

MODE TRIFFT AUF BLOCKCHAIN

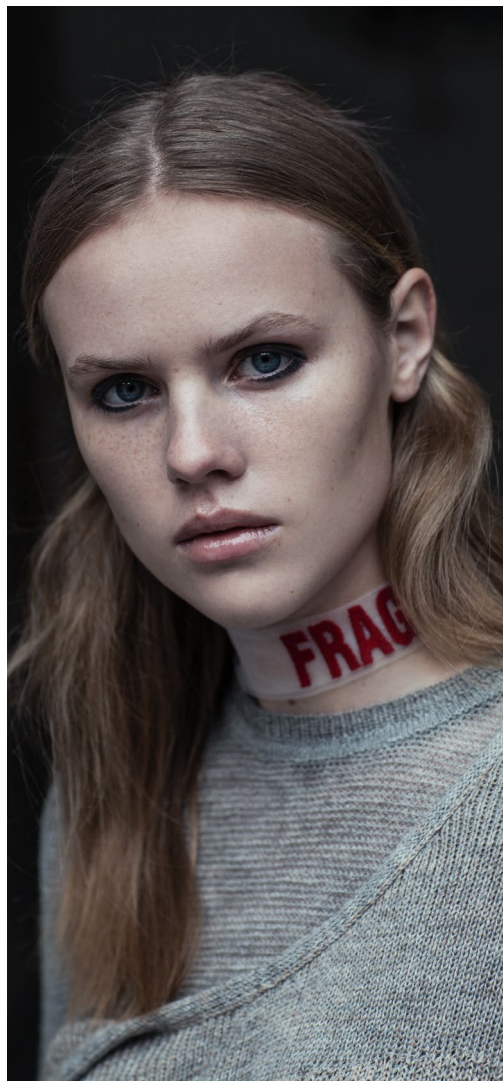
Timothy Parent

WIE KANN AUCH DIE MODEINDUSTRIE VON DER AM HEISSESTEN DISKUTIERTEN NEUEN TECHNOLOGIE PROFITIEREN? **WeAr** LIEFERT ANTWORTEN

In den vergangenen Jahren wurde Blockchain zu einem wichtigen Stichwort – trotzdem wissen nur wenige, was genau damit gemeint ist. Eine Blockchain ist eine kontinuierlich wachsende Liste an Aufzeichnungen oder Informationsblöcken, die von mehreren Parteien (im Gegensatz zu einem zentralen Netzwerk) erzeugt und verifiziert wird sowie über ein kryptographisches Verfahren vernetzt und verschlüsselt werden. Jeder Block enthält eine kryptographische Hashfunktion des vorangegangenen Blocks und der Transaktionsdaten. Wurden diese einmal aufgezeichnet, können die Daten in keinem der vorhandenen Blöcke rückwirkend geändert werden, ohne dadurch auch alle nachfolgenden Blöcke zu verändern. Diese Eigenschaft schützt die Blöcke vor Datenmodifikationen und macht sie zu verlässlichen Informationsquellen.

Was hat das nun mit Mode zu tun? Kryptowährungen, die berühmtesten Sprösslinge der Blockchains, werden bereits von einigen Online-Retailern wie **Overstock.com**, **Lanieri** und **Aditus** als Bezahlung akzeptiert. Allerdings gibt es noch andere, grundlegendere Möglichkeiten, wie die Blockchain-Technologie die Branche verändern könnte: Smart Contracts, Authentifizierung und Transparenz.

Ein Smart Contract ist ein Computerprotokoll, das Vertragsverhandlungen digital erleichtern soll. Durch ihn können die Solvenz und die Fähigkeit zur Erfüllung der Verbindlichkeiten beider Parteien durch eine Überprüfung verschiedener Datensätze in Bezug auf Finanzsituation, Produktionspraktiken usw. validiert werden. Dies könnte sowohl für eigenständige Designer als auch für Retailer entscheidende Vorteile bringen: Unter Verwendung der smarten Verträge müssen sich Unternehmen keine Gedanken mehr um Zahlungseingänge oder Auslieferungen machen. Die Technologie dafür kann in die gesamte Lieferkette eingegliedert werden.



Martine Jarlgaard – Photo by Marco van Rijt

Das Authentifizierungspotenzial von Blockchains ist besonders für KonsumentInnen und Retailer relevant, die dem Kauf/Verkauf von Fälschungen vorbeugen möchten. Hier hat sich die Designermarke **Babyghost** mit dem Blockchain-Projekt **VeChain** zusammengeslossen: Benutzer können die Authentizität jedes Designerstücks durch das Scannen eines QR-Codes verifizieren. Dieser Aspekt von Blockchain gewinnt vor allem in China an Bedeutung, wo Vertrauen zu den wichtigsten Verkaufskriterien zählt.

Das größte Potenzial von Blockchain-Technologien für die Modebranche liegt aber in ihrer Fähigkeit, den Produktionsprozess transparent darzustellen – ein wichtiger Parameter für KonsumentInnen der Generationen Y und Z. Die Londoner Designerin **Martine Jarlgaard** verwendete dieses Feature bereits in ihrer Kollektion für Pre-Spring 2018: Der Beschaffungs- und Produktionsprozess wurde in Zusammenarbeit mit **Provenance**, **FIA** und **A Transparent Company** in der Ethereum-Blockchain protokolliert. Konsumenten und Retailer können einen QR-Code scannen oder

den integrierten NFC-Chip nutzen, um herauszufinden, wie die Kreation entstanden ist, die sie in den Händen halten.

Bei Blockchains geht es also um viel mehr als nur um Bitcoins: Sie könnten der Schlüssel zu einer stärkeren Kundenbindung und größerem Vertrauen sein. Jegliche Art von Information, seien es Texte, Bilder und Videos, können in ein Kleidungsstück integriert werden: Das liefert Modemarken die große Chance, eine überzeugende Geschichte zu erzählen. Da die Nachfrage nach Transparenz und der Wunsch nach persönlichen Anknüpfungspunkten mit Modelabels stark ansteigen, bietet dies Fashion-Unternehmern von morgen einen klaren Wettbewerbsvorteil.