

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 *conflict-free sourcing* Programm auszurollen, das auch ethische Praktiken einschließt.²

Das ist leider etwas undurchsichtig, da das fairere Produkt von dem verantwortungsvolleren Hersteller gekauft, 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?

Lang mit ihren Vorstellungen hang danach richten, nicht nur nach den Unternehmen, dass sozialaktion von den Konsumenten gewünscht ist und ein entsprechender Markt existiert – und führt hoffentlich langfristig zu einem Umdenken.

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

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

Fiff: 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*¹ unter dem Titel *Supply Chain Responsibility* proaktiv und detailliert über Maßnahmen, Ziele und Erreichtes bezüglich Lieferketten und Sozialverträglichkeit.²

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.³

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*² 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.⁴



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.

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

HP arbeitet seit mehr als 12 Jahren bei und mit seinen Lieferanten an einer kontinuierlichen Verbesserung von Sozial- und Umweltstandards. Diese sind bereits vor vielen Jahren eine wesentliche Grundlage für den inzwischen weltweit anerkannten, branchenspezifischen Verhaltenskodex *Electronics Industry Code of Conduct* der *Electronic Industry Citizenship Coalition*⁵ gewesen.

Eine Überprüfung dieser Sozial- und Umweltstandards erfolgt seit Jahren durch proaktive, regelmäßige Audits, die falls notwendig auch aktive Verbesserungsmaßnahmen nach sich ziehen. Darüber hinaus werden konkrete, z.B. über die Medien oder durch NGOs bekannt gemachte kritische Vorkommnisse bei Kontraherstellern, die auch für HP relevant sind, kurzfristig analysiert. Es folgen bei Bedarf durch HP auch individuelle Maßnahmen zur Behebung möglicher Missstände. HP schafft zu dem Thema seit Jahren eine hohe Transparenz und macht eine detaillierte Liste seiner wichtigsten Lieferanten sowie die zusammengefassten Auditergebnisse und entsprechend umgesetzte Maßnahmen für jeden Interessierten öffentlich zugänglich.²

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

Kleinere, eher lokal produzierende und verkaufende Unternehmen, deren Produktportfolio sich auf ein oder zwei Produkte beschränkt und deren wesentliche Produktbotschaft die faire Herstellung ist, verfolgen einen interessanten und guten Ansatz. Allerdings sind diese lokalen Initiativen schwerlich mit den komplexen Lieferketten globaler Hersteller wie HP mit über 10000 aktiven Produkten für Kunden in rund 170 Ländern weltweit zu vergleichen. Während die Klientel dieser lokalen Hersteller sehr spezifisch ist und mit dem einen Verkaufsargument der fairen Herstellung adressiert wird, erwarten die privaten und geschäftlichen Kunden von HP für ihre Kaufentscheidung, wie oben bereits erläutert, eine Vielzahl von Kriterien, beginnend bei den technischen und nutzungsrelevanten Eigenschaften über den Preis bis hin zu Aspekten der Umwelt- und Sozialverträglichkeit. Mit anderen Worten: Auch ein Anbieter wie HP nutzt das Verkaufsargument der fairen Herstellung durchaus, muss dies aber entsprechend den aktuellen Anforderungen aller seiner Kunden angemessen im umfangreichen und vielschichtigen Kriterienkatalog platzieren.

Übrigens müssen im ITK-Bereich auch lokal produzierende Unternehmen die wesentlichen Elektronikkomponenten ihrer Produkte meist von den großen Lieferanten z. B. in Asien beschaffen. Dabei ist der Druck, den sie auf die Lieferanten ausüben können, um wirklich fair produzierte Ware zu bekommen, sicher kaum vergleichbar mit den Möglichkeiten, wie sie oben beispielsweise für HP dargestellt worden sind.

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

Es gibt zahlreiche und vielfältige Schritte, mit denen HP eine fairere Herstellung seiner Produkte vorantreibt. Zielvorgaben für 2013 sind beispielsweise eine intensivere und häufigere Prüfung der Einhaltung von Arbeitszeitmesskriterien sowie die Schulung von 90 Prozent der Endfertigungslieferanten in China bezüglich der HP-Arbeitsrichtlinien. Im *HP 2012 Global Citizenship Report* gibt es am Ende des Kapitels *Supply Chain Responsibility* eine Übersicht sowohl über nächste Schritte und Ziele wie auch über Ergebnisse.⁶

Was können aus Ihrer Sicht die kritischen Konsumenten tun?

Grundsätzlich ist hier zu unterscheiden zwischen dem privaten Konsumenten und der Beschaffung, die für geschäftliche Zwecke erfolgt.

Der private Konsument, also jeder von uns, sollte für seinen Kauf Informationsquellen nutzen, wie sie z. B. oben für HP genannt wurden, und so auf Anwender- wie auf Herstellerseite den Einsatz fairer hergestellter Produkte vorantreiben.

Für die Beschaffung im geschäftlichen Bereich gelten einerseits dieselben Informationsquellen zur Vorbereitung. Andererseits werden heute bereits zunehmend im Rahmen von Ausschreibungen auch Fragen zu den Lieferketten, sozialen Kriterien etc. gestellt.

Darüber hinaus gibt es für den Bereich der öffentlichen Beschaffung seit August 2013 eine zwischen BITKOM und dem Beschaffungsamt im Bundesministerium des Inneren erarbeitete Mustererklärung, die sich an den so genannten Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation ILO orientiert.⁷

Anmerkungen

1 Siehe www.hp.com/globalcitizenship

2 Zu Themen der Zuliefererverantwortung siehe www.hp.com/go/supplychain



Michael Kaminski-Nissen

Michael Kaminski-Nissen ist seit Ende 2007 bei Hewlett-Packard als Umwelt-Manager für Deutschland und die Schweiz tätig und in dieser Funktion intern wie extern in Deutschland der zentrale Ansprechpartner für alle umweltrelevanten Fragen zum Produkt- und Lösungsportfolio von HP.

- 3 Anfragen zu Umwelt und Nachhaltigkeit können bei HP an folgende eMail-Adresse geschickt werden: umwelt@hp.com
- 4 Siehe die Presseerklärung vom April diesen Jahres, mit der bekanntgegeben wurde, dass HP erstmals eine Liste mit allen Schmelzhütten in seiner Lieferkette veröffentlicht: <http://www8.hp.com/us/en/hp-news/press-release.html?id=1391397>

- 5 Siehe www.eicc.info
- 6 Zu finden ab Seite 101 im Report, der unter www.hp.com/go/report verfügbar ist.
- 7 Die Mustererklärung kann unter http://www.nachhaltige-beschaffung.info/SharedDocs/Kurzmeldungen/DE/2013/BITKOM_Bescha_Soziale-Nachhaltigkeit_ITK.html abgerufen werden.

Cornelia Heydenreich

Freiwilligkeit und Verbindlichkeit: Unternehmensverantwortung am Beispiel der IT-Industrie

Sorgen Computerproduzenten freiwillig dafür, dass in ihren Geräten keine Rohstoffe verbaut werden, deren Abbau kriegerische Konflikte anheizt oder müssen Staaten durch Gesetze dafür Sorge tragen? Funktioniert es, wenn Mobiltelefonhersteller über freiwillige Verhaltenskodizes ihren Zulieferern vorschreiben, dass die ArbeiterInnen nicht unter ausbeuterischen Bedingungen ihre Handys zusammenbauen sollen oder müssen sie über Gesetze in den Produktionsländern und in ihren Heimatstaaten dazu verpflichtet werden? Seit vielen Jahren gibt es eine Diskussion darum, was Unternehmen freiwillig tun und was ihnen durch Gesetze vorgeschrieben werden muss.

Unternehmensverbände setzen traditionellerweise auf Freiwilligkeit und wollen zusätzliche Regelwerke vermeiden. Und auch die bisherige Bundesregierung unterstützte vor allem freiwillige Ansätze im Rahmen der sogenannten *Corporate Social Responsibility, CSR*.

Umfassende Studie zeigt Grenzen der Freiwilligkeit

Allerdings reicht das freiwillige Engagement allein nicht aus, um den bestehenden gesellschaftlichen Herausforderungen angemessen zu begegnen. Dies ist das Ergebnis einer Studie, deren Ergebnisse 17 europäische Forschungsinstitute im September 2013 vorgestellt haben¹. Unter der Leitung des Öko-Institutes hatten sie fast vier Jahre lang die Auswirkungen von CSR auf die Gesellschaft untersucht. Ihr Projekt *IMPACT* kam zu dem Ergebnis, dass die Auswirkungen von CSR nicht groß genug sind, um die gesetzten politischen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Die Forscher stellten zwar Verbesserungen fest, allerdings nur von unter einem Prozent. Ihre Schlussfolgerung ist deshalb, dass der Effekt von CSR nicht ausreicht, um bei Arbeitsbedingungen und der Umweltsituation substantielle Verbesserungen herbeizuführen.

Interessant ist zudem das Ergebnis, dass eine gesetzliche Rahmensetzung nicht das freiwillige Engagement einschränkt. Derart argumentieren insbesondere Unternehmensverbände immer wieder, die gesetzliche Regelungen u. a. mit der Begründung ablehnen, dass Unternehmen dann nur noch so viel wie gefordert und nicht mehr machen würden. Die Forscher entdeckten jedoch gerade in stark regulierten Themenfeldern wie bei gefährlichen Chemikalien oder bei Gesundheit und Arbeitsschutz, dass Unternehmen freiwillig über die gesetzlichen Regelungen hinausgehen. Ebenso stellten sie fest, dass Unternehmen in Erwartung von zukünftigen Gesetzgebungen aktiv werden. In nicht regulierten Bereichen tun Unternehmen dagegen mitunter gar nichts.

Diese Ergebnisse decken sich auch mit Erfahrungen aus dem IT-Sektor. So betonten die führenden Elektronikfirmen im Jahr 2007 auf Anfrage von *makeITfair*, einem europäischen Projekt zur gesellschaftlichen Verantwortung der IT-Industrie, dass sie für den Abbau der Rohstoffe, die in ihren Computern und Han-



Vom Kontrollieren und Einpacken der Microsoft-Mäuse erschöpfte jugendliche Arbeiterinnen der Firma NYE (China) in der Pause
Foto: © Institute for Global Labour and Human Rights, 2010