



Alle GREEN-BRANDS-Austria erhielten zur Auszeichnung mit der Trophäe auch eine Weltneuheit: Das erste Modell aus dem 3-D-Drucker aus biopolymerem Werkstoff. Das Material ist aus 100% nachwachsenden Rohstoffen, biologisch abbaubar und wurde vom Druckhaus Schiner in Krems mit Material von TECNARO produziert



Das Gütesiegel mit Versprechen

GREEN BRANDS. Ein internationales Siegel zeichnet aktive, ökologische Verantwortung von Unternehmen aus. Über den grünen Weg zum Ziel

stellt die Glaubwürdigkeit auf nationaler und internationaler Ebene sicher. Die Auszeichnung, die eine Gültigkeitsdauer von maximal zwei Jahren hat, bietet zudem all jenen Marken, die bereits einmal ausgezeichnet wurden, im Rahmen eines Re-Validierungsverfahren erneut die Chance, ihre langfristige ökologisch nachhaltige Ausrichtung zu beweisen und mit einem GREEN-BRANDS-Siegel mit Stern honoriert zu werden. Norbert Lux, COO der GREEN-BRANDS-Organisation: „Wir freuen uns sehr, dass unser Verfahren in diesem Jahr bei vielen Unternehmen bereits zum zweiten Mal erfolgreich durchgeführt wurde und damit – neben neuen Marken – zahlreiche „Wiederholer“ das Re-Validierungsverfahren erfolgreich bestanden haben. Das bedeutet, diese Marken haben nochmals dokumentiert, dass ihre ökologisch nachhaltige Ausrichtung keine „Eintagsfliege“, keine Momentaufnahme war, sondern dass ihre Unternehmens- und Produktausrichtung wirklich das ist, was es verspricht: „grün“!

ven wie GREEN BRANDS, hier in die Bresche zu springen. Es ist mir ein besonderes Anliegen, zu helfen, das Thema „ökologische Nachhaltigkeit“ aus der Nische in die Breite zu tragen.“

GREEN-BRAND-Austria-Persönlichkeit 2014

Wie im Jahre 2012 mit Werner Lampert die erste Persönlichkeit ausgezeichnet wurde, so konnte auch dieses Jahr im Rahmen des Verfahrens eine GREEN-BRAND-Persönlichkeit gekürt werden, die durch besondere Leistungen in dem Bereich überzeugt. Unter dem Motto „reparieren statt wegwerfen“ kämpft der Sozialökonom, Umweltberater und Menschenfreund Sepp Eisenriegler als Vorreiter der Österreichischen Obsoleszenz-Debatte dafür, Elektroschrott zu vermeiden und lieber selbst zum Schraubenschlüssel zu greifen, um in die Jahre gekommene kaputte Geräte zu reparieren statt auf den Müll zu werfen. Zudem ermöglichte der Berater in seinem Wiener „Reparatur- und Service-Zentrum“, kurz R.U.S.Z., mehr als 400 Langzeitarbeitslosen und Menschen mit Behinderung eine neue Chance am Arbeitsmarkt.

INTERNET
www.GREEN-BRANDS.org

Sepp Eisenriegler, GREEN-BRAND-Austria-Persönlichkeit 2014



Um mit Glaubwürdigkeit das Vertrauen der Konsumenten zu gewinnen, ist die Implementierung von Nachhaltigkeitsprojekten in den letzten Jahren nicht nur nach außen schick, sondern auch nach innen notwendig geworden. Was aber bedeutet die ökologische Verantwortung eines Unternehmens und welche Voraussetzungen

werden damit verbunden? Die internationale, unabhängige und selbstständige Brand-Marketing-Organisation GREEN BRANDS fördert ökologisch nachhaltige Marken aller Größen und Branchen und zeichnet diese durch die Verleihung des „grünen Siegels“ aus. Ein aufwendiges und transparentes Verfahren

Ausgezeichnete Marken

Verfahren. Wie eine Marke durch das dreistufige Verfahren zur GREEN BRAND wächst

Echte Qualitätsstandards bedürfen objektiver Bewertung. Aus diesem Grund kann die Auszeichnung zur GREEN BRAND eines Landes und die Anerkennung des GREEN-BRANDS-Siegels nur im Rahmen des weltweit einmaligen, dreistufigen Verfahrens erreicht werden.

Unabhängige Bewertung
Durch repräsentative Marktforschungsstudien, Nennungen von Medien-Partnern sowie Jury-Mitgliedern, Verbänden oder bereits ausgezeichnete GREEN BRANDS selbst werden die Nominierungen vorgenommen. Das unabhängige

Consultingunternehmen für Klima- und Umweltmanagement ALLPLAN (Wien) erstellt als zweite Instanz des Verfahrens in Zusammenarbeit mit dem internationalen, wissenschaftlichen Nachhaltigkeitsinstitut SERI (Wien) sowie den hochrangigen Jury-Mitgliedern ein Validierungssystem mittels Kriterien-Katalogen. Die Auswertung wird den Unternehmen dabei transparent offengelegt. Im dritten Schritt erhalten die Jury-Mitglieder die Auswertungen und können der Auszeichnung einer Marke zur GREEN BRAND zustimmen oder sie ablehnen.

Unternehmen und Produkte mit dem „grünen“ Siegel

Im Jahr 2014 wurden folgende Unternehmen und Produkte für ihr ökologisches und nachhaltiges Engagement ausgezeichnet:

