



bioPress

Suchbegriff: Green Brands

12.04.2013

Ausgabe: Apr.

Verbreitete Auflage:

19.540

Anzeigenäquivalenz:

2.910 €

Fachzeitschrift / 4 x jährlich

Reichweite:

117.435

Seite: 35 / oben links

Alma Win erhält Gütesiegel

Als eines der ersten deutschen Unternehmen erhielt Alma Win, Hersteller von ökologischen Wasch- und Reinigungsmitteln, auf der BioFach für seine Marken Alma Win und Klar das Green Brands-Gütesiegel. Damit werden das erfolgreiche Engagement für Nachhaltigkeit, aktiven Klimaschutz und ökologische Verantwortung des deutschen Unternehmens gewürdigt.

Alma Win verfolgt seit genau 20 Jahren konsequent die Philosophie einer ganzheitlichen Öko-Qualität. Die unter dieser Prämisse entwickelten effizienten, ökologischen und hautmilden Produkte basieren auf Pflanzen und Mineralen, möglichst aus kbA, während auf bedenkliche und unnötige Zutaten wie optische Aufheller oder Füllstoffe verzichtet wird.

Grundlage der Auszeichnung durch die unabhängige Green Brands Organisation ist ein aufwändiges dreistufiges Verfahren, das in Zusammenarbeit mit dem renommierten SERI und Allplan sowie dem Marktforschungsunternehmen Ipsos entwickelt wurde: Bei diesem werden zunächst diejenigen Marken ermittelt, die bei den Verbrauchern als besonders umweltfreundlich, ökologisch und nachhaltig gelten. Die nominierten Unterneh-



Zertifikatsübergabe an Geschäftsführer Rudolf Bund (l. v. re.) und Ignaz Muttenhammer, Vertriebsleiter AlmaWin (2. v. li.) durch Norbert Lux (COO der GREEN BRANDS Organisation) (re.) sowie Jury-Mitglied Stefan Hermann Siemer (Ambulanz für neue Kommunikation) (li.)

men müssen anschließend einen Fragenkatalog zu Öko-design, Beschaffung der Rohstoffe, Produktion, Verpackung, Distribution, Nutzung, Verwertung und Entsorgung sowie Zertifizierungen beantworten. Daraus lassen sich die Umweltauswirkungen entlang des gesamten Produktlebenszyklus erfassen und auswerten.

Nur wenn das Ergebnis ein bestimmtes Level auf dem sogenannten Green-Brands-Index überschreitet, kann die Jury aus Vertretern der Wirtschaft, Wissenschaft, Medien, Agenturen und Umweltverbänden schließlich eine endgültige Entscheidung treffen. Bei Alma Win lautete das Urteil eindeutig ja. Das Zeichen mit dem von grünen Händen getragenen, blauen Globus darf daher jetzt das wachsende Alma Win-Sortiment tragen.