



GREEN BRAND Austria Persönlichkeit 2012: W. Lampert ist Pionier im Bereich Umwelt, Nachhaltigkeit und ökologischer Produktion von Lebensmitteln mit fairen Preisen

Das Gütesiegel für Umwelt und Nachhaltigkeit

GREEN BRANDS.

Ökologische Verantwortung ist das Zukunftsthema für und in Unternehmen. Ein Siegel schafft Transparenz.

Es grünt so grün in österreichischen Unternehmen, denn die Implementierung von Nachhaltigkeitsprojekten ist 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 Or-

ganisation GREEN BRANDS fördert ökologisch nachhaltige Marken aller Größen und Branchen und zeichnet diese durch die Verleihung des „grünen Siegels“ aus. Ein aufwändiges und transparentes Verfahren stellt die Glaubwürdigkeit auf nationaler und internationaler Ebene sicher. Diese Verantwortung und Transparenz sehen die Begründer und der Jury-Vorsitzende der GREEN BRANDS Austria, Dr. Friedrich Hinterberger, als wesentlich an: „Solange sich der Staat bzw. die EU nicht dazu durchringen, wirklich umfassende, praktikable Nachhaltigkeitszertifizierungen zu „verordnen“, braucht es private Initiativen wie GREEN BRANDS, hier in die Bresche zu springen. Mit



GREEN BRAND- Das Siegel der Nachhaltigkeit: Die Auszeichnung hat eine Gültigkeitsdauer von maximal zwei Jahren. Danach müssen die jeweiligen Marken neu eingereicht und bewertet werden

dem GREEN BRANDS Siegel werden Unternehmen, Produkte und Lebensmittel ausgezeichnet, die nicht nur einzelne Umweltprojekte durchführen, sondern insgesamt umweltgerecht und nachhaltig ausgerichtet sind“, so Friedrich Hinterberger, Präsident des Sustainable Europe Research Institute (SERI). Auch Roswitha Reisinger, Jury-Mitglied von GREEN BRANDS und Geschäftsführerin der LEBENSART Verlags GmbH betont: „Die green economy ist eine wichtige Antwort auf die Herausforderungen der Zukunft. Unternehmen, die sich nachhaltig positionieren und dies als strategischen Vorteil nutzen werden ökonomisch gesehen erfolgreich sein.“

GREEN BRAND Persönlichkeit des Jahres 2012

Mit seinem Expertenteam, der Werner Lampert Beratungs GmbH, kümmert sich Werner Lampert um die Entwicklung, Erzeugung und Vermarktung nachhaltiger, lebensfördernder und leistbarer Bio-Produkte und Bio-Marken. Das Unternehmen beschäftigt sich mit der Frage, wie Nachhaltigkeitsstandards für Konsumgüter umgesetzt und transparent dargestellt werden können. Für sein Engagement in diesem Bereich wird Werner Lampert in diesem Jahr auch die Auszeichnung als „GREEN BRAND Persönlichkeit des Jahres“ verliehen.

INTERNET
www.GREEN-BRANDS.org

Ausgezeichnete Unternehmen in Österreich

Der grüne Weg zum Ziel. 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 eines dreistufigen Verfahrens erreicht werden. Anhand der drei Phasen „Nomierung“, „Validierung“ und „Jurybewertung“ wird die Entscheidung möglich.

Das Verfahren

Durch repräsentative Marktforschungsstudien des internationalen Marktforschungs-Instituts Ipsos und andere wichtige Partner werden die Nominierungen vorgenommen. Das unabhängige Consultingunternehmen für Klima- und Um-

Im Rahmen der Gala-Nacht wurde 31 Unternehmen für 48 Marken die Auszeichnung GREEN BRAND Austria 2012 verliehen. v.li: KommR M. Kriz-Zwitkovits, Präsidentin des Österr. Gewerbevereins, Dr. F. Hinterberger, Präsident der SERI, W. Lampert, N.Lux, COO der GREEN BRANDS Organisation



weltmanagement ALLPLAN (Wien) hat als zweite Instanz des Verfahrens in Zusammenarbeit mit dem internationalen, wissenschaftlichen Nachhaltigkeitsinstitut SERI (Wien) sowie den hochrangigen Jury-Mitgliedern ein Validierungssystem mittels Erfassungsbögen und Kriterien-Katalogen erstellt. Damit soll der jeweilige Status des Unternehmens oder Produkts auf dem GREEN BRANDS Index ermittelt wer-

den. Die Auswertung wird den Unternehmen dabei transparent offengelegt. Im dritten und letzten Schritt erhalten die Jury-Mitglieder sämtliche Validierungsunterlagen samt Auswertungen und haben zudem die Möglichkeit, Rückfragen zu stellen bzw. sich innerhalb des Gremiums zu beraten. Sie können der Auszeichnung einer Marke zur GREEN BRAND zustimmen oder sie ablehnen. Selbst ein Überschreiten der

Unternehmen und Produkte mit der „grünen“ Marke

Im Jahr 2012 wurden folgende Unternehmen und Produkte für ihr ökologisches und nachhaltiges Engagement ausgezeichnet:

