



diskutiere

Gesellschaftliche Verantwortung

Wozu grün und fair - Hauptsache Handys sind smart, schnell und schick!?

Kurzzusammenfassung der Ergebnisse der Online-Diskussion vom 6. Juni bis 11. Juli 2011 auf www.diskutiere.de

Initiiert von
Telefónica Germany

Telefonica

UPJ e.V.
Brunnenstr. 181, 10119 Berlin
Fon: +49 (0)30 2787406-0
Fax: +49 (0)30 2787406-19
info@upj.de
www.upj.de

UPJ

unternehmen. verbinden. gestalten

1. Experten und weiterführendes Material

Die Diskussion wurde unterstützt durch **Expertenbeiträge** von

- **Michael Bültman**, Geschäftsführer Nokia GmbH
- **Cornelia Heydenreich**, Germanwatch e.V.
- **David Sondermann**, Umweltbundesamt
- **Judth Hübner**, Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. (Bundesverband)
- **Maurice Stanzus**, WeGreen UG

Die Expertenbeiträge wurden bei der vorliegenden Auswertung der Diskussion nicht berücksichtigt, da sie einen eigenständigen Bereich darstellen und als „Food for thought“ für die Diskussion dienen sollten.

Als weiterführendes Material stand zum **Download** bereit

- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz: Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Ein Verbraucherleitfaden zum Thema Corporate Social Responsibility (CSR). 2009
- Rat für Nachhaltige Entwicklung: Der Nachhaltige Warenkorb. Einfach besser einkaufen. Ein Ratgeber. 2011
- Image Power: Green Brands. Global Insight. 2010
- Otto Group: Trendstudie – Die Zukunft ethischen Konsums. 2009
- Telefónica Germany: Eco Index. 2011
- WeGreen Firefox Add-on

Folgende **Links** standen zur Verfügung

- Rat für Nachhaltige Entwicklung: Der Nachhaltige Warenkorb – Einfach besser einkaufen <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/projekte/eigene-projekte/nachhaltiger-warenkorb/>
- Lexikon der Nachhaltigkeit: Nachhaltiger Konsum http://www.nachhaltigkeit.info/artikel/nachhaltiger_konsum_1135.htm
- Initiative makeITfair: <http://makeitfair.org/>
- Rat für Nachhaltige Entwicklung: „Grüne“ Handy-Programme: Nachhaltigkeit für die Hosentasche <http://www.nachhaltigkeitsrat.de/news-nachhaltigkeit/2011/2011-03-24/gruene-handy-programme-nachhaltigkeit-fuer-die-hosentasche/>
- WeGreen Nachhaltigkeitsampel: <http://wegreen.de/>

2. Teilnehmer der Online-Diskussion

Beiträge

51 Beiträge, davon 26 als Antworten auf Beiträge oder andere Antworten, d.h. insgesamt besteht reges Interesse am Thema und einer Diskussion der einzelnen Beiträge. Neun der Beiträge wurden von Mitarbeitern von Telefónica (Umweltmanager, CR Manager) erstellt, d.h. Telefónica hat sich aktiv in die Diskussion eingebracht und Fragen von Diskussionsteilnehmern beantwortet. Teilgenommen hat ebenfalls „Forum for the Future – action for a sustainable world“, der NGO-Partner und Mitentwickler des ECO-Index.

Teilnehmer

Teilgenommen haben Diskutanten aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen, u.a. auch verschiedene Blogger sowie Mitarbeiter verschiedener Institutionen und Unternehmen aus dem Bereich der Nachhaltigkeit bspw. WeGreen, GrünSpar, Rank a Brand, Lands Concepts sowie das Umweltbundesamt.

Methodik

Die Diskussion ist ebenso wenig wie deren Auswertung repräsentativ.

Die Auswertung erfolgte qualitativ, d.h. es wurden wiederkehrende Themen und Argumente identifiziert und entsprechend dargestellt – ggf. werden in der Auswertung jedoch auch Einzelmeinungen dargestellt, sofern diese relevant erscheinen.

Hinweis: Die Zitate in Abschnitt 5 ff. wurden im original Wortlaut aus den Online-Diskussionsbeiträgen übernommen, evtl. Fehler wurden nicht korrigiert. Auslassungen wurden mit „...“ und redaktionelle Ergänzungen, bspw. zur Erläuterung wurden mit „⟨⟩“ gekennzeichnet.

3. Umfrage

Methode

Jeder Besucher der Diskussion auf www.diskutiere.de hatte die Möglichkeit, anstatt oder zusätzlich zu einem ausführlichen Wortbeitrag im Rahmen der Diskussion an einer kurzen Abstimmung teilzunehmen. Die Teilnahme an der Umfrage war zudem auch über das Telefónica Germany CR-Portal www.telefonica.de/verantwortung sowie über verschiedene Social Media-Kanäle (z.B. Facebook- und Twitter-Seiten von Telefónica Germany, O₂ und Alice) möglich. Die hier aufgeführten Ergebnisse stellen die kumulierten Abstimmungsergebnisse dar.

Teilnehmer

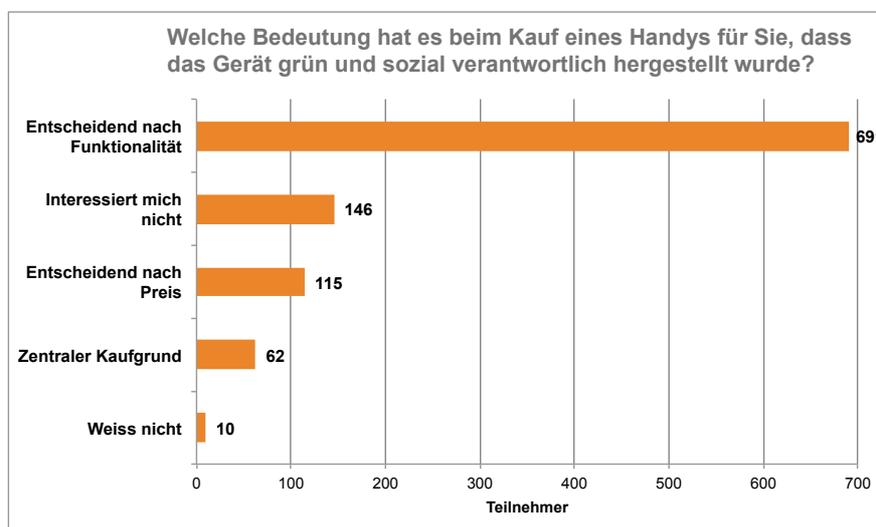
Insgesamt haben 1.024 Teilnehmer am Voting teilgenommen.

Frage und Ergebnisse

Frage: „Welche Bedeutung hat es beim Kauf eines Handys für Sie, dass das Gerät grün und sozial verantwortlich hergestellt wurde?“

Ergebnisse:

- Entscheidend nach Funktionalität 67% (691 Stimmen)
- Interessiert mich nicht 14% (146 Stimmen)
- Entscheidend nach Preis 11% (115 Stimmen)
- Zentraler Kaufgrund 6% (62 Stimmen)
- Weiss nicht 1% (10 Stimmen)



4. Fragestellung

Wozu grün und fair – Hauptsache Handys sind smart, schnell und schick!?

Gammelfleisch, Spielzeug aus Kinderarbeit oder Spritfresser, die Frage in welcher Welt wir leben und welche Welt wir unseren Nachkommen hinterlassen wollen beschäftigt viele Menschen. Immer mehr Verbraucher wollen mit ihrem Konsum bewusst mitentscheiden, wie nachhaltig sie leben – ob beim Frühstücksei, der Waschmaschine oder dem Stromanbieter. Gilt dies auch für den Bereich der mobilen Telekommunikation?

Die moderne Telekommunikation hat sich in den letzten Jahren rasant weiterentwickelt und dabei wie kaum ein anderer Bereich das tägliche Leben verändert. Internet, E-Mail und Social Networks sind dank Smartphone und Tablet überall und jederzeit verfügbar. In immer kürzeren Abschnitten erscheinen dabei neue, noch schnellere „Alleskönner“, die oft bereits nach 6 Monaten technologisch zum „alten Eisen“ gehören.

Telefónica Germany hat mit dem Eco Index ein System zur Bewertung der Umwelt- und Sozialverträglichkeit von Handys eingeführt und möchte zur Diskussion stellen, **ob und wie ein nachhaltiger Konsum und Lebensstil im Zeitalter von Smartphones, Apps & Co möglich ist.**

Im Rahmen der Online-Diskussion stellte Telefónica folgende Fragen:

- **Kauf:** Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit als Kaufkriterium im Vergleich zu technologischen Innovationen und dem Preis? Wie können sich Verbraucher orientieren und über ökologische und soziale Aspekte von Geräten informieren? Welche Verantwortung tragen Hersteller und Mobilfunkanbieter?
- **Nutzung:** Welche Möglichkeiten bieten neue Technologien wie z.B. Smartphone-Apps für Verbraucher, um den eigenen Lebensstil nachhaltiger zu gestalten?
- **Entsorgung:** 80 Millionen nicht mehr gebrauchte Handys verstauben in Deutschland in Schubladen – und mit ihnen gigantische Mengen an wertvollen Ressourcen. Warum nutzen Verbraucher die Recyclingprogramme von Mobilfunkanbietern so selten?

5. Grundsätzliche Haltung der Diskutanten

Die Diskutanten vertreten teilweise eine skeptische Haltung gegenüber der Thematik. Teilweise zeigen Sie eine hohe Motivation, nachhaltig zu agieren, sich einzubringen und bewerten die Diskussion und das Engagement von Telefónica zum Thema positiv.

6. Kauf

Kaufkriterium Nachhaltigkeit

Die Diskutanten machen deutlich, dass für sie die Funktionalität eines mobilen Endgerätes die notwendige Bedingung für einen Kauf ist.

Hinsichtlich des Kaufkriteriums Nachhaltigkeit zeigen sich zwei diametrale Haltungen bei den Diskutanten:

- **Zynische Ignoranz:**
Die eigene Macht als Verbraucher und sogleich die eigene Verantwortung wird negiert und das Thema an andere delegiert („Um Öko sollen sich Greenpeace und die Grünen kümmern“).
- **Erhöhte Zahlungsbereitschaft:**
Der Verbraucher signalisiert, die Bereitschaft für ein gleichartiges, jedoch nachhaltig produziertes Handy mehr zu bezahlen.

Auch ein populärer „Mittelweg“ wird diskutiert: bei ansonsten gleichwertigen (Funktionalität) Geräten, jenes zu wählen, das nachhaltig produziert wurde. Diese Position wird insbesondere auch dadurch gestützt, dass Nachhaltigkeit kein Grund für höhere Kosten sei, sondern im Gegenteil eher sogar zu Einsparungen führe.

Marktmacht der Konsumenten

Einige der Diskutanten betonen die Verantwortung jedes einzelnen Konsumenten, der durch seine individuelle Entscheidung letztendlich dazu beitrüge die Marktnachfrage zu formen und daher eine entsprechende Marktmacht ausübe, durch die er Nachhaltigkeit fördern können.

Zugleich wird aber auch eine Frustration deutlich vor dem Hintergrund der geringen unmittelbaren Wirkung des eigenen Verhaltens angesichts der globalen Situation.

Verantwortung der Hersteller und Mobilfunkanbieter

Insgesamt formulieren die Diskutanten folgende Anforderungen an die Hersteller von mobilen Endgeräten und Mobilfunkanbieter:

- Transparenz über die ökologischen und sozialen Wirkungen ihrer geschäftlichen Aktivitäten
- Pro-aktive Initiativen für soziale und ökologische Nachhaltigkeit
- Ganzheitliche und konsequente Umsetzung von Nachhaltigkeit
 - im eigenen Unternehmen, d.h.
 - gesamte Produktpalette
 - gegenüber Mitarbeitern
 - Ökologie
 - interne Prozesse/ Wertschöpfungskette
 - gegenüber Kunden
 - in den Lieferantenbeziehungen, d.h. bspw.
 - zu vereinbarende Anforderungen an Lieferanten,
 - konsequente Kaufentscheidungen,
 - Kontrollen etc.
- Transparente und konsequente Kommunikation des Engagements

Die Diskutanten machen zudem deutlich, dass sie Unternehmensmargen erwarten, die angemessen sind und keine Standards (ökologisch, sozial, etc.) gefährden.

7. Nutzung

Die Diskutanten gehen nur vereinzelt auf die Frage ein, welche Möglichkeiten neue Technologien wie z.B. Smartphone-Apps für Verbraucher bieten, um den eigenen Lebensstil nachhaltiger zu gestalten.

Ersetzen Smartphones andere Geräte?

Die Diskutanten weisen darauf hin, dass einerseits Smartphones und ihre Apps tatsächlich andere Geräte ersetzen (könnten), andererseits die meisten Nutzer aber nur wenige Funktionen kennen und nutzen und entsprechend weiterhin andere Geräte (Kameras, Navigationsgeräte etc.) verwenden.

Fördern Apps Nachhaltigkeit?

Hinsichtlich der Apps wird v.a. die Möglichkeit, sich jederzeit und an jedem Ort zu informieren als Potenzial für Nachhaltigkeit gesehen. Eingefordert werden App-Angebote, die die Verbraucher direkt im Bereich der Nachhaltigkeit, bspw. dem Energiemanagement, unterstützen.

In der Diskussion sind aber auch zweifelnde Stimmen zu vernehmen, die in den Apps v.a. einen Spielzeugcharakter sehen.

8. Entsorgung

Ressourcenverbrauch – Ressourcenfundus

Der Ressourcenverbrauch durch die Handyproduktion wird kritisch betrachtet und das hohe Potenzial einer gezielten Wiederverwertung wird von einigen durchaus gesehen.

Einige der Diskutanten sind sich der gigantische Mengen an wertvollen Ressourcen, welche nicht mehr verwendete Handys darstellen durchaus bewusst.

Wissensdefizite und Kommunikationsbedarf

Die Diskussion zeigt aber auch die großen Unterschiede im Wissensstand der Verbraucher zu diesem Thema und offenbart damit einen hohen Informations- und Kommunikationsbedarf, um entsprechende Wissensdefizite bei den Verbrauchern zu beheben und diese für das Thema zu sensibilisieren.

Verfolgen die Mobilfunkanbieter mit ihren Recyclingprogrammen ökonomische oder ökologische Motive?

Hinsichtlich der Entsorgungsprogramme der Mobilfunkunternehmen werden deren ökologische Motive teilweise angezweifelt. So werden z.T. primär wirtschaftliche Ziele, d.h. Gewinnerzielung durch den Verkauf der wieder gewonnen Rohstoffe, unterstellt. Dabei wird ein aus schlechten Erfahrungen beim Tarifwechsel oder mit dem Roaming entstandene „gieriges“ bzw. „unfares“ Image der Mobilfunkanbieter auf das Thema Entsorgung übertragen.

Einige Diskutanten schrecken daher davor zurück, den Mobilfunkanbietern „etwas zu schenken“.

Problematische Rolle des Marketings der Mobilfunkunternehmen

Kritisch gesehen wird in diesem Zusammenhang auch die Rolle des Marketings der Mobilfunkunternehmen, welches auf die Subventionierung von neuen Handys fokussiert und damit den Ressourcenverbrauch anheizt anstatt auf alternative Formen der Kundenbindung (Treueprämien/ Gutschriften) zu bauen.

9. Eco Index

Grundsätzliche Haltung

Zwar gibt es auch kritische Stimmen, insgesamt ist die Haltung der Diskutanten zum Eco Index jedoch sehr positiv. Es wird sogar eine branchenweite, gebündelte Lösung vorgeschlagen, um so einen besseren Hebel zu erzielen.

Höhere Transparenz der Kriterien erforderlich

Zur Nutzbarkeit des Index machen die Diskutanten folgende Vorschläge:

- Inhalt der Kriterien
 - was bedeutet das Kriterium, welche Aspekte werden wie erfasst, welche nicht?
 - Quelle (Hersteller vs. unabhängig)?
- Gewichtung der Kriterien

Bezüglich der Gewichtung wird v.a. folgendes angemerkt:

- Aspekte Rohstoffe und Auswirkung der Herstellung zu gering gewichtet
- Funktionalität (viel) zu stark bewertet

Neben dieser methodischen Transparenz wird auch eine inhaltliche Transparenz eingefordert: Was wurde weshalb wie bewertet?

Nutzbarkeit des Index

Die Diskutanten erwarten auch eine bessere Nutzbarkeit des Index. Dazu machen sie konkrete Vorschläge:

- Bessere Zugänglichkeit/ Auffindbarkeit, idealerweise ohne dass eine gezielte Suche erforderlich ist
- Bessere Übersichtlichkeit, intelligente Such- und Filtermöglichkeiten (Kunde bestimmt Kriterien, System nennt Produkte mit Bestnoten)
- Bessere Verständlichkeit
- Ausweitung des Eco Index auf mehr Geräte

Weitere Optimierung des Index

Über die genannten Anforderungen an die Nutzbarkeit hinaus beschreiben die Diskutanten folgende Optimierungspotenziale:

- Ausweitung auf weitere Endgerätegruppen (bspw. DSL-Modem)
- Ausweitung auf weitere Produkte und Dienstleistungen (bspw. Energieverbrauch Mobilfunkstationen, Rechenzentrum, Call Center etc.)
- Besondere Berücksichtigung sozialer Kriterien, wie bspw. Arbeitsbedingungen

Ergänzung der Kriterien über eine reine Produktbewertung hinaus durch eine Gesamtbewertung des Herstellers

10. Hinweise auf weitere Ressourcen durch die Diskussionsteilnehmer

Die Diskussionsteilnehmer haben in Ihren Beiträgen auf verschiedene Ressourcen verwiesen, die hilfreich sind, wenn man sich mit dem Thema beschäftigt. Diese sind im Folgenden aufgeführt:

- Film zum Eco Index: <http://www.youtube.com/watch?v=tCvBI43U93M>
- Film „Blutige Handys“: <http://www.youtube.com/watch?v=6b3czvwdwVw>
- Artikel zur Handy Nachhaltigkeit: <http://www.enorm-magazin.de/index.php?id=44>
- Beschluss des Europarates zum Thema Strahlenbelastung (Übersetzung): <http://www.diagnose-funk.ch/politik/politik-int/europarat-fordert-kurswechsel.php>
- Smart 2020 Report: <http://www.smart2020.org/>
- Ergebnisse einer Studie von Gartner und WWF zur IKT Branche: <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=792412>
- Blogbeitrag: <http://blog.rankabrand.de/2011/04/22/klingelts-gruen/>