

ESOS

European Seal Of Sustainability



von Laura Haferbecker und Jansje Kiencke

Das European Seal Of Sustainability (ESOS), also das europäische Siegel für Nachhaltigkeit, gilt für die gesamte Europäische Union (EU). Es fokussiert sich anders als andere Siegel nicht nur auf einen Schwerpunkt, sondern betrachtet die Nachhaltigkeit des ganzen Unternehmens.

Das Siegel ist für den primären und den sekundären Wirtschaftssektor ausgelegt. Dienstleistungen kann das Siegel mit den aktuellen Kriterien nicht bewerten. Unternehmen, die mit ESOS ausgezeichnet werden, können von Verbrauchern sorgenfrei als nachhaltig und umweltfreundlich betrachtet werden.

Um diesen hohen Standard zu jeder Zeit gewährleisten zu können, wird ESOS nicht von einer Organisation vergeben, sondern staatlich gestützt von der EU. Unabhängige zertifizierte Prüfer vergewissern sich regelmäßig und unangemeldet, ob alle Kriterien weiterhin erfüllt werden.

Kriterien

Emissionen/Transportwege

1. Unabhängige Prüfer müssen zu jedem Zeitpunkt ohne Einschränkungen den Transport von Gütern transparent verfolgen können.
2. Unternehmen müssen regionale Produkte verwenden. Das heißt, dass alle Rohstoffe und Zwischenprodukte nahe der Endproduktionsstätte gefördert oder produziert werden müssen. Eine Rechtfertigung für einen weiter entfernten Ort darf nicht eine Vergünstigung der Produkte sein.
3. Unternehmen müssen alle CO₂-Emissionen bis 2030 gegenüber dem derzeitigen Verbrauch halbieren. Erfolgt dies nicht wird das Siegel 2030 aberkannt.

Rohstoffe

1. Bei der Beschaffung von Wasser als Rohstoff muss darauf geachtet werden, dass den Menschen, die nahe dieser Rohstoffquelle leben, nicht der Zugang zu sauberem Trinkwasser verwehrt wird. Der Zugang zu sauberem Trinkwasser in ausreichender Menge stellt eines der universellen Menschenrechte dar.
2. Das Geld muss in den Ländern bleiben, wo Rohstoffe abgebaut werden. Das heißt, dass Arbeiter in diesen Ländern fair bezahlt werden müssen und Steuern an den Staat im Produktionsgebiet gezahlt werden müssen statt z.B. an den Staat des Unternehmens Hauptsitzes. Die Ausbeutung der heimischen Bevölkerung soll verhindert werden.
3. Die für die Produktion aufzubringende Landwirtschaft darf nicht in gerodeten Gebieten wie z.B. dem Amazonasgebiet oder einem anderen Regenwaldgebiet erfolgen. Der (Regen-)Wald als einer der größten Sauerstoffproduzenten und CO₂Speicher muss global geschützt werden.
4. Bei der gesamten Produktion soll auf fossile Brennstoffe verzichtet werden. Nur wenn es für die Produktion nach dem derzeitigen technischen Stand noch alternativlos ist, können fossile Brennstoffe eingesetzt werden. Das Unternehmen verpflichtet sich, auch unter Beachtung der o.g. CO₂-Emissionsbegrenzung, schnellstmöglich auf erneuerbare Energieträger umzusteigen.

Landwirtschaft

1. Ein nachhaltiger landwirtschaftlicher Betrieb muss als Kreislaufsystem organisiert sein. Alle Prozesse sind so ausgerichtet, dass Abfall-, Nebenprodukte wiederum anderen Prozessen als Vorprodukt zugeführt werden.
2. Den Höfen ist es untersagt, synthetische/mineralische Düngemittel und Pestizide einzusetzen, da diese die Boden- und Wasserqualität nachhaltig schaden. Dementsprechend dürfen nur organische Düngemittel wie Gülle oder Stallmist mit vorgegebenen Mengengrenzungen zum Einsatz gebracht werden, so dass z.B. eine feste Relation von Tieranzahl zu Bodenfläche die Betriebsgröße bestimmt.
3. Durch wechselnde Anbauprodukte statt Monokultur und Ruhephasen (Brachland) wird sichergestellt, dass der Boden nachhaltig bewirtschaftet werden kann.

Tierwohl

Fischerei

1. Der Fischfang mit Treibnetzen ist verboten.
2. Es dürfen keine vom Aussterben bedrohten Fischarten gefangen werden.
Bedrohte Fischarten: Aal, Atlantischer Lachs, Dornhai, Eismeergarnele, Kaltwassershrimp, Flunder, Grenadierfisch, Hai, Kliesche, Scharbe, Leng, Lumb, Brosme, Meerbrasse, Rote Fleckbrasse, Streifenbrasse, Meerforelle, Bachforelle, Petersfisch, Rochen, Rotbarsch, Sardine, Seehase, Seehecht, Seeteufel, Steinbeißer, Steinbutt, Stöcker, Schildmakrele, Streifenbarbe, Rotbarbe, Meerbarbe, Thunfisch, Wittling, Wolfsbarsch, Schnäpel, Strömer, Zährte, Frauenerfling, Flussneunauge, Elritze, Karausche, Schrägler, Huchen, Äsche, Streber, Zingel, Schlammpeitzger, Luzin-Tiefenmaräne, Schaalsee-Maräne, Sterlet, Maifisch, Donau-Neunauge, Perlfisch, Lachs, Chiemsee-Renke, Ammersee-Kilch, Waxdick, Rhein-Schnäpel, Bodensee-Tiefseesaibling, Steingressling, Hausen, Buntflossengruppe, Bodensee-Kilch
3. Bei der Fischerei muss sichergestellt werden, keinen Mitfang zuzubekommen. Versehentlicher Mitfang muss direkt wieder ins Gewässer gegeben werden, um den natürlichen Kreislauf nicht zu sehr zu stören.
4. Walfang in jeglicher Art ist verboten.
5. Priorität hat zu jeder Zeit der Schutz der Meere.
6. Die Verschmutzung der Gewässer in jeglicher Art ist verboten.
7. Die Fischerei soll vor allem in EU-nahen Gewässern stattfinden, um eine Gleichverteilung der Fischbestände auf der Erde zu generieren.
8. Insgesamt soll die Fischerei nachhaltig gestaltet sein. Das heißt, dass es keine Überfischung gibt und durch die Fischerei die Meere nicht nachhaltig geschädigt werden.

Tierhaltung

1. Antibiotika als Medikament und Tiermehl als Futtermittel sind verboten.
2. Tierfutter soll regional produziert werden und nur kurze Transportwege haben. Optimalerweise soll das Tierfutter direkt am Hof produziert werden, wo es am Ende auch verfüttert wird (siehe vorgenannte Kreislauforganisation).
3. Die artgerechten Haltungsbedingungen stehen bei der Tierhaltung an oberster Stelle. Dabei müssen die Tiere vor allem genügend Platz zur Verfügung haben.
4. Massentierhaltung ist verboten.
5. Jedes Tier muss jeden Tag die Möglichkeit auf Weidegang/Auslauf haben.

Allgemeines Tierwohl

1. Tierversuche sind verboten.
2. Kein Tier darf grundlos getötet werden. Die einzigen Gründe, die es gibt, sind im Falle von Krankheiten und zum Verzehr.

Verpackung/Müll

1. Oberste Prämisse ist die Abfallvermeidung und damit die Reduktion von Verpackung auf ein absolutes Minimum. Obst und Gemüse darf nicht mit Folie ummantelt werden.
2. Es muss ein Müllkreislauf entstehen. Jeder Abfall muss vom Unternehmen selbst oder von einem außenstehenden beauftragten Unternehmen auf Kosten des Produzenten recycelt werden und wieder in den Kreislauf einfließen.
3. Alle Verpackungen sollen zu mindestens 80% aus recycelten Materialien bestehen.
4. Verpackungen aus Plastik sind nur erlaubt, wenn sie aus hygienischen Gründen notwendig sind.
5. Jedes Unternehmen trennt seinen Müll sorgfältig und entsorgt ihn auch getrennt.
6. Für jedes Produkt soll die kleinstmögliche Verpackung gewählt werden.

Allgemeine Kriterien

1. Menschenrechte und Arbeitsrechte dürfen nicht verletzt werden.

Überprüfung von einzelnen Unternehmen

„Werden sie unseren Kriterien gerecht?“

Die von uns ausgewählten Unternehmen stellen sich als nachhaltig dar. In unseren Überprüfungen vergewissern wir uns, ob die Unternehmen unsere Kriterien erfüllen und deswegen wirklich als nachhaltig angesehen werden können oder ob sie ein sog. „Greenwashing“ betreiben und ihre Konsumenten damit hinters Licht führen.

Alle unsere Informationen basieren auf Internetrecherchen. Wir können auf Grund unserer zur Verfügung stehenden Mittel nicht überprüfen, ob diese Informationen stimmen. Alle Quellen sind im Quellenverzeichnis aufgeführt.

iglo GmbH

Das Unternehmen Iglo verkauft tiefgefrorene Produkte. Dabei nimmt Fisch einen Großteil ein. Die anderen Produkte sind vor allem Gemüsemischungen oder vorverarbeitetes Gemüse.

Iglo wirbt mit regionalen Produkten und baut viele Gemüsesorten im europäischen Raum an. Allerdings wird Brokkoli in Ecuador angebaut. Dadurch entstehen lange und unnötige Transportwege. Brokkoli lässt sich auch problemlos in Europa anbauen. Deswegen gibt es keinen erheblichen Grund, warum der Brokkoli in Ecuador angebaut werden muss.

Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass die Fischerei weltweit stattfindet. Der meiste Fisch kommt aus asiatischen Gewässern (vorallem China). Dort findet auch meistens die Verarbeitung des Fisches statt. Der Fischfang und die Verarbeitung wird nicht kontrolliert und wird nicht zu europäischen Standards durchgeführt.

Iglo ist ausgezeichnet mit dem MSC-Siegel und wirbt damit auch für gute Standards im Fischfang. Allerdings steht dieses Siegel in der Kritik und wird nicht von führenden Umweltorganisationen (z.B. Greenpeace) unterstützt, weil es zum Beispiel den Gebrauch von Bodenschleppnetzen, die den Meeresboden nachhaltig schädigen, erlaubt. Das Siegel ist kein Zeichen für eine gute Fischerei und kann nicht als Qualitätsbeweis gelten.

Auf Grund der Überfischung weltweit steigt die Fischmassenzucht. Rund 50% der Fische, die zum Verzehr verkauft werden, kommen heutzutage aus der Massenfischzucht. Diese ist

zwar eine Alternative zum traditionellen Fischfang, allerdings werden die Fische in der Zucht meist mit Fisch-/Tiermehl und anderen proteinreichen Futtermitteln gefüttert. Für die Produktion dieses Futters werden zum einen Tiere getötet und die Futtermasse insgesamt ist höher als die Menge an Fisch, die am Ende herauskommt. Dadurch entsteht ein Ungleichgewicht. Die Aquakulturen verschmutzen zudem die Gewässer durch Fäkalien.

Fazit: Iglo wird unser Siegel nicht bekommen, da es gegen mehrere unserer Kriterien verstößt. Vor allem im Bereich der Fischerei gibt es Lücken in Sachen Nachhaltigkeit. Iglo stellt sich sehr nachhaltig da, in dem sie vor allem mit ihren regionalen Produkten werben. Gleichzeitig legen sie aber ihre Fischereibedingungen nicht offen und bauen Brokkoli in Ecuador an. Das MSC-Siegel soll für ein gutes Gewissen beim Kauf sorgen und den Konsumenten dazu bringen, die Fischereibedingungen nicht zu hinterfragen.

Rügenwalder Mühle Carl Müller GmbH und Co. KG

Die Rügenwalder Mühle ist ein Unternehmen, das seit 1834 Wurst- und Fleischwaren produziert und verkauft. Seit 2014 verkauft das Unternehmen zudem vegetarische und vegane Fleischersatzprodukte. Diese machen über 50% des gesamten Sortimentes aus. Seit der Einführung dieser Produkte produziert die Rügenwalder Mühle aber trotzdem mehr fleischhaltige Produkte als vorher. Dies bekommt man als Verbraucher nicht direkt mit, da die Rügenwalder Mühle seit einigen Jahren ihren kompletten Marketingbereich auf den „Veggie-Bereich“ ausgelegt hat und dieser auch nur noch beworben wird.

Sie wollen zudem die genauen Zahlen zum Verkauf ihrer Produkte nicht offen legen. Sie sind auch nicht transparent hinsichtlich der Tierhaltung und legen nur die Produktion von vegetarischen/veganen Produkten offen.

Fast alle fleischverarbeitenden Unternehmen in Deutschland wollen die Haltungsbedingungen für Konsumenten nur offen legen, wenn sie von der Politik dazu verpflichtet werden. Der Begriff der Freilandhaltung von Hühnern wird irreführend verwendet und die Haltungsbedingungen sind schlechter als es dem Verbraucher vermittelt wird. Das Unternehmen stellt sich zudem dagegen, Bio-Eier zu verwenden, da diese zu teuer sind. Allgemein wollen sie keine Bio-Produkte, weil sich diese schlechter verkaufen lassen.

Die Rügenwalder Mühle wirbt stark mit ihrem eigenen Soja, das mit dem „Donausiegel Soja“ ausgezeichnet ist. Dieses Siegel zeichnet Soja aus, das in der Donauregion (also in

großen Teilen Europas) angebaut wird. Das Siegel wird von Umweltorganisationen akzeptiert und als gut befunden. Allerdings ist es nicht perfekt, da zum Beispiel der Einsatz von Pestiziden erlaubt ist. Zudem kommen trotzdem noch 50% des Sojas, das die Rügenwalder Mühle verwendet, aus Nordamerika und hat kein Siegel. Da das Unternehmen nur mit dem Soja aus Deutschland wirbt, das insgesamt lediglich einen sehr geringen Anteil an der Gesamtmenge ausmacht, handelt es sich hier um eindeutiges „Greenwashing“.

Fazit: Die Rügenwalder Mühle ist nicht transparent bei den Tierhaltungsbedingungen und betreibt mit der Werbung für vegetarische/vegane Produkte und des Sojas aus Deutschland klar „Greenwashing“. Da das Unternehmen die Tierhaltungsbedingung nicht offenlegen möchte, muss man davon ausgehen, dass die Tiere bei schlechtesten Bedingungen gehalten werden und leben müssen. Dies kann unser Siegel nicht unterstützen.

H&M – Hennes & Mauritz

Das schwedische Textilhandelsunternehmen H&M (Hennes & Mauritz) ist bekannt dafür, Fast-Fashion, sprich Kleidung, die billig hergestellt und verkauft wird, damit die Kunden häufiger neue Artikel kaufen können, anzubieten.

Da jedoch das Umweltbewusstsein der Menschen steigt und der Nachhaltigkeitsgedanke präsenter denn je in den Köpfen der heutigen Bevölkerung ist, bringt die Fast-FashionKette in regelmäßigen Abständen zusätzlich eine kleine, nachhaltige Kollektion (Conscious Collection) heraus, die sich durch den Einsatz von Biobaumwolle und recycelten Materialien, wie beispielsweise recyceltem Polyester, auszeichnen soll.

Hinter diesem vermeintlichen Anpassen der eigenen Produktpalette an die Interessen der potenziellen Kunden verbergen sich jedoch vor allem „Greenwashing“-Maßnahmen, die das Unternehmen anwendet, um sein Image aufzubessern sowie die Kundschaft von sich zu überzeugen.

Doch auch „Greenwashing“ ist nicht gleich „Greenwashing“. Unternehmen haben verschiedene Möglichkeiten, „Greenwashing“ auszuüben. Der schwedische Modekonzern versucht, sich in dieser Hinsicht auf unterschiedlichste Art und Weise ein grünes Image zu verleihen.

In dem Online-Store von H&M findet sich eine ganze Kategorie mit dem Titel Nachhaltigkeit, in der Konsumenten zahlreiche Artikel über Maßnahmen und Modekollektionen, die zum Klimaschutz beitragen sollen, lesen können. In einem dieser Artikel wird deutlich, dass der Fast-Fashion-Konzern sich eindeutig bewusst darüber zu sein scheint, dass die Textilbranche enorme Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima hat, denen man weitestgehend entgegenwirken sollte. Auf der Website steht geschrieben: „Die Modebranche muss sich verändern und jemand muss diese Veränderung vorantreiben. Zum Beispiel wir.“ Darauf folgt eine Reihe an Maßnahmen, die Vielversprechendes bewirken könnten, zumeist eingeleitet mit „Lasst uns...“ Jedoch verbirgt sich dahinter die Form des „Greenwashings“, bei der ein Unternehmen schlichtweg bedeutungslose Aussagen trifft. Es werden aussagekräftige Worte gewählt, auf die jedoch keine wirklich zielführenden Taten folgen.

Ähnlich verhält es sich mit der regelmäßig neu erscheinenden Conscious-Kollektion von H&M. In Sachen „Greenwashing“ wird hierbei insbesondere auf Beschönigungen gesetzt. Das Plastik recycelt wird, wird besonders betont, um von den eigentlichen umweltschädlichen Eigenschaften abzulenken.

Beispielhaft dafür lässt sich die Ende Dezember 2021 erschienene Kinderkollektion anführen, die in Zusammenarbeit mit Danone AQUA entstanden ist und ein Teil des bottle2fashion Projekts darstellt. Hierbei ist auf der einen Seite durchaus positiv zu bewerten, dass diese Kollektionsprodukte zumeist zu einem Teil aus recyceltem Polyester bestehen, wofür über 7.5 Millionen PET-Flaschen wiederverwertet wurden. Der Herstellungsprozess dieses Materials erweist sich als energiesparender und durch das Recyceln bereits vorhandener Kunststoffe muss weniger Erdöl gefördert werden, was in der Folge die natürlichen Ressourcen der Erde schont.

Recycelte Polyesterkleidung löst die Probleme der Umweltverschmutzung durch Plastik jedoch nicht. Es wird oft in Mischform mit anderen Materialien verwendet und daher können diese Kleidungsstücke schlecht oder gar nicht weiter recycelt werden. Würde man aus den PET-Flaschen hingegen keine Textilien fertigen, könnten sie Teil eines Kreislaufsystems sein, aus dem immer wieder neue Flaschen hergestellt werden würden.

Hinzu kommt, dass unabhängig davon, ob Polyester in recycelter oder neu hergestellter Form vorliegt, durch jeden Waschgang mikroskopisch kleine Fasern von den synthetischen

Textilien über das Abwasser bis in die Weltmeere gelangen, in denen sie folglich kaum wieder herauszuholen sind und sich als Mikroplastik nachgewiesenermaßen bereits in der gesamten Nahrungskette bis hin zum Menschen wiederfinden.

Die Herstellung von Kleidung aus recyceltem Polyester erweist sich somit als nicht mehr als ein „Greenwashing“. In der Überzeugung, dass diese Kleidung nachhaltig sei, werden die Menschen sogar zu mehr Konsum verleitet. Dahinter verbirgt sich eine Marketingstrategie, auf die das schwedische Unternehmen ebenfalls mit seiner Kleidersammelinitiative zurückgreift. Mithilfe von fragwürdigen Kompromissen soll hierbei die eigentliche Wahrheit verdeckt werden. Aufdringliche, dem Kunden positiv erscheinende Worte machen ausdrucksstark auf die Nachhaltigkeit dieser Aktion aufmerksam, wobei gleichzeitig von all den dahinterstehenden, umweltschädlichen Aktivitäten abgelenkt wird.

Online sowie im Geschäft wirbt der Modekonzern damit, dass H&M Member, sprich Kunden, die sich in der namensgleichen App registriert haben, ihre aussortierte Kleidung unabhängig von Zustand oder Marke in einem Geschäft abgeben können. Für eine nachhaltige Entscheidung wie diese, erhalten Sie folglich einen 15 % Rabattgutschein für den nächsten Einkauf, sowie 25 Conscious Punkte als Dankeschön.

Die Fast Fashion Artikel werden jedoch nicht zu neuen Textilien verarbeitet. Gesammelte Altkleider werden zu Unternehmen der Textilverwertung gebracht und dort sortiert. Die qualitativ am besten bewerteten Teile werden als Secondhand-Ware weiter verkauft, während der Großteil aufgrund von fehlender Qualität jedoch maximal zu Dämmmaterial oder Putztüchern recycelt wird. Andererseits wird eine große Stückzahl der Altkleider vom Sortierbetrieb an osteuropäische Länder wie Bulgarien verkauft. Hier werden die Textilreste des häufigeren von sozial schwachen, in Armut lebenden Familien gekauft, um heizen zu können. Die Verbrennung der Textilien stellt eine Ursache der zunehmenden Luftverschmutzung dar.

Das Unternehmen bemüht sich um eine weitreichende Transparenz, indem es Produktionsland, Namen des jeweiligen Zuliefererbetriebs, Name und Adresse der Fabrik, sowie die Anzahl der zugehörigen Arbeiter online angibt, dennoch erweist sich diese als lückenhaft, da Informationen darüber, unter welchen Bedingungen die Kleidung gefertigt wurde, fehlen. In Sachen Produktions- und Arbeitsbedingungen verweist H&M auf den eigenen Verhaltenskodex, der Kinderarbeit ausschließen und den Arbeitern die Auszahlung

des lokalen Mindestlohnes gewährleisten soll. Inwiefern dies jedoch tatsächlich eingehalten wird, bleibt infrage zu stellen, da es keine Informationen über regelmäßige Überprüfungen gibt.

Fazit: Nach dem nun einige der Maßnahmen, die das schwedische Unternehmen anwendet, um sich ein grüneres Image zu verleihen, genannt und erörtert wurden, stellt sich die Frage, ob der Modekonzern unser Nachhaltigkeitssiegel ESOS erhalten könnte.

Unser Fazit fällt hinsichtlich dessen negativ aus. Kleine Pilotprojekte, wie die verschiedenen Conscious Kollektionen, in denen stückweise Materialien wie recyceltes Polyester, recyceltes Nylon, vegane Lederalternativen oder Biobaumwolle enthalten sind, dienen zweckgemäß ausschließlich dem Nachhaltigkeitsmarketing. Hinsichtlich dessen verwendet das Unternehmen zudem Zertifikate nicht anerkannter Labels, die bei unserer Bewertung somit außer Betracht bleiben, da sie durch keinen anerkannten Standard wie GOTS zertifiziert worden sind.

H&M ist und bleibt ein Fast Fashion Unternehmen. Um wirklich zu einem Unternehmen mit nachhaltigen Modekollektionen zu werden, muss es sich von der schnelllebigen Mode lösen und damit sein Geschäftsmodell wandeln. Eine Umstellung wie diese wäre in der Praxis jedoch mit einem zu hohen Kostenaufwand verbunden, weshalb sich genau hier die Ursache dafür findet, dass sich das Unternehmen des „Greenwashing“ bedient.

Quellen

Emissionen/Transportwege

<https://www.spiegel.de/wissenschaft/natur/co2-emissionen-von-firmen-rangliste-entlarvt-europas-klimasuender-a-758600.html>
<https://www.mit-bund.de/content/klimaschutz-wie-funktioniert-der-emissionshandel>
<https://energiemarie.de/energiertipps/co2/zertifikate>
<https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/klimaschutz/klimaziele-und-sektoren-1669268>

Rohstoffe

<https://www.dw.com/de/brasilien-bolsonaros-greenwashing-amazonas-regenwald/a-59893728>
<https://www.minilex.at/a/was-ist-eine-rodung-und-unter-welchen-voraussetzungen-ist-sie-erlaubt>
<https://www.fluchtgrund.de/2018/10/24638/>
<https://www.google.com/amp/s/www.sueddeutsche.de/kultur/erdoel-wie-ein-ganzer-kontinent-seiner-rohstoffe-beraubt-wird-1.3265320!amp>
<https://www.brot-fuer-die-welt.de/themen/rohstoffe/>

Landwirtschaft

<https://www.plantura.garden/gartentipps/gartenpraxis/mineralischer-duenger-vorteile-nachteile-beispiele>
<https://www.myhomebook.de/gardening/duenger-organisch-mineralisch#h-sind-organische-d-nger-die-besserealternative>
<https://www.boelw.de/service/bio-faq/landwirtschaft/artikel/was-ist-oekologische-landwirtschaft/>

Fischerei

<https://www.seaspiracy.org/facts>
<https://www.bussgeldkatalog.org/tierschutz-fische/>
<https://www.greenpeace.de/biodiversitaet/meere/meeresschutz/greenpeace-position-marine-stewardship-council-msc>

iglo GmbH

<https://utopia.de/news/iglo-brokkoli-tiefkuehl/>
<https://netzfrauen.org/2015/02/23/igitt-tiefkuehlfisch-iglo-gehört-heuschrecke-permira/>

Rügenwalder Mühle Carl Müller GmbH und Co. KG

<https://www.youtube.com/watch?v=lytuknJRLc>
[Donau Soja: Donau Soja Standard](https://www.ruegenwalder.de/unsere-geschichte)

H&M

<https://nachhaltige-kleidung.de/news/was-ist-eigentlich-greenwashing/>
<https://www.wmn.de/buzz/hm-kinderkollektion-nachhaltig-id334933>
https://umweltmission.de/wissen/greenwashing/#Nachhaltigkeit_stellt_ein_cleveres_ganzheitliches_und_sinnvolles_Konzept_da
<https://www.greenality.de/blog/greenwashing/>
<https://www.greenality.de/blog/recycltes-polyester-das-nachhaltige-plastik/>
<https://utopia.de/hm-nachhaltig-conscious-exclusive-collection-79729/>
<https://www.trendingtopics.eu/hm-nachhaltigkeitsreport-2021-transparenz-allein-schuetzt-nicht-vor-greenwashing/>
https://www2.hm.com/de_de/nachhaltigkeit-bei-hm.html
<https://www.youtube.com/watch?v=L4L9pRbD1ms>
<https://www.greenpeace.de/engagieren/nachhaltiger-leben/umweltfreundlich-textilindustrie>