

# HOGYAN LEHET FELISMERNI A ZÖLD MARKETING TRÜKKÖKET?

Greenwashing – Amikor a környezetbarátság csak látszat.

 Gondolja  
Végig  
Higgadtan



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL



# MI AZ A GREENWASHING (ZÖLDRE MOSÁS)?

Manapság a fogyasztók egyre inkább olyan termékeket és szolgáltatásokat keresnek, amelyek vásárlásával biztosak lehetnek abban, hogy a lehető **legkisebb mértékben terhelik a környezetet**.

A vállalkozások ezt felismerve gyakran hangsúlyozzák termékeik és szolgáltatásaik fenntarthatóságát a reklámjaikban. Ugyanakkor sok esetben ezek az üzenetek nem teljesen megalapozottak, vagy félrevezetőek lehetnek.



## GREENWASHING - ZÖLDRE MOSÁS

A greenwashing (zöldre mosás) olyan marketingstratégia, amikor egy cég úgy próbálja beállítani magát, mintha környezetbarát lenne, hogy növelje eladásait vagy javítsa a hírnevét, miközben a valóságban nem tesz jelentős lépéseket a fenntarthatóság érdekében.



# MIÉRT VESZÉLYES?

# 1



## FÉLREVEZETŐ

A vásárlók azt hihetik, hogy környezetbarát döntést hoznak, miközben valójában egy megtévesztő marketingüzenet hatására vásárolnak. Ez csökkenti a fogyasztói bizalmat, és hosszú távon bizalmi válságot okozhat a „zöld” termékekkel szemben.

# 2



## LASSÍTJA A KÖRNYEZETVÉDELMI VÁLTOZÁSOKAT

Ha a piac tele van ál-környezettudatos termékekkel, kevesebb ösztönzés marad azokra a cégekre, amelyek ténylegesen fenntartható megoldásokba fektetnek.

# 3



## HÁTTÉRBE SZORÍTJA A VALÓBAN ZÖLD CÉGEKET.

A greenwashinget alkalmazó cégek könnyebben jutnak a fogyasztók támogatásához, miközben a valóban hiteles és fenntartható vállalkozások hátrányba kerülnek. Ez torzítja a versenyt, és elvonja a figyelmet azokról, akik ténylegesen felelősen működnek.



# HOGYAN SZŪRHETŐ KI A GREENWASHING?

## 5 LÉPÉS A GREENWASHING FELISMERÉSÉHEZ

ECO  
FRIENDLY

1

### FIGYELJEN A SZAVAKRA

A túl általános állítások („eco”, „fenntartható”, „biológiailag lebomló”, „környezetbarát”) vagy az érzelmekre ható színek, szimbólumok használata gyanúsak lehetnek.

2

### HITELES ÁLLÍTÁSOKRA ÉPÍTSEN

A termék weboldalán vagy akár a kereskedő felkeresésével győződjön meg arról, hogy van-e részletes, objektív adatokon alapuló tájékoztatás, amely alátámasztaná a használt szlogent!

3

### NE ÉRZELMI ALAPON HOZZON DÖNTÉST

Attól, hogy egy termék csomagolása zöld színű, állatokat, növényeket, csobogó patakot ábrázol, még nem biztos, hogy a termék nem ártalmas a környezetre.

4

### VÁSÁROLJON MEGFONTOLTAN

Alakítson ki olyan vásárlási szokásokat, amelyek egyszerre veszik figyelembe a termékekhez kapcsolható környezeti hatásokat, a termék árát és minőségét!

5

### GONDOLJA VÉGIG HIGGADTAN

A vásárlást megelőzően akár többször is gondolja végig higgadtan, hogy valóban szüksége van-e az adott termék megvásárlására (lehet-e például kölcsönözni)!





# TUDATOS DÖNTÉSEK A FENNTARTHATÓ JÖVŐÉRT

Tudatos vásárlóként a legfontosabb, hogy a hangzatos környezetvédelmi / „zöld állítás”-on túl **a tényekre és a részletekre is figyeljünk.**

Az igazi fenntarthatóság nem a csomagoláson vagy a szlogenen múlik, hanem a döntéseinken: a környezet védelme hosszú távú, apró, de következetes lépések sorozatából áll.

 Gondolja  
Végig  
Higgadtan

**Minden tudatos választással csökkenthetjük az ökológiai lábnyomunkat, támogathatjuk a felelősen működő vállalkozásokat, és hozzájárulhatunk ahhoz, hogy a jövő generációi számára is élhető legyen a környezet.**



**Szkenneljen  
a további információkért!**



[www.gvh.hu](http://www.gvh.hu)



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL