



Vereint am Podium des Wiener Palais Eschenbach: Vertreter erstmalig zertifizierter GREEN BRANDS und jener Betriebe und Handelsmarken, die nach 2012 erneut das Validierungsverfahren bestanden haben.

Auszeichnung für „echt grün“ Gütesiegel und Awards für Klima- und umweltfreundliche Unternehmen und Marken

GREEN BRANDS 2014: Bühne für Nachhaltigkeit



Grünes Dacapo: Brandmarketing-Organisation zeichnete zum zweiten Mal österreichische Vorzeigeprojekte aus.

Wien. Nachhaltige Lichtblicke an einem nebelgrauen Abend: Diesen Montag wurden im Palais Eschenbach von der Österreichischen Niederlassung der international tätigen GREEN BRANDS-Organisation 40 Marken aus 31 heimischen Unternehmen vor Publikum ausgezeichnet – ein Dacapo. Die „grünen“ Vordenker und Verfechter einer ökologischen und nachhaltigen Gesellschaft, die auf das zunehmende Bewusstsein der Bevölkerung für mehr Nachhaltigkeit, Umweltschutz und gesunden Lebensstil reagieren, bestanden das strenge Zertifizierungsverfahren der Runde zwei – dafür gabs viel Anerkennung, Applaus und eine ganz besondere Trophäe.

Am Podium versammelt: Vertreter einer weiter wachsenden und breiten Branchenpalette (siehe Kasten) – vom Kleinst- und Familienbetrieb bis zum Konzern; manche durfte GREEN BRANDS-COO Norbert Lux nach 2012 erneut auf die Bühne bitten – für ihn ein „Zeichen, dass viele einen langen Atem haben“. Für ökologische Feigenblätter sei bei GREEN BRANDS kein Platz, so seine unmissverständliche Botschaft.

Lorbeeren gabs auch für einen ganz besonderen Wegbereiter: Sepp Eisenriegler, der mit seinem Credo „Reparieren statt Wegwerfen“ ein Stück österreichische Nachhaltigkeitsgeschichte schreibt, wurde von der Jury zur „GREEN BRAND Austria Persönlichkeit 2014“ erklärt.

Ein Mediensonderpreis und die Ausgabe Nr. zwei der GREEN BRANDS in Buchform komplettierten das umfangreiche Programm zum Award- und Gala-Abend.

Trophäe mit grüner DNA

Andreas Gnesda, Präsident des Österreichischen Gewerbevereins und zugleich Schirmherr der GREEN BRANDS Austria, bestärkte die Award-Winner in ihrem Bemühen, den eingeschlagenen Weg fortzusetzen. Sein Credo: „Nachhaltigkeit ist die DNA eines jeden Unternehmens.“

Pioniergeist und grüne Evolution durften folglich beim Festakt nicht

fehlen – und nahmen in Form der neu designten Trophäe 2014 Gestalt an: Die Preisträger durften die weltweit erste 3D-Druck Skulptur

„Die Preisträger 2014 haben sich diese Auszeichnung redlich verdient. Wir wollen alle motivieren, ihren Weg fortzusetzen.“

ANDREAS GNESDA, SCHIRMHERR
GREEN BRANDS AUSTRIA

tur aus biopolymerem Werkstoff, einem ökologisch nachhaltigen Material, in Händen halten. Auf Anregung des GREEN BRANDS-Netzwerks hat hier das Druckhaus Schinner aus Krems gemeinsam mit dem Öko-Thermoplaste-Produzenten Tecnaro ganze Arbeit geleistet.

Öko-Netzwerkplattform

Beim streng klimaneutral ausgerichteten Event kam auch der Spaß nicht zu kurz: Peter DeVille verzauerte mit seinen Tricks.

Beim anschließenden Bio-Buffer wurde gefeiert und genetzwerkt.



„GREEN BRANDS ist erwachsen geworden – aber kein bisschen leise. Wir freuen uns über alte und neue Mitstreiter.“

NORBERT LUX,
COO GREEN BRANDS

„Sie allesamt sind unbezahlbar, nachhaltig – und daher mit gutem Gewissen käuflich“, wie Moderator Fritz Lietsch, Anhänger einer Green Economy, pragmatischer Utopist und Spürnas für innovative, nachhaltige Projekte, während der Award-Zeremonie lakonisch anmerkte.

GREEN BRANDS: AUF EINEN BLICK

GREEN BRANDS ist eine internationale, unabhängige und selbstständige Brand-Marketing-Organisation mit Hauptsitz auf der grünen Insel Irland, die ökologisch nachhaltige Marken auszeichnet und das GREEN BRANDS Gütesiegel verleiht. Marken sind Unternehmen, Produkte, Dienstleister, Initiativen und Lebensmittel. GREEN BRANDS sind ausgezeichnete Marken aller Branchen und Größen im B2B- und B2C-Bereich, die nachweisbar ökologische Nachhaltigkeit praktizieren und somit eine hohe – nationale wie internationale – Anerkennung verdienen.

Das **dreistufige Verfahren** zur Auszeichnung ist weltweit einmalig und wird zusammen mit dem internationalen, **wissenschaftlichen Nachhaltigkeitsinstitut SERI** sowie hochrangigen und hochkompetenten **Jury-Mitgliedern** in **zweijährigem Turnus** durchgeführt.

Nominierung: mittels Marktforschung, Nennung durch NGOs, Interessensverbände, Medienpartner oder Jury-Mitglieder.

Validierung: durch wissenschaftlich aufbereitete Kriterienkataloge wird der Stand auf dem **Green-Brands-Index** von Experten ermittelt. Jury-Entscheid – abschließende Beurteilung der Validierungsauswertung und finale Instanz zur Anerkennung der Auszeichnung.

Preisträger 2014 – erstmalig Produkte und Unternehmen: A1, AAE Naturstrom, AlmaWin, BIOGENA, BiosLehm, DHL Express GoGreen, Green Care, Grünes Hotel zur Post (Salzburg), Klar, Landhotel Rupertus, M-Tec, PALFINGER, PRIMAVERA, RIESS, STYX Naturcosmetic sowie Toni Brau.

Preisträger 2014 – zum zweiten Mal Produkte und Unternehmen: alverde Naturkosmetik, BERGKRÄUTER, Biolandhaus Arche, Boutiquehotel Stadthalle, Buchdruckerei Lustenau, denn's Biomarkt, Druckhaus Schinner, elektrabregenz, Frosch, GRASL FairPrint, GUTENBERG, oekostrom, Römerquelle, StoColor Sil In und Climasan, Toni's Freilander sowie die VBA-Vorsorgekasse.

GRÜNE PERSÖNLICHKEIT: SEPP EISENRIEGLER

GREEN BRAND Austria Persönlichkeit 2014: Sepp Eisenriegler, Pionier der Reparaturdienstleistung zur Abfallvermeidung.

Für seine Verdienste der Reparaturdienstleistung zur Abfallvermeidung wurde Sepp Eisenriegler am Montag im Rahmen des Gala-Abends im Palais Eschenbach zur „GREEN BRAND Austria Persönlichkeit 2014“ gekürt.

Dr. Friedrich Hinterberger – Präsident der SERI und Jury-Vorsitzender – hob in seiner Laudatio das großartige Engagement anhand von vielen Projekten im Bereich des Umweltschutzes und Sozialem hervor, die über Österreich hinaus bis auf die Europäische Union wirken.



„Reparieren statt Wegwerfen“: Aushängeschild Sepp Eisenriegler.

