

# DER BLAUE MODEENGEL

Text Mahret Kupka

*Heutzutage ist es modern, sich näher mit den Dingen, die um einen herum passieren, zu befassen. Unter dem Schlagwort der Nachhaltigkeit werden sämtliche Lebensbereiche nach vermeintlich ökologisch vertretbaren Vorstellungen gestaltet: Die Milch kommt aus der Kuh vom Biohof, das Ei vom freilaufenden Huhn, das nur Biokörner gefressen hat, der Strom aus erneuerbaren Energien und die Baumwolle aus pestizidfreiem, arbeiterfreundlichem Anbau. Dass gerade im Biogewerbe gerne mit Halbwahrheiten operiert wird und oftmals gar nicht so viel Bio in der Packung drinsteckt wie draufsteht, ist manchem Konsumenten gar nicht bewusst.*

Gerade in der Bekleidungsproduktion geht die Nachhaltigkeit oft auf halber Strecke verloren. Grund sind vor allem die vielen Einzelschritte, und nicht zuletzt auch ein hoher Kostendruck. So preist manch ein Konzern die beispielhaften Produktionsbedingungen seiner Konsumgüter an, die Rohstoffe werden aber nicht selten auf gewohnt kostengünstige und meist gesundheitsschädliche Weise gewonnen. Bio ist in, und so möchten sich viele das Ökosiegel ans Revers heften, um auf der Welle mitzureiten – ob nun zu Recht oder nicht. Für all jene Konsumenten, die tatsächlich an einer Verbesserung der Zustände interessiert sind, ist ein gründlicher Blick daher unabdingbar. Organisationen wie die niederländische Multistakeholder-Initiative Made-by helfen, im Dickicht der Produktionsschritte den Überblick zu behalten, und begleiten gleichzeitig Unternehmen auf ihrem oft langwierigen Weg hin zu einer nachhaltigen Produktion.

Das System ist simpel: Made-by vergibt im Rahmen eines Lizenzvertrags ein Label an Modemarken, die daran interessiert sind, ihre Produktion sozial und umweltgerecht umzugestalten. Während dieses in der Regel drei Jahre laufende Abkommens unterstützt Made-by die Unternehmen bei der

## BLUE ANGEL FASHIONLABEL

These days it's modern to know more about the things that go on around us. Under the catch word sustainability whole areas of our life are being redesigned to be ecologically defensible: the milk comes from organic farm cows, the eggs from free range hens, who have been fed with only organic grain, the electricity comes from renewable energy sources and the cotton from pesticide-free fair trade farms. Especially in the organic business half-truths are common currency and often there's not quite as much organic in the packet as one is led to believe by the label; a fact many consumers are not always aware of.



Sustainability often gets lost along the way, especially in the apparel industry. One reason for this is the myriad stages along the way, from raw materials to the finished product, and the eternal pressure to keep costs down. Thus, a company may claim exemplary production conditions, but the raw materials may have been gathered cheaply with hazardous cultivation methods. Organic is in, and so everyone is trying to claim the organic stamp of approval in order to ride the wave, whether justifiably or not. For consumers who are truly concerned with improving conditions, it means taking a closer look at the products and their provenance.

Organisations like the Dutch multi-stakeholder initiative Made-by help to maintain an overview in the thicket of production stages, and offer support to companies on their often arduous path to a truly sustainable production method.