

УДК 339.138:504

DIE ENTWICKLUNG DES UMWELTMARKETINGS
IN UNTERNEHMEN

Д. В. ШПИЛЕВСКАЯ

Научный руководитель Е. Н. ТИШКОВСКАЯ

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

In der heutigen Gesellschaft wächst das Interesse an Fragen der Umweltzerstörung. Für Unternehmen, unabhängig von ihrer Größe, ist es an der Zeit, die Geschäftspraktiken zu überdenken. Das Ergebnis ist grünes Marketing. Ursprünglich war Öko-Marketing auf den Markt angewiesen, um umweltfreundliche Produkte anzubieten.

Grünes Marketing ist eine umweltfreundliche Aktivität, die mit der Entwicklung, Herstellung und dem Verkauf von Produkten verbunden ist, um den Bedürfnissen der Bevölkerung unter Berücksichtigung der Umweltfolgen gerecht zu werden.

Ziel des grünen Marketings ist es, die Bedürfnisse derjenigen zu befriedigen, die daran interessiert sind, die Ökologie zu erhalten und zu verbessern.

Im Jahr 1946 wurde die Internationale Organisation für Normung – ISO (International Standardization Organization) gegründet. Derzeit ist ISO eine weltweite Vereinigung nationaler Normungsgremien aus 163 Staaten.

Aktivitäten im Bereich Umweltmanagement in den Jahren 2006-2007 wächst intensiv in allen industrialisierten und vielen andere Länder: zum Beispiel in Japan – 21779 Unternehmen sind nach der Norm ISO 14001 zertifiziert; in China – 18979; in Spanien – 11205; in Italien - 9825; in England – 5400, insgesamt in der Welt – 129.031

So produzierte die amerikanische Firma «Timberland» Schuhe, die nach ein paar Jahren des Tragens immer wieder in den Laden zurückgebracht werden können.

Levis Öko-Jeans besteht aus 100% Baumwolle, Knöpfe aus Kokosnussschalen, und Kartoffelfarbe, Mimosenblüten und Marseille-Seife werden zum Färben verwendet. Es gibt Unternehmen auf der ganzen Welt, die versuchen, unsere Welt sauberer, sicherer und sparsamer zu machen (Starbucks, Adidas, Tesla).

Anfang 2011 wurden 255 Organisationen nach internationalen Standards akkreditiert u. a. «Belarusneft Production Association», «Belshina», «Naftan», «Seismotekhnika», «Pinskdrv», «Pinskdrv-Pinwood» und erhielten ein Zertifikat der ISO 14001-Reihe.

Das ökologische Konzept des Marketings im Unternehmen sollte in folgenden Bereichen umgesetzt werden:

- 1) Überwachung der technologischen Produktionslinie;
- 2) Reparatur von Sachanlagen, einschließlich Geräten von ökologischer Bedeutung;
- 3) Überwachung der Einhaltung von Umweltstandards;
- 4) Kontrolle über die Entsorgungstechnologie und deren Zusammensetzung.

Zusammenfassend lässt sich sagen, das Umweltmarketing sich auf die Reduzierung der Umweltverschmutzung konzentrieren soll.