

Vastuullisuusviestintä ja viherpesun tunnistaminen



Vastuullisuus-
viestintä ja
viherpesun
tunnistaminen

Opetusmateriaalin kuvaus

Tavoite:

Tutustutaan vastuulliseen viestintään ja viherpesun tunnistamiseen.

Pohditaan kestäväen kehityksen ekologisen, taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyuden tavoitteita ja niiden vaikutuksia toisiinsa.

Sisältö:

Materiaali (ppt) käsittelee, mitä on vastuullisuusviestintä ja miksi on tärkeä osata tunnistaa viherpesua kuluttajan näkökulmasta. Esitys sisältää paljon esimerkkejä erilaisista tavoista sekä paikoista tehdä vastuullisuusviestintää.

Tukena voi käyttää videoita

- Vastuullisuusviestintä: <https://m3.jyu.fi/jyumv/ohjelmat/science/muut/polku-2.0/vastuullinen-veden-kaytto-verkkototeutuksen-tallenteet/recording-13-07-2023-11.34>
- Vastuullisuusväittämien ja ekomerkkien tulkitseminen: <https://m3.jyu.fi/jyumv/ohjelmat/science/muut/polku-2.0/mita-huomenna-syotaisiin-verkkototeutuksen-tallenteet/recording-17-07-2023-12.37>

Kohderyhmät:

Toinen aste (tutkintoon valmentava koulutus TUVA)

Lisenssiehdot



Tämä teos on lisensoitu Creative Commons Nimeä-EiKaupallinen-JaaSamoin 4.0 Kansainvälinen -lisenssillä.

Yritysten vastuullisuusviestintä ja viherpesun tunnistaminen

Helmi Jyrkkänen, Alisa Aaltonen, Milla Pohjola,
Hanna Pöyliö ja Laura Kauniskangas



JYU.WISDOM

GRADIA

jamk | Jyväskylän ammattikorkeakoulu

poke
POHOISEN KESKI-SUOMEN
AMMATTIOPISTO



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020

Agenda 2030 | Vastuullisuusviestintä



Johdanto

Miksi tämä aihe?

Mitä vastuullisuusviestintä on?

Missä sinä voit nähdä vastuullisuusviestintää?

Miksi on tärkeää osata tulkita yritysten vastuullisuusviestintää?

- Yritysten vastuullisuuteen sisältyy paljon erilaisia ympäristöön, ihmisiin ja talouteen liittyviä asioita, ja eri yritykset keskittyvät eri asioihin.
 - Esim. ilmastonmuutos ja luonnonvarojen kuluttaminen, työntekijöiden hyvinvointi ja työturvallisuus, ...
- Tämän takia ei ole ihan helppoa sanoa, mikä yritys on vastuullisempi kuin toinen.
- Lisäksi jotkut yritykset esittävät olevansa ympäristöystävällisempiä kuin todellisuudessa ovatkaan. Tämä on **viherpesua**.
- Jos osaat erottaa hyvän vastuullisuusviestinnän ja viherpesun toisistaan, voit ostaa sellaisilta yrityksiltä jotka oikeasti haluavat tehdä hyvää.

Mitä vastuullisuusviestintä on?

- Kaikkea viestintää, jossa kerrotaan yrityksen toiminnan, tuotteen tai palvelun vastuullisuudesta.
 - Tuotepakkaukset, verkkosivut, some, mainokset, yritysten tilat, ...
- Yrityksen vastuullisuus voi liittyä esimerkiksi
 - Ympäristöystävällisten raaka-aineiden käyttämiseen
 - Energian- ja veden säästämiseen
 - Työntekijöiden hyvinvointiin
 - Uusiokäyttöön ja kierrättämiseen
 - Liikkumiseen ja tavaroiden kuljetukseen

Esimerkki:



Miksi yritykset tekevät vastuullisuusviestintää?

- Rakennetaan yritykselle hyvää mainetta, osoitetaan että yritys on mukana kestävän kehityksen edistämisessä
 - Kohteena kuluttajat, työntekijät, rahoittajat, kilpailijat
- Vastataan nykyisten asiakkaiden odotuksiin ja hankitaan uusia asiakkaita, pyritään erottautumaan
- Kannustetaan muitakin yrityksiä toimimaan vastuullisemmin

Missä sinä voit törmätä yritysten vastuullisuusviestintään?

- Kaikissa niissä paikoissa, missä muutenkin näet mainoksia tai muuta yritysten viestintää.



Tuotepakkauksissa



Somessa

Facebook:

alpa Alpa
21. huhtikuuta · ⚙️

Kuka tekee Alpan neuleet?

Vaatevallankumousviikko jatkuu. Tänään kerromme lisää neuleidemme tuotannosta ja ihmisistä tuotteiden takana.

Jokaisen vaatteen takana on ihminen – tämä voi joskus unohtua. Selaamalla kuvia näet, ketkä valmistavat Alpan neuleet.... Näytä lisää



Danguole
Liettua, Garlita
Neulontateknikko, 11 vuotta Garlitalla

Laima
Liettua, Garlita
Ompelija, 21 vuotta Garlitalla

Jodel:

10:24 📶 VoIP 4G LTE 📶

Jyväskylä 📍 +1398 MY KARMA

Newest Most commented Loudest

Pictures of the day

SKOL

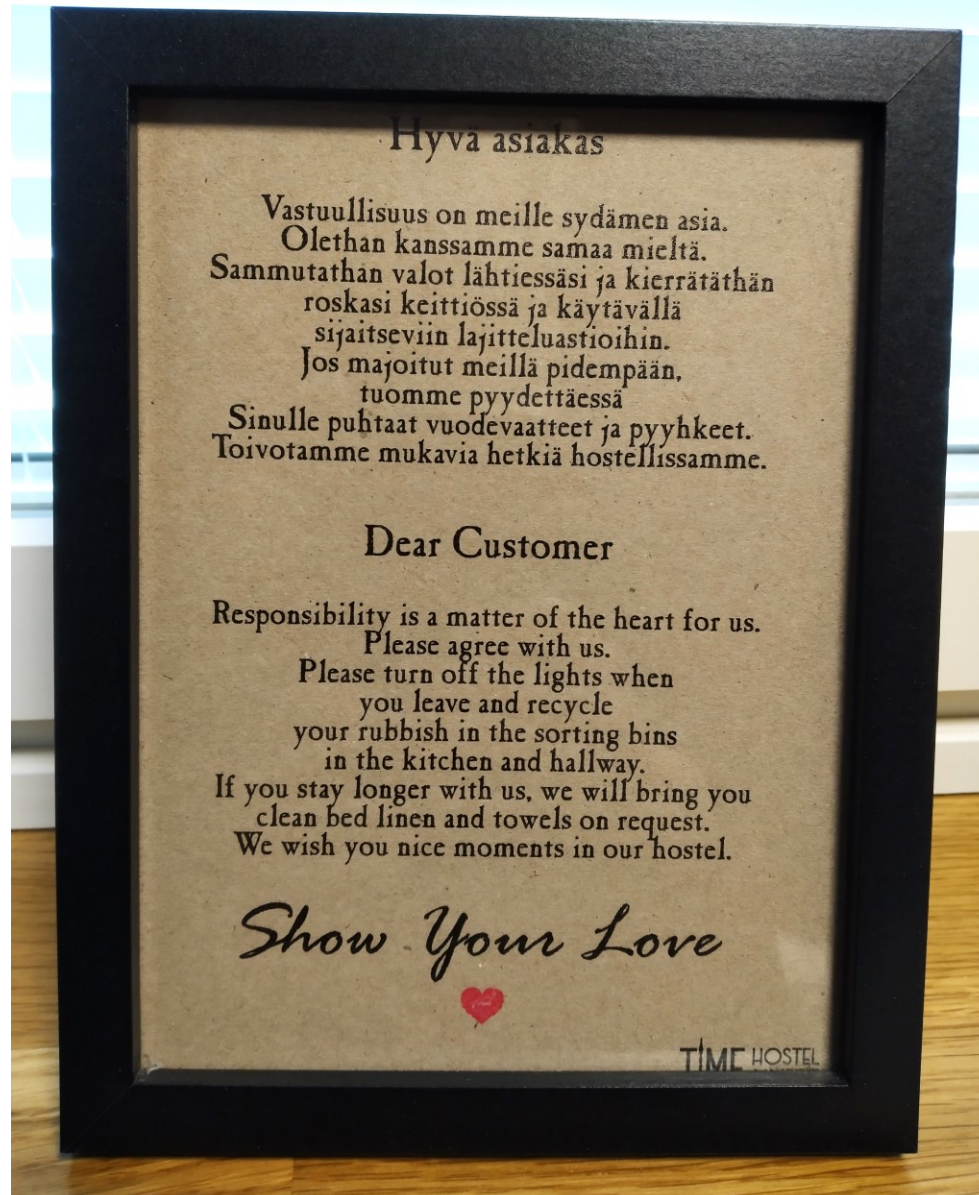
**KUN SUN
PITÄÄ
SELITTÄÄ
KIERTO-
TALOUS
YHDELLÄ
LAUSELLA**

210

@main 📍 close · 1h

Home Channels Inbox Me

Yritysten tiloissa



Yritysten verkkosivuilla



Kaikki ekokampaamon palvelut tehdään luonnollisilla ja mahdollisuuksien mukaan luomutuotteilla minimoiden vesistöjen ja luonnon kuormitusta, sekä suojellen ihmisen terveyttä ja ympäristöä.

Ekokampaamon tilat on ekohenkisesti kierrätys sisustettu ja vihreä sähkö pyörittää kierrätys elektroniikkaa.

Luonnollisesti käytössä on kestäviä ja pestäviä materiaaleja jolla jätteen määrää minimoidaan ja kaikki jäte kierrätetään muovia myöten.

Uusimpana ekotekona pesupaikalla on nyt 65% vettä säästävää ja vettä puhdistava Ecoheads-suihkupää, joka myös tehostaa vedenpainetta, jolloin hiustenpesu on tehokasta ja säästeliästä.

Mainostauluissa



Tehtävä 1. Poimi videolta vastuullisuustekoja

Katsotaan seuraavaksi video, jolla kolme eri yritystä kertovat vastuullisuudestaan.

Kiinnitä huomiota siihen, millaisia vastuullisuustekoja yritykset mainitsevat.

<https://ympyraks.keskisuomi.fi/keskisuomalaisten-yritysten-ilmastotekoja/>

Miten arvioit, onko vastuullisuusviestintä hyvää? Osa 1

Onko yritys kertonut konkreettisia tekoja?

Onko yritys keskittynyt tärkeimpiin asioihin?

Onko yritys huomionnut vastuullisuuden eri osa-alueet?

Onko yritys kertonut konkreettisia tekoja?

- Yrityksen pitää toimia vastuullisesti ennen kuin se voi viestiä olevansa vastuullinen.
- Viestinnässä pitäisi näkyä yrityksen perustoimintaan ja arkeen kuuluvia vastuullisuustekoja.

Esimerkki: Järvikylä (ruoantuotanto)

YMPÄRISTÖTEHOKKAASTI KASVATETTU

Huolehdimme ympäristövastuustamme ympäristöasioiden järjestelmällisellä hoitamisella ja jatkuvan parantamisen periaatetta noudattamalla.

LÄMMITYS

Tuotamme tarvitsemamme lämpöenergian omassa lämpölaitoksessa, jossa polttoaineena käytetään haketta ja turvetta. Tavoittemme on puolittaa turpeen käyttö vuonna 2023.

SÄHKÖ

Kaikki Järvikylässä käytetty sähköenergia on uusiutuvaa pohjoismaista vesivoimaa. Vuonna 2019 hankimme käytetylle sähkölle EECS (*European Energy Certificate System*) alaisia RES GO (*Renewable Energy Sources Guarantee of Origin*) sähkön alkuperätakuita 31 180 MWh edestä. Lisäksi investoimme energiaa säästävään LED-valaistukseen.



Onko yritys keskittynyt tärkeimpiin asioihin?

- Erilaisilla vastuullisuusteoilla on erilainen merkitys esimerkiksi ympäristön kannalta.
- Viestinnässä pitäisi kertoa niistä asioista, joilla on suurimmat vaikutukset.
- Peukalosääntö: tuotteen raaka-aineet sekä käytetty energia ovat merkittävimpiä, kun taas tuotteen pakkauksen ja kuljettamisen osuus on pieni.
 - Toki kokonaisuus riippuu siitä, mitä yritys tekee.

Esimerkki: Miniatyylit (tekstiiliala)

VASTUULLISUUS

Vastuullisena yrittäjänä tunnistan yritykseni toiminnasta aiheutuvat suurimmat ympäristöhaitat sekä eettisyyttä koskevat asiat. Kiinnitän huomioita myös pienempiin ympäristötekoihin, kuten paperin kierrättämiseen konttorillani. Mikäli keskittyisin kertomaan niistä, veisi se aika epäoleellisten seikkojen äärelle puhuttaessa vaatetuotannosta, vaikka tärkeitä toki nekin.

Siksi seuraavissa kappaleissa keskityn kertomaan tärkeimmät minun yritykseni toiminnan kannalta huomioon otettavat asiat vastuullisuudesta puhuttaessa, ja ne ovat suunnittelu, valmistus, materiaalit ja ylijäämä.



Onko yritys huomionnut vastuullisuuden eri osa-alueet?

- Vastuullisuuteen kuuluu monta eri puolta: erilaisia ekologisia, sosiaalisia ja taloudellisia asioita.
- Viestinnässä pitäisi näkyä jotain näistä kaikista.

Esimerkki: Keskisuomalainen (media-ala)



Vastuullisuus Keskisuomalainen-konsernissa muodostuu neljästä teemasta, olemme

- REILU JA VAIKUTTAVA YHTEISKUNNALLINEN TOIMIJA
- SANANVAPAUDEN VAALIJA JA DEMOKRATIAN EDISTÄJÄ
- YMPÄRISTÖSTÄ HUOLEHTIVA MEDIAKONSERNI
- TASA-ARVOINEN JA VÄLITTÄVÄ TYÖNANTAJA

Tehtävä 2a. Tutki vastuullisuusviestintää

Saat paperilla otteen yrityksen tai organisaation vastuullisuusviestinnästä.

Lue se läpi. Alleviivaa tai merkitse paperiin asioita, jotka liittyvät äskeisiin vinkkeihin:

- Onko yritys kertonut konkreettisia tekoja?
- Onko yritys keskittynyt tärkeimpiin asioihin?
- Onko yritys huomionnut vastuullisuuden eri osa-alueet?

Lopuksi kerro parillesi, mitä huomioita teit. Entä mitä puuttui?

Miten arvioit, onko vastuullisuusviestintä hyvää? Osa 2

Onko yrityksen viestintä ymmärrettävää?

Onko yritys tarjonnut kattavasti tietoa?

Onko yrityksen viestintä avointa?

Onko yrityksen viestintä ymmärrettävää?

- Vastuullisuusaiheisiin liittyy paljon erilaisia termejä.
 - Hiilijalanjälki, biopohjainen, luonnollinen...
- Myös sanaa ”vastuullisuus” käytetään tarkoittamaan eri asioita eri tilanteissa.
- Viestinnässä pitäisi kertoa asioista niin, että kaikki voivat ymmärtää mitä tarkoitetaan.

Esimerkki: Jymy (ruoantuotanto)

Jymy

Mitä tarkoittaa hiilinegatiivinen?

Kaikesta mitä teemme, syntyy hiilidioksidipäästöjä. Sillä, miten asioita teemme, voimme kuitenkin vaikuttaa päästöjen määrään. Jymy-jäätelöiden tuotannossa päästöt on jo vuosikausia pyritty minimoimaan aina alkutuotannosta valmistukseen asti. Siitäkin huolimatta niitä kertyy. Yhden 360 gramman painoisen jäätelöpurkillisen valmistaminen ja pakkaaminen tuottaa lähes kolmen purkillisen verran hiilidioksidia.

Se on kallis hinta hetken nautinnosta – ja juuri siksi se pitää maksaa.

Taivas-jäätelöiden koko hiilikuorma pelloilta purkkiin on ylikompensoitu eli hyvitetty korkojen kanssa. Kun kompensations hinnalla istutettavat hiilinielut Etiopiassa sitovat hiiltä enemmän kuin jäätelön valmistus on tuottanut, voimme sanoa Taivas-jäätelöiden olevan hiilinegatiivisia. Jäätelönystävälle tämä matematiikka tarkoittaa, että syömällä Taivas-jäätelöä vähennät maapallon hiilikuormaa sen sijaan, että kasvattaisit sitä.



Onko yritys tarjonnut kattavasti tietoa?

- Vastuullisuusviestinnän tulisi olla läpinäkyvää. Se tarkoittaa, että tarjotaan laajasti tietoa ja perustellaan väitteet.
 - Esimerkiksi ”ympäristöystävällinen”-väite pitää perustella tarkemmin: millä tavalla tuote on ekologisempi kuin muu vastaava tuote.
- Viestinnässä pitäisi kertoa esimerkiksi raaka-aineiden alkuperästä, tuotteen valmistuspaikasta ja muista tuotteeseen liittyvistä asioista avoimesti.

Esimerkki: Riva Clothing (tekstiiliala)

Kuidusta neulokseksi ja ompelu vaatteeksi

Pääraaka-aineemme on luomupuuvilla. Raaka-aine ostetaan turkkilaisesta luomupuuvillatukusta ja tuodaan Portugaliin jatkokäsiteltäväksi. Langasta kudotaan raakaneulos, joka värjätään Portugalissa.

Vaatteet ommellaan suomalaisomisteisella ja -johdetulla Black Moda Portugal- tehtaalla, Ponte de Liman kylässä. Löydät täältä Black Moda Portugalin vastuullisuusraportin. RIVAn oma vastuullisuusraportti on tällä hetkellä työn alla.

TUOTANNON VASTUULLISUUS-
RAPORTTI 2021



rivaclothing

Onko yrityksen viestintä avointa?

- Avoimuus tarkoittaa sitä, että kerrotaan myös ongelmakohdista eikä yritetä piilotella niitä.
- Viestinnässä pitäisi kertoa myös ne vastuullisuusasiat, jotka ovat vielä huonolla tolalla tai kesken, ja kertoa miten niitä parannetaan.

Esimerkki: Varusteleka (tekstiiliala)



LEKAN VASTUUTTOMUUSDUUNI

Varustelekan tavoitteena on vaatimattomasti maailmanvalloitus eli Total World Domination. Se onnistuu kuitenkin aika huonosti, jos ei ole planeettaa, mitä valloittaa. Vaikka me ollaan hyvien puolella, me ei olla vielä vastuullinen firma, vaan kaikki meidän toiminta kuluttaa uusiutumattomia resursseja ja tuottaa saastetta.

Tehtävä 2b. Tutki vastuullisuusviestintää

Jatka yrityksen tai organisaation vastuullisuusviestinnän tutkimista.

Lue saamasi teksti uudelleen läpi. Alleviivaa tai merkitse paperiin asioita, jotka liittyvät äskeisiin vinkkeihin:

- Onko yrityksen viestintä ymmärrettävää?
- Onko yritys tarjonnut kattavasti tietoa?
- Onko yrityksen viestintä avointa?

Lopuksi kerro parillesi, mitä huomasit. Entä mitä puuttui?

Tehtävä 3. Tutustu yrityksen viestintään

1. Tutustu haluamasi yrityksen tai organisaation viestintään (esim. verkkosivut tai some) ja tarkastele, kuinka yritys viestii vastuullisuusteoista.
 - Esim. yritys, jonka vaate sinulla on päällä, tai jonka tuotteita olet syönyt tänään.
2. Ota puhelimella kuvakaappauksia löytämistäsi esimerkeistä. Esimerkit voivat olla joko onnistuneesta viestinnästä tai mielestäsi epäselvästä viestinnästä.
3. Jos et löydä esimerkkiä, voit myös ideoida, mistä yritys voisi kertoa.

Yhteenveto

- Jos haluat tehdä kestäviä valintoja, etsi viestinnästä seuraavia asioita:
 - Konkreettiset vastuullisuusteot, jotka liittyvät merkittävimpiin asioihin
 - Vastuullisuuden eri osa-alueiden huomiointi
 - Ymmärrettävä ja läpinäkyvä tieto
 - Ongelmakohtien myöntäminen
- Loppukevennykseksi Eetin yritys vastuukissavideo:
<https://www.youtube.com/watch?v=u-oKLH8FFxl>