

Forum

Nachhaltig Wirtschaften

Das Entscheider-Magazin

Metropolen der Zukunft
Gemeinsam gegen
Klimakatastrophen

Nachhaltiges Glück
So entstanden Starbuck's
und die Carmina Burana

Grün und langweilig
CSR-Reklame bringt
Werber ins Schwitzen



Städte von morgen

Wo Kühe in
Hochhäusern grasen,
alte Menschen nicht vereinsamen,
und smarte Systeme Energie einfangen.



4 113754 07505

GREEN BRANDS lichtet das Dickicht der CSR-Siegel



Greenwashing und ein dichter Siegelurwald werfen selbst auf Marken, die es ernst mit Nachhaltigkeit meinen, ein fahles Licht. Das GREEN BRANDS-Gütesiegel schafft jetzt Transparenz und Verlässlichkeit.

Nach vierjähriger Entwicklungszeit und einer erfolgreichen Einführung in Österreich setzt sich das neue sowie weltweit einmalige Auszeichnungsverfahren und Gütesiegel von GREEN BRANDS in Deutschland durch. Was ist das Besondere an dem Verfahren?

„Die Marken durchlaufen einen dreistufigen Auswahlprozess, das gibt es sonst nirgends“, sagt Norbert Lux, COO der Organisation GREEN BRANDS. Zuerst nominieren Marktforscher, GREEN BRANDS-Jurymitglieder, Medien, NGOs und Interessenverbände die Marken. Als nächstes validiert sie das wissenschaftliche Nachhaltigkeitsinstitut SERI (Wien) anhand umfangreicher Kriterienkataloge. „Anwärter für unser Gütesiegel müssen bis zu 60 Fragen beantworten und ihre Aussagen belegen. Es reicht nicht, zu sagen, dass man Energie oder Wasser spart.

Man muss auch belegen, wie viel und in welchen Zeitraum“, so Lux. Die Kriterienkataloge sind auf der GREEN BRANDS-Homepage veröffentlicht. „Im Sinne der Transparenz legen wir die Auswertungen der teilnehmenden Marken offen. Die Unternehmen sind positiv überrascht, wie genau und sorgfältig wir alles prüfen. Das zeichnet unser Verfahren auch aus“, sagt Norbert Lux. Zum Schluss entscheidet eine unabhängige Jury, wer das begehrte Siegel erhält.

Die ausgezeichneten GREEN BRANDS haben branchenübergreifend bewiesen, dass sie umweltfreundlich produzieren und verantwortungsvoll für die Bewahrung natürlicher Lebensgrundlagen handeln. Sie verpflichten sich, das Gleichgewicht der Natur zu erhalten und sorgen für Nachhaltigkeit.

Durch Medienpartnerschaften, die Bücher „GREEN BRANDS Austria 2012“ und „GREEN BRANDS Germany 2013“ sowie Veranstaltungen bekommen die ausgezeichneten Marken im B2B- wie auch B2C-Bereich reichlich Aufmerksamkeit. So hat die Übergabe

der Zertifikate wie zuletzt auf der BioFach / Vivanness 2013 in Nürnberg „PRIMAVERA“, „AlmaWin“ und „Klar“ große Aufmerksamkeit beschert. „lavera NATURKOSMETIK“ fand sich anlässlich der Auszeichnung im Rahmen der Berlin Fashion Week in den Schlagzeilen wieder.

In Österreich erhielten 47 Marken von 31 Unternehmen das GREEN BRANDS-Gütesiegel. In Deutschland ist das Verfahren in vollem Gange, rund 20 Marken wurden bislang ausgezeichnet. Eine Ausweitung in andere europäische Länder sowie nach Asien ist derzeit in Vorbereitung und zeigt, dass Siegel wie Auszeichnungsverfahren auch international an Einfluss gewinnen.

Kontakt

Green Brands Organisation Limited
Unit 38, Tudor Close
Ashbourne, County Meath,
Ireland

www.green-brands.org



forum in Ihrem Briefkasten

Dieser Beitrag erschien in forum Nachhaltig Wirtschaften 02/2013.
Bestellen Sie [hier](#) Ihr Exemplar.

Lesen Sie alle drei Monate die spannendsten und informativsten Beiträge über Corporate Social Responsibility & Nachhaltigkeit.

Einfach Abo bestellen:

telefonisch unter +49 (0) 89 / 74 66 11 - 16
im Web auf www.forum-csr.net/abo
oder per Mail an abo@forum-csr.net



forum für Ihre Kommunikation

Kommunizieren Sie Ihr Nachhaltigkeitsengagement im Magazin

Informationen und Beratung

Uwe Stiefvater-Hermann

u.stiefvater@forum-csr.net | +49 (0) 4532 / 2 14 02

Unser Angebot finden Sie auch in den [Mediadaten](#).



Sie haben Post: Registrieren Sie sich für unseren [Newsletter](#) und wir informieren Sie wöchentlich über die neuesten Entwicklungen zum Thema Nachhaltigkeit.