

SCHVALENÍ

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Kohlová Barbora	<table border="1"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd</td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">23 -05- 2017 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj:</td> <td style="text-align: center;">0295 Příloh:</td> </tr> <tr> <td>Přiděleno:</td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	23 -05- 2017 -1-	Čj:	0295 Příloh:	Přiděleno:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:		23 -05- 2017 -1-							
Čj:		0295 Příloh:							
Přiděleno:									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2016									
E-mail diplomantky/diplomanta: Bkohlova@seznam.cz									
Studijní obor/forma studia: Marketingová komunikace a PR, prezenční									
Předpokládaný název práce v češtině: Greenwashing a jeho vnímání zákazníky									
Předpokládaný název práce v angličtině: Greenwashing and its recognition by customers									
Předpokládaný termín dokončení: LS 2017/2018									
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce: Marketing s odkazem na ekologii hraje stále větší roli, a proto se v současnosti nejedna firma zabývá ekologií a udržitelným rozvojem, tzv. greenmarketingem. Na druhou stranu poptávka po zelenějším já s sebou přináší i nekalé praktiky některých firem, které se snaží ekologicky pouze vypadat, nikoli ekologickými být. Tato bakalářská práce se věnuje právě druhému fenoménu, greenwashingu. Cílem bakalářské práce je poskytnout detailní popis greenwashingu a analyzovat, jak je tento fenomén „zeleného vymývání“ vnímán/rozpoznáván spotřebiteli. V teoretické části bude nejprve ve zkratce vysvětlen pojem greenmarketing, který je s greenwashingem úzce spjat, respektive z něhož greenwashing vzešel. Dále se zaměřím na historické ukotvení Greenwashingu, definice, jeho nástroje a další aspekty spojené s tímto fenoménem. V praktické části bude greenwashing demonstrován na několika společnostech (2-3). Tyto společnosti se na první pohled zdají být ekologické, nicméně nesplňují uvedené definice Greenmarketingu, a naopak používají praktiky, které můžeme zařadit do greenwashingu. Bude se jednat o společnosti, které se vyskytují na českém trhu (nemusí být české), a které spotřebitelé dobře znají. Tyto společnosti pak budou použity v dotazníkovém šetření. To se bude zabývat vnímáním greenwashingu spotřebiteli, tj. spotřebitelé vnímají produkty, které se na první pohled zdají jako ekologicky šetrné, bio, apod. Ze získaných údajů pak zjistíme, které nástroje a taktiky jsou pro spotřebitele nejméně rozpoznatelné a kterými se nechají snadněji ovlivnit.									
Předpokládaná struktura práce: <ol style="list-style-type: none"> 1. Úvod 2. Teoretická část <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Stručný vhled do greenmarketingu <ul style="list-style-type: none"> - Definice pojmu - Historie - 5 „I“ greenmarketingu 2.2 Greenwashing <ul style="list-style-type: none"> - Definice pojmu - Historie - Počátky - Milenium - Současnost - Znaky greenwashingu 									

- Hříchy greenwashingu
- Nástroje greenwashingu
- 2.3 Greenwashing index
- 2.4 Eco-Labels
- 3. Praktická část
 - 3.1 Metodologie výzkumu
 - 3.2 Konkrétní společnosti/organizace
 - 3.2.1 Firma X
 - 3.2.2 Firma Y
 - 3.2.3 Firma Z
 - 3.2 Výsledky dotazníkového šetření
- 4. Závěr
- 5. Zdroje
- 6. Seznam příloh

Vymezení zpracovávaného materiálu:

Literatura zabývající se greenwashingem a jeho vnímáním zákazníky. Dále zpracování marketingových výstupů, webových stránek a konkrétních produktů tří firem (X,Y,Z).

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Výklad pojmů, deskripce, studium materiálů.

V praktické části bude vytvořeno dotazníkové šetření odkazující se na vnímání greenwashingu spotřebiteli a následná analýza získaných informací. Toto dotazníkové šetření bude zpracováno pomocí kvantitativní analýzy.

Konkrétní firmy (X,Y,Z) budou analyzovány za pomoci právě jednotlivých taktik greenwashingu.

Základní literatura:


JACQUELYN A. OTTMAN. *The new rules of green marketing strategies, tools, and inspiration for sustainable branding*. Sheffield [England]: Greenleaf Pub, 2011. ISBN 9781605098685. Kniha poskytuje základní informace o greenmarketingu a greenwashingu. Jsou zde obsaženy jak definice, tak historické pozadí jednotlivých termínů. Poskytnuty jsou také příklady různých firem a značek, které se snaží dosáhnout pokroku v tomto odvětví.

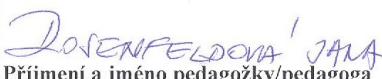
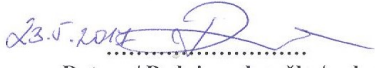
Jacob Cherian, Jolly Jacob. "Green Marketing: A Study of Consumers' Attitude towards Environment Friendly Products". *Asian Social Science*, 2012. Available at <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ass/article/view/20767>. Tato studie se zabývá postoji zákazníků v rámci tzv. greenmarketingu. Důležitá je především část pojednávající o změně chování zákazníků skrze „zelený“ životní styl, Eco-Labels (ekologické značky) a ekologicky přátelské produkty.

GRANT, John. *The green marketing manifesto*. Hoboken, NJ: John Wiley, c2007. ISBN 978-0470723241. Hlavní zdroj informací z hlediska green marketingu/washingu. Kniha poskytuje definice, propojení s praxí i s ovlivňováním zákazníků. Můžeme tuto knihu považovat za hlavní zdroj a jakousi encyklopedii green-marketingu/washingu.

PARGUEL, Béatrice, Florence BENOIT-MOREAU a Cristel Antonia RUSSELL. Can evoking nature in advertising mislead consumers? The power of 'executional greenwashing'. *International Journal of Advertising* [online]. 2015, 34(1), 107-134 [cit. 2017-04-20]. DOI: 10.1080/02650487.2014.996116. ISSN 02650487. Článek zkoumá efekt tzv. „zeleného mytí“ a použití prvků evokujících přírodu v reklamách, za účelem umělého zvýšení image, jako ekologické značky. Podstatné jsou zejména studie, zabývající se tímto tématem, doplněné o konkrétní metody, příklady a měření.

OGILVY EARTH. *From Greenwash to Great: A Practical Guide to Great Green Marketing*

<p>(without Greenwash) [online]. [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: https://assets.ogilvy.com/truffles_email/ogilvyearth/Greenwash_Digital.pdf Jak již sám název napovídá, příručka se snaží ukázat, jak efektivně provádět greenmarketing bez použití greenwashingu. Každá část je doplněna o konkrétní příklad, z čehož můžeme čerpat inspiraci pro budoucí dotazník.</p> <p>VYSEKALOVÁ, Jitka. <i>Psychologie reklamy</i>. 4., rozš. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4005-8. Tato kniha nám poskytne základní výklad vztahu mezi psychologíí a marketingem. Pro tuto práci je stěžejní výklad barev a jejich vliv na psychiku člověka, která následně ovlivní i nákupní chování jedince.</p>
<p>Diplomové práce k tématu:</p> <p>POSPÍCHALOVÁ, Zdeňka. <i>Green Marketing vs. Greenwashing</i>. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2012, 100 s. Dostupné také z: http://hdl.handle.net/10563/23541. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ústav marketingových komunikací. Vedoucí práce Bačuvčík, Radim.</p> <p>SALÁKOVÁ, Andrea. <i>Green Marketing</i>. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2012, 102 s. Dostupné také z: http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/18837/salaková_2012_dp.pdf?sequence=1. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ústav marketingových komunikací. Vedoucí práce Navrátilová, Svatava.</p>
<p>Datum / Podpis studenta/ky</p> <p>23.5.2017 </p>

<p>TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:</p> <p>Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:</p>
<p>Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:</p>
<p>Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.</p> <p>Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.</p>
<p> Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga</p> <p>23.5.2017  Datum / Podpis pedagožky/pedagoga</p>

<p>TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTIŠKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.</p> <p>TEZE SCHVALUJE NA IKSŽ VEDOUCÍ PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY.</p>
--

Seznam příloh

Příloha č. 1: Informovaný souhlas respondentek k nahrávání (Vzor dokumentu)

Příloha č. 2: Přepis rozhovoru s účastnicí R_1 (rozhovor)

Příloha č. 3: Přepis rozhovoru s účastnicí R_2 (rozhovor)

Příloha č. 4: Přepis rozhovoru s účastnicí R_3 (rozhovor)

Příloha č. 5: Přepis rozhovoru s účastnicí R_4 (rozhovor)

Příloha č. 6: Přepis rozhovoru s účastnicí R_5 (rozhovor)

Příloha č. 7: Přepis rozhovoru s účastnicí R_6 (rozhovor)

Příloha č. 8: Schéma hloubkového rozhovoru (seznam otázek)

Příloha č. 9: Čistící přípravek CIF NATURE'S RECIPE (obrázek)

Příloha č. 10: Dětské vlhčené ubrousky Huggies Natural Care (obrázek)

Příloha č. 11: Odpadkové pytle FINO (obrázek)

Příloha č. 12: Prací gel Seventh Generation (obrázek)

Příloha č. 13: Šampon norská bříza Urtekram (obrázek)

Příloha č. 14: čistič na nádobí s aloe vera Ecover (obrázek)

Příloha č. 15: aviváž květ bavlny Frosch (obrázek)

Příloha č. 16: čistící pleťové mléko Lavera (obrázek)

Tabulka č. 1: Přehled účastnic hloubkových rozhovorů (s. 21)

Přílohy

Příloha č. 1: Dokument potvrzující souhlas respondentek k nahrávání

Informovaný souhlas účastníků výzkumu

Informovaný souhlas týkající se bakalářské práce na téma: „Greenwashing a jeho vnímání zákazníky“.

Žádám Vás o souhlas s poskytnutím výzkumného materiálu pro výzkumný projekt ve formě audio nahrávky rozhovoru a pořízení fotografie produktů.

Důraz během zpracování materiálů bude kladen na:

- 1. Anonymitu informantů*
- 2. Mlčenlivosti výzkumnice*
- 3. Jako informantka máte kdykoli právo odstoupit od výzkumné aktivity*

Děkuji za pozornost věnovanou těmto informacím a žádám Vás tímto o poskytnutí souhlasu s Vaší účastí ve výzkumu.

Barbora Kohlová

Podpis:

Udělují souhlas s účastí v uvedeném výzkumném projektu a s poskytnutím výzkumného materiálu.

V

dne

Podpis:

Příloha č. 2: Přepis hloubkového rozhovoru s účastnicí R_1

Místo: kavárna Zasekávák, Jaselská 46/20, Praha 160 00

Datum: 16.4. 2019

Jaký postoj máte k ekologii?

- *Pracuju v tom, mám k tomu pracovní i osobní postoj*

Jaký postoj máte k ekologicky šetrným produktům?

- *Asi pozitivní, k některým.*

Nakupujete zelené produkty? Pokud ano, tak jaké?

- *Snažím se nakupovat BIO věci, aby ty zvířata měla třeba lepší podmínky pro život, nebo oblečení, se snažím vybírat kvalitnější přírodní materiály, a pak se chovat šetrně, nevyhazovat, ale používat věci dlouho, ještě mycí prostředky, ale jar se mi zdá, že je biologicky odbouratelný.*

Jakou roli pro Vás hraje cena při koupi ekologicky šetrnějších produktů? Je to pro Vás překážka, nebo to nehraje žádnou roli?

- *U některých je to překážka, zdá se mi ta cena, že je příliš nadsazená a že ta zelenost je jenom v marketingu, a není v té reálné hodnotě, to je případ třeba u toho jaru, jiné čisticí prostředky jsou taky odbouratelné, ale v těch čističkách odpadních vod se odbourá všechno, tam se spíše rozhoduju na základě ceny a užitých vlastností, ale u jídla mně třeba nevadí si připlatit.*

Hraje pro Vás nějakou roli značka? Koupíte si produkt kvůli tomu, že tu ekologickou značku znáte?

- *Asi ne, spíš mám své odzkoušené značky dlouhodobě, značky mě zajímají spíše o kvalitě těch výrobků, co mám odzkoušené, jinak mi to přijde předražené a marketing.*

Setkala jsem se s těmito produkty, nebo alespoň s produkty z podobné kategorie?

- *Ano*

Byla byste schopná určit, které produkty jsou ekologické a které si na ekologické pouze hrají?

- *Ubrousky mi připadají že asi ne, je tam 65 % celulózy, ale asi tam budou i umělá vlákna, nesmí se to házet do wc, takže to není biologicky rozložitelný, takže to jsou klasický ubrousky, co maj trošku celulózy v sobě*
- *Ecover: Vypadá jako normální detergent, ale bude rozložitelný, takže ten ANO*
- *Seventh generation: Asi vypadá taky celkem v pohodě, navíc to má recyklovanou lahev*
- *Pytle: Nevěřím tomu, byla jsem na přednášce, že nejsou rozložitelné podle ústavu zkoumání zemědělství, tam dělali testy s rozložitelnými plasty a řekli, že se většina z nich nerozkládá a po několika letech tam zůstanou cáry*
- *Čisticí mléko: To vypadá stejně jako normální věci, to složení*
- *Cif: Má to lahev recyklovanou, ale bude to asi stejný, líbí se mi ta lahev z recyklovaných plastu, jinak produkt vevnitř bude asi podobný*
- *Aviváž: NE, ta je úplně normální*
- *Šampon: vypadá docela dobře*

Jakou roli pro vás hraje cena? Je to vedlejší, nebo se podle toho orientujete?

- *Třeba Seventh je drahý, přijde moc drahý, na to, že je to recyklovaná lahev, Která by měla být levnější, než z nových plastů*
- *Lavera je pro mě je drahá a nepříjde mi to tak dobré*
- *Ecover mi přijde hodně předražený a složení je podobné, navíc nevím, jak moc koncentrované to bude, jar je hodně koncentrovaný a díky tomu mi vydrží dlouho doma*
- *(Fino pytle) Nee (smích, jsou drahé)*
- *(Frosh) Já nekupuji aviváž vůbec, neřeším, nevím ani, kolik stojí aviváže*
- *Huggies, to zase není tak špatná cena, ale stejně se to musí hodit někde do spalovny*
- *Šampon, ten ještě jde, šampóny jsou docela drahé*

Hrají pro vás nějakou roli eco labely? Že je to veganské atd., máte o tom nějaké povědomí? Hraje roli ty eco labely?

- *Vím, že existují různé ekologické značky, ale přijde mi, že jich je hodně a že je to takový business sám sobě udělovat značky. Zajímám se o LCA, life cycle assesment, hodnocení životního cyklu, se to většinou s něčím srovnáv, vybírají se různé parametry a myslím si, že když žo bude chtít někdo dobře nasimulovat, tak se to dá trošku ošmelit, záleží, s čím se to pak srovnává a tak. Vždycky je v tom hodnocení hodně parametrů, těm se dává různá váha, které jsou jak důležité a ty se dají také ovlivnit. Nemyslím si, že ty výsledky jsou vždycky objektivní. Zas tak pro mě nejsou důležité, nepříjde mi, že by to bylo opravdu ta certifikace, je jich hodně a pro normálního člověka se to nedá sledovat.*

Co vás teoreticky oklamalo, nebo co vás naopak utvrdilo v tom, proč jste tyto prostředky takto rozdělila? Můžete mi říct, co Vás oklamalo, utvrdilo?

- *Ten Cif, líbila se mi ta lahev, že je recyklovatelná, ale složení je stejné jako u jiných prostředků, ta láhev se mi líbila.*
- *Aviváž pro mě je všeobecně neekologická, zbytečný produkt, aviváže nejsou důležité.*
- *Odličovač mi přišel složením normální, to složení mi nepřišlo o tolik jiné.*

Když už víte, že si tyto produkty na ekologické pouze hrají, tak jak to na Vás působí?

Berete to negativně, nebo to pro vás nehraje žádnou roli a klidně byste si ty produkty koupila?

- *Takže ten Cif mi přijde, že mají aspoň tu lahev a ta cena je v pořádku, tady ten je vlastně levnější, než který si kupuji za 70 Kč. Nepříjde mi, že se o to zas tak liší, neřekla bych, že se ta firma snaží říct, že je to ekologický produkt.*
- *Pytle mi hodně vadí, protože si lidi myslí, že jsou rozložitelný, ale nejsou*
- *Dětské vlhčené ubrousky mi taky vadí, protože se toho používá hodně a je to taková habadůra na ty zákazníky.*
- *Tohle (ubrousky a pytle) mi přijde opravdu jako klamání zákazníků.*

Berete výskyt produktů, co si na zelené pouze hrají, jako problém?

- *Je to problém, protože to je klamání zákazníka. Pokud se snažím žít šetrně k přírodě, tak tím mohou být zmatení, dají za to víc peněz, ale vliv na životní prostředí to nemá.*

Myslíte si tedy, že by to mělo být více regulované? Jak by to teoreticky mělo být, správně regulovat, aby to bylo více jasné?

- *V dnešní době je těžké vytvořit metodiku pro všechny produkty. To by byla hrozná byrokratická zátěž. Asi nejlépe vzděláním, že si přečtou to složení, huggies neříkají, že jsou lepší v něčem, tady ani není napsáno, že je to eko, nepřipadá mi, že je to špatný, jen je to zelený.*
- *Ty pytle by měly být zakázané. Tady si opravdu myslím, že je to zavádějící. Je to teoreticky rozložitelný, ale v řádech 1000 let, i ropa je v moři rozložitelná. Ne To by mohlo být regulovatelné, že by se určila doba, jako snadno rozložitelné v kompostéru (třeba rok), nebo za 5 let, za 100 let rozložitelné odpadkové pytle, tak by to lidi odradilo trochu.*
- *A ten jar mi nepřijde jako nešetrné, tady mají aspoň tu lahev. Všechny čisticí prostředky musí být biologicky odbouratelné v čistírnách odpadkových vod.*

Zajímá Vás ještě něco, ohledně produktů, které si na zelené pouze hrají? Napadá Vás ještě nějaký dovětek, co byste chtěla vzkázat na závěr?

- *Myslím si, že bychom se na světové úrovni měli věnovat spíše tomu, jak dlouho ty produkty vydrží. Třeba spotřební elektronika, která má krátkou životnost. Mělo by se více dbát na to, aby ty produkty byly opravitelné.*

Příloha č. 3: Přepis hloubkového rozhovoru s účastnicí R_2

Místo: Konektor s.r.o., Karlovo náměstí 17, Praha 120 00

Datum: 17.4. 2019

Jaký postoj máte k ekologii?

- *To záleží, zajímám se o to, mám dělala ve firmě na třídění odpadů, i moje máma tam pracuje, třídím odpad, ale že bych to nějak přeháněla, to ne.*

Jaký postoj máte k ekologicky šetrným produktům?

- *To moc neřeším.*

Nakupujete nějaké zelené produkty? Pokud ano, tak jaké?

- *Jar na nádobí, pastu, měla jsem i prací prášek, ale to se mi moc nelíbilo, ted' asi jenom jar.*

Hraje pro Vás nějakou roli cena při výběru těchto produktů?

- *Jelikož žiju sama a moc toho nevyplývám, tak to pro mě není rozhodující.*

Hraje pro Vás nějakou roli značka? Například že si koupíte ten Jar, protože ho máte osvědčený, nebo to neřešíte?

- *Nehraje.*

Znáte nějaké eco labely, jako je například Cruelty free, Vegan, atd. Zajímá Vás to, nebo to neřešíte vůbec u těch produktů?

- *U kosmetiky to řeším, ale u domácích prostředků spíše ne, to záleží, nevím.*

Setkala jste se někdy s těmito produkty, nebo alespoň s produkty ze stejné kategorie?

- *Ano, pytle znám hodně dlouho, Seventh generation neznám, zbytek znám.*

Můžete mi na základě vlastního uvážení rozdělit produkty na ty, u kterých si myslíte, že se jedná o ekologické produkty a na ty, které si na to dle Vás pouze hrají?

- *Cif, tomu asi moc nevěřím.*
- *(Šampon) Sice tady nejsou parabeny, ale spíš si myslím, že si to na eko hraje.*
- *Ecover jsem hodně přemýšlela, ale opět mně to spíš nepřesvědčilo, že to eko je, nevěděla jsem*
- *(Huggies) Materiál u ubrousků se špatně rozkládá, je tam sice aloe vera, nějak to na mě nepůsobí.*
- *Frosch, ta značka si nemyslím, že je úplně eko, ani jsem nenašla, proč by to mělo být eko, nemyslím si, je tu sice ecological, ale nevěřím tomu.*
- *(Pytle) Rozložitelný, na to si sáhneš a cítíš, že je to rozložitelné, to si myslím, že to eko je, v rámci možností.*
- *(Čistící mléko) Vlastně ani nevím proč, nějak jsem si říkala, že tam je to certified, nějak mně to přesvědčilo, že je to eko*
- *(Prací prášek) Tady že je to 99 form recycled plastic, tak mě to také nějak přesvědčilo.*

Dávala jsem se, že při rozdělení jste se vůbec nedávala na cenu, neřídila jste se jí, nehrála tedy pro Vás žádnou roli?

- *Ne*

Hraje pro Vás nějakou roli označení těch eco-labelů? Nebo spíše jste se řídila intuicí?

- *Mělo by to být nějak označené, jako když je třeba bezlepkové pečivo, jen u pár to má napsané to označení, mělo by to být označené.*

Co Vás teoreticky oklamalo, nebo co Vás naopak utvrdilo v tom rozdělení?

- *Mně by ani nenapadlo, že jsou ty dětské ubrousky ekologické, každý snad v dnešní době ví, že je tento materiál ekologicky špatně.*
- *Ty další dva, jsem si myslela, že je to normálně rozložitelné, třeba ty pytle. Když máte plastovou tašku z tohoto materiálu, tak ty označují za rozložitelné.*
- *Ten Cif na mě nepůsobí úplně zeleně.*

Když takto vidíte ty produkty, vyloženě Vám to vadí, že si na zelené pouze hrají? Nebo to berete jako pozitivní krok té společnosti?

- *Aspoň se ty společnosti snaží, chtějí nalákat sice jenom větší prodejnost, ale jestli tam nejsou třeba škodlivé látky, tak si myslím, že je to hezká snaha, ale asi by to neměly vydávat za zelené, ale z toho Cifu to na mě ani nepůsobí, že je to zelené, ani ty dětské ubrousky bych si nespojila s něčím zeleným, ale ty pytle ano.*

Když to takto víte, změnilo by to Vaše nákupní rozhodnutí? Nekoupila byste si to kvůli vyšší ceně například?

- *Ten Frosh používám a nevěděla jsem, že je tak dobře hodnocený. Já toho vyplácám tak málo, že pro mě cena u toho třeba nehraje vůbec roli.*

Berete výskyt těchto produktů, co si na zelené hrají, jako problém? Nebo tomu nepřikládáte tak velkou váhu?

- *Řekla bych, že by měli být nějak označeny, leč si říkám, že je lepší, že se snaží, že to není tak hrozně chemické, ale neměli by se snažit působit úplně zeleně. Aby byl jasný rozdíl, že zelené nejsou, i když to je dobrá snaha/tedy marketing těch firem.*

Myslíte si, že je třeba tento jev více regulovat? Nebo napadá Vás, co by se mohlo udělat lépe? Jak tomu zabránit?

- *Nějaké značení, které je více vidět a bude více logické, nějaké sjednocující, jako je třeba gluten-free.*
- *Udělal bych jednu sjednocující, protože si myslím, že se v tom člověk jinak nevyzná. Ale nevím, zvládlo se to u jiných výrobců, zvládne se to u tady toho.*

Chcete dodat něco na závěr k těmto produktům?

- *Neměli by si hrát na zelené a přiznat to.*

Příloha č. 4: Přepis hloubkového rozhovoru s účastnicí R_3

Místo: Konektor s.r.o., Karlovo náměstí 17, Praha 120 00

Datum: 17. 4. 2019

Jaký postoj máte k ekologii?

- *Můj postoj k ekologii je, že se sama snažím být co nejvíce ekologická, třídím odpad, snažím se nekupovat si oblečení v řetězcích, snažím se nad tím přemýšlet, ale je pravda, že nejsem tak důsledná, jak bych mohla být.*

Jaký postoj máte k ekologicky šetrným produktům?

- *Dobrá, ale zas tolik jich neznám a nevím, který produkt je šetrný a který ne, když jako si můžu vybrat mezi šetrným a normálním, tak si většinou vyberu šetrný, ale když jdu do krámu, tak si vyberu, co mi voní a neřeším to.*

Nakupujete nějaké zelené produkty? Pokud ano, tak jaké?

- *Kupuji si Jelena a pak kosmetiku Lush, vlastně dost věcí, ale nevzpomenu si hned.*

Máte povědomí o eco labelech, jako je například Cruelty Free?

- *Jo, vím o tom, mám o tom povědomí.*

Zajímáte se u produktů přímo o složení?

- *Jak kdy, většinou moc ne, protože tomu stejně nerozumím.*

Hraje pro Vás nějakou roli cena, když si kupujete tyto produkty?

- *Jako ani ne, protože mi přijde, že když je to kvalitní, tak si za to klidně připlatím, ale třeba ten Jelen byl vždycky levnější, než normální produkty.*

Hraje pro Vás nějakou roli značka?

- *Určitě, třeba ten Lush si kupuju pravidelně, takže se nechám ovlivnit, má to pro mě roli.*

Čeho si u zelené varianty všímáte nejvíce?

- *Hraje roli, že je to vyloženě zelený, ale málo kdy to o těch věcech vím, aby to mělo přijatelnou cenu a musí mi to třeba vonět.*

Setkala jste se někdy s těmito produkty?

- Ano.

Můžete i produkty roztrždit podle toho, u kterých si myslíte, že jsou skutečně zelené a na ty, které si na to pouze hrají?

- (Frosch) Tady to si na to jenom hraje, protože tady píšou, že je to složení s přírodními výtažky, ale zároveň je to aviváž. To si na to jenom hraje.
- (Huggies) To si na to podle mě taky jenom hraje, připadá mi to tak.
- (Cif) To mi skutečně přijde, že je to zelené.
- (Seventh Generation) Jo, to bych si taky koupila
- (Urtekram) Tohle bude zelené, je to CrueltyFree, Vegan, jo to určitě je.
- (Ecover) To mi přijde zelené.
- (Lavera) To taky.
- (Odpadkové pytle) To mi přijde taky zelené, ty odpadkové pytle jsou rozložitelné.

Všimla jsem si, že pro Vás cena žádnou roli nehrála při tom určování.

- *Moc ne.*

Koukala jste se na složení.

- Ano

bylo pro Vás důležité i eko označení, ty eco-labels?

- *Myslím si, že se podle eco-labels dá zorientovat.*

Co Vás teoreticky nejvíce oklamalo? Vy jste špatně určila Cif a ty pytle.

- *Na Cifu jsem se řídila podle samolepek, ale teď koukám, že je tam napsáno přírodní výtažky.*
- *(Pytle) Tady jsem četla, že jsou rozložitelný, proto jsem brala, že je to dobré.*

U toho Frosche jste si původně myslela, že si to na zelené pouze hraje, proč?

- *Nic z balení jsem nepoznala, proč je to ekologické a proč ne, a ta modrá barva ve mně neevokuje ekologičnost, spíše ta bílá nebo průhledná.*

Vadí Vám, že si na ekologické pouze hrají, nebo to pro Vás nehraje žádnou roli?

- *Vyloženě mi to nevádí, ale nemyslím si, že je to dobře, někdo si to může koupit s dobrým úmyslem.*

Spíše to beru jako marketingový trik, než jako pozitivní snahu společnosti?

- *Spíše to beru jako marketingový trik.*

Změnilo by to tvé nákupní rozhodování? Proč ano, proč ne? Třeba tyhle produkty jsou greenwashingové, nebo Vám to nevádí, protože máte ráda například Cif?

- *Asi bych se zkusila poohlédnout po jiné alternativě, ale kdybych nenašla, tak bych klidně zůstala u CIFU, který znám.*

Napadá Vás, jestli by se dalo nějak regulovat? Nebo jestli je vůbec regulace třeba?

- *Podle mě ano, protože to je klamavá reklama, nevím ale jak, jak je těžké zjistit, který produkt je ekologický a který není.*

A na závěr, napadá Vás ještě něco k produktům, které si na ekologické pouze hrají?

- *Není dobré, že na tom parazitují, jsou tu lidé, kteří se snaží si koupit zelené věci, ale nemyslím si, že je to horší než klasická reklama.*

Příloha č. 5: Přepis hloubkového rozhovoru s účastnicí R_4

Místo: Konektor s.r.o., Karlovo náměstí 17, Praha 120 00

Datum: 17. 4. 2019

Jaký postoj máte k ekologii?

- *Hodně povrchní, myslím si, že se tak snažím tvářit, že mě to zajímá, ale nemám v sobě impuls, abych něco reálně dělala, upřednostnila své potřeby, spíše upřednostňuji stále svůj pohodlí před ekologií světa.*

Máte nějaký postoj přímo k ekologicky šetrným produktům?

- *Mám k tomu postoj, ale vzhledem k tomu, že většina je tak o třetinu dražší, tak si hodně rozmýšlím, zda tu eko věc potřebuju, vzhledem k tomu, že u ostatních to tolik neřeším, tak tady se hodně rozmýšlím, zda to bude přínosem pro mě nebo pro to okolí.*

Nakupuješ zelené produkty, jaké?

- *Ano, ale je to kvůli pejskům, ty nejvíce vyhovují prostředí, kde žijí moji psi, kteří jsou na to hodně citlivý.*
- *Prací prášky a aviváže kupuju zásadně eko bez všech nezdravých věcí a to samé s věcmi na nádobí.*

Motivace ke koupi je tedy hlavně kvůli pejskům?

- *Ano.*

Hraje pro Vás roli i cena?

- *Ano*

Hraje pro Vás roli i značka? Máte oblíbenou značku něčeho, tak si kvůli tomu tu ekologickou variantu nezvolíte?

- *Nakonec ve finále asi ne, jsem otevřená opustit oblíbenou pravidelnou značku, pokud mě zaujme jiná, jsem ochotná zkusit a vyměnit to, ta značka tu nehraje roli, to samé i u kosmetiky.*

Máte nějaké povědomí o eco-labels, jako je Bio, Vegan, že mají vyloženě to značení?

- *Vím, že se to tam vykytuje, ale kdo to zástiřuuje a tak, to nevím.*

Znáte tyto produkty?

- *Ano, mám o nich povědomí.*

Mohla byste produkty rozdělit podle svého uvážení na ty, u kterých si myslíte, že jsou skutečně zelené a na ty, u kterých si myslíte, že si na to pouze hrají?

- *(Huggies) Nevypadá, má to málo značek bio a tady těch.*
- *(Cif) Nevěřím tomu od pohledu, asi že je to novinka a není to dostatečně zpromované.*
- *(Frosch) Sama využívám, to znám, takže vím, že je to dobré.*
- *Ecover jsem vždycky používala tablety do myčky a jar, ale ten mám ráda a hodně jsem ho používala.*
- *(Šampon) Podle eko značek a složení je to dobrý.*
- *(Pytle) Ani jsem to nevěděla, ale kupuju je, a když to píšou, tak asi jsou.*
- *(Seventh generation) Nemyslím si celkově, že prací prášky jsou eko, ale nevím, má to zelený lísteček a eco-label, tak se to tváří hodně důležitě, bio jojoba, takže asi dobrý.*
- *(Čistící mléko) Dobré*

Všimla jsem si, že jste se dívala na složení, na eco-labels, ale na cenu jste se nedívala.

Kdyby byly dražší, soudila byste jinak?

- *Záleží i věc od věci, nemám problém za to utratit, ale musím k tomu mít podmět, který mi zaručí to, co potřebuju.*

Co Vás teoreticky zmátlo u těch pytlů?

- *To, co tam je napsané, odpadkový pytel je plasták, skončí to s bordelem na skládce, ale tady je pod eko natura obrovským písmem rozložitelné pytle, takže to беру že je to lepší než normální plast.*

U toho zbytku, ty produkty jste znala.

- *Některé jsem znala, ale pokud člověk není chemik, tak tomu stejně nerozumí.*
- *Kdysi jsem nalítla na značení, že je to vegan, ale nebylo tomu tak 100 %, je to opravdu jen odhad.*

Když se zaměříme, jenom na ty 3 produkty, které si na to pouze hrajou, jak na Vás působí? Vadí vám to? Nebo to berete jako pozitivní krok dané společnosti?

- *Ten Cif už mám tak spojený s klasickými prostředkami, nemyslím si, že je špatné využívat to, na co jsme zvyklí, nevidilo by mi to, kdyby opravdu za tím cílem šli a to, co promují by skutečně dodrželi. Pokud se tak jen tváří, tak se mi to nelíbí.*
- *U dětských ubrousků by mě to štvalo hodně, protože si myslím, že si ty matky na to nejvíce potrpí, a odpadkové pytle také ne.*
- *A ty odpadkové taky ne.*

Takže by to změnilo Vaše nákupní rozhodnutí?

- *Ano, protože jestli si mám koupit eko pytle za 60 Kč, tak vím, že klasický pytle si koupím za 40 Kč, takže nemám důvod to kupovat, proč bych měl připlácet za něco, co není eko za třetinovou cenu.*

Myslíte si, že by to mělo být nějak regulováno? Nebo co by se mělo udělat, aby nedocházelo k tomu, že se zákazníci spletou?

- *Nemyslím si, že je to o tom značení těch produktů, je samozřejmě dobré to mít sjednocení, ale hlavně o tom vůbec informovat a vzdělávat společnost o tom, co ty produkty mají a nemají obsahovat, co je nějaký standard a aby věděli, proč to má takovou značku, je to nejvíce o té informovanosti těch lidí.*

Napadá Vás ještě něco k těmto produktům, co si na zelené pouze hrají?

- *Nevím, asi ne.*

Příloha č. 6: Přepis hloubkového rozhovoru s účastnicí R_5

Místo: Konektor s.r.o., Karlovo náměstí 17, Praha 120 00

Datum: 18. 4. 2019

Jaký postoj máte k ekologii?

- *Velmi pozitivní vztah, ale nedodržuju všechny ekologické principy, které bych chtěla, jen ty, které stíhám a čím dál více bych chtěla být ekologičtější.*

Jaký postoj máte k ekologicky šetrným produktům?

- *Mám ho kladný, ale zatím je tolik nepoužívám, moje spolubydliči to kupuje a snaží se od nás vyházet všechny neeko produkty, ale já jsem si k tomu ještě cestu nenašla.*

Nakupujete nějaké zelené produkty? Pokud ano, tak jaké?

- *Občas kosmetiku Alverde z dm, nebo v Kotvě je Biooo obchod.*

Co Vás motivuje ke koupi těchto produktů? Nebo proč to například odmítáte?

- *Vím, že to hodně ovlivňuje zdraví a že ve všechny drogistických věcech jsou toxiny, které se dlouhodobě usazují v organismu, které mají za příčinu autoimunitní nemoci a tak, já mám vlnu, kdy přejdu na všechno eko, ale pak se zase nechám zlákat marketingem a kupovat neekologické věci, četla jsem knihu autoimunitní nemoci, ale kdybych měla postupovat takhle u všeho, tak je to hrozně finančně náročné, ta prvotní investice.*

Když se tedy zeptám, jakou roli pro Vás hraje cena, tak asi ano? Nebo to tolik nevnímáte?

- *Tolik to nevnímám, jsem ochotná si připlatit, pokud to bude dobrý produkt, ale mám v sobě stále stereotyp, že pokud to je ekologický, není to tak účinný, odstranily se látky, které byly dlouho vyvíjené, aby to bylo účinné a nevyznám se tolik v těch produktech, abych našla takové, které jsou stejně účinné, jako ty s těma toxinama.*

Hraje pro Vás i nějakou roli značka? Kупovala jste si Alverde, máte tedy ozkoušené nějaké značky, které jsou dobré? Nebo Vám je to jedno?

- *Když kupuju kosmetiku, drogistické výrobky, co jsem si v rámci let vyzkoušela, tak vím, jak to funguje, a teď jak je vlna eko, tak já nemám dostatečně zažité ty značky, takže bych vybírala na blind, nebo bych si četla doporučení na heuréce, a jelikož s těma ekologickýmama nemám tolik zkušeností, tak je to časově náročnější si pro mě vybrat.*

Koukáte se na složení? Když si vybíráte tyto produkty?

- *Určitě, ale ne moc u kosmetiky, to se zeptám, jestli je dobré složení, oni mi řeknou, že je to víceméně přírodní, a to mi víceméně stačí. U potravin si hodně vybírám, co nejméně laktózy, co nejméně lepku, nakupuju v přírodnějších částech obchodu.*

Zajímají Vás ekooznačení, jako Bio a tak? Máte v povědomí tyto certifikace jako je Vegan apod?

- *Hrozně letmo, když vidím bio a ne bio, vyberu si bio, i když je ta cena o 20 % vyšší, automaticky beru bio, ale jakmile by to bylo o dost dražší, musím za tím produktem cíleně jít.*

Setkala jste se v minulosti s některým z těchto produktů, respektive produktů ze stejné kategorie? Čistící prostředek, odpadkové pytle, dětské vlhčené ubrousky, někdy v životě jste je viděla?

- *Určitě, viděla jsem Frosch, Cif, Laveru znám tu značku, to ostatní znám, Huggies ano, jen ne tuto eko variantu.*

Mohla byste podle svého uvážení rozdělit produkty na ty, u kterých si myslíte, že jsou skutečně něčím přínosné, ekologičtější a na ty, které si na to pouze hrají? A zmínit důvod, proč si to myslíte?

- *(Ecover) To bych si koupila, má to zelenou barvu, má to ty piktogramy, že je to příjemný k pokožce, je tam ten listeček, je to šetrný k přírodě, ale když se podívám na ten vykřičník, tak píšou, že to způsobuje silné podráždění očí, to mě chytá, abych si přečetla, z čeho to je vyrobený, myslím si, že na první pohled to vypadá ekologicky, ale není tu složení v češtině a je tu vykřičník, tak mě to na první pohled odradí, nevěřím většinou tomu, jak to vypadá na první pohled, u toho bych si jistá nebyla*
- *Spousta produktů používá zelené piktogramy u věcí, co tomu jsou podružné, ne přímo toho výrobku, jako tady ten flakonek, ale vytahují cokoli co můžou, takže tohle bych si finálně nekoupila*
- *(Cif) Už to mi zní mnohem lépe, hned na začátku řeknou, že je to stoprocentně přírodní, člověk to nemusí hledat, je to napsané v tom piktogramu, jenže, receptura inspirovaná přírodou, tohle slovní spojení mi vadí, protože zbytek není třeba přírodní, takže tohle už ve mně vzbuzuje vykřičník.*
- *Myslím si, že je to více eko, než ecovert, protože to napsal ten piktogram, ale protože tomu složení nerozumím, tak se orientuji podle toho*
- *Cif a ecovert je to hodně sporné, nevím.*
- *(Prací prášek) 0% fragrance dies, artificial dies, tak pro mě dobrý, si na to nehraje.*
- *(Frosch) Hraje si na zelenou, nevytáhli tam žádný eko věci, nejsou tam žádné piktogramy, modrá barva tomu moc nenahrává a nemá tam žádné piktogram, zákazník se těžko orientuje.*
- *(Lavera) Myslím si, že to organické je, ale moc se mi nelíbí ten obal, spíš mi ukazuje, že to organické není*
- *(Urtekram) Tomu bych věřila.*
- *(Pytle) Dle mého názoru si nato nehrajou, jsou eko.*
- *(Huggies) Hodně popisků, i když jde jenom o dětské vlhčené ubrousky, ty si myslím, že si na to hrajou, že je tam přidaná jen aloe vera a zelená barva, ale ten produkt ekologickéj sám o sobě není.*
- *Je jasné, že nerozumíš složení žádnému z nich, tak když bych ten přípravek hodně nutně potřebovala, nebo nemyslela na ekologii, tak bych si asi vybrala něco, u čeho bych si byla nejméně jistá, i když bych věděla, že to není stoprocentní.*

Mohu-li to sumarizovat, tak jste se hodně koukala na složení, obaly, značení, ale ta cena

Vás nezajímala.

- *Ono ve finále můžeš mít drahý produkt Bio, ale i levný. Cena neurčuje kvalitu. Cena pro mě určující není. Pro mě jsou určující barvy, piktogramy, aby zákazník to viděl*

hned, co ho zajímá, hned v piktogramech, co prozradí, co se tam skrývá a aby bylo jasné dané složení, zákazník už moc nevěří na slovní spojení inspirováno přírodou.

Když už tady vidíte ty tři greenwashingové produkty, tak co Vás zmátlo, proč třeba ty pytle jste určila, že jsou dobré?

- *Tam je otázkou to, co je měřítko toho, co je dobrý, tady je napsáno, že se pytle rozloží do 18-24 měsíců od data výroby, tudíž jsou tedy lepší než klasický pytle, ale nejsou to pytle, který bych koupila v eko prodejně, které se rozloží třeba za 12 měsíců.*

Když už víte, že se o greenwashingové produkty jedná, jak na vás tyto produkty působí? Vadí vám, že se pouze vydávají za zelené? Berete to jako pozitivní krok společnosti? Nebo Vám je to jedno?

- *Mně se obecně líbí, že všechny značky považují za důležité mít svou řadu, která bude ekologická, že na ni zákazníci tlačej, a tyhle šmejdi v ekologii stejně jednou zmizí, ten tlak na ty značky je zase donutí o krok dál. Ano, štve mě to, nerozpoznám to, ale беру to tak, že ty značky do toho dospějí.*

Myslíte si, že by to změnilo nějak Vaše nákupní rozhodnutí?

- *Nejsem ekologicky stoprocentní člověk, takže kdybych spěchala, klidně si vezmu ten Cif, ale pokud mám své ekologické období, tak bych hledala opravdu něco, co je top. Líbilo by se mi, kdyby existoval nějaký přehled výrobků podle ekologičnosti a efektivity, aby to bylo někde dostupný, aby byla udělána nějaká černá listina.*

Myslíte si, že je to problém, výskyt těchto greenwashingových produktů? Myslíte si, že by se to mělo úplně odstranit? Vyloženě Vám to vadí?

- *Nevadí mi to, protože když se do společnosti dostane víc produktů minimálně těch, které víc jako zelený vypadaj, tak to ovlivňuje tu společnost, když chceš mít opravdu něco super eko, tak víš, kam jít a tohle se pomalu mění i díky těmto fakeům*
- *Je vidět kolem sebe více eko věcí, je to cesta, která udělá ten přerod té společnosti a ten tlak společnosti je stejně donutí udělat něco více ekologickýho.*

Mělo by se to nějak regulovat? Nenapadá Vás, jak chytře to zařídit, aby se v tom člověk dobře vyznal? Co by třeba pomohlo Vám, aby Vám to bylo jasné?

- *V logách se moc nevyznám, je jich spousta a každý si logo sám upravuje, aby mu sedělo na obal, kdyby bylo vládou uznané logo, které by se dalo dát na obal pokaždé a ta značka by to brala jako prestiž a šířila se povědomí o tom logu, tak by to asi pomohlo, bylo by to unikátní a široce používaný, ale já nevím, jestli něco takového existuje.*
- *Ale myslím si, že by pomohlo hlavně to, kdyby klasické obchody měli i drogistickou ekosekci, teď třeba Albert má ekosekci s potravinami a úplně pro to vyčlenili přední část, kde byl dřív junkfood, což je ohromný krok, stejně tak by měla být i sekce pro přírodní ekokosmetiku, eko čistící prostředky a ty lidi by se v tom vyznali.*

Napadá Vás ještě něco, co byste chtěla ke greenwashingovým produktům dodat?

- *Asi nic.*

Příloha č. 7: Přepis hloubkového rozhovoru s účastnicí R_6

Místo: Jiráskova 393, Jaroměř 551 01

Datum: 18. 4. 2019

Jaký postoj máte k ekologii?

- *Téma ekologie nejen v poslední době řeším, mně dávalo smysl třídít odpad vždycky, nevidím v tom otazník, myslím si, že ekologie by přirozeně měla být zahrnuta do lidského života, neměl by to pro nás být problém, nemám ráda postoj: teď musíme být všichni ekologický, teď se s naší planetou něco děje, ale spíš by se každý měl zamyslet nad tím, jak se chová, co spotřebovává, jestli míra jeho spotřeby je v pohodě nebo ne.*

Jaký postoj máte k ekologicky šetrným produktům?

- *Kladný, pokud je možnost zvolit si ekologickou alternativu, tak to udělám, ale zase v tom nejsem úplně radikální, že bych ve své koupelně nebo v čistících prostředcích neměla nic, co nespĺňuje nějaké přísné ekologické normy, určitě to podporuju a zároveň v jídle hledím na uhlíkovou stoupu.*

Nakupujete zelené produkty? Pokud ano, tak jaké?

- *Hodně si kupuju produkty od Alverde, což je ekologické a veganské, je to v dm, hodně si kupuju veganské věci, což jsou ekologičtější produkty než živočišné bílkoviny, kupuju si ekologické prášky a aviváže.*

Jaká je vaše motivace ke koupi ekologicky šetrnějších produktů? Proč si třeba nekoupíte spíše ten normální výrobek, ale koupíte si ten ekologicky šetrnější?

- *Třeba k Alverde jsem si vypěstovala kladný vztah, mám to jako oblíbenou značku, takže si to vlastně kupuju bez ohledu na to, že je to ekologické.*

Takže pro Vás hraje teoreticky roli i značka, při výběru tady těch produktů? Alverde už máte ozkoušené, když máte oblíbenou značku, tak si ji kupujete?

- *Ano, a ještě taky složení*

Hraje pro vás nějakou roli cena?

- *Ano, ale myslím si, že určité ekologické produkty jsou cenově dostupný, třeba to Alverde*

Máte povědomí o eco-labels, jako například Vegan, Bio a zda je to pro Vás indikátor něčeho, zda se tím řídíte?

- *Při koupi kosmetiky, když si vybírám třeba sprcháč, když se mám rozhodnout mezi dvěma, který mi voní podobně, tak si zvolím ten, který má třeba označení vegan, nebo se mi líbí, když je něco zabalené v recyklovatelném obalu.*

Setkala jste se v minulosti s některým z těchto produktů, respektive produktů ze stejné kategorie?

- *Ano, se všema těma produkty až na dětské vlhčené ubrousky, protože si na cesty koupím jiné, mnou osvědčené než konkrétně tyto Huggies.*

Jste schopna určit, které produkty jsou ekologické a které si na ekologičnost pouze hrají?

- *Ecover mám jakoby na, nemůžu se rozhodnout, vím, že nebyl špatný. Když jsem přestala používat klasický jar na nádobí, tak jsem si kupovala nějaký čas tento, neměla jsem tak vysušené ruce, je lepší, ale také nevím, do jaké míry.*
- *Cif je pouze obyčejný Cif, jen v ekologickém balení, je to více méně jen marketingový tah.*
- *Prací prášek, tady vidím zase eco-label, že je z recyklovatelného materiálu a zdá se mi věrohodný*
- *(Frosch) Tahleta aviváž, vím, že tahle značka se tváří, že je ekologická, ale když se koukneš, zda to něco má, tak nemá, v dm to tak mají zařazené, ale já osobně jsem tomu nikdy moc nevěřila.*
- *Lavera vím také o té značce víc, také jsou zde vidět ty certifikát*
- *(Urtekram) Protože jsem si o těch značkách něco zjišťovala, prodávají to v bioo, mají to ty certifikace, vidím, že je to Vegan, CrueltyFree, má to navíc tento certifikát, prodávají to v Bioo.*
- *(Pytle) Rozložitelné, nejsou kompostovatelné, rozloží se to jen na miliardu kousků, které jsou stejně neekologické.*
- *(Huggies) Dětské vlhčené ubrousky jsou furt jakoby výdobytek moderní doby, který nejsou úplně potřeba, obejdeš se bez nich, i ty maminky, to je ulehčení. Dříve taky nebyly a děti vyrostly, tohle je jen hezké balení a nature vůně.*

Já jsem si všimla, že jste se v průběhu rozhodování hodně dívala na složení a na certifikáty. Cenu tedy neberete jako identifikátor zelenosti?

- *Já hodně vím, kolik tyto věci stojí, takže o tom mám povědomí.*

Když už víte, že se o greenwashingové produkty jedná, co to ve vás evokuje? Koupila byste si ty produkty, brala byste to jako snahu společnosti o krok kupředu? Nebo spíše jako něco negativního, co by se mělo zrušit?

- *Nejde zakázat firmám, aby dělaly marketing, aby se snažily prodat svoje produkty, aby sledovaly trendy a řekly si, my můžeme zvýšit prodeje, když náš Cif zabalíme do zelené, to mi vadí a rozčiluje mě to. Je pravda, že bych si to nekoupila, Cif je pro mě takový ten klasický Cif krém, vím, že holt funguje nejlíp a ty ekologické věci na něj úplně moc nemaj.*
- *Nechci si kupovat věci, které si na ekologické hrajou, když vím, jak ty ekologické věci mají vypadat.*
- *Třeba ty pytle, ty mě vyložene s*rou, to je klamavá reklama, protože to není pravda, co tam píšou.*
- *Co píšou třeba na Cifu, může to tak být, ale nepřijde mi, že na plnou pusu říkají to samé, jako na těch pytlech.*

Berete výskyt produktů jako nějaký problém? Mělo by se to nějak regulovat?

- *Doted' mě upřímně nenapadlo, že by to mohl být problém a že by se to mělo regulovat.*

Co Vás napadne, co by se mělo udělat, aby se to lépe rozpoznalo?

- *Zajímám se o to, vím, které jsou ekologické, vím, jakému koncernu patří Cif a kterému patří Huggies, tam je primární vytvořit obrat, a ne ekologický produkt.*

- *Muselo by se s tím pracovat líp v obyčejných prodejnách/drogeriích, kde by na to měly zelené šipečky třeba, nebo speciální oddělení, jako je speciální oddělení potravin pro diabetiky, tak udělat to samé pro čistě ekologické výrobky.*

Napadá Vás něco na závěr, co chcete dodat ke greenwashingovým produktům?

- *Nesnáším ty pytle.*

Příloha č. 8: Schéma hloubkového rozhovoru

- *Jaký postoj mají zákazníci k „zeleným“ produktům obecně?*
 - a. *Jaký postoj máte k ekologii?*
 - b. *Jaký postoj máte k ekologicky šetrným produktům?*
 - c. *Nakupujete zelené produkty? Pokud ano, tak jaké?*
 - d. *Jaká je vaše motivace ke koupi/odmítnutí ekologicky šetrnějších produktů?*
 - e. *Jakou roli pro vás hraje cena?*
 - f. *Jakou roli pro vás hraje značka?*
 - g. *Čeho si u zelenější varianty všimáte nejvíce, co pro vás hraje největší roli?*

- *Pomocí čeho se zákazníci orientují během volby mezi ekologickými a greenwashingovými produkty?*
 - a. *Setkala jste se v minulosti s některým z těchto produktů, respektive produktů ze stejné kategorie? (Čistící prostředek, odpadkové pytle, dětské vlhčené ubrousky)*
 - b. *Jste schopna určit, které produkty jsou ekologické a které si na ekologičnost pouze hrají? (roztřídit produkty, 3 greenwashingové, 5 zelených)*
 - c. *Proč se domníváte, že je tomu právě takto*
 - d. *Jakou roli hraje cena během určení ekologicky šetrnějších výrobků?*
 - e. *Jakou roli hraje značka během určení ekologicky šetrnějších výrobků?*
 - f. *Jsou pro vás označení (eco labels) jednotlivých produktů důležité?*

- *Pokud zákazníkům ukážeme skutečné greenwashingové produkty, tak proč se domnívají, že právě u těchto produktů došlo ke greenwashingu (z laického hlediska). Jak se zákazníci staví k produktům, u kterých se skutečně jedná o greenwashing. Změní toto poznání jejich nákupní rozhodnutí?*
 - a. *Co vás v hodnocení oklamalo, nebo co vás naopak utvrdilo v tom, že se o greenwashing jedná?*
 - b. *Když už víte, že se o greenwashingové produkty jedná, jak na vás tyto produkty působí? Vadí vám, že si na zelený pouze hraje? Nebo to pro vás nehraje žádnou roli.*
 - c. *Berete to jako pozitivní snahu společnosti, nebo pouze jako marketingový trik?*
 - d. *Změnilo by toto zjištění vaše nákupní rozhodnutí? Proč ano, proč ne? Kvůli ceně byste skutečně nekoupili ekologický produkt? Nebo proto, že máte oblíbenou značku?*
 - e. *Berete výskyt greenwashingových produktů jako problém? Proč ano, proč ne?*
 - f. *Je třeba výskyt těchto falešně zelených produktů nějak regulovat? Pokud ano, tak proč, Pokud ne, nebo vám je to jedno, tak proč ne?*

- *Napadá Vás ještě něco důležitého k tématu vnímání greenwashingu? Chtěla byste se na něco zeptat Vy?*

Příloha č. 9: Čistící přípravek CIF NATURE'S RECIPE



Příloha č. 10: Dětské vlhčené ubrousky Huggies Natural Care



Příloha č. 11: Odpadkové pytle FINO



Příloha č. 12: prací gel Seventh Generation



Příloha č. 13: šampon norská bříza Urtekram



Příloha č. 14: čistič na nádobí Ecover



Příloha č. 15: aviváž Frosch



Příloha č. 16: čistící pleťové mléko Lavera

