



## Press Release

21. März 2012

### **GREEN BRANDS – Neue Auszeichnung für ökologisch nachhaltige Marken startet nach Österreich nun auch in Deutschland**

Mit der **GREEN BRANDS**-Auszeichnung werden Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen geehrt, die nachweisbar ökologische Nachhaltigkeit praktizieren und somit eine hohe nationale wie internationale Anerkennung verdienen.

Neben den „Big Playern“ sollen vor allem Mittelstands-Unternehmen gefördert werden, um diesen eine wesentlich breitere Publicity durch die breiten PR- und Marketing-Aktivitäten von **GREEN BRANDS** zu ermöglichen.

Die internationale, unabhängige und selbständige Brand-Marketing-Organisation **GREEN BRANDS** begann nach über dreijähriger Entwicklungszeit seine Tätigkeit in **Österreich** und zeichnete dort bislang rund 25 Marken aus. Darunter neben „größeren“, wie SPAR, Römerquelle und Frosch, zahlreiche Mittelständler aus den Bereichen Druckerei, Papierherstellung, Hotellerie, Ökostromanbieter, Bio-Biere sowie Wandfarben u.a. Zur Zeit befinden sich noch rund 60 weitere Marken in der Validierungsphase.

In **Deutschland** fand soeben die repräsentative Markt- und Meinungsforschung in 62 Kategorien statt. Damit werden die ersten nominierten Unternehmen informiert und zum Verfahren aufgenommen.

Die Jury für die Verleihung der **GREEN BRANDS Germany 2012/2013** ist hochkarätig besetzt mit Prof. Dr. Carsten Baumgarth (Hochschule für Wirtschaft und Recht, Berlin), Markus Blaschyk (Institut für Wirtschaft und Umwelt e.V., Magdeburg), Harald Hasselmann (Ipsos Marktforschung, München), Prof. Dr. Claudia Kemfert (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin), Fritz Lietsch (Agentur für LOHAS, CSR, Ökologie und Marketing und Herausgeber des Magazins forum – Nachhaltig Wirtschaften), Dennis Lotter (BENEFIT IDENTITY GmbH), Peter Menke-Glückert (BVMW - Deutsches Forum Nachhaltiger Mittelstand), Roman H. Mesicek (enorm Wirtschaftsmagazin), Peter Parwan (Lohas.de), Dr. Iris Pufé (Wissenschaftlerin, Beraterin, Dozentin und Autorin zum Thema Nachhaltigkeit sowie Gründerin von greencomm), Teresa Mangold für Prof. Dr. Stefan Schaltegger (Centre for Sustainability Management, LEUPHANA Universität Lüneburg) sowie Dr. Stefan Hermann Siemer (Ambulanz für neue Kommunikation).

Das fundierte und aufwändige Verfahren zur Auszeichnung als **GREEN BRAND** wurde in Zusammenarbeit mit international anerkannten Institutionen und Gesellschaften im Umwelt-/Klimaschutz- und Nachhaltigkeits-Bereich sowie mit dem internationalen Marktforschungsinstitut **Ipsos** und Beratung/Begleitung durch das internationale, wissenschaftliche Nachhaltigkeits-Institut **Sustainable Europe Research Institute** (SERI/Wien) entwickelt und umgesetzt.

---

#### **Green Brands Organisation Limited**

Unit 38, Tudor Close \* Ashbourne, County Meath \* Ireland \* Company Reg. No.: 485240 \* VAT No.: IE 9750419D  
CEO – Manlio Celotti \* COO – Norbert Lux

**Austria**-Rep.: Knollgasse 1a \* 1170 Wien \* Tel.: +43-(0)1-486 30 05

**Germany**-Rep.: Langenhörner Chaussee 44a \* 22335 Hamburg \* Tel.: +49-(0)911-97 99 5 99

**E-Mail:** [office@Green-Brands.org](mailto:office@Green-Brands.org) \* [www.Green-Brands.org](http://www.Green-Brands.org)

Das **weltweit einmalige System** basiert auf einem dreistufigen Verfahren:

**Nominierung** – mittels Marktforschung, Nennung durch NGOs, Interessensverbände, Medien-Partner oder Jury-Mitglieder.

**Validierung** – mittels wissenschaftlich aufbereiteten Kriterienkatalogen wird der Stand auf dem **Green-Brands-Index** von Experten ermittelt.

**Jury-Entscheid** – abschließende Beurteilung der Validierungsauswertung und finale Instanz zur Anerkennung der Auszeichnung.

Nur jene Marken, die das Verfahren erfolgreich bestanden haben, werden als **GREEN BRAND** ausgezeichnet und erhalten das **GREEN BRANDS Gütesiegel**.

Die **GREEN BRANDS**-Organisation veröffentlicht in zweijährigem Turnus ein Buch der ausgezeichneten **GREEN BRANDS** des jeweiligen Landes und ehrt die Marken im Rahmen einer Gala-Veranstaltung.

Die **GREEN BRANDS** werden durch breite und großangelegte Medien-Kooperationen im B2B- und B2C-Sektor beworben und erhalten dadurch eine wesentlich bessere Marken-Awareness bzw. Akzeptanz bei den Verbrauchern.

Oberste Prämisse von **GREEN BRANDS** ist, mit einem anspruchsvollen, transparenten und seriösen Verfahren, nur die nachweisbar, tatsächlich ökologisch nachhaltig aufgestellten Marken zu ehren und fördern und somit zu mehr Anerkennung und Bekanntheit zu führen.

Das **GREEN BRANDS Gütesiegel** soll zukünftig das international anerkannte Entscheidungskriterium für Kauf-/Marktverhalten der breiten Bevölkerung und im Business-Bereich sein.



**GREEN BRANDS** expandiert bereits im Herbst in weitere Länder Europas, ehe die Organisation 2013/2014 mit dem Auszeichnungsverfahren auch in übrigen Kontinenten an den Start geht.

Weitere Informationen unter [www.Green-Brands.org](http://www.Green-Brands.org)

**Pressekontakt:**

Norbert L u x

E-Mail: [Norbert.Lux@Green-Brands.org](mailto:Norbert.Lux@Green-Brands.org)