

SICHERHEIT UND UMWELTKENNZEICHNUNG IM RAHMEN DER NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG DER GESELLSCHAFT

Miroslav RUSKO - Ján ILKO

SAFETY AND ENVIRONMENTAL LABELING IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SOCIETY

Abstrakt

Die Umsetzung der Sicherheits- und Umweltkennzeichnung trägt zu einem positiven Ansatz für Umweltschutz und Sicherheit in allen Aspekten des Geschäfts. Es gibt eine Tendenz zur Erhöhung der Vielfalt der Instrumentation in der Etikettierung (Umwelt-, Sicherheits- und andere, entweder sehr spezifisch oder multikriterial, standardisiert oder nicht standardisiert) gegründet in großem Maß der freiwilligen Aktivitäten des Herstellers aber auch die wachsenden Umweltbewusstsein der Verbraucher. Die Anwendung von Umwelt- und Sicherheitskennzeichnungspraxis stammt nicht nur von den Bemühungen und Anforderungen der staatlichen Behörden, sondern auch die Interessen der Erzeuger und der Verbraucher Öffentlichkeit. Das Ziel der Umwelt- und Sicherheitskennzeichnung ist um besser zu vermitteln, angemessene Informationen über die Qualität, Umwelt- und Sicherheitscharakteren der Prozessen, Technologien, Aktivitäten und Produkten (in der Grundphasen seines Lebenszyklus).

Suchwörter: Sicherheit, Umwelt, Umweltkennzeichnung

Abstract

The implementation of safety and environmental labeling leads to a positive approach to environmental protection and safety in all aspects of business. There is a tendency to increase the diversity of instrumentation in the labeling (Environmental, safety and other, either very specific or multicriterial, standardized or not standardized) founded to a large extent of voluntary activities of the manufacturer and the growing environmental awareness of consumers as well. The application of environmental and safety labeling practice comes not only from the efforts and requirements of state authorities, but also the interests of producers and consumers public. The aim of the environmental and safety labeling is to give better, adequate information on the quality, environmental and safety character of the processes, technologies, activities and products (in the basic stages of its lifecycle).

Key words: Safety, environment, environmental labeling

Prolog

Derzeit die Sicherheit und Umweltkennzeichnung spielt auf dem Feld der Sicherheit und umweltorientierte Produkt- und Technologiepolitik wichtige Rolle. In der kurzen Vergangenheit, trotz der Tatsache, dass gab es keine Umweltbewegung (einschließlich Öko-Kennzeichnungsprogrammen), wenn auch im Rahmen der ländlichen Siedlungen wo Materialkreislauf geschlossen war (von Nahrung zum Kleidung), hat das System funktioniert. Der Abfall wurde auf dem Misthaufen geworfen, andere Abfälle als potenzielle Bedrohung der Kontamination der Umwelt gab es nicht. Der Beginn der Industrialisierung entstand "Abfall" als ein Problem, sei als Nebenprodukt von Industrieprozessen oder Häuser. Basierend auf den definierten wirtschaftlichen Bedingungen es betreibt das Recycling und die Rücklaufsystem ohne die Notwendigkeit der visuellen Führung (z. B. Die Flaschensammlung). Es war nicht notwendig, den Kunde direkt zu führen, die gekaufte Ware in die "grüne" Taschen mit adäquatem Umweltzeichen tun, es gab ja zu Hause nur ein paar Textilietaschen, die langfristige benutzt wurden. Innerhalb der Einkaufsmöglichkeiten, war nicht notwendig ein System der Etiketten der Bewegungsführung und Sicherheit zu haben, weil die Einkaufszentren (mit Rolltreppen, Tiefgarage, Aufzüge etc.) existierten nicht. In jedem Dorf gab es verschiedene Geschäfte die sich auf die bestimmte Ware fokussiert haben und es war natürlich dann kein Problem die einzelne Produkte zu kaufen. Die Nahrung (ohne Marke und Zertifikat) wurden in der Küche mit Händen bearbeitet und in einen Topf auf dem klassischen Herd gekocht. Die Hausfrauen waren nicht mit „Ökologischen“ Angeboten, gesundem Essen, und ständig mit moderner Haustechnik attackiert. Das Wasser wurde aus Brunnen oder Leitungswasser verbraucht und nicht von Kunststoffeinwegflaschen mit anderen Bestandteilen behandelt. Die Kleidung wurde mit Hand und Seife gewaschen und in der Sonne und Wind getrocknet, ohne Energiebedarf. Es war nicht notwendig, den Verbraucher zu modernen "umweltfreundlichen" Waschpulver, Waschmaschinen und Trockner, mit betreffenden Produktion-, Sicherheit-, Umwelt- und Energie-Etiketten versehen zu locken. Kein „Verkehr-boom“ des Individualverkehrs gekommen ist, keine "Kunststoffzeit" und die damit verbundene Kontaminierung der Umwelt und dann die Aktivitäten der staatlichen und nicht-staatlichen Sektors für die Eliminierung der Kontamination. Derzeit, haben wir oft als Ergebnis der Globalisierung, der negative Angriff der Gemeinschaft auf einzelne Komponenten der Umwelt. Damit ist die Notwendigkeit der Regulierung die nachteiligen Auswirkungen zu beseitigen. Neben an der Regulierung spielt eine wichtige Rolle die öffentliche Bildung und Medienaktivitäten.

Für die Verringerung der negativen Auswirkungen damit die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft zu gewährleisten,

sind geeignete Maßnahmen getroffen werden. Die sind oft mit Etikettierung verbunden mit Absicht zu informieren, zu mobilisieren, rationalisieren die Aktivitäten, die Auswirkungen zu verringern oder zu beseitigen. Mit diesen Aktivitäten auf allen Ebenen der Gesellschaft (geografischen, regionalen, nationalen, Nichtregierungsorganisationen, Unternehmen, oder Sektor), hat sich die Entstehung des aktuellen Standes der großen Vielfalt in der Umwelt- und Sicherheitsmarkierungen entwickelt.

Sicherheit- und Umweltkennzeichnung hilft die Prinzipien der Sicherheit und der Umweltpolitik in der Praxis effektiv einzuführen. Bringt Verbesserung der Rahmenbedingungen für Unternehmen, die Umweltsituation in der Produktion, sowohl auch in die nicht-produktive Sphäre, die Erhaltung der kulturellen Besonderheiten, bessere Bewirtschaftung der natürlichen Ressourcen, verbessert die Kontrolle (Tracking des Produktes in der gesamten Produktionskette von der Produktion bis zum Verkauf). Die Beziehung zwischen Umweltschutz und Marketing ist nicht eindeutig. Umweltschützer haben Vorbehalte gegen Marketing als marktorientierte Philosophie, wegen individuellen Charakter und Missachtung der sozialen Anforderungen. Die Notwendigkeit der Lösung der Umweltproblemen in Bezug auf die gesamten sozialen und globalen Anliegen, spiegelt sich in der Vermarktung und der schrittweisen Übergang zu der Anwendung sogenannter "Green Marketing". Umweltkennzeichnung der Produkten dazu wesentlich beiträgt. Kennzeichnung als Ergebnis der Kriterien festgelegt den angehörigen Normen in Rahmen des Programmes/Regelung wird wichtiges Instrument, das nicht nur die wirksame Umsetzung aller vorgesehenen Bedingungen, sondern auch deren Kontrolle ermöglicht. Erwähnt nur die Kennzeichnung ist nicht ausreichend, es muss auch die Möglichkeit diese Informationen objektiv zu überprüfen sein.

Die Entwicklung der Umweltgüter und -dienstleistungen (Umweltgüter und -dienstleistungen - EGSS) in der EU ist weitgehend stimuliert mit umfangreiche Aktivitäten auf dem Gebiet der Umweltpolitik.

EGSS Sektor ist ein heterogenes Zusammenfass der Herstellern, Technologien, Produkten und Dienstleistungen, die:

- Messen, kontrollieren, wiederherstellen und wanden sich ab, korrigieren, minimieren, prüfen und aufmerken auf die Schaden auf die einzelnen Komponenten der Umwelt, das heißt, Luft, Wasser und Boden sowie die Probleme der Abfallwirtschaft, Lärmreduzierung, die biologische Vielfalt oder Land. Ebenfalls enthalten sind saubere Technologien, Produkte und Dienstleistungen, umzuleiten oder zu minimieren die Umweltbelastung;
- Messen, kontrollieren, wiederherstellen und wanden sich ab, korrigieren, minimieren, prüfen und aufmerken auf die Erschöpfung der natürlichen Ressourcen. Sie beziehen sich zum effizientere Technologien, Produkte und Dienstleistungen, die den Verbrauch natürlicher Ressourcen zu minimieren. [1]

Die Interessen aller Verbraucher ist Sichere, die Gesundheit und die Umwelt unbedenkliche Produkte einzukaufen. Wichtig ist, das Bewusstsein für umweltfreundliche Produkte, auf die Erhöhung des Umweltbewusstseins von der Fachwelt und vor allem Verbraucher. [15]

Sicherheitskennzeichen

Sicherheitskennzeichen bezieht sich auf ein bestimmtes Objekt, Aktivität oder Situation und die Bereitstellung von Informationen oder Anweisungen, die für die Sicherheit und den Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz durch Zeichen, Farben, Lichtzeichen, Schallzeichen. Markierungen können permanent oder temporär sein. Sicheres Produkt ist ein Produkt, dessen Eigenschaften, Zusammensetzung, Haltbarkeit, Verpackung, Etikettierung Warnungen, Wartung und andere Daten und Informationen werden in der Amtssprache in einer Weise verständlich für den Verbraucher geben. Kennzeichnung ist eine Möglichkeit der Verringerung des Risikos und der Ansatz zur Gewährleistung eines sicheren Produktes. Für den Verbraucher könnte dies ein Problem und das Fehlen von klaren und präzise Kennzeichnung zu werden.[12]

Produkte, die ausschließlich für den Gebrauch bestimmt sind und haben den Consumer-Markt gelangen, sollte mit den Anforderungen der Richtlinie 2001/95/ES entsprechen.[16]

Verfahren zur Kennzeichnung der Produkten, die den Verbrauchern sicheres Produkt versichern (Abb. 1):

- Verwaltungszeichen CE
- Slowakische Verwaltungszeichen CSK
- Qualitätszeichen SK

Die Auffassung eines Zeichens darf nicht unverständlich durch ihre falsche Auswahl, falsche Positionierung, schlechten Zustand, der falschen funktion, unzureichender Anzahl oder mit einer von weiteren Indikationen des gleichen Zeichens, die mit Sicht oder Klarheit der Markierung eine mißverständnis antun kann, sein. Darum muß die Menge der Etiketten auf einem Ort begrenzt werden. Leuchtzeichen und Schallsignale vor der Inbetriebnahme und in regelmäßigen Perioden werden kontrolliert und getestet, um die korrekte Funktion und Wahrnehmung zu gewährleisten.[7]



Abb 1 CE Zeichen, Produktbezeichnung CSK, Slowakische Qualitätszeichen, Slovak Gold, Tschechische Qualitätszeichen, Österreichische Qualitätszeichen

Umweltkennzeichnung

Bei Umweltkennzeichnung spielt das Umweltzeichen eine sehr große Rolle. Jeder Umweltzeichenprogramm hat seine eigene ursprüngliche Marke. Veröffentlichung der Gründe der Wahl von Produkten mit der Marke von umweltfreundlichen Produkten können auch friedlich und ziemlich schnell die Verbraucher über die positive Haltung der Hersteller und Importeure mit Umweltproblemen, sogar auch den schädlichen Auswirkungen von verschiedenen Substanzen und Prozesse auf die Umwelt informieren, und damit die Verbesserung des Wissens der Bevölkerung über das Thema Umweltschutz und Versorgungs Erwerb und die Verwendung von umweltfreundlichen Produkten erhöhen.[14]

In den 70er Jahren des letzten Jahrhunderts gab es ein erhöhtes Bewusstsein für die Probleme der Natur und den Umweltschutz und die Auswirkungen der Produktionsprozessen auf natürliche Ökosysteme. In den Industrieländern waren die Verbraucher bereit die Produkte, die die Umwelt weniger schaden als ihre Stellvertreter davor zu bevorzugen. Unter Berücksichtigung dieser Präferenzen Marktpolitik hatte offensichtlich Einfluss auf die Unternehmensstrategie und führt zu einem intensiven Entwicklung der grünen Marketing, wenn weithin bekannt und Produkte, die aus irgendeinem Grund erklärt, umweltfreundlich zu sein sein könnten. [9]

Umweltbewusste Verbraucher oft Problem haben, das zu kaufen was Sie wirklich wollen. Weil jede Organisation könnte ihr Produkt als "umweltfreundlich" zu werben, haben die Regierungsstellen, Industrie und Umwelt-NRO die Umweltzeichens für die Verbraucher für die Entscheidung für die "richtige" Produkt, entwickelt. [10]

Umweltzeichen sind eine Gruppe der Zeugen, die relevante Informationen über die Umweltverträglichkeit von Produkten anbieten. Das Hauptziel der Umweltkennzeichnung ist die Nachfrage nach Produkten mit dem geringsten Auswirkungen auf die Umwelt zu schaffen.

Der breitere Familie der Umweltkennzeichnung und Erklärungen im Bezug auf Produkte und Dienstleistungen sind Marken der unterschiedliche Grade der Beziehung zur Umwelt oder seiner Komponenten. Es gibt folgende Typen:

- Typen in ISO / TC / 207 standardisiert - eine Reihe von Standard-Serie 14000, Typ I, II, III (Tab. 1)
- Die standardisierte Typen außerhalb ISO 14000-Standards
- Nichtstandardisierte Typen

Tab. 1 Typen von Umweltkennzeichnung nach den Normen des ISO 14000

Umweltkennzeichnungstyp	Charakteristik	Norme	Umsatz in der Slowakei
Allgemeine Regeln	Umweltkennzeichnungen und Erklärungen	ISO 14020: 2000	
Typ I	Umweltzeichen, die das Programm in den meisten Fällen auf nationaler Ebene, unter denen das Recht auf das Umweltzeichen für Produkte, welche den vorgegebenen Anforderungen vergeben verwenden. Marke kennzeichnet Produkte, die in einem so umweltfreundlich (Umweltzeichen) bezeichnet bestimmte Produktgruppe sind.	ISO 14024: 1999	Nationales Programm zur Umweltprüfung und Kennzeichnung von Produkten in SR
Typ II	Es basiert auf Selbstdeklaration der Umweltansprüche Hersteller, Importeure, Händler, Verkäufer oder alle anderen, die wahrscheinlich von Ansprüchen profitieren werden, ohne Zertifizierung des unabhängigen Dritter.	ISO 14021: 1999	Wird genutzt von einigen Unternehmen als Teil seiner umweltorientierten Politik
Erklärung Typ III	Bilden ein Zeichen in Form von schriftlichen Informationen mit quantifizierten Daten über die Umweltbelastung durch die Produktion pro Einheit des Produktes oder in Form von Etiketten mit numerischer und grafischer Ausdruck dieser Last.	ISO 14025: 2006	

Umweltkennzeichnung Typ I

Umweltkennzeichnung Typ I gehört zu den freiwilligen umweltpolitischen Instrumenten. Es basiert auf einer Bewertung der verschiedenen Kriterien der dritten Seite, deren gegen Lebenszyklusanalysen eine Lizenz gegeben wird. Die Lizenz autorisiert die Verwendung von Umweltzeichen für Produkte der Gesamtumweltsignung des Produktes in einer bestimmten Produktgruppe. Auszeichnung dieser Art von Umweltzeichen wird vom Staat und der Slowakischen Republik erklärt, gewährleistet für die Verbraucher, dass ein Produkt oder eine Technologie erfüllen die hohen Anforderungen von Umweltkriterien eingestellt.

Erstes Umweltzeichen Zertifizierungssystem (Programm) zentral durch einen Dritter [unabhängigen] (Bundesministerium für Umwelt) verwaltet, wurde am 1977 gegründet, und in der Bundesrepublik Deutschland im Jahre 1978 in die Praxis umgesetzt. Das Programm hat sich in Deutschland erweitert und ausgezeichnet mit dem Umweltzeichen "Blauer Engel" begonnen und die ausländische Unternehmen in den deutschen Markt haben sich dann in kürzen Zeit interessiert. Der Erfolg der deutschen Öko-Kennzeichnungsprogrammen hat zur Schaffung von zusätzlichen Umweltzeichen-Programme geführt. (Abb 2)



Abb. 2 Umweltkennzeichnung SRN „Modry anjel“

Im Jahr 1994, ein globales Netzwerk von Umweltzeichen - GEN (Global Umweltzeichen-Netz) wurde gegründet. GEN ist eine gemeinnützige Nichtregierungsorganisation. In diesem Netzwerk werden die einzelnen nationalen und multinationalen Programmen aus der ganzen Welt verbunden. (Abb. 3)



Abb. 3 Logo Global Ecolabelling Network

Grenzüberschreitende Programme

- Am 6. November 1989, die Entscheidung des Nordischen Ministerrates dass für Verbraucherangelegenheiten das Nordic Umweltzeichenprogramm "White Swan" zuständig ist, wurde verkündigt, die die erste grenzüberschreitende Programme war.
- Im Jahr 1992 der Verordnung (EG) 880/1992 vom 23. 3. 1992 transnationale Umweltzeichenprogramm EU gegründet wurde, das durch die Verordnung (EG) Nr 1980/2000 geändert wurde.

Privatprogramm - im Jahr 1989 wurde die erste private Programmverwaltung von Privatunternehmen Geen Siegel der Vereinigten Staaten gesteuert.

Nationale Programme – es wurden anmählich mehrere nationale Systeme gegründet (Tab. 2), z. B.:

- 2001 - Vitality leaf in Russland [“Saint-Petersburg Ecological Union” - SPbEU],
- 1989 - erklärung des nationalen Umweltzeichenprogrammes in Japan,
- 1991 – Umweltzeichenprogramm Im Österreich,
- 1994 – Nationale Programme der Produktenbezeichnung „Ekologicky šetrný výrobek“ in Tschechien,
- 1997 - Nationale Programme Umweltbewertung und Kennzeichnung dder Produkten in SR

In der EG wird für Produkte Öko-Label "Europäische Blume" (Abb 4) verleiht, in Sinne der Verordnung (EG) Nr 66/2010. In der Slowakei durch das Ministerium für Umwelt nationalen Umweltzeichen "Umweltgerechte Produkt" (Tab. 2)

Produkte, die bestimmte Bedingungen in Bezug auf die spezifischen Anforderungen für die nationalen Umweltzeichen für das jeweilige Produkt erfüllen gewährt. Das Verfahren und die Bedingungen für die Erteilung und Verwendung von Umweltzeichen - nationalen und europäischen - durch das Gesetz geregelt Nr. 469/2002 Z.z. im Wortlaut des Gesetzes Nr. 587/2004 Z.z. und Gesetzes Nr. 217/2007 Z.z. (Abb 4)



Časť 1

Časť 2

Abb 4 Europäische Blume

Tab.2 Umweltkennzeichnung Typ I

Schema	Zeichnung	Schema	Zeichnung
Slowakei <i>Environmentálne výrobky</i> vhodný		Slowakei <i>Environmentálne výrobky</i> vhodný	
Europäische Union <i>The Flower</i>		Kroatien <i>Prijatelj okoliša</i>	
Tschechien <i>Ekologický šetrný výrobek</i>		Österreich <i>Umweltzeichen</i>	
Deutschland <i>Der Blaue Engel</i>		Holland <i>Milieukeur</i>	
Frankreich <i>NF Environment Mark</i>		Kanada <i>Environmental Choice</i> <i>Choix Environnemental</i>	
Ungarn <i>Környezetbarát termék</i>		Škandinawien <i>Nordic Swan</i>	
Španien <i>AENOR Medio Ambiente</i>		Süd Korea <i>Korea eco-label</i>	
Japan <i>Eco Mark</i>		Singapur <i>Green Label Singapore</i>	
Brasilien <i>Associação Brasileira de Normas Técnicas</i>		USA <i>Green Seal</i>	
China <i>Green Council</i>		Švédien <i>Bra Miljöval</i>	

Russland <i>Vitality leaf</i> [Saint-Petersburg Ecological Union]		Schweden <i>TCO Certified</i>	
Indonesien <i>Ramah Lingkungan</i>		Filipinen <i>Green choice Philippines</i>	
Schweden <i>Bra Miljöval</i> <i>Naturskyddsföreningen</i>		Indien <i>Ecomark</i>	
Hong Kong <i>Hong Kong eco-label</i>		Taiwan. <i>Green Mark</i>	
Malaysia <i>SIRIM eco-label</i>		Ukraine <i>Ekologično čisto ta bezpečno</i>	
China <i>Environmental Certification Center</i>		Izrael <i>Green Label</i>	
Australien <i>Environmental Choice</i>		Neuseeland <i>Environmental Choice</i>	
Thailand <i>Green Label</i> <i>Thailand</i>		Nord Amerika <i>UL Environment</i>	

Umweltkennzeichnung Typ II

Eigene Erklärungen der Ansprüchen um Umwelteigenschaften der Produkten werden von Herstellern, Importeuren, Distributoren, Einzelhändler oder jemand, der wahrscheinlich aus dem Anspruch profitieren wird formuliert. Selbstdeklarationen dürfen ohne Zertifizierung durch Dritter durchgeführt werden.

Eigene Umwelterklärungen sind korrekt, spezifisch und überprüfbar; spezifisch für einen Umweltaspekt, die Gegenstand des Anspruchs ist und berücksichtigt müssen Sie die wichtige Aspekte des Produktlebenszyklus zu betrachten.

Derzeit vier Organisationen in der SR bestätigt die Richtigkeit der Behauptungen über die Umweltverträglichkeit seiner Produkten.

Ein Beispiel für einer Umweltkennzeichnung Typ II sind (Tab. 3):

- RICOH Recycle Label
- China Environmental Labeling
- Recycled Content Certification – SCS Global Services

Tab. 3 Umweltkennzeichnung Typ II

Schema	Zeichnen
RICOH Recycle Label	
Recycled Content Certification – SCS Global Services	
China Environmental Labeling	

Umweltkennzeichnung Typ III

EPD - Environmental Product Declaration muss immer auf der überprüften Angaben des Ökobilanz des Produkts in Übereinstimmung mit den Anforderungen der ISO 14040 basieren. EPD ist also ein absolute quantifizierte Aussage über dem Umweltaspekten des Produktes, und in allen Phasen des Lebenszyklus. Dazu gehören die Gewinnung von Roh- und Brennstoffen, die Produktion von Grundstoffen und Energie, die Produktion des bewerteten Produkts Service in allen Phasen des Produktlebenszyklus, das Produkt und seine Wartung, Demontage und Recycling / Entsorgung von Teilen des Produkts am Ende der Produktlebensdauer. Die Haftung muss von einem unabhängigen Dritten überprüft werden.

Der Beispiel der Umweltkennzeichnung Typ III ist Ecoleaf (Abb. 5) unter dem JEMAI (Japan für Umweltbewusstes Management für die Industrie), in Zusammenarbeit mit METI (japanische Ministerium für Wirtschaft, Handel Industrie).



Abb 5 Logo EcoLeaf

Umweltzeichen, konzentrierte auf einen Sektor, vergeben der öffentliche Institutionen

Die Marke auf eine Branche fokussiert sind Zeichnungen, verbunden nur mit einem Umwelthema, wie z.B. Energieverbrauch oder Emissionen. Es gibt zwei verschiedene Arten von Etiketten auf einen Sektor fokussiert:

- Der erste Typ ist auf einem oder mehreren Kriterien Art von Pass/Fail mit gewisser Sektor verknüpft, z.B. mit Energieeffizienz. Wenn ein Produkt erfüllt die festgelegten Kriterien, darf mit der entsprechende Markierung bezeichnet werden. Beispiele des ersten Typs von Marken fokussiert auf einen Sektor, vergeben der öffentlicher Institutionen, sind:
 - die Energy Star (Energy Star) (Abb. 6) - Marke für energieeffiziente Bürogeräte (Computer, Monitore, Kopierer, Drucker, Faxgeräte, etc.). Allgemeine Bedingungen für die Kennzeichnung "Energy Star" definiert die Verordnung (EG) des Europäischen Parlaments und des Rates Nr 106/2008. [2]
 - Der ökologische Landbau (Abb. 7) – Verleihung dieser Markierung limitiert die Verordnung des Rates (EWG) Nr 2092/91 über den ökologischen Landbau und die entsprechende Kennzeichnung für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel.
- Die zweite Art der Kennzeichnung ist auf einer Produktenwertung oder Dienstleistungen entsprechend ihren Auswirkungen auf die Umwelt in der Branche basiert. Beispiele des ersten Typs von Marken fokussiert auf einen Sektor, vergeben der öffentlicher Institutionen, sind:

- Energieverbrauchskennzeichnung (Labelling) (Abb. 8) - in den EU verwendet, wertet die Produkten für Hausrat nach ihrer Energieeffizienz, wobei A ist die größte und G die am wenigste effizient. ELD wird durch die Richtlinie 92/75 / EWG des Rates limitiert.
- Etikettierung der Automobilen, mit Informationen über Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen. Wird durch die Richtlinie 1999/94 / EG des Europäischen Parlaments definiert.



Abb. 6 Energy star



Abb.7 Ökologischer Landbau



Abb. 8
Energieverbrauchskennzeichnung
(Labelling)

Umweltzeichen der private Betreiber vergeben

Neben an Haupt-öffentlich verleihenen Zeichnungen - es gibt mehrere Marken von Handelsmarken, die von NRO, Industrie-Gruppen oder Kombinationen von Interessengruppen verleihen worden sind. Beispiele für Etiketten von private Betreiber erteilt sind:

- Internationale System der Waldzertifizierung (Forest Stewardship Council, FSC) (Abb. 9) - ist der Prozess, durch den eine akkreditierte unabhängige Partei beurteilt, ob Management in einem bestimmten Waldgrundstück in Übereinstimmung mit den festgelegten Anforderungen (FSC-Standards) ist und gibt eine schriftliche Garantie (Zertifikat) aus. FSC-Zertifikat beweist, dass die Waldbewirtschaftung die strengen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Anforderungen in den FSC-Standard definiert erfüllt.. [4]
- Internationale Zertifikat der Organisationen TCO (Abb. 10) - in Zusammenarbeit mit der schwedischen Organisation für die Natur und NUTEK (das schwedische Nationale Kommission für Industrielle technologische Entwicklung) berücksichtigt das Verhältnis von IT-Geräten auf die Umwelt und die Gesundheit des Anwenders.[4]
- Fair Trade Federation (FTF) (obr. 11) – ist eine Assoziation von Herstellern, Importeuren und Verbrauchern, deren primäres Ziel ist benachteiligten Produzenten in Entwicklungsländern mit Schwerpunkt auf soziale Gerechtigkeit, Umweltschutz und wirtschaftliche Sicherheit zu unterstützen. [3]



Abb. 9 Internationale System der Waldzertifizierung



Abb. 10 TCO Zertifikat



Abb. 11 Fair Trade Federation

Produktkennzeichnung und grüne Marketing

Modernes Marketingzugriff zur Firmensteuerung, auf Markt orientierten, hat wesentlich kürzere Historie als die Wareproduktion und Finanzformum das Management von Unternehmen mit einer Marktorientierung ist wesentlich kürzer als Währungsaustauschformate Ergebnisse der getrennten Produktion Arbeitsteilung menschlicher Aktivitäten. Während Ware-Geld-Beziehungen zurück tief in der Geschichte zu den Ursprüngen der Kultur und Zivilisation Entwicklung, Marketing beginnt mit dem Beginn des späten neunzehnten Jahrhundert. Im Laufe des Begriffs "Vermarktung" hat sich zu einem festen Bestandteil des kategorischen Aparat beschreiben modernen Marktwirtschaft.

In der Praxis wurde ein integriertes Managementsystem des jeweiligen Unternehmens und Nichtmarktakteure im Querschnitt von Branchen und Bereichen der materiellen und nicht-materiellen Aktivitäten. Dies gilt insbesondere für die entwickelten Volkswirtschaften, in denen Marketing frühestens tiefsten und intensivsten in die Managementprozesse eingedrungen. In diesem Umfeld seit den frühen 80er Jahren des letzten Jahrhunderts haben sich etabliert Slogans, Ideen und Prozesse, wie Marktforschung, Marketing-Grundsätze der Organisation und Verwaltung, nähert sich der Einsatz von Marketing zu Produktion und Handel im Allgemeinen, um Produkte und Dienstleistungen durch die Vermarktung zu fördern. [6]

Im Allgemeinen, versteht Man den Begriff der Marke sichtbar oder nicht wahrnehmbar Identifikationszeichen. Das Label kann ein Name, Logo oder andere Anzeichen Marke kann visuell oder hörbar sein. Marke ist auf einem Produkt, Produktgruppe oder den gesamten Bereich. [13]

Die Idee, ein Produkt bezeichnen, das die Umwelt schädigt geringer als seine Substituten, hat ähnliche Wurzeln wie die sogenannte grüne-Marketing. Grün-Marketing fangte in Europa Anfang der 80er Jahre des 20. Jahrhunderts an, von der Entstehung von sog. umweltfreundliche oder akzeptable Produkte auf dem Markt. Es begann mit der Herstellung von Produkten, die umweltverträglicher Verpackungen, die wiederverwertbar und biologisch abbaubar, bei effizienter Kontrolle der Umweltverschmutzung und energieeffiziente Betriebsbedingungen. Grün-Marketing basiert auf der Grundidee der Social-Marketing-Konzept, das P. Kotler beschrieben, wie die Ermittlung der Bedürfnisse auf der Grundlage, Wünsche und Interessen der Zielmärkte und effektiver und effizienter erfüllen sie als Konkurrenten in einer Weise, erhalten oder erhöhen die Wohlfahrt der Verbraucher und die Gesellschaft wird. [8]

Das Ziel des Marketings ist die Maximierung der Lebensqualität, die direkt mit der Qualität der Umwelt verbunden ist. [5]

Die Verbraucher der Werbung oft nicht trauen. Unabhängige Informationen von staatlichen Stellen oder NGOs kriegt einfacher das Vertrauen der Kunden als eine Werbung.

Motive für die Einführung der grünen Marketing sind mit dem Image oder Organisation und Entstehungsprozesse zugeordnet.

Die wichtigsten Motivationsfaktoren berücksichtigt sind:

- Organisationen, die über den Umweltschutz kümmern haben stabile Kunden. Die Menschen wählen Produkte, die zu einer nachhaltigen Entwicklung nachhelfen, aus emotionalen oder ethischen Gründen. Auswahl auf dieser Basis aufgebaut ist beständiger als Wahl, basierend auf Preis.
- Studien zeigen, dass die Reputation leitet wesentlich zum Gesamtwert der Organisation. Einige Zahlen zur Illustration:
 - 60% Reputationsverbesserung ist gleich Werterhöhung der Aktionen um 7%,
 - ungefern 40% des Marktwert der Organisation ist mit der Reputation verbunden,
 - eine Krise in der Reputation führt nach Statistik zur Aktionswertreduzierung um 8%. [11]
- Die Verbraucher wollen ein gutes Gefühl beim Einkaufen haben. Sondern auch, um die Vorteile zu erreichen und wollen persönlich angesprochen werden. Dies ist ein Grund, warum die Bio-Lebensmittel gut verkauft sind trotz höherem Preis. Dies gibt dem Verbraucher das Gefühl, dass der Hersteller kümmert sich um ihre Gesundheit.
- Produkte, die zur Nachhaltigkeit beitragen haben ein enormes Wachstumspotenzial. Die Herausforderung besteht daher die Produkte, die das Umweltbewusstsein der Verbraucher anlassen. Wenn dies gelingt, ist das neue Produkt mehr als nur eine technische oder kosmetische Verbesserung des bestehenden Produkt und wird auch immer schwieriger für die Wettbewerber zu imitieren sein.

Epilog

In den letzten Jahren widmet sich den Aspekten der Sicherheit und Umweltschutz erhöhte Aufmerksamkeit. Das Grundproblem ist die Verschlechterung der Umwelt als Folge der sozioökonomischen Aktivitäten zur wissenschaftlich-technischen Revolution, und damit verbundenem Wirtschaftswachstum. Eine Äußerung des Wirtschaftswachstums, ist auch Massenproduktion der verschiedenen Arten des Abfalls. Diese Auswirkungen der wirtschaftlichen Tätigkeiten begann die Umgebung beeinflussen, daneben mit negativen Einfluss auf die Gesundheit der Bevölkerung. Ein wichtiges Motivationszeug das Risiko zu vermeiden ist die Qualität-, Sicherheit- und Umweltkennzeichnung. Umweltprüfung und Kennzeichnung von Produkten schafft einen Wettbewerbsvorteil auf dem Markt für umweltfreundliche Produkte mit dem entsprechenden Umweltsiegels.

Veröffentlichung der Gründe, die Wahl von Produkten mit der Marke von umweltfreundlichen Produkten können auch friedlich und ziemlich schnell die Verbraucher informieren sich über die positive Haltung der Hersteller und Importeure mit Umweltproblemen, sondern auch die schädlichen Auswirkungen von verschiedenen Substanzen und Prozesse auf die Umwelt und damit in der Regel erhöhen das Niveau der Kenntnis ihrer der Umweltfragen und ihren Nutzen Erwerb und die Verwendung von umweltfreundlichen Produkten.

Acknowledgements

This paper was written in frame of the work on the projects VEGA 1/0990/15 The readiness of industrial enterprises to implement the requirements of standards for quality managementsystems ISO 9001:2015 and environmental management systems ISO 14001:2014.

LISTE DER LITERATURHINWEISE

- [1] EC. The Environmental Goods and Services Sector. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2009.
- [2] Energy Star. [on-line] [cit. 2009-10-06] Available on-URL: <www.eu-energystar.org/en>
- [3] Fair Trade Federation. [on-line] [cit. 2009-10-07] Available on-URL: <www.fairtradefederation.org>
- [4] FSC. [on-line] [cit. 2009-10-11] Available on-URL: <www.fsc-info.org>

- [5] JACINTO, D. – SAKÁL, P.: Marketingové nástroje environmentálnej politiky podniku, SP Synergia, Trnava, 2009, ISBN 978-80-89291-22-9
- [6] KORAUŠ, Anton. *Finančný marketing*. Bratislava : Sprint dva, 2011. 536 s. [26,8 AH]. Economics. ISBN 978-80-89393-31-2.
- [7] KORDOŠOVÁ, M., 2014: Bezpečnosť práce v praxi. In Farby, značky a signály na pracovisku. Wolters Kluwer s.r.o. 6/2014, ISBN 1338-2691
- [8] KOTLER, P.: Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 7th edn, 1991
- [9] MAJERNÍK, M. - CHOVANCOVÁ, J. - MIHOK, J., 2006. *Dobrovoľné nástroje environmentálneho manažérstva a možnosti ich využitia na podnikovej úrovni*. - In: Regióny vidiek životné prostredie 2006. Zborník vedeckých, odborných príspevkov a posterov z medzinárodnej vedeckej konferencie, SPU Nitra, p. 273-278. ISBN 80-8069-709-4.
- [10] MAJERNÍK, M. et al.: Prehľad dobrovoľných nástrojov na zlepšovanie environmentálneho správania na podnikovej úrovni. Bratislava : ASPEK, 2007. 85 s. ISBN 978-80-88995-08-1.
- [11] MULDER, K.: Sustainable development for engineers. Delf University of Technology, The Netherlands, Greenleaf Publishing, 2006, ISBN 1-874719-19-5
- [12] NV SR č. 404/2007 Z.z o všeobecnej bezpečnosti výrobkov
- [13] RUSKO, M. - KUCHÁRIKOVÁ, E. - DUCHOŇ, M.: Ekolabelingová internetová stránka. In: Environmentálne inžinierstvo a manažérstvo. 4.medzinárodná konferencia EIaM 2007, Herľany 22.-24.10.2007 (2007). ISBN 978-80-8073-894-5, s. 154-161
- [14] RUSKO, M. - KUCHÁRIKOVÁ, E. - NAGYOVÁ, G., 2008: Possibility of using the environmental labeling type II. - In: Proceedings from Conference „Monitorovanie a hodnotenie stavu životného prostredia VII“ - Zvolen : Technická univerzita vo Zvolene, 2008. - ISBN 978-80-228-1831-5. - p. 157-164
- [15] RUSKO, M.- VOLÁKOVÁ, M., 2004. Survey on utilization of environmental labelling and LCA in Slovakia.. - Environmentální značení [Environmental Labelling] 2/2004, Praha, p. 6-7, ISSN 1212-4761
- [16] Smernica 2001/95/ES o všeobecnej bezpečnosti výrobkov

AUTOR ADRESSEN

doc. RNDr. Miroslav RUSKO, PhD., Slowakische technische Universität in Bratislave, Materialtechnologische Fakultät, Botanická 49, 917 24 Trnava, Slowakische Republik, mail: mirorusko@centrum.sk

Ing. Ján ILKO,

♦ Slowakische technische Universität in Bratislave, Materialtechnologische Fakultät, Botanická 49, 917 24 Trnava, Slowakische Republik

♦Premiumpack GmbH, Wien, Republik Österreich, e-mail: <jan.ilko@gmail.com>

RECENZIA TEXTOV V ZBORNÍKU

Recenzované dvomi recenzentmi, členmi vedeckej rady konferencie. Za textovú a jazykovú úpravu príspevku zodpovedajú autori.

REVIEW TEXT IN THE CONFERENCE PROCEEDINGS

Contributions published in proceedings were reviewed by two members of scientific committee of the conference. For text editing and linguistic contribution corresponding authors.