



Empfang in XXL – mit nachhaltiger Wirkung (Bild oben);

„Mister Bio“ auf der Bühne (Bild links): Margarete Kriz-Zwitkovits, (Präsidentin des Österreichischen Gewerbevereins und zugleich Schirmherrin der GREEN BRANDS Austria), Laudator und Juryvorsitzender Friedrich Hinterberger (SERI), Preisträger Werner Lampert und GREEN BRANDS Austria-COO Norbert Lux.

Große Bühne für die Nachhaltigkeit Gütesiegel und Awards für klima- und umweltfreundliche Unternehmen und Marken

GREEN BRANDS-Gala 2012

Brandmarketing-Organisation zeichnete Vorzeigeprojekte aus. Ebenso auf der Bühne: die „GREEN BRAND Austria Persönlichkeit 2012“.

Wien. Draußen dominierte Novembergrau, drinnen herrschte die Modifarbe „grün“: Diesen Montag wurden im Palais Eschenbach von der Österreichniederlassung der international tätigen GREEN BRANDS Organisation 48 Marken aus 31 heimischen Unternehmen vor Publikum ausgezeichnet – eine Premiere.

lerinitiative „Plant for the Planet“ und die Ausgabe eines der GREEN BRANDS in Buchform komplettierte das umfangreiche Programm zum Award- und Gala-Auftakt.

Bevor die Vertreter der heimischen Marken und Unternehmen – vom Kleinst- und Familienbetrieb bis zum Konzern – mit der nachhaltig gewachsenen „Baum-Trophäe“

Auszeichnung ins Rampenlicht. Sie, so der Gastgeber, hätten dem dreistufigen Auszeichnungsverfahren (Anm: Vorschlag, Validierung, Juryentscheid) mit viel Verve, Fingerspitzengefühl und konstruktiver Kritik ihren Stempel aufgedrückt und dafür gesorgt, dass man „Lichtjahre davon entfernt“ sei Greenwashing zu betreiben. Seine Ansage: „GREEN BRANDS müssen beweisen, dass sie wirklich ‚grün‘ sind.“

Neben dem Consulting-Partner Allplan war das wissenschaftliche Nachhaltigkeitsinstitut SERI maßgeblich beteiligt. Nach dem äußerst genauen Prüfungs-Prozess hatte eine handverlesene Jury das letzte Wort. Und diese hätte sich die wahrlich Entscheidung nicht leicht gemacht, so Lux.

„Die Idee begeistert“

Dass bei GREEN BRANDS kein Etikettenschwindel betrieben wird, bestätigt auch die Haus- und Schirmherrin des Abends, Margarete Kriz-Zwitkovits, Präsidentin des Österreichischen Gewerbevereins: „Die Idee begeistert.“ Der Zuspruch sei enorm und lasse für die Zukunft hoffen. Denn immer größere Kreise der Wirtschaft hätten ein vitales Interesse, ökonomische und ökologische Prinzipien in ihren Be-

trieben in Einklang zu bringen.

Dass der Paradigmenwechsel langsam, dafür aber stetig stattfindet, bestätigten die Besten der Besten.

Unter großem Applaus wurden die Vorreiter nachhaltiger Unternehmens- und Markenführung für ihre ökologische Verantwortung ausgezeichnet.

kal nachhaltig und sozial agieren wird“, den eingeschlagenen Weg weiter zu gehen und zu vollenden.

Nachhaltig: von A bis Z

Beim streng klimaneutral ausgerichteten Event kam trotz der ersten Thematik der Spaß dennoch nicht zu kurz. Peter DeVillie verzau-



„Wir wollen die Umsetzung nachhaltiger Ziele in den heimischen Betrieben weiter forcieren und fördern“

**NORBERT LUX,
COO GREEN BRANDS**

Lorbeeren gabs auch für Öko-Urgestein und Nachhaltigkeits-Guru Werner Lampert. Der Mastermind heimischer Biomarken wurde von der Jury einstimmig zur „GREEN BRAND Austria Persönlichkeit 2012“ erklärt. Ein Mediensonderpreis, die Präsentation der Schü-

und dem hart erarbeiteten Nachhaltigkeitsiegel für die nächsten zwei Jahre belohnt wurden, gehörte die Bühne den Mitstreitern.

GREEN BRANDS-COO Norbert LUX stellte die Geburtshelfer und „Unterstützer der ersten Stunde“ der neuen, ökologisch-nachhaltigen

„Auch wir vom Österreichischen Gewerbeverein beschäftigen uns intensiv mit ‚grünen‘ Zukunftsfragen.“

**MARGARETE KRIZ-ZWITKOVITS,
SCHIRMHERRIN GREEN BRANDS**



Award-Winner Lampert, der vom Juryvorsitzenden Friedrich Hinterberger geehrt wurde, holte in seiner Dankesrede alle Gewinner des Abends ins Boot. „Wir sind schon viele und bauen die ersten Treppen.“ Es liege nun aber an der nächsten Generation, die „radi-

berte mit seinen Tricks und begeisterte mit seinem komödiantischen Talent. Akrobatik am Hochrad und Jongleur-Profis sorgten ganz umweltfreundlich für Kurzweil.

Das Buffet punktete mit Bio, das von den ausgezeichneten Partnern aufgetischt wurde.



Moderatorin Ulrike Kriegler führte durch den Abend,



für Spaß im Saal sorgten die Akrobaten. Beim Get-together wurde nachhaltig eingekauft.



Miss Earth mal zwei: Die Ladies präsentierten grüne Ideen.

Auszeichnung für „echt grün“ Initiatoren setzen auf strenges Verfahren und starke Partner

Wer ist Green Brands?

Wien/Österreich. Mit der Auszeichnung „GREEN BRAND“ wurden in diesem Jahr zum ersten Mal „grüne“ Marken des täglichen Lebens geehrt, die auf das zunehmende Bewusstsein der Bevölkerung für mehr Nachhaltigkeit, Umweltschutz und gesunden Lebensstil reagieren. GREEN BRANDS honoriert damit die Verpflichtung der Marken zu Klimaschutz, Nachhaltigkeit und ökologischer Verantwortung. 2012 schafften es 48 Marken aus 31 Unternehmen auf die Siegerliste (siehe Tabelle rechts!).

Prozedere hoch drei

Das Verfahren zur Auszeichnung von GREEN BRANDS ist weltweit einzigartig und gliedert sich in drei Phasen.

Marken qualifizieren sich aufgrund einer repräsentativen Befragung der Bevölkerung durch das internationale Institut Ipsos oder aufgrund der Ernennung durch

NGOs, eines Interessensverbandes oder eines Jurymitglieds.

Erst bei Erreichen einer Benchmark auf dem GREEN BRAND-Index entscheidet die hochrangige Jury als finale Instanz über die Auszeichnung und Verleihung des Gütesiegels.

Für die Entwicklung und Realisierung der neuen Auszeichnung ökologisch nachhaltiger Unternehmen und Produkte wurde die GREEN BRANDS-Organisation von höchst kompetenten österreichischen Partnern unterstützt.

In der Alpenrepublik mit dabei: das wissenschaftliche Nachhaltigkeitsinstitut SERI, das für die Erstellung des Kriterienkataloge verantwortlich zeichnete; die Val-



dierung der nominierten Betriebe und Produkte übernahm das Consultingunternehmen ALLPLAN.

Nach dem kick-off in Österreich und Deutschland soll der GREEN BRANDS-Award in über 20 weiteren Ländern in den nächsten Jahren realisiert werden.

Aushängeschild Werner Lampert Umtriebiger Urgestein holt den Personality-Award

„Grüne“ Persönlichkeit 2012

Wien/Österreich. Mit „Ja! Natürlich“ von Rewe und „Zurück zum Ursprung“ der Hofer KG entwickelte er zwei der erfolgreichsten Bio-Marken Europas. Er schrieb mehrere Bücher, in denen er Konsumenten die Notwendigkeit ganzheitlich betriebener Landwirtschaft näher bringt. 1998 gründete er ein Beratungsunternehmen, das Händler europaweit dabei begleitet, nachhaltige Bio-Marken oder ganze Bio-Sortimente zu konzipieren und Nachhaltigkeitssysteme für bestehende Marken zu implementieren – jetzt wurde „Mister Bio“ Werner Lampert als „GREEN BRAND Austria Persönlichkeit 2012“ ausgezeichnet.



Das gute Gewissen der Wirtschaft: Werner Lampert wurde ausgezeichnet.

Einstimmige Entscheidung

„Der Entscheid viel einstimmig“, sagte GREEN BRANDS Juryvorsitzender Friedrich Hinterberger in seiner Laudatio im Rahmen der grünen Gala im Palais Eschenbach vor Publikum.

Schnell, so Hinterberger, sei man darüber eingekommen, mit Herrn Lampert einen unermüdlichen und glaubwürdigen Vertreter gelebter Nachhaltigkeit zu ehren, der den Spagat zwischen Öko- und

Massentauglichkeit gewagt hat – und damit auf allen Linien nachhaltige Erfolge einfährt.

„Jeder trägt Verantwortung“

Lampert ist sich sicher: Sustainability und Wirtschaftlichkeit sind keine Gegensätze. Die ökologische, ökonomische und soziale Seiten der Nachhaltigkeit lassen sich kombinieren, um eine lebenswerte Zukunft zu garantieren.

Jeder muss Verantwortung übernehmen und damit beginnen, nachhaltig zu denken, zu handeln und zu wirtschaften. Der Bauer oder Produzent ist verantwortlich für gesunde Produkte, die zum Wohl des Konsumenten und der Umwelt beitragen. Der Konsument wiederum muss verstehen, dass hinter den Lebensmitteln Menschen stehen, die diese produzieren und vom Erlös leben. Erst wenn Konsumenten wissen, wer ihre Milch, ihren Käse oder ihr Brot herstellt, können sie Vertrauen entwickeln.

Auf 112 Seiten Nachhaltigkeit, unternehmerische Verantwortung in all ihren Facetten

Buch: Hand in Hand mit der Natur

Wien/Österreich. „Es war eine Punktladung“, wie Norbert Lux, COO von GREEN BRANDS Österreich zu später Stunde versicherte. Rechtzeitig zur Gala 2012 konnte er stolz die druckfrische Publikation „Hand in Hand with Nature“ von

GREEN BRANDS Österreich präsentieren. Mit diesem Buch feiere man in mehrfacher Hinsicht eine Premiere, so der Mastermind. „Zum einen ehren wir damit zum ersten Mal weltweit die ausgezeichneten ‚grünen Marken‘ eines Landes und zum anderen beginnen wir damit in Österreich, einem der schönsten und ‚grünsten‘ Länder unseres wunderbaren Planeten.“

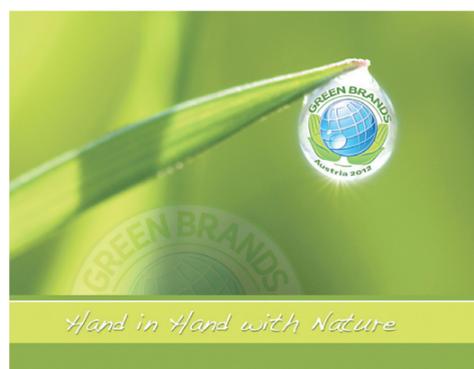
weltökonom gilt als Begründer eines umweltgerechten Management-Ansatzes. Ebenso Thema: Fachbeiträge von Friedrich Hinterberger und Christine Ax sowie eine detaillierte Darstellung des Validierungsverfahrens und den daraus folgenden Erkenntnissen beim Vergleich von KMU und Großunternehmen Vorgestellt werden auch die 31 Unternehmen mit den 48 ausgezeichneten Marken sowie die Partner von GREEN BRANDS.

INFO ZUM BUCH

Hand in Hand with Nature, GREEN BRANDS Austria, Volume I 2012,
Veröffentl. v. GREEN BRANDS Organisation Limited, Unit 38, Tudor Close* Ashbourne, County Meath* Ireland, 112 Seiten, ISBN: 978-0-9574682-0-7

Grüne Botschaft

„Hand in Hand with Nature“ überrascht mit einem „auffrühlenden Interview“ mit Dr. Georg Winter. Der deutsche Manager und Um-



Ab jetzt verfügbar: das Buch zu GREEN BRANDS.

GREEN BRANDS UNTERNEHMEN/MARKEN 2012

Kategorie

	alverde Naturkosmetik	P
	BAUMANN/GLAS/1886	U
	BERGKRÄUTER	U
	BERGKRÄUTER Tees und Gewürze	P
	Biolandhaus Arche	U
	Boutiquehotel Stadthalle	U
	Buchdruckerei Lustenau	U
	denn's Biomarkt	U
	digiDruck	U
	Druckhaus Schiner	U
	elektrobregenz Herde * Backöfen * Geschirrspüler * Kühlschränke * Gefriergeräte * Waschmaschinen	P
	Fandler Öle	P
	Frosch	U
	Gasteiner Mineralwasser	P
	good - bauMax Bio Universalerde und Bio Gartenschlauch	P
	GRASL FairPrint	U
	GUTENBERG!	U
	Herbsthofer	U
	LENZING PAPIER	U
	LENZING PAPIER IMPACT und Lenza GREEN	P
	Neufeldner BioBrauerei s' Zwickl * s' Hopperl * Mühlviertler Weisse	P
	oekostrom die echte Alternative	U
	Ökoregion Kaindorf	U
	Retter Seminar Hotel Restaurant	U
	RINGANA	U
	Römerquelle	P
	Schremser Roggen Bio Bier und Naturpark Bier	P
	SONNBERG Biofleisch	P
	SPAR	U
	StoColor Sil IN * Sto Climasan	P
	Sun Master Solarkollektoren SSK / SLIM	P
	Toni's Freilandeier	P
	Toni's Handels GmbH	U
	VBV Vorsorgekasse	U

P = Produkt | U = Unternehmen