

GREEN BRANDS

Neue, internationale Auszeichnung für ökologisch nachhaltige Marken

Die internationale, unabhängige und selbstständige Brand-Marketing Organisation GREEN BRANDS zeichnet in einem weltweit einzigartigen Verfahren ökologisch nachhaltige Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen aus und verleiht das GREEN BRANDS-Siegel.

Es werden Marken geehrt, die nachweislich ökologische Nachhaltigkeit praktizieren und somit eine hohe nationale wie internationale Anerkennung verdienen. Damit sollen – neben bekannten und „großen“ Marken – vor allem Mittelstandsunternehmen gefördert werden, um ihnen eine breitere Publicity durch die PR-/Marketing-Aktivitäten von GREEN BRANDS zu ermöglichen.

Das fundierte und aufwändige Verfahren wurde nach über dreijähriger Entwicklungszeit vor allem in Zusammenarbeit mit dem internationalen Marktforschungsinstitut Ipsos sowie Beratung/Begleitung durch das internationale wissenschaftliche Nachhaltigkeits-Institut SERI (Wien) entwickelt und umgesetzt.

Das 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.

Hochkarätige Jury

Die Jury für die Auszeichnung der GREEN BRANDS Germany 2012/2013 ist hochkarätig besetzt mit Prof. Dr. Carsten Baumgarth (Hochschule für Wirtschaft und Recht, Berlin), Markus Blaschky (Institut für Wirtschaft und Umwelt e.V., Magdeburg), Harald Hasselmann (Ipsos Marktforschung, München), Prof. Dr. Claudia Kemfert (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin), Fritz Lietsch (Herausgeber des Magazins forum Nachhaltig Wirtschaften), Dr. Dennis Lotter (BENEFIT IDENTITY GmbH), Peter Menke-Glückert (BVMW – Deutsches Forum Nachhaltiger Mittelstand), Roman H. Mesicek (enorm Wirtschafts magazin), 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).

Die GREEN BRANDS-Organisation veröffentlicht in zweijährigem Turnus das Buch der ausgezeichneten GREEN BRANDS des jeweiligen Landes und ehrt die Marken im Rahmen einer Gala-Veranstaltung. Die Marken werden durch breite und großangelegte Medien-Kooperationen im B2B- und B2C-Sektor promotet und erhalten dadurch eine wesentlich bessere Awareness bzw. Akzeptanz.

Seriöses Verfahren

Oberste Prämisse der Organisatoren ist, mit einem anspruchsvollen, trans-

parenten und seriösen Verfahren nur die nachweislich tatsächlich ökologisch nachhaltig aufgestellten Marken zu ehren und fördern und somit zu mehr Anerkennung und Bekanntheit zu führen. Um dabei völlig unabhängig zu sein, finanziert sich das Verfahren durch Validierungs- sowie Siegel-Lizenz-/Marketing-/PR-Gebühren, die – je nach Marken-Umsatz – gestaffelt sind und sich sehr moderat verhalten, vergleichbar etwa mit dem Fair-Trade-Gebührenmodell.

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

GREEN BRANDS startete vor rund einem Jahr in Österreich, wo es bislang über 40 Marken ausgezeichnete und im Frühjahr 2012 nun auch in Deutschland mit der ersten Zertifikatsübergabe an Frosch. Über 500 nominierte Marken werden peu à peu verständigt und zum Verfahren eingeladen – rund 50 Marken sind bereits in der Validierung... und es werden täglich mehr.

GREEN BRANDS expandiert bereits im Herbst 2012 in weitere Länder Europas, ehe die Organisation 2014 mit dem Auszeichnungsverfahren auch auf anderen Kontinenten an den Start gehen wird.

Kontakt

www.Green-Brands.org

