

УДК 504

GRÜNE MARKETING

А. И. ПЕСТУНОВИЧ, М. С. РОМАНЕНКО
Научный руководитель Е. Н. ТИШКОВСКАЯ
Белорусско-Российский университет

Das Interesse der Verbraucher an Umweltfragen wächst weltweit. Daten aus aller Welt zeigen, dass Menschen sich Sorgen um die Umwelt machen und ihr Verhalten ändern. Für Unternehmen, unabhängig von ihrer Größe, ist es an der Zeit, die Geschäftspraktiken zu überdenken. Das Ergebnis ist grünes Marketing. Ursprünglich war Green Marketing auf den Markt angewiesen, um umweltfreundliche Produkte anzubieten.

Im Laufe der Zeit wurde der Begriff des grünen Marketings jedoch erweitert, und dieses Phänomen wurde als andere Prinzipien und Ansätze für die Schaffung von Produkten, Werbung, Preisgestaltung und Marktpräsenz verstanden.

«Grünes» oder Umweltmarketing ist eine Steigerung der Markenbekanntheit und des Umsatzes durch den Einsatz umweltfreundlicher Produktionstechnologien und die Herstellung umweltfreundlicher Produkte.

Ziel des grünen Marketings ist es, die Bedürfnisse derjenigen zu befriedigen, die daran interessiert sind, die Ökologie der Verbraucher zum Nutzen der Unternehmen selbst zu erhalten und zu verbessern.

Umweltprodukte sind jedoch in der heutigen Welt im Allgemeinen teurer. Viele Käufer sind jedoch bereit, zu viel zu bezahlen, um Produkte zu verwenden, die die Umwelt nicht schädigen. Um große Vorteile zu erzielen, versuchen einige Unternehmen, ihr Produkt als Öko-Produkt zu präsentieren, obwohl dies nicht immer der Fall ist. Das führt dazu, dass Kunden mehr auf Etiketten nicht vertrauen und sich vor Umweltprodukten hüten. Damit der Käufer sicher sein kann, dass das Produkt umweltfreundlich ist, muss die Verpflichtung der Verwaltungsbehörden zur Überprüfung dieser Werbung eingeführt werden.

Grünes Marketing erfordert viel Zeit und Mühe, um ihre Reichweite zu erhöhen. Es ist nicht nur notwendig, für einzelne Produkte zu werben, sondern ein ganzes Konzept zu entwickeln, das für die meisten Verbraucher zu einer neuen Lebensweise wird, in der es keinen Platz für umweltschädliche Waren gibt. Das ist die globale Herausforderung, die sich das grüne Marketing gestellt hat.

Green Marketing ist bestrebt, über das traditionelle Marketing hinauszugehen und Umweltwerte zu fördern. Der Übergang zu «grünen Technologien» ist der effektivste Weg, um die Ökologie des Planeten in einem Zustand zu halten, der für zukünftige Generationen geeignet ist.