

Executive Summary

Gebäude sind ein wichtiges Teil unserer Gesellschaft und üben einen wesentlichen Einfluss auf unsere Lebensqualität. Allein in den USA werden mehr als 50% der CO₂ Emissionen durch Gebäude verursacht. Mit den aktuellsten, wissenschaftlichen Studien wurde bewiesen, dass der Klimawandel im vollen Gange sei, wobei die menschlichen Aktivitäten als die Hauptursache gelten. Wenn nichts unternommen wird, wären die ökologischen, wirtschaftlichen und sozialen Folgen katastrophal.

Green Buildings haben in den letzten Jahren massiv an Popularität gewonnen und könnten einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz leisten. Weniger Ressourcenverbrauch, tiefere CO₂ Emissionen, niedrigere Kosten, eine erhöhte Arbeitsproduktivität und Lebensqualität wären einige der Vorteile.

Eine Marktanalyse des Baumarktes und die Auseinandersetzung mit verschiedenen Marketingstrategien zur Markteinführung der Green Buildings, bilden den Kern dieser Arbeit. Die Vor- und Nachteile einiger Marketingstrategien sollen deutlich zum Ausdruck gebracht werden und eine klare Vorstellung über eine Markteinführung von Green Buildings geben.