

HÖGT PRIS FÖR BILLIG MOBIL

En studie av fyra mobiloperatörer

Fair Trade Center
September 2009



TITEL: Högt pris för billig mobil: En studie av fyra mobiloperatörer

FÖRFATTARE: Christopher Riddselius och Annika Torstensson (Fair Trade Center), Mariëtte van Huijstee och Esther de Haan (SOMO), Paivi Poyhonen (Finnwatch), Cornelia Heydenreich (Germanwatch)

PUBLISERAD AV: Fair Trade Center, september 2009

FRAMSIDA: Justar

Rapporten har producerats med ekonomiskt stöd från EU-kommissionen. Innehållet är dock Fair Trade Centers ansvar och kan inte uppfattas återspegla EU-kommissionens åsikter.



KONTAKT

Fair Trade Center (partner i makeITfair)

Tel: +46(0)8 6434364

www.fairtradecenter.se

info@fairtradecenter.se



Denna rapport är publicerad som en del av makeITfairs kampanj. makeITfair är ett projekt inriktat på elektronikbranschen, med särskilt fokus på konsumentelektronik. makeITfairs mål är en hållbar produktion och konsumtion av elektronik. Projektet informerar främst unga konsumenter om villkoren inom elektronikbranschen och de sociala och miljömässiga följder som branschen har.

makeITfair koordineras av den nederländska organisationen SOMO. Projektets andra partners är SwedWatch, Fair Trade Center och Svenska Kyrkan från Sverige; FinnWatch och Finnish Association for Nature Conservation från Finland; Germanwatch och Verbraucher Initiative från Tyskland, KARAT från Polen; ACIDH från Kongo-Kinshasa, CIVIDEP från Indien och SACOM från Hongkong.

FAIR TRADE CENTER

Fair Trade Center är en ideell förening vars övergripande mål är att främja rättvis handel med låglöneländer och därmed ge alla länder möjlighet att uppnå en hållbar utveckling. Föreningen granskar och för dialog med svenska företag och arbetar med konsumentupplysning och kampanjer. www.fairtradecenter.se

INNEHÅLL

Sammanfattning	6
1. Inledning.....	8
2. Metod.....	9
3. Mobiloperatörer – en global marknadsanalys.....	10
Mobiloperatörer som granskats i denna studie.....	13
4. Problemområden kopplade till mobiltelefoner	15
4.1. Produktion kännetecknad av låga löner och anti-fackliga metoder	16
4.2. Varför är det problematiskt med mobilen i din skrivbordslåda?	17
5. Svensk marknadsanalys – fyra mobiloperatörer dominerar i Sverige	19
5.1. Försäljning i Sverige	19
5.2. Abonnemang allt vanligare	20
5.3. Ny nisch för operatörerna – mobilt bredband	21
6. Jämförelse av mobiloperatörers syn på etik och miljö.....	22
6.1. Få försök att påverka tillverkarna.....	22
6.2. Dåligt utbud av ”etiska” produkter	22
6.3. Bristande konsumentinformation	23
6.4. Skiftande uppfattning av efterfrågan för etik och miljö	24
6.5. Sparsamt med initiativ för att öka användningstid	24
6.6. Ett av fyra företag saknar uppförandekod	25
6.7. Bristande uppföljning av etiska regler	26
7. Jämförande tabell av fyra mobiloperatörer	27
8. Slutsatser	29

9. Specifika rekommendationer till varje mobiloperatörsföretag.....	31
TeliaSonera	31
Tele2	31
Telenor	32
Tre	32
10. Rekommendation till konsumenter	33
11. Referenser	34
Annex 1: Internationell jämförelse	38

SAMMANFATTNING

De senaste tio åren har användandet av mobiltelefoni världen över ökat markant. År 2008 uppskattade International Telecommunication Union (ITU) att antal mobilabbonnenter uppgick till 4,1 miljarder.¹ Med andra ord har i genomsnitt cirka 61 procent av världens befolkning en registrerad mobiltelefon. Fördelningen av mobilanvändare globalt är dock mycket ojämn mellan hög- och låginkomstländer.

Fair Trade Center har inom projektet makeITfair granskat de fyra största mobiloperatörerna på den svenska marknaden TeliaSonera, Tele2, Telenor och 3 (HI3G även känt som Tre). makeITfair har tidigare gjort granskningar av bland annat tillverkning och återvinning av mobiltelefoner och datorer som har visat att elektronikproduktion förbinds med många negativa etiska och miljömässiga effekter längs företags leverantörskedjor. I denna rapport har vi utrett vilket ansvar mobiltelefonoperatörerna tar för etik och miljö. I rapporten ingår också en global marknadsanalys och en jämförande tabell över de tio mobiloperatörer som har störst marknadsandelar i Finland, Nederländerna, Sverige och Tyskland.

Mobiloperatörer har en viktig position mellan konsumenter och sina leverantörer. De är en av mobiltefontillverkarnas viktigaste kunder samtidigt som de har stor makt över utbudet av produkter på marknaden. De flesta konsumenter köper eller får sin mobiltelefon tillsammans med ett abonnemang. Under 2008 såldes 3,2 miljoner mobiltelefoner i Sverige² och i slutet av 2008 fanns det strax under elva miljoner abonnemang i Sverige³.

Undersökningen visar att tre av fyra företag som ingår i granskningen ser mobiloperatörernas möjligheter att påverka mobiltelefonföretagen angående etik och miljö som små. Endast Telenor anser att företagets roll är betydelsefull och då främst när det gäller vilka produkter som företaget väljer att sälja och inte sälja.

Telenor och TeliaSonera uppger att de påverkar mobiltefontillverkarna genom företagens uppförandekoder. Tre menar att de har försökt påverka genom sin inköspolicy. Tre har dock inte låtit Fair Trade Center ta del av vad deras krav i inköspolicyn innefattar. Tele2 svarar inte på om eller hur företaget har försökt påverka tillverkarna.

Ingen av de granskade mobiloperatörerna har hittills använt etik och miljö som säljargument. Av de fyra största operatörerna är det enbart Telenor och Tele2 som 2009 tagit in en modell som marknadsförs som ”grön”.

Samtliga fyra operatörer som ingår i denna studie driver kampanjer där kunder erbjuds mobiler till rabatterat pris när de tecknar abonnemang eller förlänger sitt abonnemang. Trots mobiloperatörernas särskilda roll på marknaden - där deras kärnverksamhet är operatörstjänsterna och inte att sälja telefoner - är det enbart Telenor som erbjuder kunder

1 Cp. International Telecommunication Union (2009): Measuring the Information Society. The ICT Development Index, p. 4, in: http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf

2 http://www.mtb.se/main.php?sid_id=1281&id=1281&ftg=41&ftg_id=41

3 PTS, Svensk telemarknad 2008, s. 26

incitament för att använda mobiltelefonen längre under förutsättning att de är kvar som kund. Telenor erbjuder kunder lägre samtalskostnad vid förlängning av abonnemang istället för en ny telefon.

Av de fyra företag som granskas i denna studie har Tele2, TeliaSonera och Telenor uppförandekoder där etiska krav specificeras. Tre har ingen uppförandekod utan endast en miljöpolicy. Företagens etiska policydokument skiljer sig också åt i utförlighet och omfattning. Tele2:s uppförandekod saknar förbud mot barnarbete och tvångsarbete, men företaget menar att detta redan regleras i avtalet med kund. Av de tre mobiloperatörsföretag som har en etisk kod är det endast TeliaSonera och Telenor som gör någon typ av uppföljning av sina leverantörer utifrån etiska och miljörelaterade aspekter.

Samtliga fyra mobiloperatörer brister i sin kommunikation om etik och miljö gentemot konsumenterna. De fyra företagen har viss information om etik och miljö på sina respektive hemsidor men den är svårt att hitta och ofta ytlig. Tele2 har ingen information om etik och miljö på sin svenska sajt utan enbart på företagets engelskspråkiga hemsida och Tre har endast sin miljöpolicy på sin svenska hemsida.

I slutet av rapporten finns Fair Trade Centers och makeITfairs slutsatser och rekommendationer till företagen.

1. INLEDNING

I november 2006 tilldelades ett antal europeiska frivilligorganisationer finansiering av EU-kommissionen för det treåriga projektet "makeITfair" som är inriktat på konsumentelektronik. Deltagande organisationer är nederländska SOMO, svenska SwedWatch, Svenska Kyrkan, Fair Trade Center, polska KARAT, finska FinnWatch, tyska GermanWatch och Verbraucher Initiative. Målet med makeITfair är att öka medvetenheten kring etiska och miljömässiga aspekter relaterade till produktionen av konsumentelektronik. Unga konsumenter är den huvudsakliga målgruppen.

Under projektets gång har flera rapporter publicerats, som har handlat om olika aspekter och ämnen relaterade till elektronikproduktion. Några berörda ämnen är metaller som används i elektronik, tillverkning av mobiltelefoner, datorer, MP3-spelare och spelkonsoler i Asien och Central- & Östeuropa, återvinning och e-avfall. Information har samlats från en mängd olika källor: lokala frivilligorganisationer, universitet, industriinitiativ, företag längs med leverantörskedjan och genom intervjuer med arbetare på fabriker. makeITfair har även deltagit och fört dialog- och rundabordsamtal med olika aktörer, bland annat mobiltelefonföretag.

makeITfairs arbete har visat att elektronikproduktion förbinds med många negativa etiska och miljömässiga effekter längs företags leverantörskedjor. Rapporten "Silenced to deliver"⁴ lyfte fram en rad problem i produktionen av mobiltelefoner, trots att några av de större mobiltelefonföretagen försöker ta att itu med dessa problem i sina leverantörskedjor. Andra rapporter har belyst extrema arbetsförhållanden vid utvinning av metaller som används i elektronik, exempelvis mobiler⁵. Ytterligare ett researchprojekt tog upp slutet av leverantörskedjan och belyste negativa effekter med dumpning av e-avfall i låginkomstländer⁶.

I detta stadium av makeITfairs arbete har nätverket valt att granska mobiloperatörers roll. Dessa företag är viktiga köpare och återförsäljare av mobiltelefoner och i ökande takt även datorer. Vidare erbjuder företagen i första hand en service för människor att kunna kommunicera med mobiltelefoner, vilket också är en förutsättning för att mobiltelefonmarknaden ska fungera. På det sättet har mobiloperatörerna ett stort inflytande på mobiltelefonmarknaden och ett medföljande ansvar för att agera mot problemen i leverantörskedjorna. Denna rapport kommer att fokusera på mobiloperatörernas förhållningssätt till inköp och försäljning av sina produkter. Studien kommer särskilt att rikta fokus på operatörernas leverantörspolicys, marknadsstrategier och återvinningsprogram i fyra länder där makeITfairs partners verkar: Nederländerna, Tyskland, Finland och Sverige. Denna rapport handlar om de största mobiloperatörerna i Sverige men den innehåller en jämförelse över operatörerna i de fyra granskade länderna, se annex 1. Samtidigt lanserar makeITfairs partnerorganisation i Nederländerna, SOMO en rapport som tar ett mer internationellt perspektiv. Rapporten finns att ladda ned på makeITfairs hemsida.

4 J. Chan, E.d. Haan, S. Nordbrand and A. Torstensson, "Silenced to Deliver," (SOMO and SwedWatch, 2008).

5 P. Pöyhönen and E. Simola, "Connecting components, dividing communities. Tin Production for Consumer Electronics in the DR Congo and Indonesia," (FinnWatch, 2007), T. Steinweg and E.d. Haan, "Capacitating Electronics. The corrosive effects of platinum and palladium mining on labour rights and communities," (SOMO – Centre for Research on Multinational Corporations, 2007), S. Nordbrand and P. Bolme, "Powering the Mobile World. Cobalt production for batteries in the DR Congo and Zambia," (SwedWatch, 2007).

6 S. Nordbrand, "Out of Control: E-waste trade flows from the EU to developing countries," (Swedwatch, 2009).

2. METOD

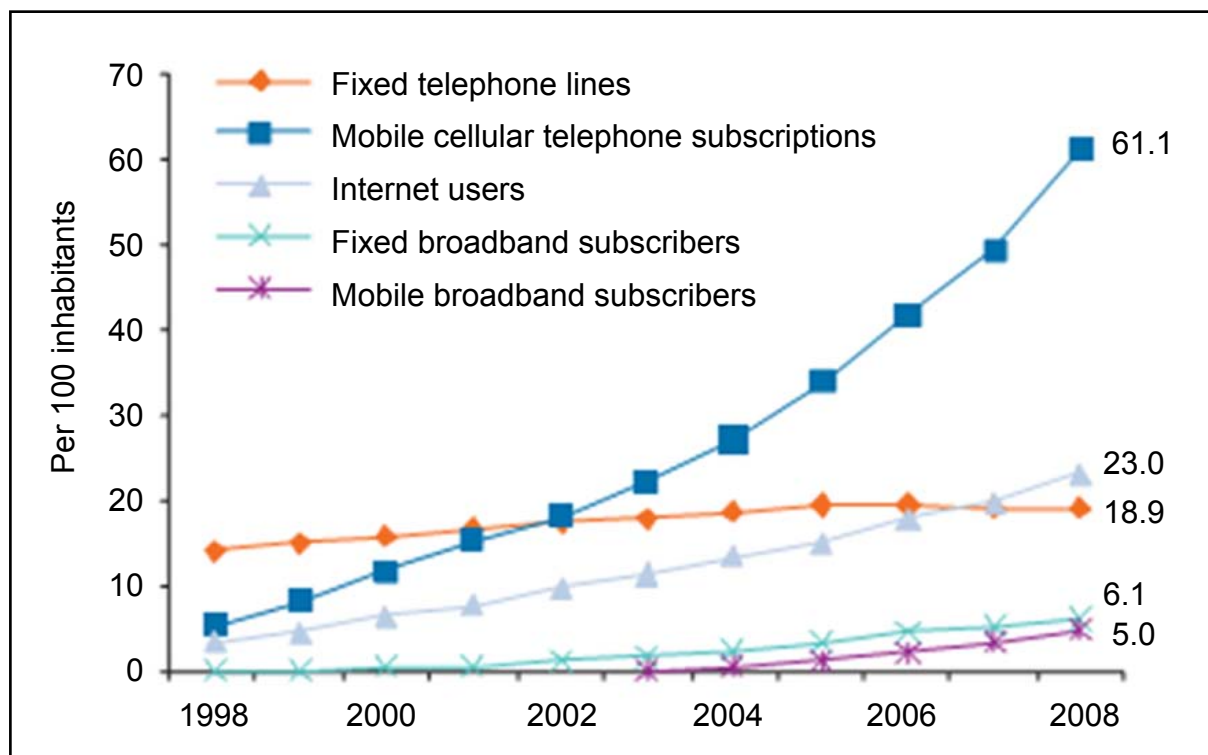
Inledningen och bakgrunden bygger på rapporter som tagits fram inom nätverket makeITfair mellan 2007 och 2009.⁷ Rapporterna bygger på genomförda fältstudier där arbetare och underleverantörer har intervjuats, enkätfrågor till, och intervjuer med, företrädare för de största mobiltelefonföretagen samt företagens webbsidor, CSR-rapporter, intervjuer med forskare och annan litteratur.

Undersökningen av de svenska mobiloperatörerna bygger huvudsakligen på enkäter som CSR-, hållbarhets- eller personalansvarig på de fyra största mobiloperatörerna (TeliaSonera, Tele2, Telenor och Tre) i Sverige har fyllt i samt på skriftliga följdfrågor till desamma. Därutöver gjordes en telefonintervju med Telenors CSR-koordinator, en telefonintervju med pressansvarig på France Telecom samt en kort mailintervju med marknadsansvarig på Plan Sverige. Följdfrågor och förtydliganden har diskuterats löpande med ansvariga hos de fyra mobiloperatörerna. Fair Trade Center har också granskat och jämfört företagets miljöpolicy och uppförandekoder samt läst Corporate Social Responsibility-rapporter i de fall de funnits. Föreningen har också jämfört den information som finns tillgänglig för konsumenter om etik och miljö på företagets hemsidor. Innan resultaten publicerades fick företagen läsa igenom informationen om respektive företag och korrigera information som inte var korrekt.

7 P. Pöyhönen and E. Simola, "Connecting components, dividing communities. Tin Production for Consumer Electronics in the DR Congo and Indonesia," (FinnWatch, 2007), T. Steinweg and E.d. Haan, "Capacitating Electronics. The corrosive effects of platinum and palladium mining on labour rights and communities," (SOMO – Centre for Research on Multinational Corporations, 2007), S. Nordbrand and P. Bolme, "Powering the Mobile World. Cobalt production for batteries in the DR Congo and Zambia," (SwedWatch, 2007)., J. Chan, E.d. Haan, S. Nordbrand and A. Torstensson, "Silenced to Deliver", (SOMO and SwedWatch 2008), Christopher Riddselius och Annika Torstensson, "En rapport om mobiler – de största företagens etikarbete" (Fair Trade Center, 2008), S. Nordbrand, "Out of Control: E-waste trade flows from the EU to developing countries," (SwedWatch, 2009).

3. MOBILOPERATÖRER – EN GLOBAL MARKNADSANALYS

De senaste tio åren har användandet av mobiltelefoni världen över ökat markant. År 2008 uppskattade International Telecommunication Union (ITU) att antalet mobilabonnenter uppgick till 4,1 miljarder.⁸ Med andra ord har cirka 61 procent av världens befolkning en registrerad mobiltelefon (se figur 1). I jämförelse med medelgenomslaget från 1998, då ITU identifierade 318 miljoner mobiltelefonanvändare, har siffran ökat mer än tiofalt.⁹ Globalt har det skett en tydligt ökad övergång från fast telefoni till mobiltelefoni: 1998 var antalet fasta telefonlinjer nästan tre gånger högre än antalet mobiltelefonabonnemang (838 miljoner fasta mot 318 mobila). Idag har antalet mobiltelefonabonnemang gått om antalet fasta och mäts till mer än fyra gånger högre i antal.¹⁰



Figur 1: ICT:s (Information and communication technology) globala utveckling, 1998 – 2008¹¹

Siffror för ett globalt medelgenomslag på 61 procent är dock vilseledande. En mer ingående granskning visar en stor klyfta mellan hög- och låginkomstländer. Europa hade år 2007 å ena sidan ett genomslag på cirka 111 procent, medan Afrika hade ett genomslag på endast 28

8 Cp. International Telecommunication Union (2009): Measuring the Information Society. The ICT Development Index, p. 4, in: http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf

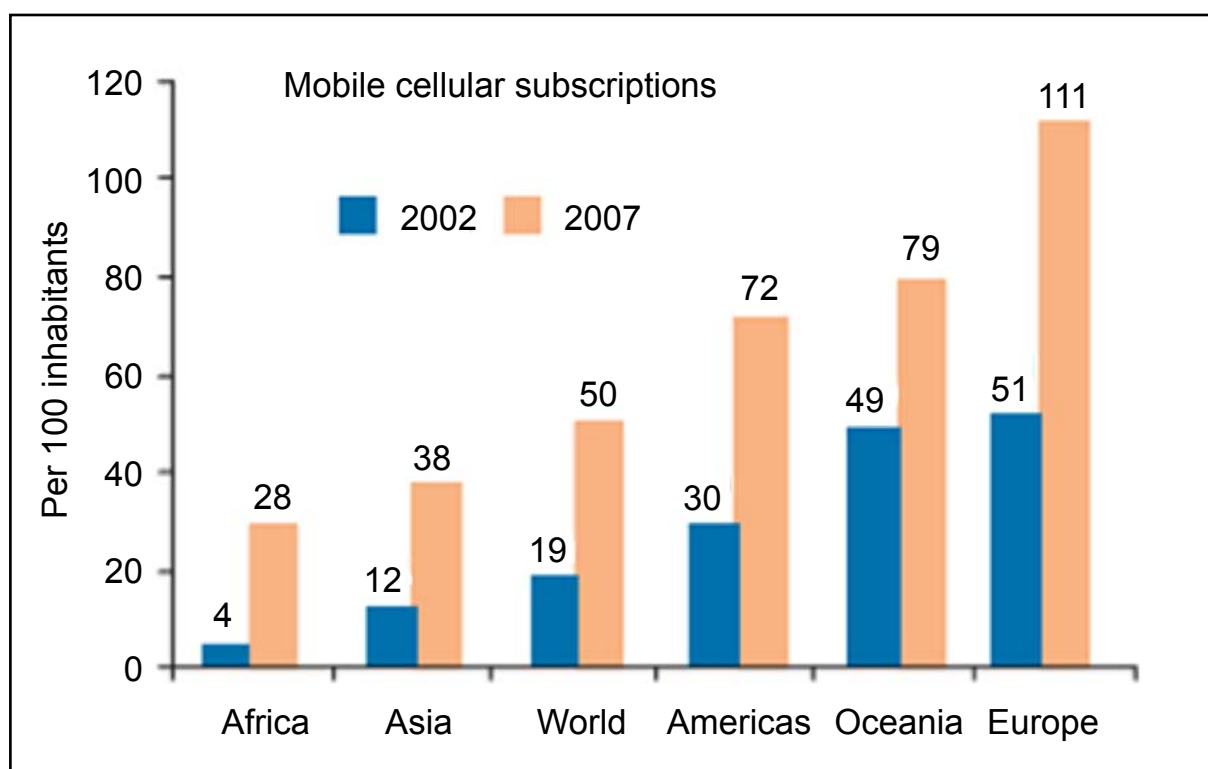
9 Cp. ITU (2009): Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector, in: http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/KeyTelecom99.html

10 Cp. International Telecommunication Union (2009): Measuring the Information Society. The ICT Development Index, p. 3, in: http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf

11 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. 3

procent. I Asien är 38 av 100 invånare mobiltelefonabonnenter, i Amerika 72 och i Oceanien 79 (alla siffror från 2007).¹²

På grund av övermättningen av abonnenter i höginkomstländer (t.ex. var medelgenomslaget 2007, 130 procent för Tyskland¹³, 129 procent för Finland¹⁴, 121 procent för Nederländerna¹⁵ och 119 procent för Sverige¹⁶) är genomslaget för ökningstakten i låginkomstländer betydligt högre. Afrika är den ledande kontinenten med en ökningstakt på 32 procent år 2007 vilket inte är särskilt förvånande eftersom Afrika för tillfället har världens lägsta genomslag av mobilabonnenter.¹⁷



Figur 2: Mobilabonnemang – genomslag i regioner¹⁸

Ur ett globalt perspektiv har de tio största mobiloperatörerna (mätt i antal abonnenter) marknadsandelar som uppgår till 46 procent av marknaden.¹⁹ Två av de tio marknadsledande

12 Cp. International Telecommunication Union (2009): Measuring the Information Society. The ICT Development Index, p. 4, in: http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf

13 cp. ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database (2009): Mobile cellular subscriptions, http://www.itu.int/ITU-D/ict/eye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?ReportName=WTI/CellularSubscribersPublic&RP_intYear=2008&RP_intLanguageID=1, in: www.itu.int

14 cp. ibd.

15 cp. ibd.

16 cp. ibd.

17 Cp. International Telecommunication Union (2009): Measuring the Information Society. The ICT Development Index, p. 3, in: http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf

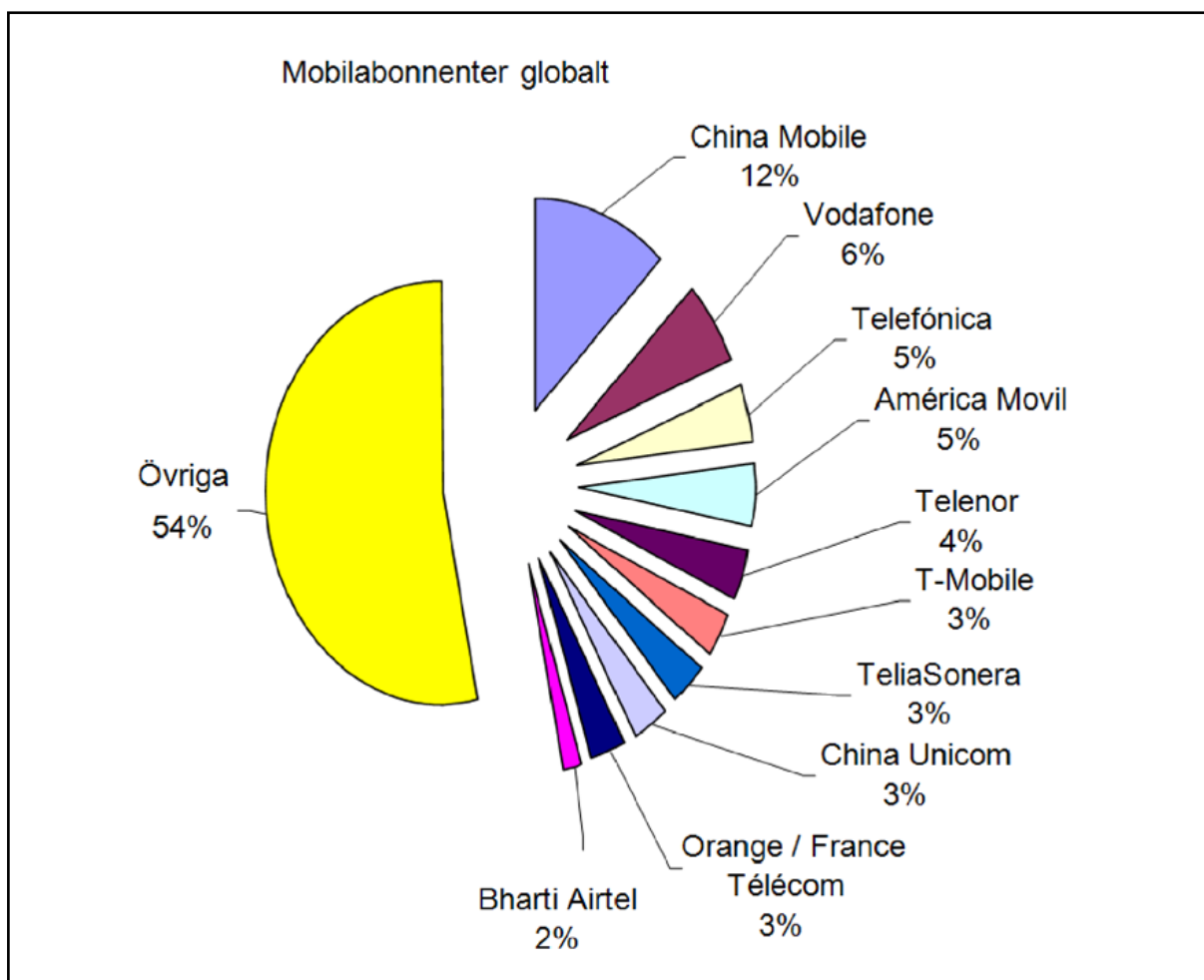
18 International Telecommunication Union, 2009. Measuring the Information Society. The ICT Development Index; <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/index.html>; s. 4.

19 Egen uträkning baserad på företagens årsrapporter samt på det totala antalet mobilabonnenter 2008 (4,000,394,600) http://www.itu.int/ITU-D/ict/eye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?ReportName=WTI/CellularSubscribersPublic&RP_intYear=2008&RP_intLanguageID=1, se även figur 3.

företagen är kinesiska. Förutom China Unicom är de övriga nio mobiloperatörsföretagen aktiva på den globala marknaden och har verksamhet på fler än en marknad.

Mobiloperatörer ägnar sig huvudsakligen åt att erbjuda kunder service i mobilkommunikation. En del av företagen äger sin egen mobilnätverksstruktur medan andra hyr delar eller hela nätverksstrukturer. Idag är det vanligt att mobiloperatörer erbjuder mobil utrustning (exempelvis mobiler och handsfree) tillsammans med användarkontrakt i abonnemangspaketet. En ny trend bland många mobiloperatörer är också att erbjuda bärbara datorer tillsammans med internetabonnemang.²⁰

Om man bortser från mobiloperatörers roll som återförsäljare är deras kärnverksamhet att erbjuda kunder nätverkstjänster i form av abonnemang. Detta gör att operatörerna skulle kunna bidra till hållbara konsumtionsmönster utan att förlora inkomster och kunder.



Figur 3: De största operatörerna globalt²¹

20 Second Republic (2009): Recognizing Shift in Consumer Behavior, Mobile Operators Pushing Netbook Bundles, <http://www.secondrepublic.in/StoryDescription.aspx?mainid=1&storyid=300>, in: www.secondrepublic.in

21 Uträkningen baserat på antalet abonnenter; siffrorna kommer från respektive företags årsrapporter 2008 samt från respektive företag med ett undantag: Bharti Airtel, där siffrorna kommer från 31 mars 2009.

MOBILOPERATÖRER SOM GRANSKATS I DENNA STUDIE

MOBILOPERATÖRER (HUVUDKONTOR)	HUVUDMARKNADER	ANTAL MILJONER ABONNENTER (GLOBALT/I RESPEKTIVE LAND) I SLUTET AV 2008
DNA (Finland)	Finland	Finland: 1.66
Elisa, (Finland)	Finland, Estland	Globalt: 2.88, Finland: 2.54
KPN, (Nederländerna)	Belgien, Tyskland, Nederländerna, Frankrike, Spanien	Globalt: 31.1, Tyskland: 17.78, Nederländerna: 8.4
Tele2, (Sverige)	Österrike, Kroatien, Estland, Frankrike, Tyskland, Lettland, Litauen, Nederländerna, Norge, Ryssland, Sverige	Globalt: 19.401, Nederländerna: 0.458, Sverige: 3.36
Telefónica (Spanien)	Argentina, Brasilien, Chile, Colombia, Tjeckien, Ecuador, El Salvador, Tyskland, Guatemala, Irland, Mexiko, Marocko, Nicaragua, Panama, Peru, Puerto Rico, Slovakien, Spanien, Storbritannien, Uruguay, USA, Venezuela	Globalt: 182.82, Tyskland: 14.93
Telenor (Norge)	Bangladesh, Danmark, Ungern, Indien, Malaysia, Montenegro, Norge, Pakistan, Ryssland, Serbien, Sverige, Thailand, Ukraina	Globalt: 164.00, Sverige: 1.9
TeliaSonera (Sverige)	Azerbajjan, Kambodja, Danmark, Estland, Finland, Georgien, Kazakstan, Lettland, Litauen, Moldavien, Nepal, Norge, Sverige, Spanien, Tajikistan, Uzbekistan	Globalt: 134.8, Finland: 2.68, Sverige: 5.33
T-Mobile (Tyskland)	Albanien, Österrike, Bulgarien, Kroatien, Tjeckien, Tyskland, Grekland, Ungern, Makedonien, Montenegro, Nederländerna, Rumänien, Slovakien, Storbritannien, USA, Polen	Globalt: 128.34, Tyskland: 39.1, Nederländerna: 5.3

Tre/ 3 (Hutchison Whampoa) (Hong Kong)	Australien, Österrike, Danmark, Hong Kong och Macau, Irland, Israel, Italien, Sverige, Storbrittanien	Globalt: 25.3, Sverige (tillsammans med Danmark): 1.231
Vodafone (Storbrittanien)	Albanien, Australien, Tjeckien, Egypten, Fiji, Tyskland, Ghana, Grekland, Ungern, Indien, Irland, Italien, Kenya, Malta, Nederländerna, Nya Zeeland, Polen, Portugal, Rumänien, Spanien, Turkiet, Storbrittanien, Qatar	Globalt: 255.74, Tyskland: 36.17, Nederländerna: 4.54

Tabell 1. Mobiloperatörer som granskats i denna studie

makeITfair:s internationella rapport fokuserar på de största mobiloperatörerna i Tyskland, Finland, Sverige och Nederländerna. Bland dessa är några stora, globala aktörer. Vodafone listas som näst störst globalt, Telefónica trea, Telenor femma, T-Mobile sexa och TeliaSonera sju (jämför Figur 3). Andra företag som inkluderas är KPN, Tele2, Tre, Elisa och DNA. De sistnämnda företagen är inte listade bland de tio största globala mobiloperatörerna. De är inkluderade i studien eftersom företagen är stora nationella aktörer i Tyskland, Sverige, Finland och Nederländerna.

4. PROBLEMMOMRÅDEN KOPPLADE TILL MOBILTELEFONER

2008 tillverkades 1,18 miljarder mobiltelefoner.²² Den globala ekonomiska krisen har lett till en försäljningsnedgång men marknadsanalytiker förutspår att omsättningen kan ha återhämtat sig redan till 2010²³. En stor del av produktionen av mobiler äger rum i låginkomstländer och hälften av tillverkningen under 2008 skedde i Kina. Mobiltelefon-teknologi och placeringen av produktion av mobiltelefoner i låglöneländer har stor potential att vara till fördel för hela det globala samhället. I många låginkomstländer är tillverkning av elektronik eller utvinning av metaller ländernas viktigaste exportsektorer och kan genom det bidra till minskad fattigdom. Den globala övergången från fast till mobil teknologi har potential att gynna invånare i länder med dåligt utbyggd infrastruktur. Samtidigt finns det ett flertal problem och risker kopplade till elektronikindustrin.

En mobiltelefon kräver upp till 30 olika metaller för att fungera. 2007 avslöjade tre makeITfair-rapporter att elektronikindustrin använder en stor mängd metaller som är utvunna i Afrika och Asien, under förhållanden som bryter mot flera internationella konventioner.²⁴ Flera av de metaller och mineraler som används i mobiler är dessutom sällsynta. Gruvföretag ingår i mobiltelefonföretagens leverantörskedjor och makeITfair anser att de därför har både möjlighet och skyldighet att påverka gruvindustrin till att bättre respektera mänskliga rättigheter och skydda miljön²⁵.

Under 2007 sade först mobiltelefonföretagen och resten av elektronikindustrin att utvinningen av metaller till företagens produkter inte ligger inom deras ansvarsområde. Företagen hävdade också att elektronikbranschen är en mindre konsument av sällsynta metaller jämfört med andra branscher. Efter att industrin hade gjort egen research, och efter dialog med makeITfair, accepterade dock flera elektronikföretag och industriorganisationer att de har ett delat ansvar för situationen med metallutvinningen.²⁶ Elektronikbranschen samarbetar genom initiativen EICC och GeSI²⁷ för att efterforska var specifika metaller de använder utvinns och skapar även transparens i leverantörskedjan. makeITfair är i dialog med företagen för att försöka påverka dem.

22 IDC's Worldwide Mobile Phone Tracker.

23 Marknadsanalysföretaget Future Horizons citerat av EE Times, <http://www.eetimes.eu/uk/217600424>

24 T. Steinweg and E. d. Haan, "Capacitating Electronics. The corrosive effects of platinum and palladium mining on labour rights and communities" (SOMO – Centre for Research on Multinational Corporations, 2007), S. Nordbrand and P. Bolme, "Powering the Mobile World. Cobalt production for batteries in the DR Congo and Zambia" (SwedWatch, 2007)

25 makeITfair har tagit fram en "list of principles" som innehåller råd och uppmaningar för köp av metaller och mineraler. Dessa kan läsas och laddas ner på: makeitfair.org/companies/list-of-principles/view?searchterm=list%20of%20principles

26 För mer information om vad elektronikföretagen har gjort efter makeITfairs rapporter se: "Latest update of company responses to the makeITfair List of Principles", <http://makeitfair.org/companies/latest-update-of-company-responses-to-the-makeitfair-list-of-principles>

27 Electronics Industry Citizenship Coalition (EICC) är ett branschinitiativ som har tagit fram en gemensam uppförandekod och hjälper medlemmarna att implementera den. Global e-Sustainability Initiative (GeSI) är ett annat företagssamarbete som syftar till sociala och miljömässiga förbättringar i elektronikföretagens leverantörskedjor.

4.1. PRODUKTION KÄNNETECKNAD AV LÅGA LÖNER OCH ANTI-FACKLIGA METODER

makeITfairs rapporter pekar på en rad allvarliga problem i tillverkningsfasen av mobiltelefoner som bryter mot internationella konventioner, lokala lagar samt mot mobilföretagens egna uppförandekoder. Några av de mest förekommande missförhållandena i produktionen av mobiltelefoner är låga löner, för högt övertidsarbete, kränkningar av fackliga rättigheter, bristfälliga skyddskläder eller bristande information om hälso- och säkerhetsrisker samt en benägenhet att anställa kvinnor framför män eftersom kvinnor inte anses stå upp för sina rättigheter.²⁸

Många konsumenter kan lockas att tro att det är det mobilföretag vars logotyp sitter på telefonen som har tillverkat hela produkten men det är inte alltid sant. Under 2007 producerades och designades över 30 procent av alla mobiltelefoner av underleverantörer till mobilföretagen som exempelvis Flextronics, Foxconn och BenQ²⁹. Förutom dessa stora underleverantörer finns det en mängd andra komponentproducenter som tillverkar delar av den fullständiga produkten. Inom mobilindustrins leverantörskedja är det mycket vanligt med så kallad outsourcing. De senaste åren har produktion flyttat från land till land i jakt på låga kostnader och för att vara nära nya expanderande marknader. Från 1995 till 2006 ökade produktionen av elektronik i Asien från 20 till 42 procent, samtidigt som produktionen i Västeuropa, USA och Japan fortsatte att minska.³⁰

Samtliga av världens fem största mobiltelefonföretag – Nokia, Samsung, Motorola, LG och Sony Ericsson³¹ har uppförandekoder som fastställer att mänskliga rättigheter och arbetsrättigheter ska garanteras för alla deras arbetare. Alla utom LG säger att de kontrollerar att deras etiska riktlinjer följs av företagets leverantörer³². Trots detta löfte är stora delar av företagets leverantörskedjor okontrollerade eftersom de fyra företag som genomför kontroller ofta utför slumpmässiga inspektioner av de leverantörer som står närmast företagen (så kallade första- och andraledsleverantörer). Antagandet av etiska regler och kontroller och utvärderingar av hur reglerna efterlevs har lett till ett flertal förbättringar för arbetare inom elektronikbranschen. Främst gäller det hälsa och säkerhet på arbetsplatser, mindre barnarbete och att fler anställda i dag har kontrakt. Det som har visat sig vara svårare att komma åt är exempelvis kränkningar av anställdas fri- och rättigheter, olaglig övertid som ofta kommer sig av låga löner samt hur företagen kan förebygga och motverka diskriminering³³.

Det finns dock skillnader mellan mobiltelefonföretagen och flera av dem arbetar med nya incitament och metoder för att säkra goda arbetsvillkor i leverantörskedjan och minska

28 J. Chan, E.d. Haan, S. Nordbrand and A. Torstensson, "Silenced to Deliver", SOMO and SwedWatch 2008.

29 iSuppli Corp, Outsourcing Strategies Separate Winners From Losers in the Mobile-Handset Market, 27 Feb 2008. Mer information om olika aktörer inom mobiltillverkning läs The High Cost of Calling: Critical Issues in the Mobile Phone Industry, Haan E och Wilde J, Nov 2006, p 12-13.

30 J. Chan, E.d. Haan, S. Nordbrand and A. Torstensson, "Silenced to Deliver", SOMO and SwedWatch 2008.

31 Dessa "fem stora" hade över 80 procent av den totala mobilmarknaden 2008. Se även En rapport om mobiler - de största företagens etikarbete, Fair Trade Center, Annika Torstensson och Christopher Riddselius, december 2008

32 2008 genomförde varken LG eller Samsung kontroller av deras leverantörer angående etiska eller sociala krav. Samsung uppger att de har börjat genomföra kontroller under 2009. För mera information och för att se en jämförelse över mobilföretagets CSR-arbete: En rapport om mobiler - de största företagens etikarbete, Fair Trade Center, Annika Torstensson och Christopher Riddselius, december 2008 eller Mobile connections, Supply Chain Responsibility of 5 Mobile Phone Companies SOMO Paper - september 2008.

33 Se bland annat Esther de Haan & Irene Schipper, Configuration Labour Rights, Labour Conditions in the Production of Computer Parts in the Philippines, SOMO 2009.

miljöförstöringen. Bland annat handlar det om utbildning av leverantörer och arbetare samt bättre kommunikation om de problem som är specifika för olika länder, bland annat den stora andelen migrantarbetare i vissa länder, exempelvis Kina. Ett annat arbetsätt kan vara onlinebaserade "hotlines" där anställda själva anonymt kan rapportera överträdelser mot företagens uppförandekoder. makeITfair för en dialog om dessa ämnen med de viktigaste mobiltelefonföretagen och har inlett en kontakt med mobiloperatörerna i och med denna studie.

4.2. VARFÖR ÄR DET PROBLEMATISKT MED MOBILEN I DIN SKRIVBORDSLÅDA?

Den ökade konsumtionen av elektronik, exempelvis mobiltelefoner, har lett till en lika stor ökning av elektroniskt avfall (e-avfall). FN uppskattar det årliga elektronikavfallet världen över till uppemot 50 miljoner ton.³⁴

Man kan tycka att en mobiltelefon är en liten produkt som det därför inte är särskilt viktigt att återvinna. Men eftersom mobiltelefoner innehåller en mängd potentiellt farliga substanser samt värdefulla metaller är det mycket viktigt att de återvinns. Om fler mobiltelefoner återvinns behöver inte lika mycket metall brytas och det är mindre risk att farliga ämnen hamnar i naturen.

Trots fördelar med återvinning hamnar många avlagda telefoner i byråådor över hela Europa. En marknadsundersökning som gjorts av svensk-finska operatören TeliaSonera visade att en majoritet svenskar har två mobiltelefoner hemma som de inte använder. 12 procent av respondenterna sa att de hade fem eller fler gamla mobiltelefoner hemma. 38 procent sa att det inte fanns någon riktig orsak till att behålla de gamla mobiltelefonerna.³⁵

Idag finns det över tre miljarder människor som äger en mobiltelefon. Om var och en av dessa lämnade in en avlagd mobiltelefon till återvinning var skulle det sparas 240 000 ton råmaterial. Utsläppen av växthusgaser skulle kunna minska med samma mängd som om man skulle ta bort fyra miljoner bilar från gatorna.³⁶

Enligt EU:s lagstiftning ska kostnader för avfallshantering av elektronikprodukter betalas av producenterna och företagen måste även fasa ut vissa kända, farliga substanser ur tillverkningen.³⁷ Denna lagstiftning, tillsammans med ett starkare fokus på miljöaspekter på marknaden i Västvärlden, har lett till att flera mobiltelefonföretag har börjat tillverka mer miljövänliga produkter som är enklare att ta omhand i slutet av deras livscykel. Ökad produktion och ökad försäljning av mer miljövänlig elektronik kommer att ha effekter globalt eftersom elektronikmarknaden och dess produktion är global. För att föra denna utveckling framåt krävs att efterfrågan från kunder på hållbar och etisk tillverkad elektronik lyfts fram. Här spelar mobiloperatörer en viktig roll då de fungerar som en länk mellan konsumenter och mobiltelefonstillverkare.

34 Greenpeace International, 2008, Toxic Tech: Not in Our backyard, p 16.

35 www.mobil.se, Mobilkomposten håller insamlingskampanj för gamla mobiler, 3 april 2008.

36 Nokia press release 8 July 2008.

37 RoHS-direktivet föreskriver att nya elektroniska produkter på marknaden inte får innehålla bly, kvicksilver, kadmium, sexvärt krom eller flamskyddsmedlen PBB och PBE. WEE-direktivet reglerar att tillverkare och återförsäljare ska ta ansvar för slutinsamlingen av uttjänta elektroniska produkter. För mer information se: <http://www.naturvardsverket.se/>

makeITfair är positiva till att företag samlar in, återvinner och återförsäljer begagnade produkter, men export av begagnad elektronik till låginkomstländer är inte helt oproblematiskt. Eftersom det saknas integrerade system för återvinning och avfallshantering i flera låginkomstländer i Asien och Afrika har dessa länder också kommit att få ökade problem med hantering av e-avfall. Den viktigaste orsaken är att konsumtion av elektronik i dessa länder ökar. Därutöver exporteras e-avfall från höginkomstländer till låginkomstländer.³⁸ I många icke-europeiska länder, till exempel Kina och Ghana, återvinns värdefulla delar som finns i e-avfall av arbetare utan skyddsutrustning i den så kallade informella sektorn. Detta är ett farligt och hälsovådligt jobb som också kan vara till stor skada för miljön. Förutom kända hälsorisker med att hantera till exempelvis bly och kvicksilver är det fortfarande oklart vilka effekter andra substanser i mobiltelefoner har på människors hälsa och på miljön. En mobiltelefon innehåller mer än 200 kemikalier och deras effekter på människor och miljö har inte studerats tillräckligt.³⁹

38 Out of control - E-waste trade flows from the EU to developing countries, SwedWatch - April 2009

39 Ibid

5. SVENSK MARKNADSANALYS – FYRA MOBILOPERATÖRER DOMINERAR I SVERIGE

Under 2008 såldes 3,2 miljoner mobiltelefoner i Sverige⁴⁰. Försäljningen har legat relativt konstant de senaste tre åren. Mobiloperatörer är en av mobiltelefonstillverkarnas viktigaste kunder och de flesta konsumenter köper eller får sin mobiltelefon tillsammans med ett abonnemang. Det gör att mobiloperatörer har en viktig position gentemot konsumenter samtidigt som de har stort inflytande över utbudet av produkter på marknaden.

Mobiloperatörernas produkter och tjänster har under senare år utökats. Förutom mobiltelefoner och abonnemang är det idag flera operatörer som erbjuder tjänsten mobilt bredband och i och med det har företagen också blivit återförsäljare av bärbara datorer.

De fyra största mobiloperatörerna på den svenska marknaden är i storleksordning TeliaSonera, Tele2, Telenor och 3 (Hi3G även känt som Tre).⁴¹ Utöver dessa finns ett antal små aktörer, till exempel Universal Telecom och Superstar Mobile. I denna studie ingår endast de fyra största på den svenska marknaden.

TeliaSonera hade år 2008 störst antal marknadsandelar på den svenska marknaden med 42 procent, Tele2 Sverige hade 31,2 procent, Telenor Sverige 17,2 procent, Tre 7,9 procent och övriga operatörer 1,6 procent. Förändringen från 2007 var marginell. Tre var den enda av de fyra operatörerna som ökade sin marknadsandel. Tre ökade från 5,6 till 7,9 procent marknadsandel, främst på grund av ett växande antal abonnemang till mobilt bredband. De andra tre större aktörerna minskade sina marknadsandelar jämfört med 2007.⁴² Globalt är Telenor och TeliaSonera stora spelare med 4 procent respektive 3 procent av det totala antalet abonnemang i världen.

TeliaSonera är en svensk-finsk telekommunikationskoncern som bildades i december 2002 när svenska Telia och finska Sonera slogs ihop. Lågprisbolaget Halebop ingår i TeliaSonera-koncernen. Tele2, där även Comviq ingår, grundades 1993. Telenor är den norska motsvarigheten till före detta statliga Telia. 1994 övergick Telenor från att vara statligt verk till att bli ett företag. 2005 köpte Telenor upp Bredbandbolaget, Glocalnet och Vodafone Sverige. Redan innan dess ägde företaget Utfors och Dj Juice. Tre eller 3 är ett varumärke för den svenska 3G-operatören Hi3G, ägs av kinesiska företaget Hutchison Whampoa.⁴³

5.1. FÖRSÄLJNING I SVERIGE

Inget av de fyra företagen som ingår i denna studie vill specificera exakt hur många mobiltelefoner de sålde under 2008 men enligt branschorganisationen MobilTeleBranschen

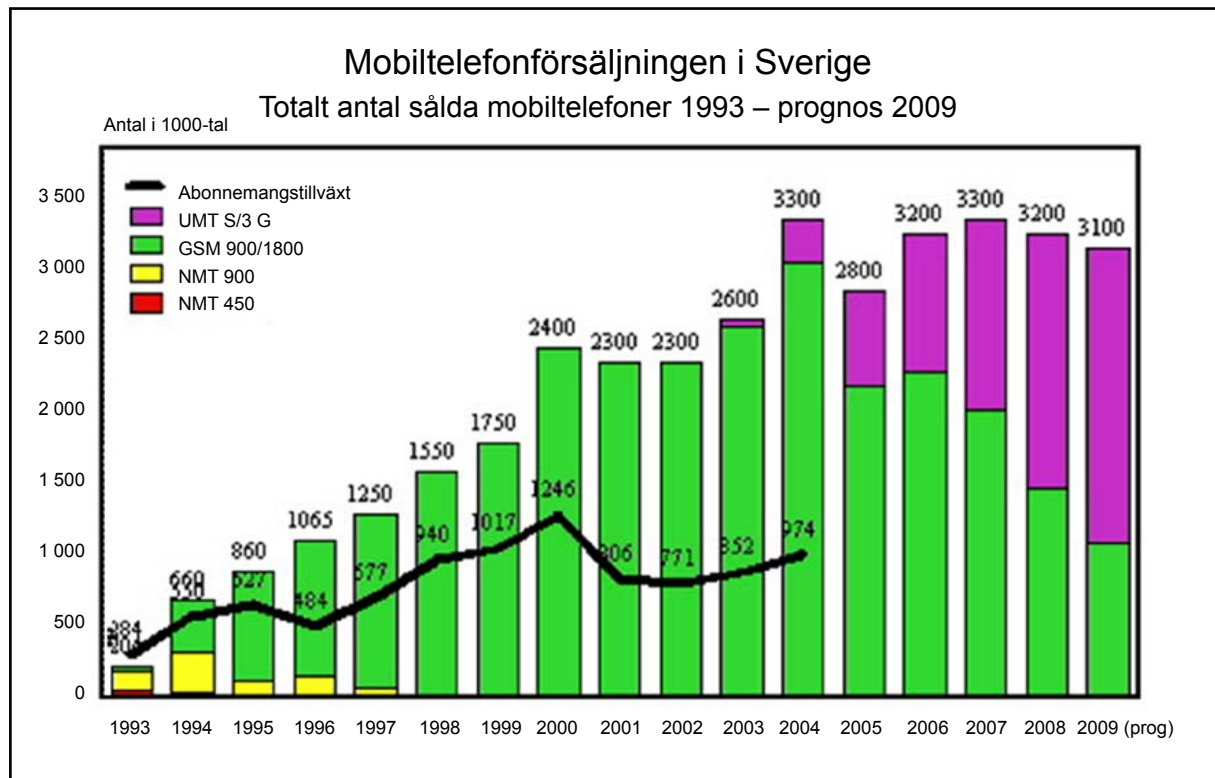
40 http://www.mtb.se/main.php?sid_id=1281&id=1281&ftg=41&ftg_id=41

41 http://www.mobil.se/ArticlePages/200902/12/20090212094308_MOB627/20090212094308_MOB627.dbp.asp

42 PTS, Svensk telemarknad 2008, s. 28-29

43 Cp. Hutchison Whampoa (2009): About HWL Overview, <http://www.hutchison-whampoa.com/eng/about/overview.htm>, in www.hutchison-whampoa.com

(MTB) såldes cirka 3,2 miljoner mobiltelefoner i Sverige under 2008⁴⁴ (se figur 4). Fördelat över Sveriges befolkning⁴⁵ skulle det motsvara en ny mobiltelefon per var tredje person.



Figur 4: Mobiltelefonförsäljningen i Sverige⁴⁶.

Varken TeliaSonera eller Telenor vill specificera vilka mobiltelefonsmärken eller datorer som de säljer mest av medan Tele2 uppger att de säljer 60 procent Sony Ericsson, 25 procent Nokia och 15 procent övriga modeller. Tre uppger att de säljer (i storleksordning): Sony Ericsson, Nokia, Samsung och av datorer HP/Compaq, Acer och därefter Asus.

5.2. ABONNEMANG ALLT VANLIGARE

Antalet mobilabonnemang ökar kontinuerligt och i slutet av 2008 fanns det strax under elva miljoner abonnemang i Sverige. Detta är en ökning med 9 procent jämfört med 2007.⁴⁷ Generellt kan man säga att det är vanligt att kunder "får" en ny mobiltelefon vid förnyelse av abonnemang eller när ett abonnemang tecknas⁴⁸. Tre och Telenor erbjuder mobiler för 0 kronor vid tecknandet av ett abonnemang medan TeliaSonera och Tele2 erbjuder kunder en ny mobil för 1 krona vid tecknandet av ett abonnemang. Priset på mobilen varierar med bindningstid och månadskostnad. Kunder kan även använda mobiloperatörernas tjänster genom kontantkort.

44 http://www.mtb.se/main.php?sid_id=1281&id=1281&ftg=41&ftg_id=41

45 Sveriges befolkning uppgick enligt Statistiska Centralbyrån i maj 2009 till ca 9,3 miljoner. Hela befolkningen faller inte inom ramen för målgruppen av mobiltelefonanvändare.

46 http://www.mtb.se/main.php?sid_id=1281&id=1281&ftg=41&ftg_id=41

47 PTS, Svensk telemarknad 2008, s. 26

48 Med abonnemang avses skriftligt kontrakt på tidsbestämd period mellan mobiloperatör och kund.

Inget av de fyra företagen i studien vill specificera hur många mobiltelefoner som såldes i kombination med ett abonnemang. Under 2008 uppgick antalet kontraktsabonnemang totalt i Sverige till 6 570 000 och antal aktiva kontantkort 4 417 000⁴⁹. Intressant att notera är att enligt en studie som publicerades av OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) i augusti 2009 är Sverige, Finland och Nederländerna de OECD-länder som har billigast samtalskostnad med mobiltelefon.⁵⁰

I slutet av 2008 hade TeliaSonera flest kunder med 5 334 000 abonnemang (fördelat 55 procent kontrakt, 45 procent kontantkort). Tele2 hade 3 358 000 abonnemang (fördelat 30 procent kontrakt, 70 procent kontantkort) medan Telenor hade 1 900 000 (fördelat 81 procent kontrakt, 19 procent kontantkort) och Tre 1 231 000 (fördelat 90 procent kontrakt, 10 procent kontantkort).⁵¹

5.3. NY NISCH FÖR OPERATÖRERNA – MOBILT BREDBAND

Mobilt bredband har ökat operatörernas försäljning. Mobilt bredband använder mobiltelefonnät för Internettrafik och har blivit en ny källa till inkomst för operatörerna. Det konsumenterna köper för att använda mobilt bredband är ett SIM-kort för datatrafik, vilket kan användas antingen i datorn eller i mobilen. Genom mobilt bredband får konsumenten ned kostnaden för datatrafiken jämfört med om surfning hade skett via det ”vanliga” mobil-SIM-kortet för Internettrafik.

Antal abonnemang för mobilt bredband/mobil paketdata ökade med 133 procent under 2008, från cirka 376 000 till 877 000 abonnenter⁵². För operatören Tele2 ökade antalet abonnenter av mobilt bredband med 83 procent under 2008 och uppgick vid slutet av året till 170 000.⁵³ Enligt Post- och telestyrelsen ökade den totala mängden datatrafik via telefon och mobilt bredband med 526 procent 2008.⁵⁴

49 http://svensktelemarknad.se/PTS2008/RappTab_14.htm

50 http://www.oecd.org/document/20/0,3343,en_2649_201185_43471316_1_1_1_1,00.html

51 http://www.mobil.se/ArticlePages/200902/12/20090212094308_MOB627/20090212094308_MOB627.dbp.asp

52 PTS, Svensk telemarknad 2008, s. 26

53 http://www.mobil.se/ArticlePages/200902/12/20090212094308_MOB627/20090212094308_MOB627.dbp.asp

54 Post- och telestyrelsen

6. JÄMFÖRELSE AV MOBILOPERATÖRERS SYN PÅ ETIK OCH MILJÖ

Mobiloperatörernas position i länken mellan konsumenter och mobiltelefonstillverkare är unik. De fyra företagen har olika syn på sin roll gentemot konsumenter och även hur de påverkar leverantörskedjan vad gäller etiska och miljörelaterade aspekter. Telenor ger ett svårtolkat svar på frågan om de anser sig kunna påverka mobiltelefonstillverkare. Å ena sidan anser Telenor att deras roll är betydelsefull när det gäller vilka produkter som företaget väljer att sälja och inte sälja. Å andra sidan anser Telenor att företaget har liten påverkan när det gäller framtagning och utformning av produkter. TeliaSonera och Tele2 ser mobiloperatörernas roll att påverka mobiltelefonföretagen som liten och Tele2 menar även att mobiltillverkare bär det största ansvaret vad gäller etiska och miljörelaterade aspekter. Tele2 och Tre menar att det är konsumenterna som styr efterfrågan. Tre menar att frågan inte har aktualiserats tidigare och att de därför inte har haft behov av att försöka påverka eller ställa krav.

6.1. FÅ FÖRSÖK ATT PÅVERKA TILLVERKARNA

På frågan om företagen ändå har försökt att påverka mobiltelefon- och dataföretag svarar Telenor och TeliaSonera att de har försökt göra detta genom sina uppförandekoder. Tre menar att de har försökt påverka genom sin inköspolicy. Tre har dock inte låtit Fair Trade Center ta del av vad deras krav i inköspolicyn innefattar. När Tele2 svarade på Fair Trade Centers frågor i juni 2009 uppgav företaget att det inte har försökt påverka eftersom det inte hade några butiker utan endast sålde genom återförsäljare och därmed menade att de inte hade möjlighet att påverka mobiltillverkarna⁵⁵

TeliaSonera och Telenor är med i branschorganisationen ETNO (European Telecommunications Network Operator's Association). Telenor deltar även i diskussioner med GeSi (Global e-Sustainability Initiative) och är medlem i den norska samarbetsorganisationen Initiativ för etisk handel⁵⁶ (IEH). Det sistnämnda medlemskapet var dock inget som Telenor Sverige informerade Fair Trade Center om vid intervju tillfället.

6.2. DÅLIGT UTBUD AV "ETISKA" PRODUKTER

När Fair Trade Center i december 2008 granskade de fem största mobiltelefonföretagen var det ingen av dem som marknadsförde någon mobiltelefon till svenska konsumenter som tar extra hänsyn till mänskliga rättigheter och arbetsförhållanden. Såväl Nokia som Samsung hade vid den tidpunkten lanserat särskilda "miljömobiler" men dessa fanns inte att köpa i Sverige. En gemensam definition på "miljömobil" finns inte. Ett argument mot miljömobiler som har hörts från både mobiltelefonstillverkarna samt operatörer vad gäller miljömodeller är att de måste leva upp till samma kapacitetskrav som övriga telefoner på den svenska marknaden.

55 Tele2 öppnade butiker i Sverige i augusti 2009 och informerade makeITfair om det efter att tidsfristen för att svara på frågor hade löpt ut.

56 "Initiativ för etisk handel" är en norsk samarbetsorganisation för olika parter (företag, frivilligorganisationer, fackförbund och offentlig verksamhet) som tillsammans arbetar för att förbättra arbets- och miljöförhållanden i norska verksamheters leverantörsled.

VAD ÄR EN MILJÖMOBIL?

Fair Trade Center definierar en miljömobil som en mobiltelefon där extra hänsyn har tagits för att produktens livscykel ska ha minsta möjliga negativa miljöpåverkan. Det handlar exempelvis om att mobilen är lättare att återvinna, att livslängden ökar, att den innehåller återvunnet material, att den innehåller reducerade mängder miljöfarliga ämnen, att produkten har energibesparingsfunktioner och har framställts på ett sätt som minskar klimatpåverkan på andra sätt eller att företaget försöker påverka miljöeffekter i hela produktionsledet: från gruvor för metaller, till produktion och sluthantering när mobiler blir till avfall.

I juni 2009 lanserade Sony Ericsson två miljömodeller, C901 Greenheart och Naite. C901 Greenheart finns idag tillgänglig på den svenska marknaden och Naite ska enligt Sony Ericssons hemsida vara tillgänglig på marknaden under hösten 2009. C901 Greenheart är tillverkad av återvunnen plast, skärmen drar mindre energi och det har använts mindre förpackningsmaterial. Dagen efter att Sony Ericsson hade gått ut med nya miljömodeller, lanserade Nokia en miljömodell, 6730 Classic, som ska finnas i butik senare under 2009. Några av mobiloperatörerna visar ett svalt intresse för miljömodeller. Tele2:s hållbarhetschef Malin Sparf Rydberg säger till Fair Trade Center att det är kundernas efterfrågan som styr vilka telefoner som säljs. Liknande argument kommer från Tre. Fair Trade Center vill påpeka att det måste finnas ett utbud som presenteras för kunderna för att en efterfrågan ska kunna uppstå.

Eftersom marknaden endast erbjuder ett fåtal ”gröna” produkter blir valet för konsumenter inte enkelt. Telenor och Tele2 är de enda att de fyra mobiloperatörerna som säljer Sony Ericsson:s miljömobil C901 Greenheart. De övriga operatörerna har olika syn på ”gröna” produkter. TeliaSonera uppger att de planerar att sälja ”gröna” produkter senare under 2009. Tre säger sig vara positiva till miljömobiler men menar att tekniska krav och kapacitet måste gå före miljö.

Vad gäller datorer, är TeliaSonera det enda av de fyra mobiloperatörsföretagen som marknadsför ett fåtal datorer som ”gröna”, där särskild hänsyn har tagits till energianvändning. De övriga tre företagen (Tele2, Telenor och Tre) marknadsför inga datorer som ”gröna”. Anmärkningsvärt för samtliga företag är att det inte finns några elektronikprodukter på marknaden, varken datorer eller mobiltelefoner, där extra hänsyn har tagits till etiska aspekter så som till exempel arbetsförhållanden och mänskliga rättigheter.

6.3. BRISTANDE KONSUMENTINFORMATION

Samtliga fyra mobiloperatörer har någon typ av information om etik och miljö på sina respektive hemsidor. Dock är informationen svårfunnen och informationens kvalitet och substans, samt om den finns tillgänglig på svenska, skiljer sig åt mellan företagen och hemsidorna. Flera av företagen har mer information om etik och miljö på sina internationella hemsidor än de har på sina svenska motsvarigheter.

Tele2 har ingen information om etik och miljö på sin svenska sajt. Tre har endast sin miljöpolicy på sin svenska hemsida. I övrigt finns ingen mer information om miljö eller om etik och hur företaget ser på sitt sociala ansvarstagande i leverantörskedjan. Telenor har en sida om företagens miljöarbete på svenska på sin webbplats. Under rubriken socialt ansvarstagande står dock enbart om produktsäkerhet och företagens sponsringssamarbete med näringslivet till förmån för funktionshindrade och idrottsmän. TeliaSonera har en sida om företagens syn på företags ansvar på svenska där det går att ladda ner årliga CSR-rapporter som redovisar företagens arbete med hållbarhet, miljö och etik. Rapporterna är på engelska.

På företagens internationella hemsidor ser det lite annorlunda ut. För att ta del av information om hur Tele2 arbetar med etik och miljö måste besökaren gå till den internationella hemsidan. Där kan man ladda ner företagens uppförandekod men information om företagens arbete med etik är mycket kortfattad. Information om Telenors etiska policys finns på engelska på företagens globala koncernsajt. På tre.com, företagens internationella hemsida, finns länkar till Tre i övriga länder men återigen ingen information om etik och miljö.

6.4. SKIFTANDE UPPFATTNING AV EFTERFRÅGAN FÖR ETIK OCH MILJÖ

När det gäller mobiler verkar mobiloperatörernas krav vad gäller teknik och kapacitet ha högre prioritet än etiska och miljörelaterade aspekter. TeliaSonera och Tre har inte noterat något intresse från enskilda konsumenterna angående etiska och miljörelaterade aspekter för de produkter de säljer. Tele2 menar att intresset från privatkunder ökar medan Telenor anger att intresset från privatkunder är mycket begränsat. Värt att uppmärksamma är att Telenor och Tre anger att intresse har visats särskilt relaterat till etiska krav inom offentlig upphandling.

6.5. SPARSAMT MED INITIATIV FÖR ATT ÖKA ANVÄNDNINGSTID

Om mobiltelefoner återvinns kan metallerna i telefonerna komma till nytta igen och miljöfarliga ämnen tillvaratas på rätt sätt. Mobiloperatörerna har enligt lag ett producentansvar att ta tillvara de produkter som de säljer⁵⁷. Samtliga fyra mobiloperatörer tar emot uttjänta produkter och företagen hanterar sitt producentansvar på olika sätt. TeliaSonera och Telenor är anknutna till El-kretsen, ett näringslivets servicebolag som skapat ett kollektivt insamlingsystem. Trens Human Resource Manager Mikael Bäckström säger att Tre ”rekommenderar att kunder lämnar mobiler till återvinningen själv alternativt tar butiken emot den”. När Tele2 svarade på enkäten i juni 2009 hade företaget inga butiker och erbjöd därför inte kunder återvinning. När denna rapport sammanställdes hade Tele2 öppnat butiker och erbjuder i dagsläget återvinning men informationen kom in för sent för att Fair Trade Center skulle kunna utveckla uppgifterna gällande hur insamling går till, vilka produkter som återvinns och vart de tar vägen.

En ökande andel mobiloperatörer erbjuder olika insamlingsalternativ för mobiltelefoner. Det är viktigt att understryka skillnaden mellan återvinning och återanvändning. TeliaSonera och

⁵⁷ Enligt förordningen (2005:209) om producentansvar för elektriska och elektroniska produkter gäller producentansvaret verksamhet som säljer elektriska eller elektroniska produkter. <http://www.naturvardsverket.se/sv/Produkter-och-avfall/Avfall/Producentansvar/elektriska-och-elektroniska-produkter/Producenternas-ansvar/>

Telenor tar i dagsläget emot mobiler, datorer och batterier medan Tre tar emot mobiltelefoner men inte datorer.

Telenor samarbetar med Naturskyddsföreningen i ett återvinningsprojekt av uttjänta mobiltelefoner. För varje telefon som lämnas in som sedan skickas till återvinning erbjuds kunderna 250 kr i form av ett presentkort som de kan använda i Telenors butiker eller att pengarna skänks till Naturskyddsföreningen. TeliaSonera och Tre avslutade återvinningsprojektet Mobilkomposten i slutet av juni 2009. Majoriteten av mobilerna som samlats in till Mobilkomposten har återanvänts medan en liten del har kasserats. 30 kr per insamlad mobiltelefon har gått till välgörenhetsprojekt.⁵⁸ Under perioden april 2008 till och med maj 2009 samlade projektet in 32 000 mobiltelefoner⁵⁹. TeliaSonera är positiva till att fortsätta med liknande projekt.

Telenor har även ett projekt för att få kunder att öka användningstiden av mobiltelefoner. Företaget erbjuder kunder lägre samtalskostnad vid förlängning av abonnemang istället för en ny telefon. France Telecom har ett liknande erbjudande till sina kunder sedan mars 2009. De erbjuder kunderna, om de förlänger sitt abonnemang och behåller sin gamla mobil, en check på 40 euro (cirka 400 kr).⁶⁰

Inom hanteringen av e-avfall finns en mängd problematiska aspekter. Mängden begagnad elektronik och e-avfall som exporteras från EU till låginkomstländer ökar. Ofta hamnar avfallet i länder som saknar kapacitet och det regelverk som krävs för att hantera avfallet på ett ansvarsfullt sätt. De fyra mobiloperatörerna i denna studie ger olika uppgifter om var deras ihopsamlade produkter tar vägen. Både Telenor och TeliaSonera anger att 100 % av de insamlade produkterna återvinns. Telenor skickar de insamlade produkterna till ett återvinningsföretag i Skottland och TeliaSonera anger att de skickar majoriteten av sina insamlade produkter till ett finskägt företag. Tre säljer demonstrationsenheter och returnerade datorer till en återförsäljare i Sverige. Tele2 hade ingen insamling när företaget tillfrågades i juni 2009. I dagsläget har företaget två butiker i Sverige som tar emot uttjänta produkter.

6.6. ETT AV FYRA FÖRETAG SAKNAR UPPFÖRANDEKOD

En uppförandekod är skriftliga regler om ett företags värderingar som ofta anger vilka krav företaget, dess leverantörer och andra affärspartners måste leva upp till. Uppförandekoden antas av företaget och är ett frivilligt åtagande. På engelska kallas uppförandekoder bland annat för "Codes of Conduct" eller "Codes of Practice". Vanligtvis omfattar en uppförandekod aspekter som korruption, hälsa & säkerhet, mänskliga rättigheter och miljö. I en del koder refereras det till internationella konventioner och standarder, som t.ex. FN:s deklaration för mänskliga rättigheter eller ILO:s kärnkonventioner.

Av de fyra företag som granskas i denna studie har tre stycken (Tele2, TeliaSonera och Telenor) uppförandekoder där etiska krav specificeras. Tre har ingen uppförandekod utan endast en

58 http://www.mobil.se/ArticlePages/200804/02/20080402162644_MOB097/20080402162644_MOB097.dbp.asp 2009-08-06

59 Mailintervju med Plan Sverige, marknadsansvarig Cajsa Norell, 2009-09-04

60 Telefonintervju med France Télécom, pressansvarig Erika Gélinaud 2009-06-10

miljöpolicy utan några etiska aspekter. Tre hänvisar endast till ett globalt avtal som de använder för inköp. Vad detta avtal innehåller vill Tre inte specificera. På Tre:s ägare Hutchison Whampoa Limited:s hemsida nämns en etisk policy som dock ej finns publicerad på hemsidan. Vad denna policy innefattar och om den gäller Tre är oklart.

Några av företagen har flera, kompletterande etiska policys. TeliaSonera har en uppförandekod och en CSR policy (Corporate Social Responsibility). Tele2 har en uppförandekod och en inköspolicy medan Telenor har dels en uppförandekod och en etisk kod för leverantörer.

Det är skillnad mellan de etiska policydokumentens utförlighet och omfattning. Gemensamt för de tre företagens uppförandekoder är att alla skriver om hälsa och säkerhet, diskriminering, organisationsfrihet samt slår fast anställdas rätt till kollektiva förhandlingar. Tele2:s uppförandekod saknar förbud mot barnarbete och tvångsarbete. Tele2:s Hållbarhetschef Malin Sparf Rydberg kommenterar att ”detta regleras i avtalen genom att det där står att parterna skall följa gällande lagar och regler”. Telenor är det enda företag som inkluderar en skrivelse om arbetstid men förtydligar inte någon gräns för antal arbetstimmar per vecka. Telenor skriver endast att arbetstiden inte ska vara ”överdriven”. Telenor, Tre och TeliaSonera har miljöpolicy som tar hänsyn till bland annat minskning av utsläpp av växthusgaser, avfallshantering och energiförbrukning. Tele2 har ingen miljöpolicy.

6.7. BRISTANDE UPPFÖLJNING AV ETISKA REGLER

Av de tre mobiloperatörsföretag som har en etisk kod är det endast TeliaSonera och Telenor som gör någon typ av uppföljning av sina leverantörer utifrån etiska och miljörelaterade aspekter. Tele2 specificerar inte alls för Fair Trade Center hur kraven i deras uppförandekod följs upp eller om företaget kommer att implementera ett system för uppföljning av etiska krav. På frågan om Tre anser sig ha något inflytande över deras leverantörers etiska och miljörelaterade beteende svarar Tre:s Human Resource Manager Mikael Bäckström såhär:

”Frågan har inte aktualiserats tidigare så vi har inte haft orsak att undersöka med tillverkarna av produkterna om dessa säkerställer att de inte bidrar till orättvisorna.”

TeliaSonera och Telenor säger att de håller på att se över verifieringssystem för uppföljning. Hur dessa system ska utvecklas är det inget av de två företagen som utvecklar för Fair Trade Center. TeliaSonera verifierar för tillfället sina etiska krav genom leverantörernas självutvärderingsformulär, besök hos leverantörer och inspektioner. Telenor räknar med att företagets verifieringssystem ska vara implementerat under hösten 2009. TeliaSonera anger inte någon tidsram för när deras verifieringssystem beräknas vara på plats. Under perioden maj till och med december 2008 genomförde Telenor 300 inspektioner och 800 självutvärderingar av leverantörer, merparten i asiatiska länder.

7. JÄMFÖRANDE TABELL AV FYRA MOBILOPERATÖRER

FÖRETAG	TELIA SONERA	TELE 2	TELENOR	TRE
Marknadsandel i Sverige ¹	42 %	31,2 %	17,2 %	7,9 %
Vilka mobilmärken marknadsförs och vilka säljs mest? ²	TeliaSonera säljer mobiler från Nokia, Sony Ericsson, Samsung och Apple. Företaget avslöjar inte vilka märken som säljer bäst.	Sony Ericsson 60%, Nokia 25%, övriga 15%.	Telenor säljer Apple, HTC, LG, Nokia, Samsung och Sony Ericsson.	Tre säljer mobiler från Sony Ericsson, Nokia och Samsung.
Antal "gröna" mobiler som säljs 2009 ³	Planerar att börja sälja en under 2009.	Säljer en modell som marknadsförs som grön.	Säljer en modell som marknadsförs som grön.	Inga.
Antal "gröna" datorer som marknadsförs 2009 ⁴	Säljer ett fåtal modeller som tar ökad hänsyn till energianvändning.	Inga.	Inga.	Inga.
Intresse av etik och miljö från konsumenterna? ⁵	Upplever inget intresse från konsumenterna.	Upplever växande intresse från konsumenterna.	Mycket lite intresse från konsumenterna. Visst intresse i relation till offentlig upphandling.	Inget intresse från enskilda konsumenterna. Visst intresse i relation till offentlig upphandling.
Ställer ni krav på etik och miljö när ni köper in produkter? ⁶	Ja, en CSR-policy och en uppförandekod kallad "Code of Ethics" där miljö omfattas.	Ja, uppförandekod.	Ja, uppförandekod och miljöpolicy	Nej, inga etiska krav. Enbart miljöpolicy
Omfattar uppförandekoden ILO:s kärnkonventioner ⁷	Ja	Nej, saknas förbud mot barnarbete och tvångsarbete	Ja	-

Kontrolleras att de etiska kraven efterlevs? ⁸	Gör kontroller och leverantörer fyller i självutvärderingar.	Svarar inte på frågan.	Gör kontroller och leverantörer fyller i självutvärderingar.	-
Medlemskap i organisation eller nätverk som arbetar med etik och miljö? ⁹	Stödjer FN: s Global Compact genom ETNO - European Telecommunications Network Operator's Association.	Nej	Telenor är medlem i Initiativ för etisk handel och ETNO.	Nej
Kan konsumenterna lämna in gamla mobiler/datorer i företagets butiker? ¹⁰	Ja	Ja	Ja	Ja
Initiativ för återvinning ¹¹	Just avslutat återvinningsprojektet Mobilkomposten. Intresse av att fortsätta med liknande projekt.	Inget.	Konsumenter får 250 kronor i presentkort hos Telenor när de lämnar tillbaka en gammal mobil.	Just avslutat återvinningsprojektet Mobilkomposten. Inga framtids-strategier.
Initiativ för att stödja längre användning av mobiltelefoner som sålts av företaget. ¹²	Inget.	Inget.	Abonnenter hos Telenor får lägre samtalskostnad per minut när de förlänger abonnemanget utan att ta emot en ny mobil.	Inget.

1 PTS, Svensk telemarknad 2008, s. 28-29

2 Enkät och intervju med TeliaSonera, Tele2, Telenor och Tre under juni-augusti 2009

3 Enkät och intervju med TeliaSonera, Tele2, Telenor och Tre under juni-augusti 2009

4 Enkät och intervju med TeliaSonera, Tele2, Telenor och Tre under juni-augusti 2009

5 Enkät och intervju med TeliaSonera, Tele2, Telenor och Tre under juni-augusti 2009

6 Enkät och intervju med TeliaSonera, Tele2, Telenor och Tre under juni-augusti 2009

7 Baserat på granskning av uppförandekoder gjord av Fair Trade Center augusti 2009

8 Enkät och intervju med TeliaSonera, Tele2, Telenor och Tre under juni-augusti 2009

9 Enkät och intervju med TeliaSonera, Tele2, Telenor och Tre under juni-augusti 2009

10 Enkät och intervju med TeliaSonera, Tele2, Telenor och Tre under juni-augusti 2009

11 Enkät och intervju med TeliaSonera, Tele2, Telenor och Tre under juni-augusti 2009

12 Enkät och intervju med TeliaSonera, Tele2, Telenor och Tre under juni-augusti 2009

8. SLUTSATSER

Ur etisk och miljörelaterad synvinkel finns en mängd problematiska aspekter i de fyra mobiloperatörernas verksamhet. Det mest anmärkningsvärda är att mobiloperatörerna inte ser sin roll som betydelsefull i leverantörskedjan. Mobiloperatörernas position som länken mellan konsumenter och mobiltelefonstillverkare är viktig. Här skulle företagen kunna påverka i mycket större grad både vad gäller vilka produkter de väljer att erbjuda kunder samt hur leverantörernas produkter tas fram, produceras och återvinns. Trots att Telenor ger ett otydligt svar i denna fråga är företaget det enda i denna studie som ser sin påverkansroll som åtminstone delvis betydelsefull.

Under 2008 såldes cirka 3,2 miljoner mobiltelefoner samtidigt som det i slutet av 2008 fanns strax under 11 miljoner mobilabonnemang i Sverige. En undersökning från mobilföretaget Nokia visar dock att endast tre procent av alla mobilanvändare i världen återvinner sina telefoner⁶¹. Mobiloperatörer spelar här en viktig roll gentemot konsumenter eftersom företagen ofta erbjuder en ”gratis” ny mobiltelefon när kunder tecknar ett nytt abonnemang eller förnyar sitt abonnemang. Detta har givetvis stor effekt på det ökande antalet mobiltelefoner som är i omlopp på marknaden. Om man bortser från mobiloperatörers roll som återförsäljare är deras kärnverksamhet att erbjuda kunder nätverkstjänster i form av abonnemang. Detta gör att operatörerna skulle kunna bidra till hållbara konsumtionsmönster utan att förlora inkomster och kunder.

Denna studie visar att endast Telenor erbjuder kunder ett alternativ till en ny telefon. Telenor erbjuder istället lägre samtalskostnad vid fortsatt bindning vilket är av stor betydelse för miljön eftersom detta bidrar till att öka mobiltelefonernas användningstid och därmed livslängd. Mobiloperatören France Telecom har ett liknande erbjudande till sina kunder som förlänger sitt abonnemang. Om France Telecoms kunder behåller sin gamla mobil får de en check på 40 euro⁶². makeITfair tycker att fler mobiloperatörer på liknande sätt bör satsa på olika incitament för att förlänga användningstiden av mobiltelefoner. Fler mobiloperatörer bör mer aktivt marknadsföra förlängning av abonnemang och nytecknande av abonnemang där kunder inte erbjuds en ny telefon. Samtidigt menar makeITfair att mobiloperatörer måste göra det enkelt för de kunder som vill lämna in uttjänta produkter och göra återvinning till en självklar service för konsumenter. Det är oerhört viktigt att hela produktens livscykel kontrolleras så att återvinning och återanvändning går rätt till. Som tidigare nämnts finns det problematiska aspekter med denna del av leverantörskedjan.

Med fokus på operatörernas påverkan i leverantörsledet mot bland andra mobiltelefonstillverkare kan konstateras att Tre, till skillnad från de övriga tre företagen, saknar en uppförandekod med etiska krav. TeliaSonera, Tele2 och Telenors uppförandekoder skiljer sig åt både i utformning och innehåll. Tele2:s uppförandekod saknar grundläggande skrivelser om förbud mot barnarbete och tvångsarbete vilket innebär att Tele2:s etiska kod inte omfattar ILO:s kärnkonventioner. Tele2 ser det som tillräckligt att det i avtalen står att parter ska följa lagar och regler. TeliaSonera,

61 Nokia press release, Global consumer survey reveals that majority of old mobile phones are lying in drawers at home and not being recycled July 08, 2008, <http://www.nokia.com/A4136001?newsid=1234291>

62 Telefonintervju med France Télécom, pressansvarig Erika Gélinard 2009-06-10.

Tele2 och Telenors koder saknar skrivelser om inhyrd arbetskraft, kontrakterade anställningar, levnadslön samt tak för övertid. Många av makeITfair:s tidigare studier har visat att det ofta finns samband mellan olika arbetsrelaterade problem. Minimilöner har i flera länder blivit baslöner vilket har gjort att övertid ofta är ett resultat av för låga löner. Studier visar även att andelen inhyrd arbetskraft ökar och att osäkra anställningar utan kontrakt är mycket vanligt. Därför är det viktigt att nämnda aspekter finns med i företags etiska riktlinjer.

Att ställa etiska krav och sätta upp miljömål är positivt men utan uppföljning och tydliga tidsramar finns risken att dokumenten enbart blir ett spel för gallerierna. Tele2 saknar i dagsläget någon slags uppföljning av de etiska krav som uppförandekoderna ställer. TeliaSonera och Telenor gör självutvärderingar och inspektioner. Mobiloperatörerna bör utveckla system för att kontrollera att de etiska krav de ställer efterlevs. I dessa system bör de redan från början involvera företrädare för arbetare i låginkomstländer (se Fair Trade Centers specifika rekommendationer till företagen).

Studien har avslöjat att mobilföretagens transparens gällande bland annat försäljningssiffror, återlämning av uttjänta produkter och uppföljning är låg. makeITfair uppmanar mobiloperatörer att kollektivt ändra denna inställning eftersom civilsamhället, företag och andra branscher bör få inblick i denna typ av uppgifter för att kunna identifiera företags ansvar.

Telenor och Tele2 anger att konsumenters intresse för etiska och miljömässiga produkter ökar. Tre och Telenor uppger att efterfrågan vad gäller etiska krav varit större vid offentliga upphandlingar. Just inom offentlig sektor ligger intresset för etiska frågor före, än bland enskilda konsumenter. makeITfair:s tidigare rapporter visar att bland mobiltelefonstillverkare finns det företag som arbetar mer aktivt med att ställa etiska och miljömässiga krav i sin verksamhet. På den svenska marknaden finns det endast ett fåtal ”miljömobilsmodeller”. Av de fyra mobiloperatörsföretag som granskats i denna rapport var det endast Telenor och Tele2 som i augusti 2009 sålde Sony Ericsson:s ”miljömodell” C901 Greenheart. Med tanke på mobiloperatörernas betydelsefulla roll anser Fair Trade Center att det är mycket olycksamt att företagen inte inser att de som återförsäljare har möjlighet att påverka både leverantörer och deras kunder inom etik och miljö. Fair Trade Center menar vidare att mobiloperatörerna bör använda etik och miljö som ett försäljningsargument.

9. SPECIFIKA REKOMMENDATIONER TILL VARJE MOBILOPERATÖRSFÖRETAG

TELIASONERA

- bör inrätta ett transparent system för uppföljning av etiska riktlinjer samt se till att kraven efterlevs.
- bör aktivt påverka och föra dialog med leverantörer så att dessa arbetar med etiska krav i sina leverantörsled
- bör aktivt påverka och föra dialog med leverantörer för att de ska erbjuda fler ”gröna” produkter och även etiskt framtagna produkter.
- bör kräva att leverantörer betalar levnadslön.
- bör införa ett tak för övertid i sina etiska riktlinjer.
- bör inkludera tillfälligt anställda/inhyrd arbetskraft i sitt etiska arbete.
- bör skriva in rätten till skriftliga kontrakt i sin etiska policy.
- bör samarbeta med olika aktörer (andra företag och civila samhället) för att förbättra etiska och miljörelaterade problem som är kopplade till elektronikbranschen.
- bör upprätta initiativ för återvinning.
- bör upprätta initiativ för att öka användningsperioden och därmed livslängden av mobiltelefoner.
- bör erbjuda etiskt framtagna produkter och miljömässiga produkter.

TELE2

- bör inrätta ett transparent system för uppföljning av etiska riktlinjer samt se till att kraven efterlevs.
- bör aktivt påverka och föra dialog med leverantörer så att dessa arbetar med etiska krav i sina leverantörsled
- bör aktivt påverka och föra dialog med leverantörer för att de ska erbjuda fler ”gröna” produkter och även etiskt framtagna produkter.
- bör inkludera förbud mot barnarbete i sina etiska riktlinjer.
- bör inkludera förbud mot tvångsarbete i sina etiska riktlinjer.
- bör införa ett tak för övertid i sina etiska riktlinjer.
- bör kräva att leverantörer betalar levnadslön.
- bör skriva in rätten till skriftliga kontrakt i sin etiska policy.
- bör inkludera tillfälligt anställda/inhyrd arbetskraft i sitt etiska arbete.
- bör samarbeta med olika aktörer (andra företag och civila samhället) för att förbättra etiska och miljörelaterade problem som är kopplade till elektronikbranschen.
- bör erbjuda konsumenter återlämning av uttjänta produkter.
- bör upprätta initiativ för återvinning.
- bör upprätta initiativ för att öka användningsperioden och därmed livslängden av mobiltelefoner.
- bör erbjuda etiskt framtagna produkter och miljömässiga produkter.

- bör ha svenskspråkig hemsida om företagets etiska och miljömässiga arbete.

TELENOR

- bör inrätta ett transparent system för uppföljning av etiska riktlinjer samt se till att kraven efterlevs.
- bör aktivt påverka och föra dialog med leverantörer så att dessa arbetar med etiska krav i sina leverantörsled
- bör aktivt påverka och föra dialog med leverantörer för att de ska erbjuda fler ”gröna” produkter och även etiskt framtagna produkter.
- bör kräva att leverantörer betalar levnadslön.
- bör införa ett tak för övertid i sina etiska riktlinjer.
- bör inkludera tillfälligt anställda/inhyrd arbetskraft i sitt etiska arbete.
- bör skriva in rätten till skriftliga kontrakt i sin etiska policy.
- bör samarbeta med olika aktörer (andra företag och civila samhället) för att förbättra etiska och miljörelaterade problem som är kopplade till elektronikbranschen.
- bör erbjuda etiskt framtagna produkter och fler miljömässiga produkter.
- bör ha svenskspråkig hemsida om företagets etiska arbete.

TRE

- bör upprätta en etisk kod som omfattar ILO:s kärnkonventioner samt skrivelser om bland annat tak för övertid, levnadslön, kontrakterade anställningar och inhyrd arbetskraft.
- bör inrätta ett transparent system för uppföljning av etiska riktlinjer samt se till att kraven efterlevs.
- bör aktivt påverka och föra dialog med leverantörer så att dessa arbetar med etiska krav i sina leverantörsled
- bör aktivt påverka och föra dialog med leverantörer för att de ska erbjuda fler ”gröna” produkter och även etiskt framtagna produkter.
- bör samarbeta med olika aktörer (andra företag och civila samhället) för att förbättra etiska och miljörelaterade problem som är kopplade till elektronikbranschen.
- bör upprätta initiativ för återvinning.
- bör upprätta initiativ för att öka användningsperioden och därmed livslängden av mobiltelefoner.
- bör erbjuda etiskt framtagna produkter och miljömässiga produkter.
- bör ha svenskspråkig hemsida om företagets etiska och miljömässiga arbete.

10. REKOMMENDATION TILL KONSUMENTER

Vår studie har visat att det behövs starkare konsumenttryck för att mobiloperatörerna ska ta ett större ansvar för etik och miljö. Om fler konsumenter efterfrågar miljövänliga och etiskt tillverkade mobiler ger det företagen incitament att arbeta mer aktivt med dessa frågor. Både enskilda konsumenter och större kunder (som till exempel skolor, företag och myndigheter) har möjlighet att trycka på.

- Fråga vid val av operatör vad de ställer för etiska och miljömässiga krav på sina leverantörer. (förslag på frågor nedan)
 - Har företaget en uppförandekod?
 - Omfattar koden föreningsfrihet och en lön det går att leva på?
 - Har företaget antagit någon miljöpolicy?
 - Omfattar koden även miljöpåverkan, arbetares rättigheter i produktionslandet och återvinning av produkterna?
 - Hur kontrollerar företaget att leverantörerna lever upp till uppförandekoden och miljöpolicyen?
- Överväg om du behöver en ny mobil/bärbar dator när du tecknar nytt abonnemang eller förlänger ditt gamla.
- Om du tar emot/köper en ny mobil/dator: fråga efter miljömodeller eller produkter som tar hänsyn till etik samt lämna in din gamla till återvinning.
- Fråga din mobiloperatör hur de arbetar med återvinningen av produkter de säljer.
- Skicka ett mejl till huvudkontoret i Sverige och fråga hur företaget arbetar för att förbättra arbetsförhållandena i leverantörsledet, minska andelen miljöfarliga ämnen i produkterna, tar ansvar för metallerna som används samt hur de arbetar för ökad återvinning. (för förslag till frågor, se ovan)
- Ta upp dessa frågor med inköpsansvariga på ditt företag/myndighet/skola.

11. REFERENSER

SKRIFTLIGA INTERVJUER OCH MAIL

Bäckström Mikael, Human Resource Manager vid Tre, juni-augusti 2009

Gylling Johnny, CSR coordinator vid Telenor, juni-augusti 2009

Norell, Cajsa, marknadsansvarig vid Plan Sverige, 2009-09-04

Pajala-Hammar Minna, Head of CSR vid TeliaSonera Sverige, juni-augusti 2009

Rydberg Malin Sparf, Sustainability Director vid Tele2, juni-augusti 2009

Sihvonen Siru, CR manager vid TeliaSonera Finland, juni-augusti 2009

TELEFONINTERVJUER

Gélinard Erika, Pressansvarig vid France Télécom, 2009-06-10

Gylling Johnny, CSR coordinator vid Telenor, 2009-06-29

HEMSIDOR

www.telia.se

www.telenor.se

www.tre.se

www.tele2.se

Hutchison Whampo (2009): About HWL Overview, <http://www.hutchison-whampoa.com/eng/about/overview.htm>, in www.hutchison-whampoa.com

RAPPORTER

Chan, J.; Haan, E.d.; Nordbrand S. & A. Torstensson, *Silenced to Deliver*, SOMO and SwedWatch, 2008

Cobbing, M. *Toxic Tech: Not in Our backyard*, Greenpeace International, 2008

Esther de Haan & Irene Schipper, *Configuration Labour Rights, Labour Conditions in the Production of Computer Parts in the Philippines*, SOMO, 2009

Greenpeace International, 2008, *Toxic Tech: Not in Our backyard*

Haan, E & Wilde J, *The High Cost of Calling: Critical Issues in the Mobile Phone Industry*, SOMO, 2006

Haan, E. & Van Os, R., *Mobile connections, Supply Chain Responsibility of 5 Mobile Phone Companies*, SOMO, 2008

International Telecommunication Union. Measuring the Information Society. The ICT Development Index; http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf; , 2009

ITU: Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector, in: http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/KeyTelecom99.html, 2009

International Telecommunication Union: Measuring the Information Society. The ICT Development Index, p. 3, in: http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf, 2009

ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database: Mobile cellular subscriptions, http://www.itu.int/ITUD/icteye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?ReportName=/WTI/CellularSubscribersPublic&RP_intYear=2008&RP_intLanguageID=1, 2009

Nordbrand, S. & Bolme, P. *Powering the Mobile World. Cobalt production for batteries in the DR Congo and Zambia*, SwedWatch, 2007

Nordbrand, S. *Out of Control: E-waste trade flows from the EU to developing countries*, SwedWatch, 2009

Post- och telestyrelsen, Svensk telemarknad, 2008

Pöyhönen, P. & Simola, E. *Connecting components, dividing communities. Tin Production for Consumer Electronics in the DR Congo and Indonesia*, FinnWatch, 2007

Riddselius, C. & Torstensson, A., *En rapport om mobiler – de största företagens etikarbete*, Fair Trade Center, 2008

Steinweg, T. & Haan, E.d., *Capacitating Electronics. The corrosive effects of platinum and palladium mining on labour rights and communities*, SOMO – Centre for Research on Multinational Corporations, 2007

TeliaSonera CR Report, 2008

International Telecommunication Union. Measuring the Information Society. The ICT Development Index; http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf; , 2009

ITU: Key Global Telecom Indicators for the World Telecommunication Service Sector, in: http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/at_glance/KeyTelecom99.html, 2009

International Telecommunication Union: Measuring the Information Society. The ICT Development Index, p. 3, in: http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2009/material/IDI2009_w5.pdf, 2009

ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database: Mobile cellular subscriptions, http://www.itu.int/ITU-D/icteye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?ReportName=/WTI/CellularSubscribersPublic&RP_intYear=2008&RP_intLanguageID=1, 2009

ÖVRIGA KÄLLOR

EE Times, <http://www.eetimes.eu/uk/217600424>

IDC:s Worldwide Mobile Phone Tracker, http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=IDC_P8397

iSuppli Corp, Outsourcing Strategies Separate Winners From Losers in the Mobile-Handset Market, 27 Feb 2008, <http://www.isuppli.com/news/default.asp?id=8827&m=2&y=2008>

makeITfairs ”list of principles”, <http://makeitfair.org/companies/list-of-principles/view?searchterm=list%20of%20principles>

Tidningen Mobil, Svenska mobiloperatörernas 2008, 12 februari 2009, http://www.mobil.se/ArticlePages/200902/12/20090212094308_MOB627/20090212094308_MOB627.dbp.asp

Mobilkomposten håller insamlingskampanj för gamla mobiler, 3 april 2008, http://www.mobil.se/ArticlePages/200804/02/20080402162644_MOB097/20080402162644_MOB097.dbp.asp

MobilTeleBranschen, http://www.mtb.se/main.php?sid_id=1281&id=1281&ftg=41&ftg_id=41

Mobile phone calls lowest in Finland, Netherlands and Sweden, says OECD report, http://www.oecd.org/document/20/0,3343,en_2649_201185_43471316_1_1_1_1,00.html

Naturvårdsverket, <http://www.naturvardsverket.se/sv/Produkter-och-avfall/Avfall/Producentansvar/elektriska-och-elektroniska-produkter/Producenternas-ansvar/>

Nokia press release, Global consumer survey reveals that majority of old mobile phones are lying in drawers at home and not being recycled July 08, 2008, <http://www.nokia.com/A4136001?newsid=1234291>

Organisation for Economic Co-operation and Development, <http://www.oecd.org/document/2>

0/0,3343,en_2649_201185_43471316_1_1_1_1,00.html

Post- och telestyrelsen, http://svenskeleamarknad.se/PTS2008/RappTab_14.htm

the RoHS Directive, European Commission

the WEEE Directive, European Commission

ANNEX 1: INTERNATIONELL JÄMFÖRELSE

UTVÄRDERINGS- KRITERIER	TELIA- SONERA	TELE 2	TELENOR	TRE	T-MOBILE	VODAFONE	KPN/ E-PLUS	TELEFONICA/O2	ELISA	DNA
Etisk riktlinje	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Oklart	Under ut- veckling
Policydokument	Corporate Social Re- sponsibility Policy	Code of Conduct	Code of Conduct/ Supplier Conduct Principles	-	Social Char- ter	Code of Ethical Purchasing	Supplier Code of Conduct	Ethische Beschaffungs- richtlinie	-	?
Bindande (t.ex. del av kontrakt med leverantör?)	Ja	Ja	Ja	-	Ja	Ja	Nej	Ja	-	?
Omfattar interna- tionella standar- der, avtal osv.	ILO:s kärn- konventioner, FN:s deklara- tion om de mänskliga rättigheterna	Nej, inte tvångsar- bete och barnarbete.	ILO:s kärn- konventioner, FN:s deklara- tion om de mänskliga rättigheterna	-	ILO-kon- ventioner, OECD, Glo- bal Compact	ILO-konven- tioner, FN:s deklaration för mänsk- liga rättig- heter, FN:s konvention för barns rättigheter	ILO-konven- tioner, FN:s deklara- tion om de mänskliga rättigheterna	ILO-konventioner, FN:s deklara- tion om de mänskli- ga rättigheterna, FN:s konvention för barns rättig- heter	-	?
Omfattar tvångs- arbete	Ja	Nej	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?
Omfattar barn- arbete	Ja	Nej	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?
Omfattar diskrimi- nering	Ja	Ja	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?
Omfattar organi- sationsfrihet?	Ja	Ja	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?

UTVÄRDERINGS- KRITERIER	TELIA- SONERA	TELE 2	TELENOR	TRE	T-MOBILE	VODAFONE	KPN/ E-PLUS	TELEFONICA/O2	ELISA	DNA
Omfattar kollektivförhandling?	Ja	Ja	Ja	-	Ja	Nej	Ja	Ja	-	?
Omfattar övertid?	Ja	Nej	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?
Omfattar löner?	Nej	Nej	Nej	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?
Omfattar hälsa och säkerhet?	Ja	Ja	Ja	-	Ja	Ja	Ja	Ja	-	?
Kontroll och verifiering:										
Självutvärdering	Ja	Nej	Ja	-	Ja	Ja	Nej	Ja	-	?
Inspektioner	Ja	Nej	Ja	-	Ja	Ja	Planerar att genomföra	Ja	-	Under utveckling



for people everywhere