

NEUES NACHHALTIGKEITS-GÜTESIEGEL

»Made in EU« für mehr Transparenz

Von **Claudia Stückler** (mailto:c.stückler@textilzeitung.at)

Freitag, 14. Mai 2021

Buy local, think global – das Prinzip gilt als wichtigste Waffe im Kampf für Klimaschutz, Nachhaltigkeit und Fairness. Nun gibt es erstmals ein Gütesiegel, das Produkte aus europäischer Provenienz sichtbar machen soll. Geboren wurde es in Österreich.

Es scheint so selbstverständlich wie überfällig: ein eigenes Gütesiegel, dass Waren, die in der Europäischen Union hergestellt wurden, auszeichnet. „Wir haben uns gefragt, warum es das noch nicht gibt,“ so Georg Kantor, einer der Mitinitiatoren und CEO der Initiative »Made in EU« mit Sitz in Kufstein. Zwar gab es bisher schon einige regionale Auszeichnungen, eine Dachmarke fehlte allerdings.

Der Startschuss zum Projekt erfolgte noch vor Corona, die Pandemie hat ihm aber weiteren Nachdruck verliehen: »Uns sind zu Beginn der Krise sehr rasch die Waren ausgegangen. Auch der Frachter, der im Sueskanal stecken blieb, zeigte klar, wie abhängig wir von außereuropäischen Warenlieferungen sind.«

Wo kommt es her?

Kurzerhand wurde IMIEU (Initiative Made in EU) ins Leben gerufen. Seit Anfang dieses Jahres wird das Herkunftsgütesiegel nun kommuniziert und gegenüber Unternehmen vermarktet. Voraussetzung ist, dass 80 % der Wertschöpfung in Europa passieren und dass Hersteller europäische Normen und Regeln für eine nachhaltige Produktion einhalten. Für eine Einmalzahlung von rund 2.500 Euro und eine jährliche Gebühr von 950 Euro erhalten die zertifizierten Unternehmen eine Urkunde und die Druckfreigabe für Aufkleber oder Anhänger.

»Es muss eine neue Solidarität für Produkte aus der EU geschaffen werden – und zwar auf der Seite der Erzeuger und der Kunden. Die Erfahrungen des letzten Jahres haben gezeigt, wie wichtig es ist, die Herstellung von Produkten mit mehr Unabhängigkeit und Local Content sowie einem reduzierten Risiko im Warenverkehr zu realisieren.«

Kantor ist überzeugt: »Die Kunden sind sehr fokussiert auf ‚Wo kommt es her?« Bei einem Test in einem bekannten Sportartikelgeschäft habe man zwei Dutzend Anoraks aufgehängt: »Die Kunden haben überwiegend zu jenem gegriffen, an dem das „Made in EU“-Markerl gehangen ist.« Durch das Gütesiegel könnten sich Konsumenten bewusster für ein europäisches Produkt entscheiden. Die übergeordnete Marke soll Vertrauen schaffen und die nötige Transparenz des Herstellungsprozesses bekunden. Mit Hilfe Online-Datenbank können all jene Firmen gefunden werden, die »Made in EU«-ausgezeichnet sind. Auf lange Sicht könnten so positive Umwelteffekte erzielt und mehr europäische Arbeitsplätze geschaffen werden.

Stärkung des Produktionsstandortes

Auch die Hersteller haben durch die Zertifizierung eine Reihe an Vorteilen – einzeln und als Gruppe. Die Vision der Initiatoren ist es, langfristig den EU-Binnenmarkt, den größten Wirtschaftsraum der Welt, zu stärken: »Der Standort EU wird in den Fokus der Konsumenten gerückt, dadurch wird das Bewusstsein für die heimische Wirtschaft geschärft.« Das Herkunftsgütesiegel vermittele zudem hohe Qualität, verbunden mit Nachhaltigkeit und dem Bestreben, europäische Produkte klar zu positionieren. »Wenn das Herz der Käufer für Waren aus der EU schlägt, erhält der größte gemeinsame Wirtschaftsraum der Welt endlich die Bedeutung, die er verdient.«

Jedes einzelne Unternehmen profitiert zudem davon, dass es mit der Zertifizierung seiner Produkte über ein

Unterscheidungsmerkmal gegenüber dem Wettbewerb am POS verfügt. So kann man Kunden an sich binden und neue Zielgruppen ansprechen. Durch flächendeckende Kommunikation zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und des Markenimages seitens der Initiative können zudem positive Abstrahleffekte für die teilnehmenden Unternehmen entstehen: »Mit dem Gütesiegel schaffen wir mehr Sichtbarkeit – auch für kleine Produzenten in Portugal oder Lettland, die man sonst vielleicht nicht so leicht finden würde.«

Das Herkunfts-Gütesiegel selbst ist branchenübergreifend, Kantor sieht aber besonders viel Potenzial für die Textilbranche: »Ich rechne damit, dass das unsere größte Kundengruppe wird.«

Weitere Infos: www.made-in.eu (<https://www.made-in.eu/>)