

04.06.2014

'Sustainable Electronics Report 2014' veröffentlicht.  
Fairphone nachhaltigste Marke. Apple und Nokia auf einem guten Weg. HTC Schlusslicht.

Rank a Brand hat in Zusammenarbeit mit Friends of the Earth Netherlands 20 Elektronikmarken auf ihre Maßnahmen zum Klimaschutz, Umweltschutz und faire Arbeitsbedingungen in der Produktion untersucht. Unter den Herstellern von Smartphones, Tablets, Computern oder Fernsehgeräten erhielt nur das niederländische Start-up Fairphone das Prädikat „empfehlenswert“.

Die etablierten Hersteller schneiden auf breiter Front enttäuschend ab. Lediglich Apple und Nokia konnten zumindest in Ansätzen überzeugen. Angesichts der beträchtlichen Umwelt- und Sozialauswirkungen der Elektronikindustrie fallen die Resultate der Untersuchungen absolut unzureichend aus. Trotz diverser Skandale rund um die Produktionsbedingungen hat sich bisher zu wenig getan.

Zu den Ergebnissen der Untersuchungen sagt Mario Dziamski, Gründer von Rank a Brand - Deutschland: „Der Weg der Hersteller zu fairen und umweltfreundlichen Abbau- und Produktionsbedingungen ist noch sehr weit. Erste Schritte in die richtige Richtung sind zwar gemacht. Mehr als ein Anfang ist das allerdings bei weitem nicht. Die Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung sind zudem überwiegend nicht mehr als schön verpackte Worthülsen. Mit Blick auf zunehmend kritisch hinterfragende Konsumenten tun sich die Markenhersteller damit keinen Gefallen.“

Alle untersuchten Hersteller berichten über Nachhaltigkeit, jedoch sind 75% der Hersteller auf dem Greenwashing Alert gelistet.

Zu lediglich 21% lieferte die Nachhaltigkeitsberichterstattung der untersuchten Hersteller positiv bewertbare Angaben bezüglich der entwickelten Bewertungskriterien zum Klima- und Umweltschutz sowie Arbeitsbedingungen in der Produktion. 75% der Hersteller blieben demgegenüber entweder insgesamt, oder mit Bezug auf einen der Themenbereiche zu Fairness, Klima- oder Umweltschutz zu oberflächlich in der Berichterstattung. Bei Herstellern wie HTC, Microsoft oder Nintendo liegt der Verdacht nahe, dass Nachhaltigkeit nicht substantiell, sondern vorrangig kommunikativ angegangen wird.

Kein Hersteller kann fair produzierte Produkte gewährleisten.

Die Untersuchungsergebnisse lassen eindeutig vermuten, dass das Thema menschenwürdige Arbeitsbedingungen im Vergleich zum Klima- und Umweltschutz den höchsten Stellenwert besitzt. 19 der 20 untersuchten Elektronikmarken informieren über den Gebrauch eines Verhaltenskodexes für Zulieferer. Abgesehen von Fairphone und HP nutzt jedoch keiner der Hersteller einen Kodex bei dem alle ILO Kernarbeitsnormen für Zulieferbetriebe verpflichtend sind.

Über die Resultate der umgesetzten Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Fabriken berichten ebenfalls nur HP und Fairphone schlüssig. Jedoch auch diese beiden Hersteller können nicht den Nachweis liefern, dass zumindest die Hälfte der Gesamtproduktion entsprechend der Arbeitsnormen im Verhaltenskodex fair hergestellt wurde - einschließlich eines zum Leben ausreichenden Gehalts.

Beim Thema Konfliktmineralien ergibt sich ein ähnliches Bild. 85% der untersuchten Hersteller wirken in mindestens einer Initiative mit, um den Notwendigkeiten zur Verbesserung des Arbeitnehmer- und Umweltbedingungen beim Abbau von Metallen und Mineralien nachzugehen. Nur Fairphone und Apple können jedoch aufweisen, dass mindestens eines der verarbeiteten Mineralien konfliktfrei bezogen wird.

Insgesamt überzeugen in Ansätzen nur Fairphone, HP und Apple. Dies sind gleichzeitig auch die einzigen drei Hersteller, die ausführliche Listen aller beauftragten, direkten Zulieferer sowie Schmelzhütten veröffentlichen.

## Licht und Schatten beim Klimaschutz

Alle untersuchten Hersteller berichten über Maßnahmen zum Klimaschutz. 80% veröffentlichen zudem eine aussagekräftige Klimabilanz. Die knappe Mehrheit der Hersteller (55%) kann weiterhin mit einer Verringerung der Treibhausgasemissionen in den eigenen Betriebsbereichen überzeugen.

Mit Bezug auf Maßnahmen, die den Klimaschutz in der Produktionskette betreffen, können jedoch nur sehr wenige Markenhersteller überzeugen: Lenovo, HP und Nokia. Ein gleiches Bild ergibt sich bei der Formulierung weiterer Klimaschutzziele: Nur Sony, Philips, Microsoft und Dell sind in diesem Punkt überzeugend. Mit Blick auf den Gebrauch von erneuerbarer Energie lichtet sich das Feld schließlich so sehr, dass nur noch ein Hersteller überzeugt. Apple bezog im Jahr 2013 zu 75% erneuerbare Energie und lässt damit alle anderen Markenhersteller deutlich hinter sich.

## Viele offene Fragen zum Umweltschutz

Die Themen zum Umweltschutz weisen im Vergleich zum Klimaschutz und Arbeitsbedingungen ein noch stärkeres Schattendasein auf. Der Fokus der Untersuchungen wurde hier auf Aspekte zum Produktlebenszyklus, dem Einsatz recycelter Materialien, der Vermeidung von Müll, Bilanzierungen zum Wasser- und Landverbrauch sowie der Bannung gefährlicher Chemikalien gerichtet.

Bisher kann beispielsweise kein Hersteller aufzeigen, dass alle der folgenden schädlichen Chemikalien nicht mehr verarbeitet werden: PVC, bromierte Flammschutzmittel, Beryllium, Antimon und Phthalate. In Bezug darauf erfüllen Nokia und Motorola noch am ehesten die Erwartungen. Diese Hersteller haben zumindest jeweils PVC und bromierte Flammschutzmittel aus ihren Produkten entfernt, plus Nokia zudem Beryllium sowie Motorola Phthalate.

Der Schwerpunkt wurde bei den diesjährigen Untersuchungen auf Themen zum Produktlebenszyklus und Müllvermeidung gelegt. Fairphone konnte zu diesen Themen insgesamt am deutlichsten überzeugen. So weist der niederländische Hersteller beispielsweise eine sehr hohe Rücknahmequote von alten Mobiltelefonen in Relation zum Absatz von Neugeräten auf. Gemeinsam mit Samsung ist Fairphone außerdem der einzige Hersteller, der zu über 10% recyceltes Plastik in den Geräten verarbeitet. Das Fairphone ist darüber hinaus mit austauschbaren Batterien sowie universellen Ladegeräten ausgestattet. Ebenfalls wird an der Erstellung eines Do-It-Yourself Reparatur Online-Handbuchs gearbeitet und es werden gezielt umweltfreundliche Materialien für die Produktverpackung verwendet. In der Summe bleiben alle anderen untersuchten Hersteller bezüglich solcher Maßnahmen zum Produktlebenszyklus und Müllvermeidung deutlich zurück.

## Über Rank a Brand

Rank a Brand ist eine Initiative, die in Deutschland und den Niederlanden aktiv ist. Ziel ist es zu sensibilisieren: Markenhersteller für Unternehmensverantwortung und Transparenz. Verbraucher für Nachhaltigkeit im Konsum und ihre Einflusskraft. Aktuell sind Rankings zur ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit von über 500 Verbrauchermarken aus 25 Branchen (z.B. Lebensmittel, Kleidung oder Elektronik) auf [www.rankabrand.de](http://www.rankabrand.de) online einzusehen. In die Untersuchungen wird ausschließlich die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Markenhersteller selbst, sowie dritter Akteure - z.B. dem Carbon Disclosure Project - einbezogen. Somit erzeugt Rank a Brand Druck für eine wahrheitsgemäße sowie transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung. Weitere Informationen zur Methodik und dem Ansatz von Rank a Brand sind auf [www.rankabrand.de](http://www.rankabrand.de) veröffentlicht.

### **Pressekontakt:**

Mario Dziamski, Vorstand Rank a Brand e.V.

E-Mail: [mario.dziamski@rankabrand.de](mailto:mario.dziamski@rankabrand.de)

Telefon: 01754133048

Rank a Brand e.V.

Gneisenaustraße 30

10961 Berlin

[www.rankabrand.de](http://www.rankabrand.de)