die Zusammenarbeit mit den Unternehmen zur Erstellung dieser Studie war sehr unterschiedlich. Die Telekom zeigte große Transparenz und arbeitete kooperativ mit makeITfair zusammen. So wurden nicht

---

vermarktet. Der andere Strom wir dadurch zu „konventionell", es wird also kein zusätzlicher erneuerbarer Strom erzeugt und z.T. wird kritisiert, dass der vorherige Strom nun nicht als „konventionell" vermarktet wird.

nur die von uns verschickten Fragebögen beantwortet, auch für ein „Follow-up"-Interview und mehrere Nachfragen stand die Telekom bereit und hat schnell geantwortet. Bei der Institutionalisierung von CSR-Abläufen und -Prozessen scheint die Telekom, unter den untersuchten Mobilfunkanbietern, am weitesten vorangeschritten zu sein. Nicht zuletzt ist die Sustainable Procurement Working Group eine wichtige strukturelle Institution zur Verankerung des Themas im Unternehmen und eine Verbindung zwischen der Nachhaltigkeits- und der Einkaufsabteilung. Die neue Nachhaltigkeitsoffensive verankert das Thema noch stärker im Unternehmen und könnte für die anderen Anbieter Vorbildwirkung entfalten. Das größere Engagement der Telekom im Vergleich zu den anderen untersuchten Anbietern in Deutschland lässt sich eventuell teilweise auch damit erklären, dass die Telekom mit Hauptsitz in Deutschland ansässig ist, während die anderen Anbieter nur eine Tochterfirma in Deutschland unterhalten.

Vodafone hatte zwar eine Teilnahme an der Befragung zugesagt, dann jedoch aus Kapazitätsgründen die Antworten mehrfach verschoben und schließlich den Fragebogen nicht beantwortet. Das Unternehmen hat die begrenzten Kapazitäten damit begründet, dass man gerade in einer Umstrukturierung sei und zudem Arcor gerade in die Managementprozesse integrieren würde. Zwar ist zu begrüßen, dass Vodafone intern die Strukturen verbessern will, allerdings blieben so einige Fragen zum Beispiel zum Lieferantenmonitoring offen.

Der engagierte CSR-Manager von E-Plus hat nicht nur den Fragebogen beantwortet, sondern sich ebenfalls zu einem „Follow-up" Interview bereit erklärt. Jedoch sind von außen betrachtet die Nachhaltigkeitsstrukturen im Unternehmen noch nicht sehr weit entwickelt. Die internen Prozesse, zum Beispiel bezüglich der Lieferantenpolitik, sind bei E-Plus vergleichsweise wenig institutionalisiert und es gibt bisher keine standardisierten Verfahren. Der CSR-Bericht vermittelt den Eindruck, dass der Fokus des Unternehmens eher auf „Corporate Philantrophy" liegt, also öffentlichkeitswirksamen Spenden oder Aktionen, die wenig mit dem Kerngeschäft zu tun haben.

Das Unternehmen O_2 scheint vom Grad der Institutionalisierung weiter zu sein als E-Plus, es gibt mehr standardisierte Verfahren und Prozessabläufe zu den relevanten Themen. Jedoch war die Zusammenarbeit nicht so kooperativ und transparent wie mit der Telekom. Auf der Grundlage der öffentlich verfügbaren Informationen entsteht der Eindruck, dass unter den CSR-Aktivitäten eher Spenden und Sponsoring verstanden wird.

Aus einer menschenrechtlichen, entwicklungspolitischen und ökologischen Perspektive, die makeITfair einnimmt, besteht bei allen Mobilfunkanbietern in Deutschland noch Handlungsbedarf, auch wenn sie sich bereits einigen Herausforderungen stellen.

5. SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN FÜR DEN DEUTSCHEN UND EUROPÄISCHEN MOBILFUNKMARKT

Die untersuchten Mobilfunkanbieter hatten im Jahr 2008 gemeinsam fast eine Milliarde Kunden, somit repräsentieren sie fast ein Viertel aller weltweiten Mobilfunk-Kunden.[187] Da Mobiltelefone und Mobilfunknetzwerke zusammenhängen und Mobilfunkanbieter wichtige Verkäufer von Handys sind, spielen die in dieser Studie untersuchten Mobilfunkanbieter eine bedeutende Rolle in der Lieferkette von Handys.

Die bisherigen makeITfair-Studien haben bereits gezeigt, dass in der Lieferkette von Handys ernsthafte ökologische und soziale Probleme existieren und eine größere Verantwortungsübernahme für die Lieferkette notwendig ist. Die Mobilfunkanbieter haben eine besondere Position in der Lieferkette, da viele Verbraucher ihr Handy über diese Unternehmen beziehen. Bei den Mobilfunkanbietern ist es gängige Praxis, den Kunden bei Vertragsneuabschluss oder Vertragsverlängerung ein neues „kostenloses" Handy anzubieten. Offensichtlich hat diese Form des Marketings einen enormen Einfluss auf die Anzahl der sich im Umlauf befindenden Mobiltelefone sowie auf die Herstellung von Handys und steigenden Menge von Elektroschrott. Auch wenn die Anbieter einen wichtigen Vertriebsweg für Mobiltelefone darstellen, so liegt ihr Kerngeschäft im Verkauf von Netzwerksdienstleistungen. Dies verschafft ihnen eine einzigartige Möglichkeit, Druck auf die Mobiltelefonlieferkette auszuüben, ohne ihrem Kerngeschäft zu schaden. Eine geringerer Handyverkauf und somit eine geringere Produktion beeinträchtigt nicht unbedingt die Einnahmen der Mobilfunkanbieter, so lange die Anrufminuten nicht verringert werden. Dadurch könnten aber der Rohstoffabbau, die Überstunden der Beschäftigten in den Fabriken sowie der Elektroschrott verringert werden, um nur einige Bereiche zu nennen.

Fallstudien zu den zehn marktführenden Mobilfunkanbietern in Deutschland, Finnland, den Niederlanden und Schweden[188] sowie eine vergleichende Analyse der Verantwortung in der Lieferkette verdeutlichen die Unternehmenspolitiken sowie deren Umsetzung bezüglich des Handymarketings, Recycling und Lieferkettenmanagement. Auf Basis der Untersuchungsergebnisse zeigt makeITfair in diesem Kapitel Wege auf, wie die Mobilfunkanbieter die sozialen und ökologischen Bedingungen in ihrer Mobilfunklieferkette verbessern können.

Die Untersuchung hat gezeigt, dass die meisten Mobilfunkanbieter nicht transparent sind bezüglich ihrer Handyverkäufe, Hauptlieferanten, Lieferantenbeziehungen und ihres Lieferantenmanagements. In Deutschland hat sich Vodafone gar nicht an der Studie beteiligt, die Deutsche Telekom war insgesamt am auskunftsfreudigsten. Von allen in dieser Studie untersuchten Mobilfunkanbietern haben lediglich T-Mobile und Vodafone Niederlande Einblick in die Zahlen und Ergebnisse ihrer Lieferantenaudits gewährt. Nur KPN und O_2 stellten Verkaufszahlen der Handys zu Verfügung. makeITfair drängt die Mobilfunkanbieter die Geheimniskrämerei zu beenden, da es nur durch Einblicke in Verkaufszahlen und Praktiken des Lieferantenmanagements möglich ist, Verantwortungen zu benennen und Fortschritte abschätzen zu können – dies gilt sowohl für die Zivilgesellschaft als auch für die Unternehmen selbst.

---

[187] Based on the ITU estimate of 4.1 billion subscribers in 2008 globally.

[188] Since some mobile network operators operate in more than one of the included countries, a total of 15 case studies were conducted. For the national level case studies of each of the mobile network operators, please refer to the national versions of this report. These can be found on the makeITfair website: http://makeitfair.org/the-facts/reports

Laut der Untersuchung bieten bislang fünf Tochtergesellschaften der Mobilfunkanbieter – DNA, T-Mobile Niederlande, Tele2 Schweden und Telenor sowie die deutsche O_2-Tochter – sogenannte „grüne" Handys an. Jedoch bleibt es fraglich, ob diese Handys bereits das Label „grün" verdienen. So informiert T-Mobile, dass man Anstrengungen getätigt hat, um umweltfreundlichere Produkte auf den Markt zu bringen, aber immer noch auf das erste wirklich „grüne" Handy wartet. Die begrenzte Verfügbarkeit „grüner" Handys sowie die Nichtexistenz von „fair" gehandelten Mobiltelefonen wird von vielen Mobilfunkanbietern mit dem geringen Verbraucherinteresse an „grünen" oder „fairen" Eigenschaften von Handys erklärt. Jedoch hat eine von makeITfair in Auftrag gegebene Umfrage gezeigt, dass die Mehrheit der 800 befragten jugendlichen Verbraucher in Europa betroffen ist über die sozialen und ökologischen Bedingungen, unter denen ihre Handys produziert werden. Darum wären sie auch bereit, 10 Prozent mehr für „faire" elektronische Geräte zu bezahlen.[189] Allerdings werden häufig auch unabhängig von der Nachfrage gezielt Produkte auf den Markt gebracht, um durch die neuen Geräte die Nachfrage weiter anzukurbeln. Mit einer cleveren und strategischen Marketingkampagne könnten ebenso auch „grüne" und/oder „faire" Handys beworben werden. Bei der Beschaffung könnten umweltfreundliche Designs und faire Produktionsverhältnisse eine aktive Forderung gegenüber den Herstellern werden. Insbesondere wenn Mobilfunkanbieter die Handys unter ihrer eigenen Marke vermarkten, wie es T-Mobile und Vodafone tun, können die Anbieter Aufträge erteilen, die neue Handygenerationen schaffen.

In Deutschland wurde vor dem Hintergrund der Diskussion über „Green IT" ebenfalls untersucht, welche Verantwortung die Mobilfunkbetreiber in Bezug auf den Energieverbrauch und den Klimaschutz im eigenen Netzbetrieb übernehmen. Der Netzbetrieb stellt für alle Anbieter wegen des hohen Energieverbrauchs eine Herausforderung dar, weshalb alle Anbieter versuchen dem durch Energieeffizienzmaßnahmen zu begegnen. Dies sollten sie auch weiterhin tun. Wünschenswert wäre aber, wenn alle Unternehmen den Strom für den eigenen Bedarf entweder selbst mit erneuerbaren Energien erzeugen oder wirklich Strom aus erneuerbaren Energien beziehen, wie dies bei O_2 nach eigenen Angaben für bereits fast 70 Prozent des Strombedarfs der Fall ist. Der Kauf von RECS-Zertifikaten wie im Falle der Deutschen Telekom kann nicht als ausreichende Klimaschutzmaßnahme gewertet werden. Die Mobilfunkanbieter sollten ebenfalls dafür Sorge tragen, dass ihre Kunden die von ihnen ausgegebenen Geräte möglichst energieeffizient nutzen. Eine wichtige Voraussetzung dafür ist die Auslieferung von Geräten mit energieoptimierten Standardoptionen.

Alle Mobilfunkanbieter in dieser Studie haben ein Wiederverwendungs- und Recyclingprogramm, mit Ausnahme von Tele2 in den Niederlanden. Da Tele2 nicht in jedem Land Geschäfte unterhält, sollte in diesen Ländern ein Recyclingprogramm per Post eingeführt werden. Andere Anbieter wie z.B. T-Mobile oder Vodafone bieten bereits einen solchen Service an, es gibt also keinen Grund für Tele2, diesem Beispiel nicht zu folgen. In Deutschland bieten die Unternehmen vor allem Anreize in Form von Spenden an Nichtregierungsorganisationen für jedes zurückgegebene Handy.

Trotz der Recyclingprogramme ist die Anzahl der eingesammelten und recycelten Handys dramatisch niedrig. Hier besteht noch großer Handlungsbedarf. Als erstes müsste ein Bewusstsein über die Möglichkeiten des Recyclings geschaffen werden; denn derzeit wissen die meisten Verbraucher nicht, dass sie ihre alten Handys in den Geschäften der Mobilfunkanbieter abgeben können. Da Recycling anscheinend kein Wettbewerbselement unter den Anbietern darstellt, könnte eine gemeinsame

---

[189] makeITfair (2008): Young consumers are willing to pay more for fair electronics; http://makeitfair.org/the-facts/news/young-consumers-are-willing-to-pay-more-for-fair/

Aufklärungskampagne gestartet werden. Telenor nutzt eine weitere Möglichkeit, um das Recycling zu fördern: Kunden erhalten Geschenkgutscheine für Produkte und/oder einen Vertrag, wenn sie ihre alten Telefone zurückgeben. Solche Rückgabeprogramme müssen die Mobilfunkanbieter auch außerhalb Europas entwickeln. In Entwicklungsländern verkaufen viele Verbraucher ihr kaputtes Handy an den informellen Recyclingsektor, wo das Elektroschrottrecycling jedoch oft erschreckende Gesundheits- und Umweltauswirkungen verursacht. makeITfair ist der Ansicht, dass in diesen Regionen tätige Mobilfunkanbieter wirtschaftliche Anreize für angemessenes Recycling schaffen müssen.

Sogenannte „SIM-only"-Verträge bieten aus umwelt- und entwicklungspolitischer Perspektive eine sehr vielversprechende Möglichkeit für Mobilfunkanbieter, verschiedene Probleme in der Wertschöpfungskette von Handys gleichzeitig zu adressieren. Statt mit jeder Vertragsverlängerung ein neues Telefon auszugeben, gibt es durch SIM-only-Verträge einen Anreiz für eine längere Nutzung von Handys und damit müssen weniger wertvolle Metalle abgebaut werden und am Ende entsteht weniger Elektroschrott. Im Idealfall könnte dies auch dazu beitragen, dass es einen geringeren Zeitdruck und weniger Überstunden in den Fabriken gibt, zumindest unter entsprechenden Rahmenbedingungen und bei einem fairen Kaufpreis für ein gerecht hergestelltes Handy. Diese SIM-only-Verträge sollten für die Kunden viel attraktiver gestaltet werden als die Vertragsverlängerungen in Verbindung mit einem neuen Handy. In der aktuellen Vermarktung von Vertragsverlängerungen bieten die meisten Anbieter den Verbrauchern zwei Möglichkeiten an: Einen „günstigeren" SIM-only Tarif oder ein neues Mobiltelefon. In der Marketingstrategie könnte die SIM-only-Variante aber noch viel stärker beworben werden als die Option eines neuen Mobiltelefons. Oder die Mobilfunkanbieter könnten die Möglichkeit, ein neues Handy zu bekommen, komplett abschaffen. Eine andere Möglichkeit bestünde darin, den Verbrauchern bei Vertragsverlängerung nur dann ein neues Handy auszugeben, wenn sie ihr altes Gerät zurückgeben. Bei jeder dieser Varianten könnte gleichzeitig darauf hingewiesen werden, welche ökologischen und sozialen Vorteile die SIM-only-Option bietet. Eine solche Strategie könnte nicht zuletzt das Image des Unternehmens verbessern.

Wenn Mobilfunkanbieter gebrauchte Handys weiterverkaufen, dann ist es äußerst wichtig, dass sichergestellt wird, dass die exportierten Telefone wirklich noch funktionieren und dass sie nicht in Länder verschifft werden, die über kein angemessenes Recyclingsysteme verfügen. Denn gebrauchte Produkte werden früher oder später zu Elektroschrott. In etlichen Ländern Asiens oder Afrikas gibt es kein integriertes Recycling- und Abfallentsorgungssystem. Die Wiederaufbereitung wird häufig von Arbeitern ohne schützende Ausrüstung im informellen Sektor vorgenommen, mit verheerenden Auswirkungen auf Gesundheit und Umwelt. Deshalb ist es äußerst wichtig, dass die Mobilfunkanbieter den gesamten Lebenszyklus eines Produkts in Lieferkettenmanagement integrieren und Verantwortung für das sorgfältige Recycling ihrer verkauften Produkte übernehmen, selbst wenn diese bereits eine zweite Existenz in einem Billiglohnland begonnen haben.

Sieben der zehn untersuchten Mobilfunkanbieter haben eine Lieferantenpolitik eingeführt. Diese bezieht sich bislang jedoch vor allem auf die direkten Zulieferer. Die Zulieferkette im Mobilfunksektor ist jedoch viel umfangreicher und geht bis zu den Rohstoffen zurück. Von den untersuchten Unternehmen hat sich bisher nur die Deutsche Telekom auch explizit zu ihrer Rohstoffverantwortung bekannt, wobei auch hier die Umsetzung weiter zu beobachten ist. Alle anderen Unternehmen müssen dieses Thema zunächst überhaupt stärker in den Blick nehmen.

Lediglich fünf Unternehmen besitzen auch Monitoringsysteme, um die Einhaltung dieser Politik durch ihre Zulieferer zu überprüfen. Sie nutzen Selbsteinschätzungs-Fragebögen und überprüfen die Zulieferer

teilweise auch vor Ort. Dazu gehören Telenor, Telefónica, TeliaSonera, T-Mobile und Vodafone. Keiner der untersuchten Anbieter beauftragt unabhängige externe Gutachter zur Kontrolle ihrer Zulieferer. Viele der Anbieter stehen mit der Entwicklung von Kriterien für ihre Lieferantenpolitik und mit den Monitoringsystemen erst am Anfang. Und die Unternehmen, die bereits Audits als Teil ihrer Lieferantenüberprüfung nutzen, tun dies bislang nur in wenigen Fällen. Um die Einhaltung der festgeschriebenen sozialen und ökologischen Kriterien sicherzustellen, müssen mehr Audits erfolgen, damit vor allem die Zulieferer mit hohem Risikopotenzial für die Nichteinhaltung sozialer Standards erfasst werden.

makeITfair hält externe Audits für ein wichtiges Instrument zur Kontrolle der Lieferkette. Solche Überprüfungen sind sowohl für die Zulieferer als auch den Auftraggeber zeit- und personalintensiv. Um Lieferantenüberprüfungen sorgfältig durchzuführen und gleichzeitig Kosten zu sparen und die Reichweite zu erhöhen, könnten gemeinsame Kontrollen durchgeführt werden. Auch wenn die Unternehmensverbände GeSI und EICC dabei sind, ein gemeinsames Monitoringsystem für ihre Mitglieder zu entwickeln, muss sich die Wirksamkeit dieses Ansatzes noch zeigen.[190] Je nach den Überprüfungskriterien für die Zulieferer, dem Verhaltenskodex, dem Audit-Verfahren und den Follow-Up-Maßnahmen kann ein solches Überprüfungssystem wirksam die sozialen und ökologischen Bedingungen in der Lieferkette verbessern.

makeITfair ist der Ansicht, dass Arbeitnehmervertreter vor Ort in den Produktionsländern bei der Überprüfung sowie der Entwicklung und Umsetzung von den Verbesserungsplänen beteiligt werden müssen, um die Arbeitsweise der Zulieferer ausgewogen bewerten zu können. Gleichzeitig würde dieser Einblick in die Sichtweise eines Beschäftigten in Erfahrung bringen können, welche Verbesserungen er in seinem Arbeitsumfeld wünscht und welche auch umsetzbar sind. Multi-Stakeholder-Ansätze im Rahmen einer Unternehmensinitiative würden die Möglichkeit verbessern, Arbeitnehmerbelange zu berücksichtigen, was durch das Auditsystem von EICC und GeSI nicht geleistet wird. Um langfristige Verbesserungen zu erreichen, sollte außerdem in der gesamten Lieferkette ein funktionierendes Beschwerdesystem eingeführt werden.

Zusammengefasst zeigt diese Studie, dass Mobilfunkanbieter einige Initiativen zur Verbesserung der sozialen und ökologischen Bedingungen entlang der Lieferkette entwickelt haben. Manche sind auf diesem Weg bereits weiter vorangeschritten als andere. Insgesamt gibt es aber noch großen Handlungsbedarf entlang der gesamten Lieferkette und dem Lebenszyklus von Handys: bei der Entwicklung, der Herstellung und der Vermarktung der Telefone sowie beim Recycling. Betrachtet man die wichtige Position der Mobilfunkanbieter in der Handy-Lieferkette, so ist zu bedauern, dass die Unternehmen in ihrer Rolle als Handyverkäufer nicht alle zur Verfügung stehenden Möglichkeiten nutzen, um die Verbraucher und die Lieferanten in sozialen und ökologischen Fragen zu beeinflussen. makeITfair drängt die Mobilfunkanbieter dazu, die Situation in der Lieferkette weiter zu verbessern und hofft, dass diese Studie den Anbietern einige hilfreiche Ideen zur Umsetzung liefern kann.

---

[190] GeSI (2009):, ICT sustainability through innovation - GeSI activity report, June 2009; http://www.gesi.org/LinkClick.aspx?fileticket=nCDkpySzT08%3d&tabid=60

ANHANG 1: TABELLE 1 MIT QUELLEN

Tabelle 1: Märkte und Kunden der untersuchten Anbieter

MOBILFUNK-ANBIETER (HAUPTSITZ)	HAUPTMÄRKTE	ANSCHLÜSSE IN MIO. ENDE 2008 (WELTWEIT/IN DEN UNTERSUCHTEN LÄNDERN)
DNA (Finnland)	Finnland	Finnland: 1.66[191]
Elisa (Finnland)	Finnland[192], Estland[193]	Weltweit: 2.88[194] Finnland: 2.54[195]
KPN (Niederlande)	Belgien, Deutschland, Niederlande[196], Frankreich, Spanien[197]	Weltweit: 31.1[198] Deutschland: 17.78[199] Niederlande: 8.4[200]
Tele2 (Schweden)	Österreich, Kroatien, Estland, Frankreich, Deutschland, Lettland, Litauen, Niederlande, Norwegen, Russland, Schweden[201]	Weltweit: 19.401[202] Niederlande: 0.458[203] Schweden: 3.36[204]
Telefónica (Spanien)	Argentinien, Brasilien, Chile, Kolumbien, Tschechische Republik, Ecuador, El Salvador, Deutschland, Guatemala, Irland, Mexiko, Marokko, Nicaragua, Panama, Peru, Puerto Rico, Slowakei, Spanien, Großbritannien, Uruguay, USA, Venezuela[205]	Weltweit: 182.82[206] Deutschland: 14.93[207]

[191] DNA Group (2009): DNA Group Financial Statement; http://www.dna.fi/en/dnagroup/press/pressreleases/Sivut/DNAGroupFinancialStatements2008.aspx
[192] http://www.dna.fi/en
[193] Elisa (2009): Elisa´s financial statement 2008; http://www.elisa.com/english/docimages/attachment/090213FINANCIAL%20STATEMENTS%202008.pdf; S. 5
[194] ebd.
[195] Elisa (2008): Annual Report 2008; http://www.elisa.com/english/docimages/attachment/Elisa_vuosikertomus_2008_englanti.pdf; S. 14
[196] KPN (2008): Back to Growth – Annual Report 2008; http://www.kpn.com/reporting08/report08/downloads/pdf/KPN_AnnualReport08.pdf; S. 146
[197] Via the networks of Orange España and Bouygues Télécom under the brand name 'SIMYO'; see Telecompaper, 2009. KPN to launch Simyo in France on 11 January; http://www.telecompaper.com/news/article.aspx?cid=652453
[198] KPN (2008): KPN Profile; http://www.kpn.com/web/file?uuid=b6af77ba-e4e6-4a54-a734-57383d4b5551&owner=08dcb4d5-bffa-4aef-ba43-1bc972772aac; S. 2
[199] E-Plus Gruppe (27.01.2009): E-Plus Gruppe erzielt 2008 Rekordergebnis; http://www.eplus-gruppe.de/Presse/Presseinformationen/Presseinformationen.asp
[200] KPN; (2009): Interim financial report Q2 2009 – Subscribers for June 2009 instead of end of 2008; http://www.kpn.com/web/file?uuid=3ae40687-9a11-4685-a2e2-ae3f25985c5b&owner=75704ec4-0ad4-489b-8f25-f30cdefe3be0
[201] Tele2 (2009): Interim Report January – June; http://hugin.info/133413/R/1330141/314322.pdf; S. 6 ff.
[202] Tele2 (2008): Full year report 2008; http://hugin.info/133413/R/1288826/291256.pdf; S. 15
[203] ebd
[204] ebd
[205] Telefónica (2009): Telefónica Worldwide; http://www.telefonica.com/en/telefonica_worldwide/telefonica_worldwide.shtml
[206] Telefónica (2009): January – June Results; http://www.telefonica.com/en/shareholders_investors/pdf/rdos09t2-eng.pdf; S. 3

Telenor (Norwegen)	Bangladesch, Dänemark, Ungarn, Indien, Malaysia, Montenegro, Norwegen, Pakistan, Russland, Serbien, Schweden, Thailand, Ukraine [208]	Weltweit: 164.00[209] Schweden: 1.9[210]
TeliaSonera (Schweden)	Aserbaidschan, Kambodscha, Dänemark, Estland, Finnland, Georgien, Kasachstan, Lettland, Litauen, Moldawien, Nepal, Norwegen, Schweden, Spanien, Tadschikistan, Usbekistan [211]	Weltweit: 134.8[212] Finland: 2.68[213] Schweden: 5.33[214]
T-Mobile (Deutschland)	Albanien, Österreich, Bulgarien, Kroatien, Tschechische Republik, Deutschland, Griechenland, Ungarn, Mazedonien, Montenegro, Niederlande, Rumänien, Slowakei, Großbritannien, USA, Polen [215]	Weltweit:128.34[216] Deutschland: 39.1[217] Niederlande: 5.3[218]
Tre/ 3 (Hutchison Whampoa) (Hongkong)[219]	Australien, Österreich, Dänemark, Hongkong and Macau, Irland, Israel, Italien, Schweden, Großbritannien [220]	Weltweit: 25.3[221] Schweden (inklusive Dänemark): 1.231[222]
Vodafone (Großbritannien)	Albanien, Australien, Tschechische Republik, Ägypten, Fidschi, Deutschland, Ghana, Griechenland, Ungarn, Indien, Irland, Italien, Kenia, Malta, Niederlande, Neuseeland, Polen, Portugal, Rumänien, Spanien, Türkei, Großbritannien, Katar[223]	Weltweit: 255.74[224] Deutschland: 36.17[225] Niederlande: 4.54[226]

---

[207] Telefónica (2009): Telefónica O_2 Germany – First half operating review; http://www.o2.com/about/germany_operating_review.asp
[208] Telenor Group (2009): Business Description; http://www.telenor.com/en/investor-relations/company-facts/business-description/
[209] Telenor (2009): Interim report January – December 2008; http://www.telenor.com/en/resources/images/2008-q4-telenor-report_tcm28-37362.pdf; S. 1
[210] Telenor (2009): Telenor Sweden; http://www.telenor.com/en/investor-relations/company-facts/business-description/telenor-sweden
[211] TeliaSonera (2009): Interim Report January – June 2009; http://feed.ne.cision.com/wpyfs/00/00/00/00/00/0F/45/CD/wkr0011.pdf; S. 9 ff.
[212] TeliaSonera (2009): TeliaSonera January-December 2008; http://www.teliasonera.com/press/pressreleases/item.page?prs.itemId=408567
[213] TeliaSonera (2009): Annual Report 2008; http://www.teliasonera.com/annualreport/2008/en/CompanyDescription/MarketsandBrands.html,
[214] ebd.
[215] Deutsche Telekom (2009): Konzern-Zwischenbericht 1. Januar – 30. Juni 2009; http://www.download-telekom.de/dt/StaticPage/72/03/78/090806_dtag_h1_2009.pdf_720378.pdf; S. 20
[216] Deutsche Telekom (2009): Deutsche Telekom übertrifft Finanzziele 2008; http://www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/82408?archivArticleID=623924
[217] Deutsche Telekom (2009): Konzern-Zwischenbericht 1. Januar bis 30. Juni 2009; http://www.download-telekom.de/dt/StaticPage/72/03/78/090806_dtag_h1_2009.pdf_720378.pdf; S. 18
[218] Deutsche Telekom (2009): The financial year 2008; http://www.annualreport2008.telekom.de/gb08/backstage_04/documentpool/en/en.pdf; S. 71
[219] ebd.
[220] Hutchison Whampoa (2003): http://www.hutchison-whampoa.com/eng/about/overview.htm
[221] ebd.
[222] Mobil (2009): Svenska Mobiloperatörernas 2008; http://www.mobil.se/ArticlePages/200902/12/20090212094308_MOB627/20090212094308_MOB627.dbp.asp
[223] Vodafone Group PLC (2009): Vodafone announces results for the year ended 31 March 2009; http://www.vodafone.com/etc/medialib/preliminary_results.Par.1085.File.dat/prelim_2009_final.pdf; S. 35
[224] ebd.
[225] ebd.
[226] ebd.

ANHANG 2: FRAGEBOGEN

(Hier Beispielfragebogen an die Deutsche Telekom)

Name des Unternehmens:
Name des Gesprächspartners:
Position:
Telefon:
Fax:
Email:

I. Verkaufszahlen[227]

1. Wie viele Mobiltelefone haben Sie 2008 verkauft?

   Schlüsseln Sie diese Zahl bitte auf in die Anzahl der Telefone die jeweils
   a) individuell (ohne Mobilfunknutzungsvertrag)
   b) als Teil einer Vertragsvereinbarung
   c) als Teil einer Vertragsverlängerung
   d) mit einem eingravierten Logo von Ihrer Firma verkauft wurden.

2. Wie hoch ist der Anteil der Kunden, die bei einer Vertragsverlängerung 2008 ein neues Handy erhielten?

3. Bitte fügen Sie eine Aufschlüsselung darüber bei, wie hoch der Anteil der jeweiligen Marken (Nokia, Sony Ericsson, Samsung, etc.) an der Gesamtzahl der verkauften Mobiltelefone in 2008 war.

II. Informationen über die zum Verkauf angebotenen Produkte

4. Anhand welcher Kriterien entscheiden Sie, welche Mobiltelefone Sie anbieten? Verfolgen Sie firmeneigene Grundsätze, die ökologische und soziale Maßstäbe bei der Rohstoffgewinnung und der Produktion der Handys ansetzen, um diese für Ihr Sortiment auszuwählen?

5. Verkaufen Sie Handys, die von den Herstellern als „grün" vermarktet werden?
   Falls ja: Bitte stellen Sie uns Informationen darüber zur Verfügung, um welche Modelle es sich handelt und wie viele sie davon in 2008 verkauft haben.
   Falls nein: warum nicht

6. Wie nehmen Sie das Verbraucherinteresse an ökologischen und sozialen Fragen im Bezug auf die von Ihnen verkauften Produkte wahr? (vorhanden / nicht vorhanden, zunehmend / abnehmend)? Bitte fügen Sie auch Informationen darüber bei, welche Fragen Ihnen von Verbrauchern konkret zu diesen Themen gestellt werden.

7. Welche Konsequenzen leiten Sie aus dieser Wahrnehmung für Ihre Verkaufsstrategie ab?

III. Nutzungsphase

8. Welche Schritte haben Sie bereits unternommen oder planen Sie zu unternehmen, um die Energieeffizienz Ihrer Netze zu steigern?

---

[227] Diese Informationen sollen uns für eine Einschätzung dienen, wie die Konstellationen und Interdependenzen der Marktteilnehmer beschaffen sind. V.a. versuchen wir, Ihre potentiellen Einflussmöglichkeiten auf Handyhersteller, deren Produkte Sie vertreiben abzuschätzen. Im Hinblick darauf interessiert uns insbesondere, in welchem Rahmen Sie Handys an Verbraucher weitergeben bzw. verkaufen.

9. Gibt es Pläne zur Einführung eines „grünen Tarifs“ (bspw. gegen Zuzahlung zur Grundgebühr oder Aufpreis bei der Minutenabrechnung die entsprechende Strommenge, die durch die Netznutzung des Kunden verbraucht wird, von einem Ökostromanbieter zu beziehen).

10. Können Sie Zahlen darüber zur Verfügung stellen, wie groß der ökologische Fußabdruck hinsichtlich des Nutzungsverhaltens Ihres Durchschnittsmobilfunkkunden ist?

11. Verfolgen Sie langfristig Strategien um Ihren Kunden verstärkt Anreize für eine längere Nutzungsdauer der Handys zu setzen?
    Falls ja: Beschreiben Sie bitte welche.

    Falls nein: Warum nicht?

IV. Design, Recycling & Wiederverwendung

12. Wie groß war der Anteil der zurückgegebenen Handys an der Gesamtzahl verkaufter Geräte in 2008?

13. Sie werben für die Rückgabe von Altgeräten, indem Sie den Erlös aus dem Recycling an die Deutsche Umwelthilfe (DUH) spenden. Wie bewerten Sie den Erfolg dieser Vorgehensweise? Glauben Sie, dass der dadurch gesetzte Anreiz zur Rückgabe von Altgeräten ausreichend groß ist?

    Verfolgen Sie darüber hinaus weitere langfristige Strategien, um Ihren Kunden verstärkt Anreize für die Rückgabe von Altgeräten zu setzen und so die Rücklaufquote zu erhöhen?

    Wenn ja: welche?
    Wenn nein: warum nicht?

14. In Ihrem Schreiben an uns vom 14.04.2009 geben Sie an, finanzielle Anreize zur Rückgabe von Altgeräten seien von Kunden nicht akzeptiert worden. Auf welche Art hatte T-Mobile versucht, diese finanziellen Anreize zu setzen? Was hat Ihrer Meinung nach zur Nichtakzeptanz durch die Kunden geführt?

15. Wie viel Prozent der eingesammelten Geräte wurden 2008

    a) zum Recycling abgegeben?
       Bitte geben Sie an, wohin:
    b) zur Wiederverwendung aufbereitet?
       Bitte beschreiben Sie, wer die Geräte weiterverkauft und wohin:

16. An welche Firmen geben Sie Altgeräte zum Recycling bzw. zur Wiederaufbereitung und zum Weiterverkauf weiter?

    Kennen Sie deren soziale und ökologische Standards

    oder verpflichten Sie diese zur Einhaltung Ihrer eigenen?

17. Haben Sie Informationen darüber, welche Arten von Akkus die Handyhersteller verwenden

    und welche davon unter Umwelt- und Klimagesichtspunkten die besten Eigenschaften aufweisen?

18. In Ihrem CR-Bericht betonen Sie Ihre gezielte Einflussnahme auf ökologische Anforderungen in der Produktplanung und –entwicklung. Wie genau findet diese Einflussnahme statt?

V. 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/the-facts/reports).

19. Arbeiten Sie, insbesondere auf lokaler Ebene, mit NGOs und Gewerkschaften zusammen, um eine Verbesserung der sozialen und ökologischen Bedingungen bei den Stationen entlang der Wertschöpfungskette zu erzielen?
    Falls ja: Wie sieht diese Zusammenarbeit aus und welche Ergebnisse wurden bisher erzielt?
    Falls nein: Warum nicht?

20. Wie bewerten Sie die Reichweite Ihres Einflusses auf die soziale und ökologische Durchführung der Produktion entlang der Wertschöpfungskette von den Handyherstellern, deren Produkte Sie verkaufen? Hat sich diese Reichweite und der Grad Ihres Einflusses im Laufe der Jahre verändert und wenn ja, wie?

    Sie sind Gründungsmitglied von GeSI. Wie nehmen Sie das gemeinschaftliche Engagement der Mitglieder wahr? Wie sehen Sie die Rolle Ihrer Firma in dieser Initiative?

21. In Ihrem CR Bericht heben Sie hervor, dass Sie großen Wert auf die Einhaltung von sozialen und ökologischen Standards bei Ihren Zulieferern legen und gezielt Einfluss auf deren Verbesserung nehmen. Wie genau findet diese Einflussnahme statt? Wie viel Spielraum haben Sie in Ihren Abnahmeverträgen, wenn Hersteller diese Kriterien nicht beachten?

22. Bitte beschreiben Sie näher, wie Ihre Verträge mit Mobiltelefonherstellern diese zur Einhaltung Ihrer firmeneigenen ethischen Grundsätze oder internationaler Standards verpflichten! Wie gehen Sie beim Monitoring und der Überprüfung vor, um sicher zu stellen, dass diese Vereinbarungen eingehalten werden? Welche Konsequenzen entstehen Ihren Vertragspartnern bei einem Verstoß?

23. Sind Ihre Anforderungen hinsichtlich ethischer und ökologischer Produktionspraktiken an Firmen höher, in deren Geräte Sie Ihr Markenlogo gravieren lassen? Haben Sie einen höheren Einfluss auf die Umsetzung der Anforderungen, wenn Ihr Name auf den Geräten steht und wenn ja, wie erreichen Sie dies?

24. In Ihrem CR Bericht schreiben Sie, dass Sie Lieferantenaudits durchführen. Beschreiben Sie bitte möglichst konkret deren Durchführung! Bei wie vielen Ihrer Zulieferer haben Sie 2008 Audits durchgeführt? Waren darunter Handyhersteller? Was waren die Ergebnisse?

25. Mit wie vielen Ihrer Zulieferer, bei denen Sie *vor* 2008 Audits durchführten, haben Sie in 2008 „Corrective Action Plans“ gearbeitet? Waren darunter Handyhersteller? Bitte beschreiben Sie Ihr Vorgehen näher. Was waren die Ergebnisse? Welche Art der Unterstützung lassen Sie Ihren Zulieferern bei der Umsetzung von Ihren ethischen Grundsätzen darüber hinaus zukommen?

26. Wie stellen Sie sicher, dass auch die Arbeit der Zulieferer, die nicht zu Ihren Direktzulieferern zählen, mit ihren sozialen und ökologischen Grundsätzen übereinstimmt? Führen Sie irgendeine Art des Monitorings auch über die erste Zuliefererstufe hinaus durch?

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

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

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

ANHANG 3: LIEFERANTENPOLITIK IM VERGLEICH

PRÜF-KRITERIUM	TELIASONERA	TELE 2	TELENOR	TRE	T-MOBILE	VODAFONE	KPN/ E-PLUS	TELEFONICA/ O_2	Elisa	DNA
Lieferanten-politik	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	unbekannt	Im Aufbau
Richtlinien	Corporate Social Responsibility Policy	Verhaltens-kodex	Verhaltenskodex / Supplier Conduct Principles	-	Sozialcharta	Kodex für ethische Beschaffung (Code of Ethical Purchasing)	Supplier Code of Conduct	Ethische Beschaffungsrichtlinie	-	?
Verbindlich (z.B. Teil des Zuliefervertra-ges?)	Ja	Ja	Ja	-	Ja	Ja	Nein	Ja	-	?
Verweis auf internationale Standards, Verträge, etc.	ILO Konventionen, Allg. Erklärung der Menschen-rechte (UN)	Nein	ILO, Allg. Erklärung der Menschenrechte (UN)	-	ILO, OECD, Global Compact	ILO, Allg. Erklärung der Menschenrechte (UN), Übereinkommen über die Rechte des Kindes (UN)	ILO, Allg. Erklärung der Menschenrechte (UN)	ILO, Allgemeine Erklärung der Menschenrechte (UN), Übereinkommen über die Rechte des Kindes (UN)	-	?
Bezug auf Zwangsarbeit	Ja	Nein	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?

PRÜF-KRITERIUM	TELIASONERA	TELE 2	TELENOR	TRE	T-MOBILE	VODAFONE	KPN/ E-PLUS	TELEFONICA/ O_2	ELISA	DNA
Konkretisiert?	Nein	Nein	"All labour shall be voluntary and workers shall be free to leave upon reasonable notice. Employees shall not be required to lodge deposits of money or identity paper with their employer."	-	Nein	"Forced, bonded or compulsory labour is not used and employees are free to leave their employment after reasonable notice. Employees are not required to lodge deposits of money or identity papers with their employer."	Nein	Nein	-	?
Bezug auf Kinderarbeit	Ja	Nein	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?
Konkretisiert?	Nein	Nein	Mindestalter entsprechend nationalen Gesetzen, keine gefährlichen Tätigkeiten	-	Mindestalter entsprechend nationalen Gesetzen	Mindestalter entsprechend nationalen Gesetzen, keine gefährlichen Tätigkeiten unter 18 Jahren	Nein	Mindestalter entsprechend nationalen Gesetzen	-	?
Bezug auf Diskriminier-ung	Ja	Ja	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?

PRÜF-KRITERIUM	TELIASONERA	TELE 2	TELENOR	TRE	T-MOBILE	VODAFONE	KPN/ E-PLUS	TELEFONICA/ O_2	ELISA	DNA
Konkretisiert?	Nein	Gemäß nationalem Gesetz	“free from any discrimination based on race or disability and free from bullying, harassment or similar.“	-	"in favour of the promotion of equal opportunities and diversity of all employees, taking due account of cultural and legal particularities"	"Forms of discrimination may include race, colour, sex, sexual orientation, religion, political opinion, nationality, social origin, social status, indigenous status, disability, age and union membership"	Nein	"should be no discrimination on employment, payment, retraining, promotion, quitting and retirement on race, social stratum, national origin, religion, age, invalidity, gender, family status, sexual orientation, trade union- or political membership"	-	?
Bezug auf Vereinigungs-freiheit?	Ja	Ja	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?
Konkretisiert?	Nein	Gemäß nationalem Gesetz	Gemäß nationalem Gesetz	-	Gemäß nationalem Gesetz und existierenden Übereinkommen	Gemäß nationalem Gesetz	Nein	Nein	-	?

PRÜF-KRITERIUM	TELIASONERA	TELE 2	TELENOR	TRE	T-MOBILE	VODAFONE	KPN/ E-PLUS	TELEFONICA/ O_2	ELISA	DNA
Bezug auf das Recht auf Tarifver-handlungen?	Ja	Ja	Ja	-	Ja	Nein	Ja	Ja	-	?
Konkretisiert?	Nein	Gemäß nationalem Gesetz	Gemäß nationalem Gesetz	-	im Rahmen von nationalen Regelungen und bestehenden Vereinbarungen. "Die Deutsche Telekom bekennt sich darüber hinaus zu einem offenen und vertrauensvollen Zusammenarbeit mit demokratisch legitimierten Arbeitnehmer-vertretungen auf der Basis eines konstruktiven sozialen Dialogs und mit dem Ziel eines fairen Interessens-ausgleichs"	Nein	Nein	Nein	-	?
Bezug auf Überstunden?	Ja	Nein	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?

PRÜF-KRITERIUM	TELIASONERA	TELE 2	TELENOR	TRE	T-MOBILE	VODAFONE	KPN/ E-PLUS	TELEFONICA/ O_2	ELISA	DNA
Konkretisiert?	Nein, nur “agreements on working time”	Nein	Keine Begrenzung, nur “shall not be excessive“	-	Gemäß nationalem Gesetz	Gemäß nationalem Gesetz und keine übermäßigen Stunden	Gemäß nationalen Gesetzen	"according to national law and national standards at current industries“	-	?
Bezug auf Löhne?	Nein	Nein	Nein	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?
Konkretisiert?	Nein	Nein	Nein	-	Gemäß nationalem Gesetz	Gemäß nationalem Gesetz und “faire und angemessene“ („fair and reasonable“) Bezahlung	Gemäß nationalen Gesetzen	Gemäß nationalen oder regional gesetzlichen Standards	-	?
Bezug Sicherheit und Gesundheits-schutz am Arbeitsplatz	Ja	Ja	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?

PRÜF-KRITERIUM	TELIASONERA	TELE 2	TELENOR	TRE	T-MOBILE	VODAFONE	KPN/ E-PLUS	TELEFONICA/ O_2	ELISA	DNA
Konkretisiert?	Gemäß nationalem Gesetz	Gemäß nationalem Gesetz	Gemäß international akzeptierten Standards und anwendbaren Gesetzen	-	"An allen Standorten sollen weltweit mindestens die jeweiligen nationalen Standards eingehalten und deren Weiterentwicklung zur Verbesserung der Arbeitswelt unterstützt werden. "	Gemäß nationalem und internationalem Gesetz und Standards + Anforderungen bezüglich Unterbringung und Ausbildung	Nein	"health and safety trainings, clean toilettes, clean drinking water and sanitary facilities for storage of foodstuffs"	-	?
Bezug auf Beschäftigungssicherheit	Nein	Nein	Nein	-	Nein	Nein	Nein	Nein	-	?
Kontrolle und Verifizierung										
Selbstein-schätzungs-fragebogen	Ja	Nein	Ja	-	Ja	Ja	Nein	Ja (Antwort im Fragebogen)	-	?
Audits	Ja	Nein	Ja	-	Ja	Ja	geplant	Ja	-	Im Aufbau

MAKE IT FAIR