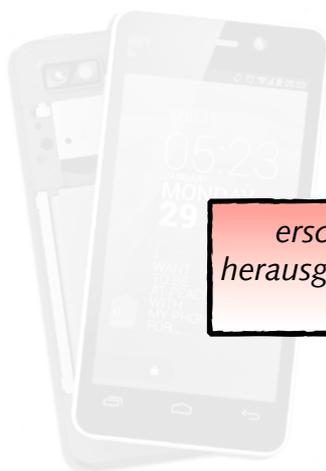


Betrachtet man demgegenüber die fast unüberschaubare Menge von Rohstoffen und Komponenten, die ein Smartphone ausmachen, wird klar, dass Fairphone hier noch ganz am Anfang steht. Kein Wunder, dass sich Fairphone nicht in erster Linie als Smartphone-Hersteller versteht, sondern eine Plattform bereitstellen möchte: Verschiedene in der Elektronikherstellung involvierte Akteure sollen zusammenkommen und kooperieren. Das Telefon dient vor allem dem Beweis, dass dieser Markt für nachhaltige Elektronik tatsächlich vorhanden ist.



erschienen in der FfF-Kommunikation,  
herausgegeben von FfF e.V. - ISSN 0938-3476  
www.fiff.de

Smartphone von Fairphone.

Foto: <http://www.flickr.com/photos/fairphone>

Diesen Beweis scheinen die beiden erwähnten Projekte erbracht zu haben: NagerIT wurde vom Medieninteresse geradezu überannt, und Fairphone konnte seine erste Fertigungscharge von 25000 Stück durch Vorbestellungen finanzieren. Betrachtet man, dass es sich nicht um Weltkonzerne, sondern um personell sehr überschaubare Initiativen handelt, ist das ein beachtlicher Erfolg. Letztlich könnte er – so das Ziel beider Projekte – größere Hersteller davon überzeugen, faire(re) Produkte in ihr Sortiment aufzunehmen.

Wie könnte und sollte die Entwicklung nun weitergehen? Um fairere Produkte effektiv und glaubhaft als solche bewerben zu

können, braucht es standardisierte Prozesse und Siegel, wie es die ebenfalls in diesem Heft vorgestellte TCO-Zertifizierung im Ansatz demonstriert. Diese, gemeinsam mit der von den Pionierprojekten geleisteten Vorarbeit, erleichtert Herstellern den Einstieg in die fairere Produktion.

NagerIT und Fairphone werden beide ihre jeweiligen Plattformen voranbringen. NagerIT versucht weiterhin unermüdlich, weitere fair hergestellte Komponenten für die Maus aufzutreiben – aktuell geht es zum Beispiel um USB-Kabel. Längerfristig soll daraus eine Komponentendatenbank entstehen, die es anderen Projekten ermöglicht, an fair hergestellte Bauteile zu kommen. Ebenso will Fairphone weitestmöglich Informationen über seine Lieferkette veröffentlichen und es so anderen Herstellern ermöglichen, von den Erfahrungen Fairphones zu profitieren.

Wollte jeder Hersteller seine eigene Lieferkette bis ins Detail untersuchen, wäre dies teuer und aufwändig. Teilt man diese Informationen, statt sie als Geschäftsgeheimnis zu behandeln, schafft man nicht nur Glaubwürdigkeit, sondern erhöht auch die Effizienz. Es ist zu wünschen, dass die Projekte zur fairen IT dazu beitragen, dass diese Transparenz zunehmend von den Unternehmen als nützlich empfunden und von den Verbrauchern und Verbraucherinnen eingefordert wird.

## Anmerkungen

- 1 Mehr Informationen zur fairen Maus, inklusive Bestellung, gibt es unter <https://www.nager-it.de/>. Die Maus kostet 29,90 Euro plus Versand (Stand September 2013). Zu empfehlen ist auch ein Blick auf die Lieferkette: <https://www.nager-it.de/static/pdf/lieferkette.pdf>.
- 2 <https://www.nager-it.de/static/pdf/lieferkette.pdf>
- 3 Mehr Informationen zu Fairphone gibt es unter <http://www.fairphone.com/>. Das Telefon ist für 325,00€ vorzubestellen und soll im Dezember 2013 ausgeliefert werden (Stand September 2013).



Susanne Brügelmann

## „Es gibt Möglichkeiten andere Wege zu gehen“

### Interview mit Fujitsu Deutschland

**FfF:** Sehr geehrte Frau Brügelmann, erkennen Sie eine Nachfrage nach fairer hergestellten Geräten? Spüren Sie die zunehmende Medienpräsenz dieses Themas?

*Susanne Brügelmann:* Generell nehmen wir folgenden Paradigmenwechsel wahr: Im Umfeld von Green IT fließt die soziale Komponente zunehmend in die Kaufentscheidung mit ein, zusätzlich zu Fragen nach der Energieeffizienz und der Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes. Damit sind nun auch Produktions- und Arbeitsbedingungen in Bezug auf unsere eigenen Werke und auch auf unsere Lieferketten ein wichtiges Thema.

**Keine der Markenfirmen hat die Herkunft der Rohstoffe in den Geräten veröffentlicht. Was sind die Probleme, und wie könnte man sie Ihrer Meinung nach überwinden?**

Das hängt mit der Komplexität eines Produktlebenszyklus zusammen. Nehmen wir als Beispiel einen Computer: Auf den ersten Blick scheint dieser sich aus einer übersichtlichen Zahl von Komponenten zusammensetzen – der Anschein trügt jedoch. So setzt sich ein PC aus unterschiedlichen Komponentengruppen zusammen, die ihrerseits aus einer Vielzahl von Kleinteilen bestehen. Noch komplexer ist die Situation bei Servern. Daher sind *Lifecycle Assessment Analysen* selbst innerhalb einer Pro-

duktfamilie sehr aufwändig. Bei Fujitsu kommt zudem noch ein sehr breites Portfolio hinzu, das gemäß unserem Prinzip *Think Global – Act Local* geographisch divergieren kann. Konkret heißt das, dass man je nach Marktanforderung unterschiedliche Produktlinien vorfindet.

Meiner Einschätzung nach lässt sich dieses Thema nur im Rahmen eines integrierten Reportings, gestützt auf internationale Standards, angehen.

**Man sagt immer, alle Hersteller wären gleich, weil sowieso jeder in China bei Foxconn oder ähnlichen Kontrakterstellern fertigen lässt. Sehen Sie das auch so? Gibt es Möglichkeiten, sich von der Konkurrenz positiv abzusetzen?**

Nein, das sehen wir nicht so. Mit Sicherheit hat die Kommodifizierung Einzug in die IT-Industrie gehalten und die Lieferantlandschaft weltweit verschlankt. Dennoch gibt es nach wie vor Möglichkeiten, andere Wege zu gehen – und genau das machen wir. So haben wir beispielsweise viele eigene Werke. Allen voran unser Werk in Augsburg. Oder unser Forschungs- und Entwicklungsstandort Paderborn mit eigenem Recycling-Center. Zudem gibt es in Japan eigene Werke, in denen Fujitsu-Produkte und Komponenten hergestellt werden.

**Von der Fertigung in Deutschland ist wenig bekannt. Welche Produktionsschritte finden in Augsburg statt und welchen Anteil hat dies innerhalb Ihrer gesamten Produktion von PCs? Wäre es in China nicht günstiger?**

Fujitsu setzt stark auf den Standort Deutschland und das Werk in Augsburg. Wir sind das einzige IT-Unternehmen dieser Größe, das noch in Deutschland fertigt. So wird beispielsweise die Produktlinie ESPRIMO PC mit Mainboard komplett in Augsburg gefertigt. Das garantiert kurze Wege.

Darüber informieren wir auch regelmäßig und bieten zudem Werksführungen an. Diese werden beispielsweise von unseren Partnern gerne wahrgenommen, aber auch von Schulen oder Universitäten. Zudem informieren wir im Internet darüber.<sup>1</sup> Dass über die Fertigung wenig bekannt ist, stimmt so also nicht.

**Haben Sie eine Erklärung, warum keiner der großen Hersteller, Fujitsu eingeschlossen, tut, was FairPhone oder Nager-IT vormachen? Warum nutzt niemand die vorhandenen Möglichkeiten zur faireren Herstellung offensiv als Verkaufsargument?**

Fujitsu stellt sich immer wieder neuen Herausforderungen mit alternativen Designkonzepten, durch die natürliche Materialien und bio-basierte Kunststoffe zum Einsatz kommen – und das kommunizieren wir auch.



*Fujitsu Recycling-Center in Paderborn  
Quelle: Fujitsu Technology Solutions (FTS)*

Erstes Beispiel: Das Öko-Keyboard. Das Fujitsu KBPC PX ECO Keyboard besteht zu 45 Prozent aus Biokunststoff, verfügt über ein PVC-freies USB-Kabel und eine halogenfreie Platine. Die Basis der Handauflage ist ARBOFORM® (Lignin), ein Abfallprodukt der Papierindustrie. Das Unterteil besteht aus BIO-GRADE®, einem Grundmaterial der Papierindustrie. Damit hilft es, auf Öl basierende Produkte wie Plastik und PVC aus der Fabrikproduktion zu entfernen.

Zweites Beispiel: Die Öko-Maus. Das Gehäuse der Fujitsu-Maus M440 ECO besteht aus BIOGRADE®. Weiterhin verfügt diese Maus über ein PVC-freies USB-Kabel sowie eine halogenfreie Platine. Weiterer Pluspunkt: Durch den Einsatz biologisch abbaubarer Materialien treibt Fujitsu seine umweltverträgliche Produktion weiter voran und reduziert den CO<sub>2</sub>-Ausstoß während der Herstellung. Hinzu kommt, dass das Mausgehäuse zu 100 Prozent biologisch abbaubar ist und somit für deutlich weniger Müll sorgt. Das Beste dabei, die Öko-Maus kostet nicht mehr als herkömmliche Computermäuse.

**Was ist Ihr nächster Schritt in Richtung einer faireren Herstellung der Geräte?**

Die Fujitsu Group ist Mitglied des Netzwerks *United Nations Global Compact*. Durch das Einhalten der Prinzipien des Global Compact in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung sowie die aktive Umsetzung von CSR-Initiativen fördert Fujitsu als globales Unternehmen verantwortungsbewusstes Management und trägt so zu einer nachhaltigen Gesellschaft bei. Aus diesem Grund hat FTS einen Verhaltenskodex für Zulieferer eingeführt, den Sup-



**Susanne Brügelmann**

**Susanne Brügelmann** ist Senior Product Marketing Manager Green IT & Corporate Social Responsibility bei Fujitsu Technology Solutions (FTS).

plier Code of Conduct. Dieser verdeutlicht unser Engagement für ethisches und verantwortungsvolles Handeln und die damit verbundenen Verpflichtungen, die wir unseren Zulieferern auferlegen.

Zudem sind wir derzeit dabei, ein umfassendes globales Compliance-Programm auszurollen, das faire Betriebs- und Geschäftspraktiken einschließt.<sup>2</sup>

**Das ist leider etwas undurchsichtig. Ich persönlich würde gerne das fairere Produkt von dem verantwortungsvolleren Hersteller kaufen, aber ein Vergleich ist schwierig. Wie können wir gemeinsam zu mehr Transparenz kommen, die für die Einkäufer und Konsumenten nützlich ist?**

Mit unserem Siegel *proGREEN Selection* kennzeichnen wir besonders umweltfreundliche und energieeffiziente Produkte von Fujitsu. Damit sind sie auf einen Blick zu erkennen. Auf unserer Website finden Interessierte außerdem zu jedem unserer Produkte detaillierte Informationen – über Produktbeschreibungen mit technischen Details, bis hin zu Datenblättern und Zertifika-

ten. Im Internet finden Einkäufer und Konsumenten also wichtige Informationen, um unterschiedliche Produkte und Hersteller zu vergleichen.

**Was können aus Ihrer Sicht die kritischen Konsumenten tun?**

Ganz klar: Sie müssen im Einklang mit ihren Vorstellungen handeln und die Kaufentscheidung danach richten, nicht nur nach dem Preis. Das zeigt dann auch den Unternehmen, dass sozial- und umweltverträgliche Produktion von den Konsumenten gewünscht ist und ein entsprechender Markt existiert – und führt hoffentlich langfristig zu einem Umdenken.

## Anmerkungen

- 1 Siehe <http://www.fujitsu.com/de/about/fts/environment-care/>, <http://www.fujitsu.com/de/about/fts/environment-care/production/>, <http://www.fujitsu.com/de/about/fts/environment-care/products/>
- 2 Weiterführende Informationen unter: <http://www.fujitsu.com/global/about/responsibility/>

Michael Kaminski-Nissen

## „Letztendlich entscheiden die Kunden“

### Interview mit Hewlett-Packard Deutschland

**FfF:** Sehr geehrter Herr Kaminski-Nissen, erkennen Sie eine Nachfrage nach fairer hergestellten Geräten? Spüren Sie die zunehmende Medienpräsenz dieses Themas?

*Michael Kaminski-Nissen:* Seit einigen Jahren verzeichnet die Diskussion um fair hergestellte ITK-Geräte in der Tat eine Zunahme. Dies resultiert sicher nicht zuletzt auch aus einem wachsenden Interesse der Medien, Aktionen von NGOs und ähnlichem. Ungeachtet dessen berichtet HP bereits seit Jahren regelmäßig in seinem *Global Citizenship Report*<sup>1</sup> unter dem Titel *Supply Chain Responsibility* proaktiv und detailliert über Maßnahmen, Ziele und Erreichtes bezüglich Lieferketten und Sozialverträglichkeit.<sup>2</sup>

Allerdings muss man realistischere auch sehen, dass bei der Beschaffung von ITK-Geräten sowohl für den privaten wie auch für den geschäftlichen Gebrauch eine Vielzahl von Kriterien eine Rolle spielen, beginnend bei den technischen und nutzungsrelevanten Eigenschaften über den Preis bis hin zu Aspekten der Umweltverträglichkeit und eben auch sozialverträglichen Lieferketten etc. Letztendlich entscheiden dann aber die Kunden über die Priorisierung dieser Kriterien bei ihrer jeweils individuellen Kaufentscheidung. Und daran orientieren sich wiederum die Schwerpunkte und der Umfang einer produktbezogenen und auch mengenmäßig durch die Kunden verarbeitbaren Kommunikation durch Hersteller wie HP. Das spiegelt sich auch in den individuellen Anfragen zu Umwelt und Nachhaltigkeit wider.<sup>3</sup>

**Keine der Markenfirmen hat die Herkunft der Rohstoffe in den Geräten veröffentlicht. Was sind die Probleme, und wie könnte man sie Ihrer Meinung nach überwinden?**

HP hat im April 2013 als erstes IT-Unternehmen weltweit die *3TG smelter list*<sup>2</sup> der in seinen Lieferketten aktiven 195 Schmelzhütten veröffentlicht, die die so genannten *Critical Minerals* Gold, Tantal, Wolfram und Zinn verarbeiten und ganz am Beginn der Produktlieferkette stehen.<sup>4</sup>



*HP hat eine Liste der Schmelzereien in der eigenen Lieferkette veröffentlicht. Quelle: Hewlett Packard*

**Aber wissen Sie auch, woher die Schmelzhütten ihre Mineralien und Erze beziehen?**

Diese Informationen sind für die Schmelzhütten wettbewerbs- bzw. geschäftskritisch und werden daher nicht öffentlich publiziert.