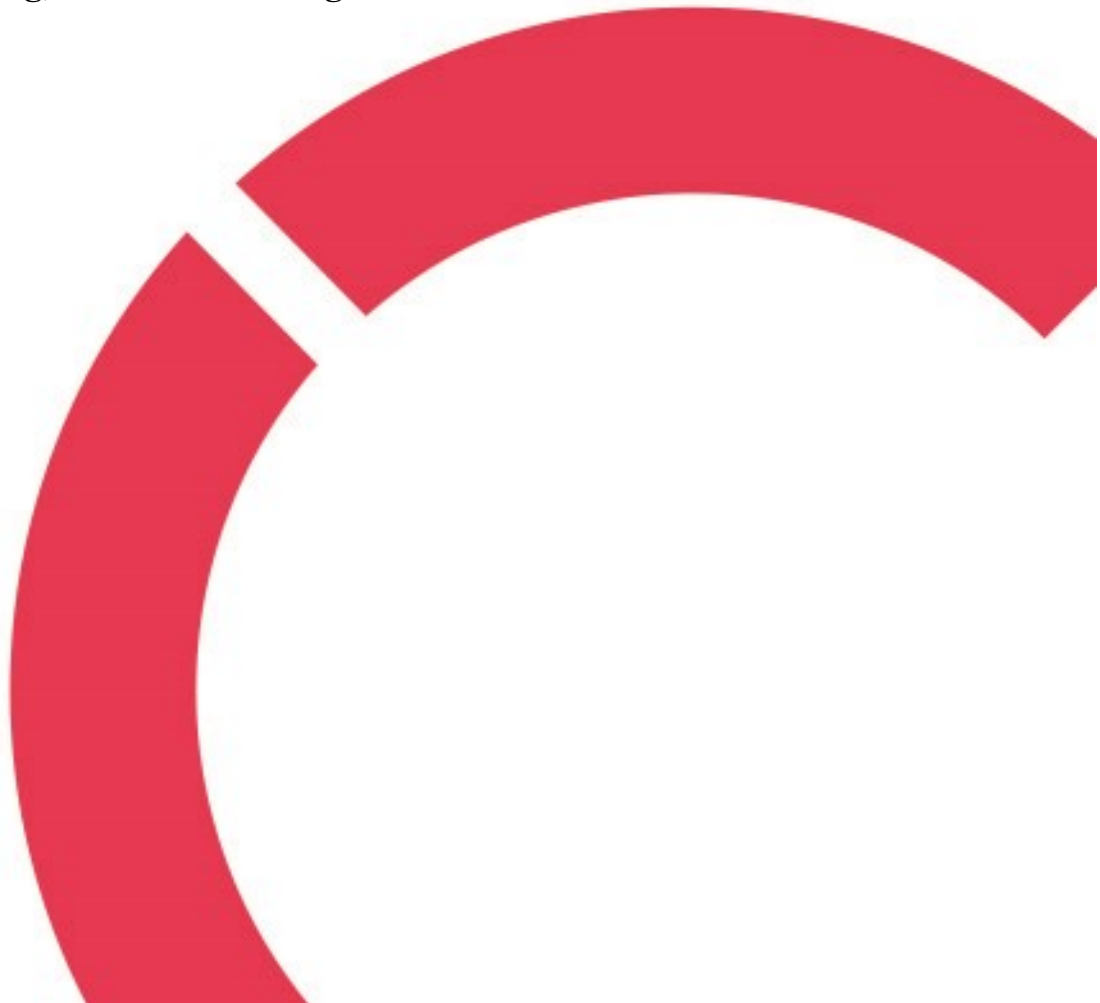


Laura Hirsivaara

**YMPÄRISTÖVIESTINNÄN STANDARDISOINTI TEKSTIILIALAN
YRITYKSESSÄ**

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Bachelor of engineering, Industrial Management
Marraskuu 2023**



Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Marraskuu 2023	Tekijä/tekijät Laura Hirsivaara
Koulutus Bachelor of engineering, Industrial Management		<input checked="" type="checkbox"/> AMK <input type="checkbox"/> YAMK
Työn nimi YMPÄRISTÖVIESTINNÄN STANDARDISOINTI TEKSTIILIALAN YRITYKSESSÄ		
Työn ohjaaja Sakari Kinnunen		Sivumäärä 45
Työelämäohjaaja Anu Corin		
<p>Työn toimeksiantajana toimi suomalainen tekstiilialan yritys PaaPii Design Oy, jonka päätuotteita ovat luomupuuvillaiset naisten ja lasten vaatteet. Työn aihe oli toimeksiantajan ympäristöviestinnän laatuksen tutkiminen ja sen vertaaminen kansainvälisesti tunnustettuun ja hyväksytyyn viitekehykseen. Viitekehykseksi valittiin maailmanlaajuisesti tunnettu ympäristöviestintästandardi SFS-EN ISO 14063.</p> <p>Työn tavoitteena oli selvittää, kuinka standardinmukaista toimeksiantajan ympäristöviestintä oli, koostaa löydökset poikkeamista ja laatia kehitysehdotukset ympäristöviestintästandardin vaatimusten saavuttamiseksi.</p> <p>Tietoperustan muodostivat pääasiassa valittu ympäristöviestintästandardi SFS-EN ISO 14063, Euroopan unionin viralliset sivustot, Suomen tekstiili ja muoti ry:n julkaisut sekä tekstiilialan kansainväliset ympäristö- ja vastuullisuusstandardit.</p> <p>Työ aloitettiin perehtymällä valittuun standardiin ja sen vaatimuksiin. Lisäksi tutustuttiin lyhyesti tekstiiliteollisuuden vastuullisuuden tilanteeseen ja tehtiin lyhyt katsaus yrityksessä käytettävien tekstiilimateriaalien ympäristövaikutuksista. Toimeksiantajan ympäristöviestinnän prosesseja kartoitettiin sisäisillä haastatteluilla, joihin kysymykset laadittiin standardin ISO 14063 vaatimusten pohjalta. Ympäristöviestinnän standardinmukaisuutta tutkittiin myös havainnoimalla yrityksen sisäistä ja ulkoista viestintää. Ympäristöviestinnän vaikuttavuutta kuluttajien mielikuviin arvioitiin toteuttamalla suppea tutkimus. Haastatteluissa, tutkimuksissa ja havainnoinneilla löydetyt poikkeamat koostettiin taulukkoon, jonka sisältämät kehityskohteet lisäksi avattiin ja perusteltiin.</p> <p>Opinnäytetyön tuloksena selvisi, että toimeksiantavan yrityksen ympäristöviestintä ei ollut valitun standardin mukaista. PaaPii Design Oy otti kokonaisvaltaisesti toiminnassaan ympäristöasiat ja niiden hallintakeinot huomioon, muttei viestinyt niistä vaikuttavasti. Lisäksi kehityskohteita löytyi ympäristöviestinnän dokumentointikäytännöistä.</p>		

Asiasanat

Kestävä kehitys, SFS-EN ISO 14001, SFS-EN ISO 14063, standardisointi, tekstiiliala, vaateollisuus, vastuullisuusraportointi, vihreä siirtymä, ympäristöjohtamisjärjestelmä, ympäristöviestintä.

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date November 2023	Author Laura Hirsivaara
Degree programme Bachelor of engineering, Industrial Management		
Name of thesis STANDARDIZATION OF ENVIRONMENTAL COMMUNICATION IN THE TEXTILE SECTOR		
Centria supervisor Sakari Kinnunen	Pages 45	
Instructor representing commissioning company Anu Corin		
<p>The thesis was commissioned by the Finnish textile company PaaPii Design Oy, whose main products are women's and children's clothing made from organic cotton. The topic of the thesis was to understand the quality level of the company's environmental communication and to compare it to an internationally recognised and accepted standard. The environmental communication standard SFS-EN ISO 14063 was chosen as the reference framework.</p> <p>The objective of the thesis was to find out how the commissioner's environmental communication met the standard's requirements, compile the findings of deviations and prepare development proposals in order to meet the requirements of the environmental communication standard.</p> <p>The theoretical framework consisted mainly of the environmental communication standard SFS-EN ISO 14063, the official websites of the European Union, the publications of the Suomen tekstiili ja muoti ry, and international environmental and responsibility standards in the textile sector.</p> <p>The work began by studying the chosen standard and its requirements. In addition, a brief review of the sustainability situation in the textile industry and a short introduction of the environmental impact of the textile materials used in the company was made. The commissioner's environmental communication processes were studied through internal interviews, to which the questions were drafted based on the requirements of ISO 14063. Environmental communications were also studied by observing the company's communication both internally and externally. The impact of environmental communication on consumers' impressions was assessed by carrying out a short study. Deviations found in interviews, studies and observations were compiled in a table, which also included development suggestions. The table's contents were also introduced and explained in detail.</p> <p>Conclusion of the thesis was that the environmental communication of the assigning company was not in accordance with the chosen standard. PaaPii Design Oy comprehensively took environmental issues and means of environmental management into account in its operations but did not communicate them effectively. In addition, development targets were found in environmental communication documentation practices.</p>		
Key words Clothing industry, environmental communication, environmental management system, environmental responsibility, green transition, SFS-EN ISO 14001, SFS-EN ISO 14063, standardization, sustainable development, sustainability reporting, textile industry.		

KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY

CSRD

CSRD tulee englannin kielen sanoista Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), suomeksi yritysten kestävyysraportoinnin direktiivi. Direktiivi tekee kestävyystietojen julkaisemisen eli vastuullisuusraportoinnin pakolliseksi suurille yrityksille toimintakertomuksen yhteydessä. CSRD velvoittaa yritykset raportoimaan ESRS:n mukaisesti.

ESG

ESG tulee englannin kielen sanoista Environment, Social ja Governance, (ESG) ja sillä tarkoitetaan raportointia ympäristöön, sosiaaliin ja hallinnollisiin liittyvistä asioista, eli vastuullisuusraportointia. ESG:n toimintakehys perustuu usein GRI:n standardeihin.

ESRS

ESRS on lyhenne englannin kielen sanoista European Sustainability Reporting Standards (ESRS), suomeksi Euroopan kestävä kehityksen raportointistandardit. ESRS on Euroopan komission hyväksymä raportointimalli.

GRI

GRI tulee sanoista Global Reporting Initiative (GRI), maailmanlaajuinen raportointialoite. GRI on kansainvälinen, riippumaton organisaatio, jonka laatimat kestävyysraportointistandardit ovat kansainvälisesti tunnettuja ja hyväksytyjä.

IASB

International Accounting Standards Board (IASB) on kansainvälisten tilinpäätösstandardien lautakunta. Riippumaton IASB on IFRS-säätiön perustama, ja sen tarkoituksena on laatia kirjanpitostandardeja.

ISO

International Organization for Standardization (ISO), kansainvälinen standardoinnin organisaatio, on luonut tunnettuja ja hyväksytyjä standardeja niin kokonaisvaltaisiin laadunhallintajärjestelmiin kuin yksityiskohtaisia ohjeistuksia tuotteille ja palveluille.

ISSB

ISSB tulee sanoista International Sustainability Standards Board (ISSB), ja se tarkoittaa suomeksi kansainvälisten kestävyysstandardien lautakuntaa. IFRS-säätiön perustama riippumaton ISSB laatii kestävyysraportointistandardeja painottuen sijoitusyhtiöiden ja rahoitusmarkkinoiden tarpeisiin.

POIKKEAMA

Poikkeamaksi kutsutaan asiaa, joka ei ole yhdenmukainen valitun standardin vaatimusten kanssa.

SFS-EN ISO 14063

ISO 14063 –standardi määrittelee ohjeet ympäristöviestintään liittyville periaatteille, politiikalle, strategialle ja toiminnoille.

SFDR

Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR), kestävän rahoituksen tiedon julkaisemisen asetus. SFDR on Euroopan komission asetus rahoitusneuvojille ja -markkinoilla toimijoille, ja se asettaa yhtenäistetyt säännöt kestävyysviestinnälle.

STANDARDI

Standardit määrittelevät yhteisesti sovittuja vaatimuksia, suosituksia tai ominaisuuksia tuotteille, niiden valmistukselle, testaukselle sekä järjestelmille tai palveluille.

YMPÄRISTÖJÄRJESTELMÄ

Ympäristö(asioidenhallinta)järjestelmällä tarkoitetaan vakiintunutta johtamisen toimintamallia, jolla seurataan ja kontrolloidaan organisaation omaa vaikutusta ympäristöön. Ympäristöjärjestelmä määrittelee vastuut, valtuudet, prosessit ja toimintatavat, joiden avulla ympäristöasioita johdetaan.

YMPÄRISTÖVIESTINTÄJÄRJESTELMÄ

Ympäristöviestintäjärjestelmä koostuu ympäristöviestinnän prosesseista. Ympäristöviestintä välittää tietoa ympäristöasioiden hallintaan liittyvästä toiminnasta ja prosessi on vakiintunut toimintamalli.

YMPÄRISTÖVIESTINTÄPOLITIikka

Ympäristöviestintäpolitiikka on yrityksen määrittelemä politiikka, joka asettaa toimintalinjat ympäristöasioista viestimiselle, ilmaisee mihin sitoudutaan ja mikä merkitys ympäristöviestinnällä on organisaatiolle.

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
KÄSITTEIDEN MÄÄRITTELY
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 PAAPII DESIGN OY JA LIIKETOIMINNAN VASTUULLISUUS	3
2.1 Ympäristöviestintä	4
2.2 Vastuullisuusraportointi.....	6
2.3 Vaateteollisuuden ympäristövaikutukset.....	7
2.3.1 Jätteenkäsittely	8
2.3.2 Puuvillan, merinovillan, polyesterin ja elastaanin ympäristövaikutukset.....	8
2.3.3 Selluloosapohjainen kuitu	9
2.3.4 Proteiinipohjainen kuitu.....	10
2.3.5 Muovipohjainen kuitu	10
3 ISO 14063 YMPÄRISTÖVIESTINTÄJÄRJESTELMÄ	12
3.1 Osa ISO 14000 Ympäristöjohtamisen standardisarjaa	12
3.2 Ympäristöviestinnän periaatteet.....	14
3.3 Ympäristöviestintäpolitiikka.....	15
3.4 Ympäristöviestintästrategia	16
3.5 Ympäristöviestintätoiminnot	17
3.5.1 Suunnittelu.....	18
3.5.2 Sisällön, lähestymistavan ja työkalujen valinta.....	20
3.5.3 Suorittaminen	21
3.5.4 Arviointi	21
3.5.5 Johdon katselmus ja suunnittelutarkistukset.....	22
4 TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTOT	23
4.1 Tutkimuksen toteutus	23
4.2 Aineistonkeruu	25
5 TUTKIMUKSEN TULOKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET	27
5.1 Organisaation sisäiset haastattelut	28
5.1.1 Asiasanastoon tutustuminen	29
5.1.2 Ympäristöviestintäpolitiikka.....	29
5.1.3 Sidosryhmien tunnistus, kohderyhmien yksilöinti ja analysointi.....	30
5.1.4 Ympäristöviestintästrategia	31
5.1.5 Dokumentointi: kirjauskäytännöt, säilyttäminen, saatavuus ja käytettävyys	32
5.1.6 Viestintäprosessin vaikuttavuuden kehittäminen	33
5.1.7 Ympäristökriisitilanteiden viestintäprosessi	35
5.1.8 Tilanneanalyysi.....	35
5.1.9 Arviointi ja johdon katselmus.....	36
5.2 Organisaation ulkopuoliset haastattelut	37
6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	39
7 YHTEENVETO	42

LÄHTEET	42
----------------------	-----------

KUVIOT

KUVIO 1. Ympäristöjohtamisen standardisarja	13
KUVIO 2. Ympäristöviestintäpolitiikan kehittämisessä huomioon otettavat asiat	16
KUVIO 3. Ympäristöviestinnän jatkuva kehittäminen	18
KUVIO 4. Tutkielman kulku	24

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Löydökset.....	27
TAULUKKO 2. Kyselyvastaukset	37

1 JOHDANTO

Tämä tutkimus käynnistettiin tekijän ja kohdeyritys PaaPii Design Oy:n halusta edistää kestävästä kehitystä sekä ympäristöviestinnän ajankohtaisuuden vuoksi. Aiheen valintaan vaikutti myös tekijän kiinnostus tekstiileihin ja kyky ymmärtää standardien vaatimuksia. Maailmantalous käy läpi suurta murrosta, ja etenkin tekstiiliteollisuudessa on suuri paine tehdä vastuullisuutta tukevia muutoksia. Sidosryhmät, erityisesti kuluttajat vaativat yrityksiltä näkyvää vastuullisuutta. Uusia suosituksia, lakeja ja säädöksiä on otettu ja suunnitellaan otettavan käyttöön niin kansallisella kuin kansainvälisellä tasolla, vieläpä huomattavan nopealla tahdilla.

Yritystoiminnan vastuullisuus kiinnostaa nykyään yhä enemmän, ja vaateteollisuus on kokenut paljon ryöpytystä niin pikamuodin kuin epäeettisen alkutuotannonkin takia. Kuluttajat tiedostavat paremmin valintojensa vaikutuksen, ja myös poliittinen ilmapiiri on laajentanut vaatimuksia taloudellisten ratkaisujen lisäksi sosiaalisen vastuun ja ympäristön huomioiviin ratkaisuihin. Euroopan unioni on ehdottanut ja säätänyt direktiivejä, kuten valheellisten viherväittämien teon rankaistavuus (Directorate-General for Environment 22.3.2023) ja yritysten vastuullisuusraportointi (Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (eu) 2022/2464).

Viherväittämät eli viherpesu nousee keskusteluissa usein esille, ja kuluttajat ovat oppineet medialukutaitoa ja kriittisyyttä. Viherpesua on markkinoinnissa käytetty vale, osatotuus tai ympäripyöreys, jonka tavoitteena on saada kuluttaja ostamaan ekologisenä tai eettisenä pitämänsä tuote (Salonen 2021). Standardoimalla yritysten ympäristöviestintää yhtenäisemmäksi voidaan ehkäistä tahatonta viherpesua ja lisäksi yhtenäistäminen lisää läpinäkyvyyttä, tiedon vertailtavuutta ja helpottaa viherpesun havaitsemista.

Markkinatalouden kokema turbulenssi ja kiihtyvä ilmastonmuutos luovat painetta yrityksille nousta ja pysyä vihreän siirtymän harjalla (Euroopan komissio 2023e). Yritysten asenteita ja toimintamalleja ravistellaan, eikä yritysten määritelmät, tavoitteet ja arvot enää perustu ainoastaan talouteen. Monelle yritykselle vastuullisuus, niin taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristön huomioonottavakin, voi olla kantava arvo jo perustettaessa. Vastuullisuus on silloin osa missiota ja visiota sekä politiikan, strategian ja näin ollen myös toiminnan perustana (Sitra 2022). Näin on myös tämän opinnäytetyön tilaajan kohdalla (PaaPii Design Oy 2021).

Suomessa kulttuurisidonnainen vaatimattomuus on tehnyt sen, että hyviksi nähtyjä ominaisuuksia, kuten vaikkapa vastuullisuutta, ei useinkaan viestitä riittävällä tavalla. Tämä on haaste erityisesti kotimaisille pienille ja keskisuurille yrityksille suunniteltaessa ja toteutettaessa vaikuttavaa ja asianmukaista viestintää (Raghunath 2022). Viestinnän tueksi ja yhtenäistämiseksi on kehitetty standardeja, esimerkiksi ISO:n laatimat standardit ovat kansainvälisesti ja kansallisesti hyvin tunnettuja standardeja, joiden tarjoamaa kehystä voi hyödyntää niin pienissä kuin isoissakin yrityksissä (SFS ry).

Tämän työn tavoitteena oli selvittää PaaPiin ympäristöviestinnän laatutaso hyödyntämällä vakiintunutta ja yleisesti hyväksyttyä standardia sekä koostaa selvitys ympäristöviestinnän tarpeellisista kehityskohteista standardinomaisuuden saavuttamiseksi. Tutkimuskysymykseksi asetettiin:

Miten PaaPiin ympäristöviestintää tulisi kehittää, jotta se vastaisi standardin SFS-EN ISO 14063 vaatimuksia?

Sovellettavaksi standardiksi valittiin ISO 14000 -standardisarjaan kuuluva ympäristöviestintästandardi SFS-EN ISO 14063:2020, joka oli myös tämän opinnäytetyön tärkein kirjallinen lähdemateriaali. Standardia 14063 ei itsenään voi sertifioida, vaan se on tarkennettu, yksityiskohtaisempi täydennysosa sertifioitavalle ISO 14001 -ympäristöjärjestelmästandardille. (SFS ry.)

Muita kirjallisia tässä työssä hyödynnettyjä lähteitä olivat useat Euroopan unionin viralliset sivustot sekä muut tekstiilialaan ja ympäristöön liittyvät lähteet. Käsitteistöön tutustumisella ja kirjallisuuskatsauksella luotiin pohja standardin sisäistämiseksi. Lisäksi tutustuttiin lyhyesti tekstiiliteollisuuden vastuullisuuden nykyiseen tilanteeseen ja tehtiin lyhyt katsaus yrityksessä käytettävien tekstiilimateriaalien ympäristövaikutuksista.

Perehdyttiin standardin 14063 ympäristöviestinnän vaatimuksiin, joiden pohjalta päätettiin haastattelussa ja havainnoinneissa tarkasteltavat asiat ja kysymykset. Yrityksen sisäisiin haastatteluihin kysymykset räätälöitiin vastaajien vastualueen ja kiinnostuksen mukaan. Havaintoja tehtiin yrityksen sosiaalisesta mediasta, kotisivuista ja yrityksestä julkaistuista dokumenteista sekä yrityksen toimipaikassa toimintaa tarkkaillen. Ympäristöviestinnän vaikuttavuuden tason arviointia täydennettiin tutkimuksella kuluttajien mielikuvasta PaaPiin ympäristöystävällisyydestä. Haastattelut ja havainnointitulokset kirjattiin, ja niitä vertailtiin standardin vaatimuksiin. Vertailussa löydettyjen poikkeamien pohjalta koostettiin kehitysehdotukset.

2 PAAPII DESIGN OY JA LIKETOIMINNAN VASTUULLISUUS

PaaPii Design Oy on suomalainen tekstiilialan designyritys, jonka toiminnan keskeiset arvot ovat kestävyys, vastuullisuus, kotimaisuus ja positiivisuus. PaaPiille työntekijöiden, asiakkaiden ja ympäristön hyvinvointi on etusijalla, ja yritys pyrkii valinnoissaan ja päätöksissään eettisiin ja kestäviin ratkaisuihin. (PaaPii Design Oy 2021.)

PaaPii Design Oy perustettiin keittiönpöydän ääreen vuonna 2011, yhden inspiroituneen perheenäidin voimin. Nykyään PaaPii työllistää Kokkolassa sijaitsevassa vaateustehtaassaan noin 20 ihmistä, ja sen liikevaihto oli 2 miljoonaa euroa vuonna 2022 (Asiakastieto 2023). PaaPii on alusta lähtien profiloitunut eettiseksi ja ympäristöystävälliseksi yritykseksi, ja sen toiminta on ollut johdonmukaista ja linjassa viestimiensä arvojen kanssa. Suomessa PaaPii on yksi edistyneimmistä vaatealan yrityksistä ilmasto-, ympäristö-, ihmisoikeusvastuu- sekä läpinäkyvyyskysymyksissä (Eetti ry 2021). Tämän tutkimustyön avulla pyrittiin selvittämään, kuinka standardinmukaista PaaPiin ympäristöviestintä on.

Maailman markkinatalous kokee juuri nyt vihreän siirtymän, ja yritykset, jotka ennakoivat ja varautuvat muutoksiin, ovat luonnollisesti paremmin varustautuneita kohtaamaan ne. Globaalit olosuhteet ovat asettaneet odotuksia, joihin organisaatioiden on vastattava. EU vaatii jäsenmaidensa yrityksiltä vastuullisuutta ja on asettanut ja ehdottanut useita säännöksiä tukemaan kiertotalouden ja kestävän kehityksen edistämistä. Esimerkiksi vuonna 2020 Euroopan komissio otti käyttöön uuden kiertotalouden toimintasuunnitelman puhtaamman ja kilpailukykyisemmän Euroopan puolesta: CEAP'n (circular economy action plan) (Euroopan komissio 2023a).

CEAP on tärkeä osa Euroopan vihreän kehityksen ohjelmaa, joka on edellytys EU:n ilmastoneutraalius 2050 tavoitteelle ja elollisen luonnon monimuotoisuuden kadon pysäyttämiseksi. Toimintasuunnitelmassa esitellään hankkeita koskien tuotteiden suunnittelua, kiertotalouden prosessien parantamista, kestävän kulutuksen rohkaisua ja jätteenehkäisyä sekä resurssien pitämistä EU:n kansantalouden käytössä mahdollisimman pitkään. (Euroopan komissio 2023a.)

Euroopan komissio on asettanut direktiivin yritysten vastuullisuusraportoinnin pakollisuudesta (Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (eu) 2022/2464) ja julkaissut ehdotuksen jätepuitedirektiivin muokkaamisesta siten, että tekstiileitä koskisi tuottajavastuu (Directorate-General for Environment, 5.7.2023) sekä julkaissut ehdotuksen valheellisten viherväittämien teon rankaistavuudesta (Di-

rectorate-General for Environment 22.3.2023). Viherväittämiä teon rankaistavuuden toivotaan myös tasapainottavan tilannetta oikeasti vastuullisten yritysten hyväksi.

Luonnollisesti myös vaateteollisuuden yrityksiltä vaaditaan enemmän vastuullisuutta ja läpinäkyvyyttä. Tarve läpinäkyvyydelle ja luotettavalle viestinnälle on suuri, sillä usein vaateteollisuuden tuotantoketju on pitkä ja monivaiheinen, ja iso osa maailman vaatteista ja niihin käytettävistä tekstiileistä tuotetaan ison riskitason maissa. Kuluttajien tietoisuus ja odotukset vaateteollisuuden vastuullisuudesta ovat kasvaneet, ja kuluttajat osaavatkin nykyään vaatia tietoa yritysten vastuullisuudesta ja ympäristöasioiden hallinnasta.

PaaPii Design Oy:lle on tärkeää pysyä vihreän siirtymän aallonharjalla ja viestiä siitä sidosryhmilleen. Viestintää vastuullisuudesta, sen termistöä ja määritelmiä on kansainvälisesti alettu yhtenäistää, ja yritysten vastuullisuusraportoinnista on tulossa asteittain pakollista kaikille yrityksille EU:ssa. Tavoite on, että sidosryhmät, erityisesti kuluttajat, voivat tehdä tietoisia valintoja vertailukelpoisten tietojen avulla ilman syvällisempää asiantuntemusta tekstiiliteollisuudesta, kuten erilaisista prosesseista tai eri maiden riskitasosta. (SFS ry 2021, 5)

2.1 Ympäristöviestintä

Ympäristöviestinnällä tarkoitetaan organisaation sitä viestintää, jolla se välittää tietoa ympäristöasioiden hallintaan liittyvästä toiminnastaan. Organisaatioviestintä taas tarkoittaa niitä toimintoja, joilla jaetaan tai vastaanotetaan tietoa. Ympäristöviestintä on vuoropuhelua ympäristöasioista sidosryhmien kanssa. Sidosryhmiä ovat esimerkiksi asiakkaat, henkilöstö, paikalliset asukkaat, erilaiset järjestöt kuten ympäristö- ja kuluttajajärjestöt sekä rahoittajat. Eri sidosryhmillä on omia toiveitaan, huoliaan ja odotuksiaan, ja viestinnän tulee kattaa myös ne asianmukaiset toiveet, huolet ja odotukset, jotka ovat ristiriidassa keskenään. (SFS ry 2021, 5–6.)

Asiakkaat ovat vaikutusvaltainen sidosryhmä, sillä ilman asiakkaita ei ole yritystä. Asiakkaat voivat hankinnassaan esittää vaatimuksia toimittajille liittyen esimerkiksi tuotteiden, menetelmien, palveluiden tai hallinnon ympäristönäkökohtiin. Henkilöstölle on merkitystä toiminnan ympäristövaikutuksilla, toiminnan aiheuttamilla häiriöillä ja niiden hoitamisella. Paikallisia asukkaita kiinnostaa erityisesti mahdollisten haittojen ehkäisemis- ja korjaustoimenpiteet, sillä tapahtuessaan ympäristö- ja terveyshaitat vaikuttavat nopeasti ja tuntuvasti juuri paikallisiin. Järjestöjä kiinnostaa organisaation ympäristöpo-

litiikka, -suojelun taso, ympäristöasioiden johtamisen kehitys sekä julkiset ajankohtaiset aiheet. Rahoittajille on merkitystä organisaation prosessien, palveluiden ja tuotteiden mahdolliset ympäristöriskeillä. (Ympäristö.fi 2023a.)

Yritysten toiminnan, myös viestinnän yhtenäistämässä kansainvälisesti tunnustetut standardit ovat tärkeä toimintakehys. Tässä työssä sovellettiin ISO 14000 -ympäristöjohtamissarjan standardia ympäristöviestinnästä. Toinen yleisesti tunnustettu ympäristöasioiden hallintaan ja -kommunikointiin keskittyvä toimintakehys on EMAS-selonteko. EMAS (the Eco-Management and Audit Scheme) on kaikille yrityksille ja organisaatioille tarkoitettu vapaaehtoinen ympäristöjärjestelmä, joka perustuu EU:n asetukseen (EY) N:o 1221/2009. EMAS-järjestelmää laadittaessa on otettu huomioon ISO 14001, ja sen vaatimukset, jotta päällekkäiseltä työltä vältyttäisiin. ISO 14001- ja EMAS-järjestelmien ero on ympäristöselonteko. (Ympäristö.fi 2023b.)

EMAS-järjestelmään liittyvät organisaatiot julkaisevat ympäristöasioistaan laajasti kertovan ympäristöraportin eli ympäristöselonteon (Ympäristö.fi 2023b). Selonteossa kerrotaan organisaation toiminnan ympäristövaikutuksista, asetetuista ympäristönsuojelutavoitteista sekä tavoitteiden toteutumisesta ja keskeisistä ympäristöindikaattoreista (Ympäristö.fi 2023b). Selonteko eroaa ympäristöviestinnästä sillä tavoin, että se on yhdensuuntaista viestintää, kun taas ympäristöviestinnässä on tarkoitus toteuttaa yhdensuuntaisen viestinnän lisäksi kahdensuuntaista viestintää ja osallistavaa päätöksentekoa (SFS ry 2021, 5).

ISO on luonut yleisesti tunnettuja ja hyväksytyjä standardeja, ja järjestön standardoimat aiheet kattavat laajasti eri asioita, aina kokonaisvaltaisista laadunhallintajärjestelmistä yksityiskohtaisiin ohjeistuksiin tuotteille ja palveluille. ISO 14001 ja siihen liittyvät standardit muodostavat ympäristöasioiden hallintaan keskittyvän ISO 14000 - ympäristöjohtamisen työkalut ja tekniikat -standardisarjan, ja erityisesti ISO 14063 on kehitetty strukturoimaan ympäristöviestintää. Kaikki organisaatiot voivat soveltaa ISO 14063 standardia, riippumatta toimialasta, sijainnista, koosta tai rakenteesta, tai siitä, onko organisaatiolla käytössä ympäristöjärjestelmää. (SFS ry 2023.)

Tämän työn tärkeimpiä lähdeasiakirjoja on SFS-EN ISO 14063:2020 - Ympäristöviestintä, jonka tarjoamaan toimintakehykseen PaaPiin ympäristöviestintää peilattiin. Standardi on yhteensopiva kaikkien ISO 14000 –sarjan standardien kanssa, ja se soveltuu myös käytettäväksi yksinään. Standardiin SFS-EN ISO 14063 perustuen luotiin laaja kysymysaineisto, jolla kartoitettiin PaaPii Design Oy:n ympäristöviestinnän standardinmukaisuutta. Kysymysaineistolla pyrittiin selvittämään PaaPiin yleiset ympäris-

töviestintäperiaatteet, ympäristöviestintäpolitiikka, ympäristöviestintästrategia ja ympäristöviestintätoiminnot.

Ympäristöviestintä voi olla myös markkinointia, jossa käytetään ympäristöväittämiä ja markkinoidaan organisaatioita vastuullisina. Kuitenkin lähempi tarkastelu voi paljastaa, että väittäjä on vain osa totuudesta, ympäripyöreä mainoslause tai jopa vale. Silloin on kyse viherpesusta, jolla yritys pyrkii markkinoinnillaan saada kuluttaja ostamaan ympäristöystävällisenä pitämänsä tuote (Salonen 2021). Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisemassa selvityksessä ilmoitetaan, että 56 % analysoiduista ympäristöväittämisistä oli harhaanjohtavia (Työ- ja elinkeinoministeriö 2022).

2.2 Vastuullisuusraportointi

Vastuullisuusraportointi tarkoittaa selvitystä organisaation toiminnan vaikutuksista ympäristöön, ihmisiin ja yhteiskuntaan. Vastuullisuusraportointi ja ympäristöviestintä käsittelevät osittain samoja asioita, mutta ne eivät kuitenkaan ole synonyymejä keskenään. Ympäristöviestintä kattaa kaikki ympäristöasioista viestimisen prosessit, ympäristöraportointi mukaan lukien. Ympäristöraportointi voi esiintyä itselleen tai olla osa vastuullisuusraportointia ja ympäristöviestintää. Vastuullisuusraportoinnista voidaan käyttää myös nimikettä ESG-raportointi. Suurten yritysten ja listayhtiöiden vastuullisuusraportoinnin, eli ESG:n toimintakehys perustuu usein GRI-standardiin. (Talouhallintoliitto a.)

GRI-standardi voi olla verrattain raskas pienille ja keskikokoisille yrityksille, minkä vuoksi sen pohjalta on kehitetty Nordic Sustainability Reporting Standard (NSRS). NSRS on uusi vastuullisuusraportoinnin standardi, joka on tehty selkeyttämään pienten ja keskisuurten pohjoismaisten yritysten vastuullisuusraportointia (Talouhallintoliitto b). Standardi on suunniteltu erityisesti kirjanpitäjien käytettäväksi toimintakertomuksen yhteydessä (NSRS 2021).

Kirjanpitolaissa on määritelty vastuullisuusselvityksen julkaisutapa, -aika ja sisältö. Kuitenkin vastuullisuusraportin sisällön laatimisessa ja antamisessa saa halutessaan noudattaa kansallisia, Euroopan unionin sisäisiä tai kansainvälisiä toimintakehyksiä. Tällöin on myös ilmoitettava, mitä toimintakehyksiä on selvityksen laatimisessa noudatettu. (Kirjanpitolaki 30.12.1997/1336, 3 a luku 2 §, 5 §; Laki kirjanpitolain muuttamisesta 1376/2016, 3 a luku 2 §, 5 §.) Laki vastuullisuusraportoinnista perustuu EU:n direktiiviin yritysten kestävyysraportoinnista, CSRD:hen. CSRD velvoittaa yritykset raportoii-

maan Euroopan kestävän kehityksen raportointistandardien ESRS:n mukaisesti (Euroopan komissio 2023c).

ESRS on suunniteltu olemaan yhdenmukainen IASB:n, ISSB:n ja GRI:n laatimien kansainvälisten kestävyys- ja raportointistandardien kanssa, jotta ehkäistäisiin organisaatioiden moninkertaista työtä (Euroopan komissio, 2023d). ESRS helpottaa myös SFDR-asetuksen toimeenpanemista, sillä ESRS velvoittaa listayhtiöitä julkistamaan samoja kestävyystietoja, joita SFDR:n vaikutusalueella olevat rahoitusmarkkinoilla toimivat organisaatiot ja rahoitusneuvojat tarvitsevat julkaistakseen omat kestävyysraporttinsa. (Euroopan komissio 2023b)

2.3 Vaateteollisuuden ympäristövaikutukset

Nykyisellään tekstiiliteollisuuden värjäyksen ja viimeistelyn arvioidaan aiheuttavan viidesosan maailman vesien saastuttamisesta. Lisäksi synteettisten vaatteiden pesu tuottaa yli kolmasosan ympäristöön joutuvista mikromuoveista. Eniten mikromuoveja vapautuu ensimmäisten pesujen aikana, ja pikamuoti tukee ensimmäisiä pesuja massatuotannon, halpojen hintojen ja suurien myyntimäärien avulla. Synteettisten tuotteiden pesut ovat tuottaneet merten pohjalle yli 14 miljoonaa tonnia mikromuoveja. (Euroopan parlamentti 2023.)

Tekstiiliteollisuuden aiheuttamat saasteet ympäristölle, ihmisille ja eläimille ovat tuhoisimpia niillä alueilla, joilla tehtaat sijaitsevat. Muotiteollisuuden on arvioitu aiheuttavan 10 % maailman hiilipäästöistä (Euroopan parlamentti 2023). Vertailuarvona mainittakoon, että kansainvälinen lentoliikenne on vastuussa noin 4 %:sta hiilipäästöistä, kuten laivaliikennekin (Euroopan parlamentti 2019). Logistiikan aiheuttamiin ympäristövaikutuksiin voidaan vaikuttaa kuljetusmuodon ja pakkausten valinnalla, välttämällä edestakaista liikettä sekä suosimalla tuottajia, joiden sijainti mahdollistaa ympäristöystävälliset kuljetukset.

Kierrätysteknologiat ovat vasta kehittymässä, ja vain 1 % käytetyistä vaatteista kierrätetään uusiksi vaatteiksi. Vaatteita ei myöskään kierrätetä tarpeeksi tehokkaasti. Kuluttajan käytöstä poistamista vaatteista viidesosa päätyy uudelleen käytettäväksi tai kierrätettäväksi (Joint Research Centre 2014). Vuoden 2015 ja vuoden 2000 välisenä aikana vaatetuotanto on kaksinkertaistunut, ja vastaavasti yhden vaatekappaleen käyttökerrat vähentyneet (Euroopan parlamentti 2023).

2.3.1 Jätteenkäsittely

Jätelaki määrää, että toiminnanharjoittajan on noudatettava jätteenkäsittelyssä etusijajärjestystä. Etusijajärjestyksen tavoitteena on saavuttaa lain tarkoituksen kannalta paras tulos. Etusijajärjestyksen noudattamista arvioidaan kokonaisuutena, ja huomioon otetaan tuotteen ja jätteen koko elinkaaren aikaiset vaikutukset, ympäristönsuojelun varovaisuus- ja huolellisuusperiaate sekä toiminnanharjoittajan taloudelliset ja tekniset mahdollisuudet noudattaa etusijajärjestystä. (Jätelaki 17.6.2011/646, 2 luku 8 §.)

Jätteenkäsittelyn etusijajärjestyksellä tarkoitetaan sitä, että ensisijaisesti on ehkäistävä jätteen syntymistä ja haitallisuutta. Jos jätettä kuitenkin syntyy, on jätteenhaltijan valmistettava se uudelleenkäyttöä varten tai sen ollessa kohtuuttoman haastavaa kierrätettävä jäte. Jos kierrätyskään ei ole mahdollista, jäte on hyödynnettävä muilla tavoin. Jos hyödyntäminenäkään ei ole mahdollista, jäte on loppukäsiteltävä. (Jätelaki 17.6.2011/646, 2 luku 8 §.)

Muotialan tekstiiliteollisuus tuottaa suuria määriä tekstiilijätettä. On arvioitu, että muotiteollisuus on vastuussa jopa 92 miljoonasta tonnista tekstiilijätettä vuosittain, josta 13 miljoonaa tonnia syntyy tuotantoketjun aikana (Rautunier 2022). Tekstiiliteollisuudessa jätteen syntymistä ja haitallisuutta voidaan ehkäistä pidättäytymällä ylituotannosta ja valitsemalla ympäristöystävällisempiä materiaalikuituja, värjäys- ja käsittelykemikaaleja sekä tekstiilin tuotantomenetelmiä (Ellen MacArthur Foundation 2017, 50). Esimerkiksi leikkuujätteen määrää on mahdollista hallita suunnitelmallisella kaavojen kuosittelulla sekä kankaan tarkalla leikkuusuunnitelmalla.

2.3.2 Puuvillan, merinovillan, polyesterin ja elastaanin ympäristövaikutukset

PaaPii Design Oy käyttää tuotannossaan pääasiassa puuvillaa sekä lisäksi merinovillaa, elastaania ja polyesteria. PaaPiin tuottamista vaatteista 97 % on luomupuuvillaa, johon on lisätty 5 % elastaania. Noin 3 % tuotteista on mulesing-vapaata merinovillaa, ja polyesteri on ompelulangan ja vetoketjujen raaka-aine. (PaaPii Design Oy 2021.)

Tekstiiliteollisuudessa käytettäviä kuituja voi lajitella materiaalin mukaan selluloosa-, muovi-, ja proteiinipohjaisiin kuituihin (Ellen MacArthur Foundation 2017, liite A). Nykypäivän tekstiilin tuotannossa on laaja valikoima erilaisia materiaaleja kuitujen lähteiksi, ja kullakin kuidulla on ominaisuuksia,

jotka voivat vaikuttaa ympäristöön joko parantavasti tai tuhoisasti. Tekstiilialan yritykset voivat vaikuttaa materiaalivalinnoillaan aiheuttamiinsa ympäristö-, sosiaalisiin, ja taloudellisiin vaikutuksiin.

2.3.3 Selluloosapohjainen kuitu

Selluloosapohjaiset kuidut ovat kasvipäisiä ja yleisin selluloosapohjainen kuitu on ylivoimaisesti puuvilla, jonka osuus maailman kuitumarkkinoista vuonna 2021 oli 22 % (Textile Exchange 2022, 11). Muita selluloosapohjaisia kuituja ovat muut kasvikuidut kuten pellava, hamppu, juutti, nokkonen, sisali, manilla, kookos ja rami sekä selluloosapohjaiset muuntokuidut, esimerkiksi viskoosi, selluloosa-asettaatti, bambukuitu, asetaatti, lyocell, modaali ja kupro. Selluloosapohjaiset kuidut voi turvallisesti kompostoida, jos niiden tuotannossa ei ole käytetty vaarallisia aineita (Ellen MacArthur Foundation 2017, liite A).

Puuvillan etuja ovat keveys, vahvuus, suuri imukyky, allergisoimattomuus ja hyvä laskeutuvuus. Puuvillaa voi kierrättää mekaanisesti ilman kemikaaleja, kun kierrätyspuuvillaan lisätään ennestään käyttämätöntä puuvillaa. Koska puuvillan selluloosapitoisuus on korkea, voi kierrätyspuuvillasta myös valmistaa muuntokuituja. (Ellen MacArthur Foundation 2017, liite A.)

Puuvillan haittapuolia taas ovat kasvatukseen ja prosessointiin tarvittava suuri vesimäärä. Lisäksi viljelyssä saatetaan käyttää suuria määriä hyönteismyrkkyjä ja lannoitteita. Puuvillan kehruu vie paljon energiaa, eikä puuvilla värjäänny helposti, joten värjäysprosessissa käytetään usein huomattavan paljon kemikaaleja. Puuvilla myös rypyyntyy herkästi, minkä vuoksi siihen sekoitetaan muita materiaaleja, mikä mutkistaa kierrätystä. (Ellen MacArthur Foundation 2017, liite A.)

PaaPiin käyttämä puuvilla on Öko-tex-sertifioitua ja GOTS –sertifioitua luomupuuvillaa (PaaPii Design Oy 2021). Öko-tex standardi takaa, ettei tuote sisällä vaarallisia kemikaaleja eikä geenimanipuloituja organismeja ja sen tuotantoketju on varmennettu (Oeko-tex). GOTS–standardilla taataan luomulaatuisen kuidun ja varmennetun tuotantoketjun lisäksi ekologisten ja sosiaalisten kriteerien täyttyminen (Global organic textile standard 2023).

2.3.4 Proteiinipohjainen kuitu

Proteiinipohjaisia kuituja ovat eläinperäiset kuidut, kuten villa, silkki, kamelinkarva, alpakankarva, angora, mohair ja pashmina. Villaa saadaan pääasiassa lampaan karvasta, ja villan laatu ja ominaisuudet voivat vaihdella suurestikin lammasrodun mukaan. Proteiinipohjaisten kuitujen osuus maailman-kaupasta vuonna 2021 oli noin 2 %, josta villaa oli noin puolet (Textile Exchange 2022, 11). Niin kuin selluloosapohjaiset kuidutkin, proteiinipohjaiset kuidut voi turvallisesti kompostoida, jos niiden tuotannossa ei ole käytetty vaarallisia aineita (Ellen MacArthur Foundation 2017, liite A).

Villan etuja on hengittävyys ja hyvä värjäytyvyys sekä kestävyys ja se siirtää myös tehokkaasti kosteutta. Lisäksi villaa ei tarvitse pestä niin usein kuin useita muita kuituja, ja sen kuidut ovat suhteellisen pitkiä mahdollistaen mekaanisen kierrättämisen. (Ellen MacArthur Foundation 2017, liite A.)

Villan haittapuolia ovat hintavuus ja eläinten tuottama metaani. Eläimiä saatetaan kohdella julmasti. Lisäksi villa pitää puhdistaa liasta ja mahdollisista hyönteisistä. Lisäksi villaa saatetaan valkaista. Kemiallisista puhdistus- ja valkaisukäsittelyissä käytetyt aineet saattavat olla vaarallisia ympäristölle. (Ellen MacArthur Foundation 2017, liite A.)

2.3.5 Muovipohjainen kuitu

Muovipohjaiset kuidut on yleensä tehty fossiilisista raaka-aineista, ja niistä yleisin on polyesteri, jonka osuus on myös suurin maailman kuitumarkkinoista, 54 % vuonna 2022 (Textile Exchange 2022, 11). Muita muovipohjaisia kuituja ovat esimerkiksi nailon, aramidi, akryyli ja elastaani. Muovikuiduille yhteisiä etuja ovat tuotannon vähäinen tarve maan- ja vedenkäytölle sekä tekstiilien nopea kuivuminen (Ellen MacArthur Foundation 2017, liite A). Kuitenkin muovikuitujen tuottaminen kuluttaa uusiutumattomia luonnonvaroja ja paljon energiaa. Lisäksi käyttöön liittyvän pesun aikana muovikuiduista irtoaa mikromuoveja, jotka voivat saastuttaa luontoa ja meriä. Muovi ei myöskään maadu.

Elastaani voi venyä jopa kuusinkertaiseen mittaan ja palautua alkuperäiseen pituuteensa. Elastaania sekoitetaan usein pieniä määriä muihin kuituihin tuomaan kankaaseen joustoa ja ehkäisemään rypynyntymistä. Haittapuolena on, että kyseisten sekoitekankaiden kierrättäminen on haastavaa. (Suomen tekstiili ja muoti a.)

Polyesteri on maailman eniten tuotettu tekstiilikuitu. Se on edullista verrattuna muihin kuituihin, laskeutuu hyvin, ei ryppyynny, on lujaa ja pehmeää eikä sen värjäämiseksi tarvitse yhtä paljon kemikaaleja kuin esimerkiksi puuvillan värjäykseen. Polyesteria voi kierrättää termisesti ja kemiallisesti, ja vuonna 2020 tuotetusta polyesterista noin 14,7 % oli kierrätettyä. (Suomen tekstiili ja muoti b) PaaPii Design Oy:n tuotannossaan käyttämät vetoketjut on tehty kierrätetystä polyesterista (PaaPii Design Oy 2021).

Polyesterin tuottamiseen saatetaan käyttää kemikaaleja, jotka voivat olla haitallisia terveydelle. Polyesterin valmistusprosessi kuluttaa paljon energiaa, ja polyesterin sekä siitä tehtyjen vaatteiden tuotannolla on yhteys vesistöjen mikromuoviongelmien. (Suomen tekstiili ja muoti b.)

3 ISO 14063 YMPÄRISTÖVIESTINTÄJÄRJESTELMÄ

Standardin, jota tässä työssä sovelletaan, koko tunnus on:

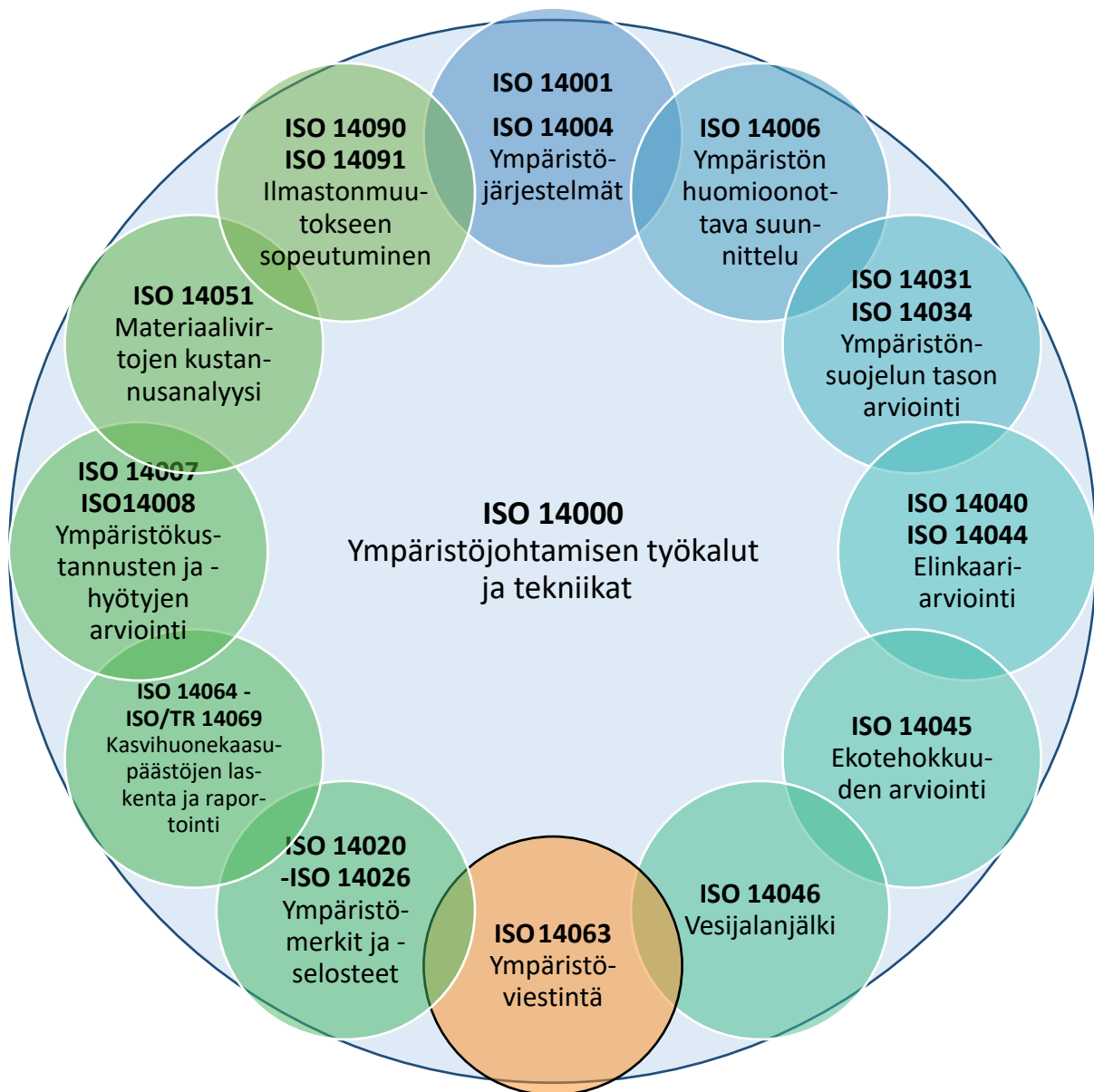
”SFS-EN ISO 14063:2020 Ympäristöasioiden hallinta. Ympäristöviestintä. Ohjeita ja esimerkkejä.”

SFS tunnuksen alussa kertoo, että standardi on vahvistettu Suomen kansalliseksi standardiksi, EN merkitsee eurooppalaista ja ISO kansainvälisesti vahvistettua standardia (SFS ry 2023). Ympäristöviestintästandardin tarkoituksena on yhtenäistää ympäristöviestinnän tapoja sekä määritellä siinä käytettäviä termejä. Standardin laaja ja kansainvälinen vahvistaminen mahdollistaa sen, että viestitty tieto on vertailukelpoista ja yksiselitteistä sidosryhmille. Yhteinen standardi selkeyttää ympäristöviestinnän pelisäännöt maailmanlaajuisesti (SFS ry 2023).

3.1 Osa ISO 14000 Ympäristöjohtamisen standardisarjaa

ISO 14063 on osa ISO 14000 - ympäristöjohtamisen työkalut ja tekniikat –standardisarjaa (SFS ry 2021, Liite A). Standardisarjassa ympäristöasioiden johtamiseen liittyvät standardit muodostavat ympäristöasioiden hallintaan keskittyvän standardikokonaisuuden (KUVIO 1).

ISO 14000 Ympäristöasioiden hallinnan standardeilla pyritään yhtenäistämään käsitteitä, määritelmiä ja menetelmiä, jolloin tietojen vertailusta tulee helpompaa. Yhteiset ja tarkasti määritellyt termit tarjoavat oivallisen kasvualustan organisaatioiden ja sidosryhmien väliselle yhteisymmärrykselle. Kansainvälisillä ja yleisesti hyväksytyillä standardeilla mahdollistetaan yhteiset ja reilut pelisäännöt kansainväliselle kaupankäynnille. Tarkoitus on, että kestävä kehitys edistetään maailmanlaajuisesti standardien avulla niin, että sekä ekologiset että taloudelliset näkökohdat otetaan huomioon. Standardien käyttö voi esimerkiksi myötävaikuttaa prosessien ja resurssien käytön tehostumista, tai pienentää organisaation energian tarvetta. (SFS ry)



KUVIO 1. Ympäristöjohtamisen standardisarja (mukaillen SFS ry)

Ympäristöjohtamisen standardisarjan 14000 standardit liittyvät sisällöllisesti kaikki hieman toisiinsa (KUVIO 1), ja niiden rakenne ja sisältö on koostettu niin, että niitä on helppo integroida samaan johtamisjärjestelmään, joko toisiin ympäristöjohtamisen työkaluihin ja tekniikoihin, tai muihin kansainvälisesti vahvistettuihin standardien mukaisiin hallintajärjestelmiin. ISO 14000 -sarjan ympäristöjohtamisen standardit ovat kuitenkin myös itsenäisiä standardeja, joita voi ottaa käyttöön ilman muita ISO-tai muita standardeja.

ISO 14063 -standardin tarkoituksena on ohjata ympäristöviestintää niin, että siinä otetaan huomioon kaikki tarpeellinen muihin kansainvälisesti hyväksytyihin nykyajan standardeihin nähden. Erityisesti

kyseinen ympäristöviestinnän standardi soveltuu käytettäväksi yhdessä ISO-hallintajärjestelmien kanssa, mutta mikään ei estä soveltamasta ympäristöviestintästandardia muissakin toiminnanohjausjärjestelmissä. Tätä standardia voi käyttää jo olemassa olevan ympäristöviestintäjärjestelmän kehittämiseen tai kokonaan uuden luomiseen. (SFS ry 2021, 8.)

3.2 Ympäristöviestinnän periaatteet

Ympäristöviestinnän periaatteet ovat ohjenuora, jota tulee noudattaa ympäristöviestinnän kaikilla osalualueilla. Periaatteiden tarkoituksena on, että niitä soveltamalla otetaan huomioon sidosryhmät, sekä näiden tarpeet ja odotukset. ISO 14063-standardissa listataan viisi periaatetta: läpinäkyvyys, sopivuus käyttöön, uskottavuus, selkeys ja alueellisuus. (SFS ry 2021, 9–10.)

Läpinäkyvyydellä tarkoitetaan, että organisaatio on avoin ja tuo kaikkien sidosryhmien saataville sen ympäristöviestinnässä käyttämänsä prosessit, menettelyt, menetelmät, tietolähteet ja oletukset. Tietojen luottamuksellisuutta ei silti sovi unohtaa, ja salassapitositoumukset voivatkin estää joidenkin ympäristöön liittyvien tietojen julkaisemisen joillekin sidosryhmille. Tällaisessa tapauksessa voi olla hyvä kuitenkin selkeästi ilmaista, miksi jotain tietoa ei julkaista. Läpinäkyvyyteen kuuluu myös se, että sidosryhmille kerrotaan niiden roolista ympäristöviestinnässä. Tässä yhteydessä roolilla tarkoitetaan joko pakollista tai mahdollisuutta toimia osana organisaation viestintäketjussa. Esimerkiksi työntekijälle pakollinen rooli voi olla esimerkiksi vastuu tiedon jakamisesta sosiaalisessa mediassa. Asiakkaalle rooli voi taas olla mahdollisuus kommentoida organisaation sosiaalisen median tiedonantoon. (SFS ry 2021, 9.)

Viestittävän tiedon sopivuus käyttöön on tärkeää ottaa huomioon ympäristöviestintää toteutettaessa. Ympäristöasioiden hallintaan liittyvän tiedon välittämisen tulee siis tapahtua niillä keinoin ja sellaisella sisällöllä, että se on sidosryhmille ymmärrettävässä ja käyttökelpoisessa muodossa. Sopivuus käyttöön voidaan mahdollistaa pitämällä huolta siitä, että tieto on olennaista sidosryhmien kannalta ja huomioi vastaanottajan tarpeet ja kiinnostuksenkohteet. Esimerkiksi rahoittajalle kerrotaan liiketoimintaan mahdollisesti vaikuttavista ympäristöriskeistä, ja toimittajalle asiakkaan ympäristöön liittyvistä vaatimuksista. Ympäristöviestinnän keinojen tulee olla sellaiset, että sidosryhmien välinen tasa-arvo, monimuotoisuus sekä osallistumismahdollisuudet on otettu huomioon niin, että viestiminen on tasa-arvoista ja kaikkien sidosryhmien mahdollisuus osallistua on varmistettu. (SFS ry 2021, 9.)

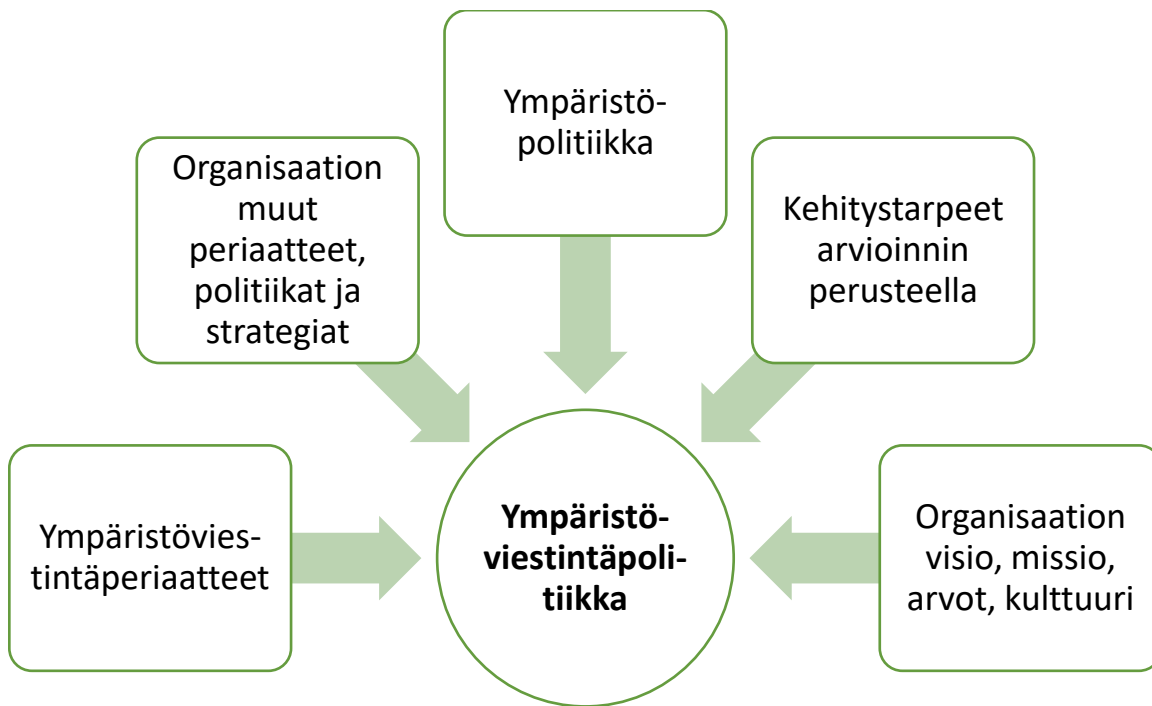
Uskottavuus taataan reilulla ja rehellisellä toiminnalla. Luotettava viestintä on tarkkaa ja avointa ja vastaa sidosryhmien huoliin ja tiedusteluihin ilman ylimääräistä viivyttelyä tai asian kiertelyä. Vastausten julkaisunopeutta tulee ohjata. Sidosryhmille tulee kertoa myös se, miten näiden yhteydenottoja käsitellään organisaatiossa. Ympäristöviestintä ei saa johtaa harhaan esimerkiksi ympäripyöreyksillä tai epämääräisillä indikaattoreilla. (SFS ry 2021, 10.)

Ympäristöviestinnän tulee olla niin selkeää sidosryhmille, että se on yksiselitteistä ja ymmärrettävää. Ympäristöviestinnän toteutuksessa tulee ottaa huomioon sidosryhmille sopiva lähestymistapa ja kieli selkeyden turvaamiseksi. Esimerkiksi alakohtaiset ammattisanat voivat hämmäntää viestin vastaanottajaa. (SFS ry 2021, 10.)

Alueellisuus ympäristöviestinnässä tarkoittaa sitä, että viestimisessä huomioon otetaan olennaiset ympäristöolosuhteet sillä alueella, jolle organisaation toiminnan aiheuttamat mahdolliset ympäristövaikutukset kohdistuvat. Esimerkiksi ympäristöviestinnässä tulisi käsitellä vaatekappaleen käytöstäpoiston aiheuttamia vaikutuksia siinä ympäristössä, johon se todellisuudessa vaikuttaa. (SFS ry 2021, 10.)

3.3 Ympäristöviestintäpolitiikka

Politiikka asettaa organisaatiolle toimintalinjat, eli toisin sanoen politiikassa ilmaistaan, miten asioita hoidetaan, mihin sitoudutaan ja mikä merkitys ympäristöviestinnällä on organisaatiolle. Politiikka asettaa siis suunnan, ja strategialla siihen tähdätään. ISO 14063 -standardin mukaisen ympäristöviestinnän tapauksessa politiikan tulisi ilmaista selkeästi, että organisaatio sitoutuu politiikkaansa ja sen edistämiseen. Standardin mukaisessa ympäristöviestintäpolitiikassa organisaatio sitoutuu lisäksi vuoropuheeseen, antamaan tietoa ympäristönsuojelun tasostaan ja käsittelemään tärkeimpiä ympäristöasioita sekä varaamaan tarvittavat resurssit politiikan toteuttamiseksi. Ympäristöviestintäpolitiikan ei tarvitse olla yksityiskohtainen, tärkeintä on, että se välittää vastaanottajalleen tiedon siitä, kuinka tärkeänä organisaatio pitää ympäristöviestintää. (SFS ry 2021, 10-11.)



KUVIO 2. Ympäristöviestintäpolitiikan kehittämisessä huomioon otettavat asiat (mukaiillen SFS ry 2021, 6)

Ympäristöviestintäpolitiikka voi sisältyä organisaation viestintäpolitiikkaan tai ympäristöpolitiikkaan tai olla oma itsenäinen politiikkansa. Joka tapauksessa ympäristöviestintäpolitiikan tulee olla yhdenmukainen niiden kanssa. Ympäristöviestintäpolitiikkaa kehitettäessä visio, missio, arvot ja kulttuuri voivat vaikuttaa vahvasti tulokseen, ja on varmistettava, että ympäristöviestintäpolitiikka on yhdenmukainen organisaation muiden periaatteiden, toimintatapojen ja arvojen kanssa. Kehitystyössä tulee ottaa huomioon myös arvioinnit, palautteet ja muuten ilmenneet kehitys- ja muutostarpeet (KUVIO 2). Yhdenmukaisuuden varmistaminen onnistuu vuorovaikutuksella, erityisesti viestinnän ja ympäristöasioista vastaavien välillä kommunikaatio ja yhteisymmärrys on tärkeää. (SFS ry 2021, 10-11.)

3.4 Ympäristöviestintästrategia

Ympäristöviestintäpolitiikan pohjalta laaditaan ympäristöviestintästrategia, jossa selvennetään, missä mittakaavassa sidosryhmien odotukset voidaan täyttää, kun otetaan huomioon organisaation käytössä olevat tosiasioihin ja -oloihin perustuvat voimavarat. Ympäristöviestinnän toteuttamisen strategiaan on suotavaa sisällyttää määrittelyt koskien johdon sitoutumista strategian kannalta riittävien resurssien varaamiseen, listaus ympäristöviestinnän strategisista tavoitteista, tunnistetut sidosryhmät ja selvitys suunnitellun viestinnän aikataulusta sekä aiotusta sisällöstä. Määritellylle ympäristöviestintästrategialle

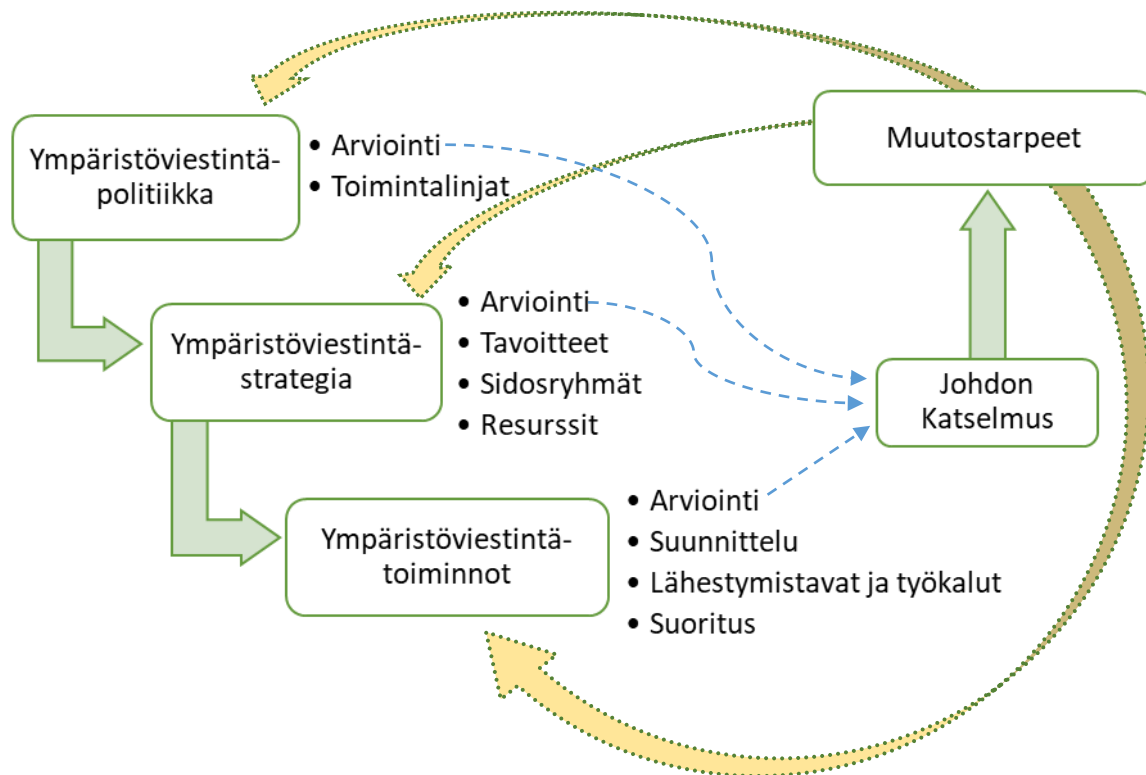
hankitaan hyväksyntä ylimmältä johdolta, jonka jälkeen sitä käytetään peruslähtökohtana ympäristöviestintätoiminnoille. (SFS ry 2021, 12.)

Ympäristöviestintästrategian suunnittelussa ja kehittämisessä resurssit näyttelevät tärkeää osaa. Kaikkeen tekemiseen tarvitaan resursseja, eikä ympäristöviestintä ole poikkeus. Strategian tulisi sisältää tiedot taloudellisten, teknisten ja henkilöresurssien varaamisesta ympäristöviestinnän toteuttamiseksi. Lisäksi strategiassa tulisi ilmaista osoitetut ympäristöviestinnän vastuut ja valtuudet sekä ottaa huomioon työvoiman koulutustarpeet ja kokemus sekä määritellä ympäristöviestintään toimenpiteet ja prosessit. Resurssitehokkuuden edistämiseksi ympäristöviestintäprosessin on sovittava tarkoituksensa ja oltava yhdenmukainen organisaation yleisen viestintäprosessin kanssa. Ympäristöviestinnän tehokkuuden kannalta on tärkeää myös huomioida organisaation tarkoitus ja toimintaympäristö sekä tuotteiden, palveluiden ja toimintojen luonne, kokoluokka, kattavuus ja ympäristövaikutukset. (SFS ry 2021, 13.)

Realististen resurssien puitteissa asetetaan ympäristöviestintätavoitteet, jotka tulisi määritellä niin selkeästi ja yksiselitteisesti, ettei tarkentavia kysymyksiä ja selventäviä vastauksia tarvita. Ympäristöviestinnän strategisten tavoitteiden tulisi olla yhdenmukaisia ympäristöviestintäpolitiikan ja ympäristöviestintäperiaatteiden kanssa sekä huomioitava sidosryhmät ja sidosryhmien näkökulma. Sidosryhmien huomiointia ajatellen on hyödyllistä koostaa dokumentti niistä tunnistetuista sidosryhmistä, joiden kanssa organisaatio haluaa viestiä edistääkseen ympäristöviestintästrategiansa kokonaisuupäämäärien saavuttamista. Tarkasteltavia sidosryhmiä voivat olla esimerkiksi vakuutusyritykset, luokitusyritykset, viranomaiset, järjestöt, kilpailijat, sijoittajat, toimittajat, työntekijät, poliitikot, mielipidejohtajat, asiakkaat, paikalliset, ympäristöalan ammattilaiset, media ja lainsäätäjät. (SFS ry 2021, 15.)

3.5 Ympäristöviestintätoiminnot

Ympäristöviestintäpolitiikan pohjalta on luotu ympäristöviestintästrategia, jonka strategiset ympäristöviestintätavoitteet pyritään toteuttamaan ympäristöviestintätoiminnoilla (SFS ry 2021, 16). Kuvio 3 havainnollistaa tätä ympäristöviestinnän kehittämisprosessia vihreillä leveillä suorakulmaisilla nuolilla. Myös jatkuvaa parantamista havainnoidaan kuviossa 3, jossa vaaleansiniset katkoviivat osoittavat arviointien tuloksia, joita hyödynnetään johdon katselmuksessa. Johdon katselmuksessa päätetään muutostarpeista ja niiden kehittämisestä, joiden soveltaminen on merkitty keltaisilla nuolilla, jotka on rajattu vihreällä pisteviivalla.



KUVIO 3. Ympäristöviestinnän jatkuva kehittäminen (mukaihen SFS ry 2021, 6)

3.5.1 Suunnittelu

Ympäristöviestintätoiminnot suunnitellaan niin, että huomioon otetaan itse ympäristöasia, sidosryhmät ja maantieteelliset rajat. Sidosryhmistä yksilöidään kohderyhmät, joille toimintoa suunnitellaan, ja näiden kohderyhmien odotuksia ja näkemyksiä sekä mahdollisesti ristiriitaisia intressejä pyritään ymmärtämään ja käsittelemään. Ympäristöviestintätoiminnoille olisi keskittymistä ajatellen määriteltävä maantieteelliset alueet tai sijainnit. Tarpeellinen ympäristötieto tulisi tunnistaa, kerätä ja tuottaa suunnitelmallisesti, asianmukaisesti ja laadukkaasti kunnioittaen voimassaolevia ohjeistuksia. Ympäristöviestintätoimintojen on oltava yhdenmukaisia ympäristöviestintäperiaatteiden, -politiikan ja -strategian kanssa. Lisäksi toimintojen on sovittava tehtävänsä sekä viestimistavan on oltava asianmukainen. Esimerkiksi on harkittava, mitä asioita voi julkaista sosiaalisessa mediassa ja mikä taas sopii paremmin painettuun mediaan. (SFS ry 2021, 16.)

Ympäristöviestintätoiminnon kehittäminen on hyvä perustaa olosuhteiden ja taustan ymmärtämiselle eli tilanneanalyysille. Kehittämistä ja parantamista ajatellen on hyödyllistä tehdä tilanneanalyysi, jossa

tarkastellaan ympäristöviestinnälle olennaisia seikkoja, kuten nykyisiä toimintoja, sitoumuksia, ympäristöasioiden kehityssuuntaa ja vaikuttavimpia viestintätapoja. Huomioon otetaan myös toiminnon mahdolliset talous- ja rahoitusvaikutukset, organisaation julkinen kuva sekä mielipidejohtajat. Tilan-
neanalyysissä käydään myös läpi sidosryhmiä ja niiden huolenaiheita, odotuksia, ympäristötietoisuutta, arvoja ja kulttuuria. Ympäristöviestinnän konteksti voi muuttaa viestin merkitystä aiotusta aivan toisenlaiseksi, huonossa tilanteessa jopa lainvastaiseksi, jos viestijä ei esimerkiksi ole tutustunut kohde-
ryhmän kulttuuriin. (SFS ry 2021, 17.)

Ympäristöviestintätoiminnoille voidaan asettaa päämääriä ja tavoitteita. Tässä tavoitteella tarkoitetaan mitattavia, yksiselitteisiä, mahdollisuuksien rajoissa olevia ja aikarajoitettuja ympäristöviestintätavoitteita, eli tarkkoja, operatiivisia tavoitteita aiemmin keskusteltujen strategisten tavoitteiden sijaan. Operatiivisten tavoitteiden toteutumisen onnistuminen on oltava arvioitavissa. Päämäärä on yksityiskohtaisempi aikomuksen kuvaus kuin strateginen tavoite, mutta itsessään vielä sen verran abstrakti, että sen menestyksekkyyttä on haasteellisempi mitata, jonka vuoksi strategisia tavoitteita asetetaan. (SFS ry 2021, 18.)

Ympäristöviestintäpäämäärä voisi olla esimerkiksi seuraavan kaltainen:

Parannetaan kuluttajien ymmärrystä yrityksen ympäristöystävällisyyden tasosta.

Tarkennetut ja mitattavat tavoitteet voisivat siinä tapauksessa olla esimerkiksi seuraavanlaisia:

Toteutetaan kysely, johon saadaan vastauksia 500 henkilöltä eri viestintämedioissa, esimerkiksi sosiaalisessa mediassa, sähköpostikyselyinä, haastatteluina myymälässä, messuilla ja muissa tapahtumissa. (Onnistumista mitataan vastausten lukumäärällä. Mielipiteitä kerättäessä kohderyhmille on kerrottava, mitä ja miksi tiedolla tehdään.)

Julkaistaan vastausten perusteella räätälöity kampanja yrityksen ympäristöteoista, -saavutuksista ja -tavoitteista.

Sopivan vaikutusajan kuluttua toteutetaan samanlainen kysely, jonka vastauksissa yrityksen ympäristöystävällisyyden tasoa ymmärretään 15 % paremmin kuin ensimmäisessä kyselyssä. (Onnistumista mitataan kuluttajien ymmärryksen prosenttimäärän nousulla kyselyiden välisenä aikana.)

3.5.2 Sisällön, lähestymistavan ja työkalujen valinta

Lähestymistapaan vaikuttaa se mitä viestijä haluaa; kuulla, ymmärtää, viestiä, vakuuttaa vai osallistaa kohderyhmiä. Ympäristöviestintä on dynaamista, ja viestivissä osapuolissa tapahtuu ennakoimattomia muutoksia. Lähestymistapaa valittaessa on huomioitava viestinnän käytettävyys, sopivuus ja kiinnostavuus kohderyhmille sekä organisaation viestinnän aktiivisuuden haluttu taso. Organisaatioilla ja kohderyhmillä on erilaisia viestinnän tasoja passiivisen ja aktiivisen välillä, joka valitaan organisaation tavoitteiden, resurssien ja kohderyhmän perusteella. (SFS ry 2021, 21.)

Ylimmän johdon vastuulla on olla tietoinen ympäristöviestinnän toimintojen ympäristövaikutuksista ja sidosryhmien vaatimuksista sekä johtaa ympäristöviestintään osallistuvien henkilöiden kannustavan ja arvostavan ilmapiirin edistämistä. Lisäksi ylimmän johdon on rohkaistava kaikkia työntekijöitä viestimään säännöllisesti ympäristöviestinnästä. (SFS ry 2021, 27.)

Sidosryhmien ja organisaation olennaisia yhteydenottoja voi tallettaa seuraamista varten. Tallenteen tulisi sisältää asiaankuuluvat tiedot, kuten yhteystiedot, ajankohdat ja luonteet. Tietosuoja on kuitenkin turvattava. Tallenne auttaa palauttamaan mieleen tietyn keskustelun, ymmärtämään erilaisia viestintään osallistumistapoja sekä kehittämään viestinnän vaikuttavuutta. (SFS ry 2021, 27.)

Ympäristökriiseille ja ympäristöhätätilanteille olisi luotava yksityiskohtainen ympäristöviestintäsuunnitelma. Suunnitelmassa olisi huomioitava kaikki olennainen tieto mahdollisten tilanteiden varalta. Vajavuudet suunnitelmissa tai menetelmissä voivat korostua kriisitilanteissa, ja pienelläkin virheellä voi olla merkittäviä seurauksia. (SFS ry 2021, 27–28.)

On hyödyllistä laatia viestintäsuunnitelma myös muuta viestintää ajatellen. Viestintäsuunnitelma auttaa myös täyttämään ISO 14001-standardin viestintävaatimukset. Viestintäsuunnitelman tulisi kattaa sekä organisaatiota että sen tuotteita ja palveluita koskevan viestinnän sisältö, ajankohta, tapa, kohderyhmät, vastuut, tavoitteet, päämäärät, reagoineista seuraavat toimenpiteet sekä seuranta- ja arviointisuunnitelmat. (SFS ry 2021, 29.)

3.5.3 Suorittaminen

Ympäristöviestintätoimintojen suorittaminen alkaa tietoaineiston keräämisestä ja asiallisesta dokumentoinnista. Tietoaineisto on myös säännöllisesti arvioitava, jolloin tietoaineistosta tarkistetaan toden- ja johdonmukaisuus, luotettavuus ja käytettävyys. (SFS ry 2021, 29.)

Toteutustapaan vaikuttavat viestinnän luonne, kohderyhmien tarpeet, viestintätavoitteet ja valitut lähestymistavat. Viestinnän sisällön olisi oltava muuntelukelpoista ja joustavaa, jotta se saadaan sopimaan tilanteeseen kuin tilanteeseen. (SFS ry 2021, 29.)

Kohderyhmien palaute on arvokasta ja dokumentoinnin arvoista. Palautteiden avulla organisaatio voi selvittää viestinnän vastaanottoa ja ymmärryksen tasoa. Palautteisiin olisi vastattava ja kohderyhmien näkemykset on otettava huomioon viestinnän laadun parantamiseksi. Viestintätoimintojen määrittelyjen olisi sisällettävä tarjottava tieto ja tieto, jota organisaatio toivoo saavansa. Saatua palautetta olisi käytettävä viestintätoimintojen vaikuttavuutta arvioitaessa, hiotessa ja parantaessa.

(SFS ry 2021, 30.)

3.5.4 Arviointi

Ympäristöviestinnän olisi saatava vaikutusaikaa, riippuen viestinnän luonteesta, sidosryhmistä, niiden huolenaiheista ja tiedotusvälineistä (SFS ry 2021, 31). Tilanneanalyysiä kannattaa hyödyntää ympäristöviestintätoimintojen suunnittelun lisäksi myös niiden arvioinnissa (SFS ry 2021, 17).

Vaikuttavuuden arvioinnissa olisi otettava huomioon ympäristöviestintäpolitiikka ja sen periaatteet sekä sidosryhmien reaktiot. Arvioinnissa olisi hyvä käsitellä esimerkiksi onko ympäristöviestintätavoitteet saavutettu, ovatko kohderyhmät ymmärtäneet ympäristöviestinnän tarkoituksen ja sisällön, onko niiden tarpeita ja esille tuomia ongelmakohtia käsitelty ja seurattu asianmukaisesti. Lisäksi on huomioitava onko kohderyhmille tiedotettu niiden panosten hyödyntämistavoista, sekä kokevatko kohderyhmät tulleen kuulluiksi. Lisäksi ympäristöviestinnän vaikuttavuutta arvioitaessa olisi hyvä tarkastella kohderyhmille tarjotun tiedon ja ympäristöviestintätoiminnon laatua ja tarkoituksenmukaisuutta, ympäristöviestinnän toteutustapoja, menettelyiden ja lähestymistapojen läpinäkyvyyttä sekä viestintäohjelman vaikuttavan ja merkityksellisen vuoropuhelun edistymistä kohderyhmien kanssa.

(SFS ry 2021, 31.)

3.5.5 Johdon katselmus ja suunnittelutarkistukset

Ympäristöviestinnän arvioinnin pohjalta voidaan suorittaa johdon katselmus. Johdon katselmuksessa tulisi arvioida ympäristöviestinnän parannusmahdollisuudet ja muutostarpeet sekä ympäristöviestintäpolitiikka, -strategia, -strategia ja toiminnot. Organisaation tulisi varmistaa työntekijöiden laaja osallistuminen arviointiin. Päätettäessä muutoksista tulisi huomioida miten sidosryhmät ymmärtävät muutokset ja viestittävä muutoksista ja niiden syistä sidosryhmille. (SFS ry 2021, 32.)

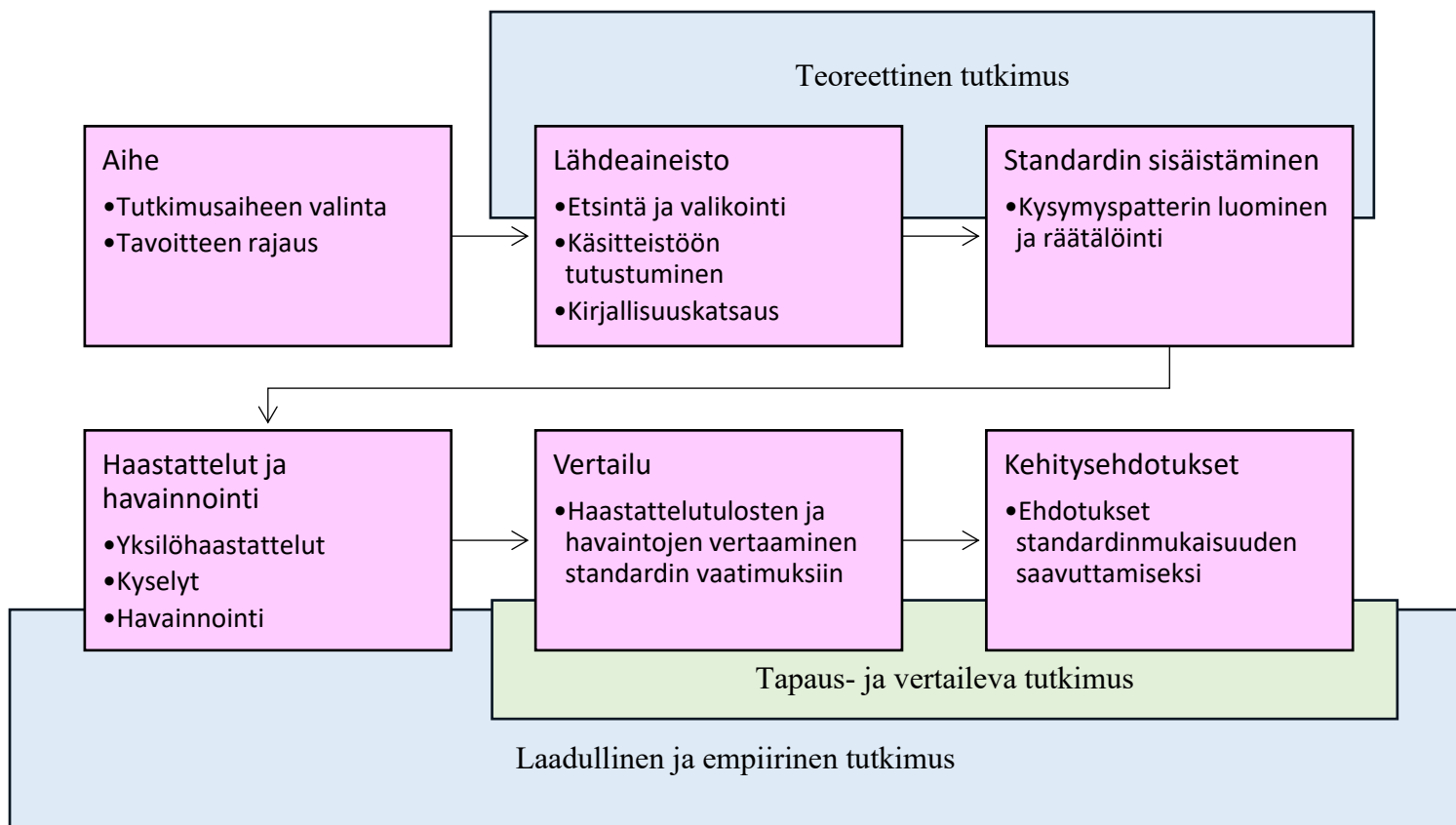
4 TUTKIMUSMENETELMÄT JA AINEISTOT

PaaPii Design Oy:n ympäristöviestinnän tason kartoittamiseen tarvittiin tuoretta ja ajankohtaista tietoa. Tämän työn tiedonkeruun keskeisimpiä menetelmiä olivat organisaation sisäiset yksilöhaastattelut, yrityksen sisäisen toiminnan havainnointi paikan päällä sekä kuluttajakysely, jolla kartoitettiin mielikuvia PaaPiin ympäristöystävällisyydestä. Lisäksi tarkasteltiin muuta yrityksen viimeaikaiseen toimintaan liittyvää materiaalia.

4.1 Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksessa päätettiin soveltaa monimenetelmäistä tutkimusstrategiaa. Tutkimuksessa yhdistyi laadullinen, tapaus- ja vertaileva tutkimus. Tutkimustyön kulku on jaoteltavissa karkeasti kuuteen osaan (KUVIO 4). Alussa pohdittiin mahdollisuutta tutkia yritys vastuuta, mutta tekstiiliteollisuudenalan yrityksen yritys vastuun aihepiirinä koettiin liian laajaksi, ja tutkimusaiheen rajaus huomattavasti pienemmän osa-alueeseen nähtiin välttämättömäksi laadukkaan työn varmistamiseksi. Tutkimusaiheen valinnan jälkeen etsittiin ja valikoitiin sopiva teoria-aineisto. Käytettävän tiedon tuli olla luotettavasta lähteestä, tuoretta ja asianmukaista. Tämän opinnäytetyön tärkein kirjallinen lähdemateriaali oli SFS-EN ISO 14063:2020. Lisäksi hyödynnettiin paljon Euroopan unionin virallisia sivustoja sekä muita tekstiilialaan ja ympäristöön liittyviä lähteitä.

Yrityksen sisäisten haastattelun ja havainnoinnin kohteiksi valittiin edustajia monelta tasolta komentoketjussa, korkeimmasta johdosta ruohonjuuritekiijään, jotta muodostuisi mahdollisimman todennukainen kuva tiedon kulusta ja ymmärryksestä organisaation sisällä. Mielenkysely toteutettiin kartoittamaan ulkoisten sidosryhmien mielikuvaa PaaPiin ympäristöystävällisyyden tasosta, ja siihen osallistui yksityishenkilöitä sosiaalisen median sekä henkilöhaastatteluiden kautta. Yrityksen sisäisiä yksilöhaastatteluista saatiin lopulta toteutettua puolenkymmentä, joista kolme oli laajoja, miltei koko standardin käsittäviä istuntoja. Loput haastatteluista olivat suppeampia, pienemmän osa-alueen käsittäviä. Haastatteluiden teemat ja laajuus määriteltiin ottamalla haastateltavan vastuu- ja valtuusalueet huomioon. Esimerkiksi ympäristöviestintäpolitiikan ja -strategian suunnittelu -teemat jätettiin pois suppeammista haastatteluista kokonaan. Lisäksi suppeampien haastatteluiden kysymyksiä oli vähemmän, niiden asetelu jätti vastausvaihtoehdot avoimemmiksi eivätkä ne olleet yhtä yksityiskohtaisia kuin laajojen haastatteluiden kysymykset.



KUVIO 4. Tutkielman kulku

Standardin pohjalta luotiin noin 140 haastattelukysymystä, joiden avulla ryhdyttiin kartoittamaan Paa-Pii Design Oy:n ympäristöviestintää. Kysymyspatterin kysymyksistä karsittiin ja muokattiin haastateltavien toimenkuvien mukaisesti asiaankuuluvampia ja olennaisempia. Pyrkimyksenä oli esittää ymmärrettäviä ja tilanteeseen sopivia kysymyksiä ja luoda mielekästä keskustelua. Yksilöhaastattelun suunnittelussa otettiin huomioon lähestymistavan sopivuus ja haastateltavan henkilön mielenkiinnon kohteet, asiantuntemuksen taso ja haastatteluun käytettävissä oleva aika. Lisäksi yksilöiden tietosuoja varmistettiin niin, että vain tutkimuksen tekijä tiesi haastateltavien henkilöllisyydet, eikä henkilötietoja merkitty ylös.

Mielipidekysely yksityishenkilöille, eli kuluttajille, toteutettiin lyhyellä lomakkeella verkossa sekä haastattelemalla satunnaisia henkilöitä julkisilla paikoilla. Lomake jaettiin sosiaalisessa mediassa ja siihen sai vastata kuka vain. Lomake oli auki vastauksille kolmen päivän ajan. Mielipidekyselyssä kuluttajilta ei kysytty eikä tallennettu minkäänlaisia tunnistavuutta mahdollistavia henkilötietoja, eikä tutkimuksen tekijä tiennyt sosiaalisen median kautta tavoitettujen vastaajien henkilöllisyyksiä.

Haastatteluvastauksia ja tehtyjä havaintoja vertailtiin viitekehyksenä käytettyyn standardiin SFS-EN ISO 14063. Standardista poikkeavat löydökset merkittiin taulukkoon 1. Löydöksen perusteella koostettiin alustavat ehdotukset toiminnan kehittämiseksi niin, että PaaPiin ympäristöviestintä vastaisi paremmin ympäristöviestintästandardin vaatimuksia. Alustavasta ehdotelmasta käytiin toimeksiantajan kanssa keskustelu, jotta voitiin varmistaa löydöksen ja ehdotusten olennaisuus sekä yksiselitteisyys. Keskustelulla varmistettiin myös kehitysehdotusten selkeä ja PaaPiin toiveiden mukainen kirjaaminen. Dokumentin selkeys tunnistettiin tärkeäksi tekijäksi, joka edesauttaisi vaatimustenmukaisen toiminnan suunnittelua ja toteuttamista. Selkeät tavoitteet ovat myös vertailukelpoisia, jolloin tulosten seurantaakin yksinkertaistuu. Keskustelun perusteella tarkennettiin ja syvennettiin kehitysehdotuksia sekä laadittiin poikkeamien laatua ja kehitystavoitteita avaavat ehdotukset.

4.2 Aineistonkeruu

PaaPii Design Oy:n ympäristöviestinnän tilannekuvan kartoittaminen aloitettiin määrittelemällä tarvittavan tiedon laajuus ja laatu. Tiedon olisi annettava ajantasainen ja yksityiskohtainen kuva yrityksen ympäristöviestinnästä. Laadultaan tiedon tulisi olla rehellistä, todenmukaista ja läpinäkyvää sekä välitettävä oikea tilannekuva. Hankittavan tiedon laajuus tulisi olla riittävä, mutta rajattu niin, ettei irrelevantti tieto peittäisi tai hämäisi niin, että merkitykselliset asiat jäisivät huomaamatta.

Tiedonkeruun olennaisin osuus oli yksilöiden haastattelut ja käytännön toiminnan havainnointi. Jotta ympäristöviestinnän tasosta saatiin mahdollisimman todenmukainen kuva, tutkittaviin sidosryhmiin oli tavoitteena sisällyttää sekä organisaation sisäisiä että ulkoisia sidosryhmiä. PaaPii Design Oy:n sisäisten haastatteluiden ja havainnointien kohteiksi valittiin monen erilaisen tehtäväkuvan ja vastualueen edustajia. Näin selvitystä varten kerättiin laaja ja mahdollisimman todellisuutta vastaava aineisto. Haastatteluvastausten ja havaintojen tueksi toteutettiin pieni ja helposti lähestyttävä mielikuvatutkimus. Lisäksi tutkittavaan aineistoon sisällytettiin myös muuta PaaPiin ympäristöviestintään liittyvää materiaalia, kuten markkinointia, tiedotuksia, kirjallisuutta, tutkimuksia, aiempia opinnäytetöitä ja dokumentoituja mielipiteitä.

Räätälöimällä kysymyksiä eri toimenkuvien mukaan pyrittiin siihen, että ne olisivat ymmärrettäviä sekä tilanteeseen sopivia. Yksilöhaastattelun suunnittelussa huomioitiin lähestymistavan sopivuus ja käytettävän kielen, erityisesti ammattisanaston ymmärrettävyys ja yksiselitteisyys. Kysymysten laa-

dussa ja määrässä otettiin huomioon haastateltavan henkilön mielenkiinnon kohteet, asiantuntemuksen taso ja haastatteluun käytettävissä oleva aika. Lisäksi yksilöiden tietosuojaa varmistettiin.

Haastatteluvastausten perusteella koostettiin ehdotelma yrityksen toiminnan kehittämiseksi niin, että se vastaisi paremmin ympäristöviestintästandardi ISO 14063:n vaatimuksia.

5 TUTKIMUKSEN TULOKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET

Haastatteluvastausten ja havaintojen perusteella koostettiin taulukko (TAULUKKO 1) löydetystä poikkeamista ja ehdotuksista toiminnan kehittämiseksi vastaamaan paremmin ympäristöviestintästandardi ISO 14063:n vaatimuksia.

TAULUKKO 1. Löydökset

Löydök- sen nro.	Stan- dar- din koh- ta	Löydös	Kehitysehdotus	Tavoite	Hyödyt
1.		Standardien asiasanasto oli työntekijöille vierasta.	Asiasanastoon tutustuminen.	Asiasanasto on tuttua, sen käyttäminen ja soveltaminen onnistuu luontevasti.	Viestintä sujuvoituu ulkoisten sidosryhmien kanssa, kun termeillä on yhteiset määritelmät, eli tarkoitetaan samoja asioita.
2.	5	Ympäristöviestintäpolitiikkaa ei tunnettu.	Ympäristöviestintäpolitiikan määrittely ja kirjaaminen.	Helposti saatavilla oleva dokumentti, johon on määriteltä ympäristöviestintäpolitiikka selkeästi ja yksiselitteisesti, sekä tietämys sen olemassaolosta.	Selkeä ja saavutettava ympäristöviestintäpolitiikka edistää uskottavuutta, läpinäkyvyyttä ja sidosryhmien tietämystä tavoitteista ja toiminnasta sekä sitoutumisesta.
3.	6	Epävarmuus sidos- ja kohderyhmiin liittyvästä dokumentoinnista sekä rooleista.	Sidosryhmien tunnistus ja kohderyhmien yksilöinti sekä roolien määrittäminen dokumentoidusti.	Asianosaisille saavutettava dokumentti sidos- ja kohderyhmistä, niihin liittyvistä rooleista ja toiminnoista sekä tietämys sen olemassaolosta.	Asianosaisien sidosryhmien ymmärrys rooleistaan, vastuistaan ja valtuuksistaan ympäristöviestinnässä.
4.	6	Epävarmuus ympäristöviestintästrategian dokumentoinnista.	Ympäristöviestintästrategian määrittely ja kirjaaminen.	Asianosaisille saavutettava ympäristöviestintästrategiadokumentti, sekä tietämys sen olemassaolosta.	Ympäristöviestinnän suunnitelmallinen kehitys, odottamattomiin muutoksiin varautuminen ja suoritusten arviointavuus.

(jatkuu)

TAULUKKO 1. (jatkuu)

5.	7	Toimintoihin tarvittava tieto ei löydy helposti.	Dokumentoinnin käytettävyyden varmistaminen.	Helppokäyttöinen dokumentointiprosessi. Tietoaineiston riittävyys sekä sujuva ylläpito ja käyttö.	Asianosaiset tietävät mitä ja mistä etsiä, sekä mitä ja miten dokumentoidaan.
6.	7	Ulkoisen viestinnän tehottomuus, sisäisen viestinnän saavuttamattomuus.	Viestintäprosessien vaikuttavuuden kehittäminen.	Selkeä ja vaikuttava ulkoinen viestintä. Sisäinen viestintä, joka saavuttaa asianosaiset oikeaan aikaan.	Ulkoinen viestintä vaikuttaa, ja siihen reagoidaan toivotulla tavalla. Tarpeellinen tieto saavuttaa asianosaiset oikeaan aikaan ja sopivalla tavalla.
7.	7	Epävarmuus ympäristökriisiviestintäprosessista.	Ympäristökriisiviestintäprosessin määrittely ja sen ymmärryksen varmistaminen.	Varmuus ympäristöviestinnän toimintakyvystä ja tarkoituksenmukaisuudesta kriisitilanteissa.	Viestinnän riskien ennakointi, ehkäisy ja nopea vaste kriisitilanteissa.
8.	7	Epävarmuus ympäristöviestinnän tilanneanalyysin dokumentoinnista.	Tilanneanalyysin määrittely ja kirjaaminen.	Kirjallinen, asianosaisille saavutettava tilanneanalyysi sekä tietämys sen olemassaolosta.	Ympäristöviestintätoimittajien, -politiikan ja -strategian asianmukaisuuden varmistaminen sekä niiden suunniteltu ja perusteltu kehitys.
9.	7	Epävarmuus ympäristöviestinnän arvioinnin ja johdon katselmuksen dokumentoinnista.	Ympäristöviestinnän arviointi ja johdon katselmuksen dokumentointi.	Dokumentti ympäristöviestinnän arvioinnista ja johdon katselmuksista sekä niissä käsiteltävistä ja huomioonotettavista asioista. Asianosaisten tietämys dokumentin olemassaolosta ja saavutettavuudesta.	Ympäristöviestinnän vaikuttavuuden mitattavuus, kehityksen seurattavuus, muutospäätösten suunnitelmallisuus ja perusteltavuus.

5.1 Organisaation sisäiset haastattelut

PaaPii Design Oy:n sisäisissä haastatteluissa haastateltavat valittiin monen erilaisen tehtäväkuvan ja vastualueen edustajista. Yksilöhaastattelut toteutettiin yrityksen tiloissa. Yrityksen toimintaa havainnoitiin myös paikan päällä, PaaPiin Kokkolan tehtaalla. Haastatteluiden ja havainnointien perusteella löydettyihin kehityskohteisiin laadittiin ja perusteltiin kehitysehdotukset.

5.1.1 Asiasanastoon tutustuminen

Asiasanastoon tutustuminen liittyy ensimmäiseen löydökseen, ja siitä jalostettuun kehitysehdotukseen (TAULUKKO 1). Standardoinnin asiasanastoon on tutustuttava niin, että standardien parissa työskentely olisi luontevaa ja sujuvaa. Termistön tunteminen helpottaa standardien ja standardien kanssa harmonisoitujen säädösten syvällisempää ymmärtämistä, ja mahdollistaa mielekkään työskentelyn niiden parissa. Kansainvälisesti hyväksytyissä standardeissa käytetyt termit ymmärretään maailmanlaajuisesti samalla tavoin, sillä niiden merkitys on standardien yhteydessä määritelty. Asiasanaston muuttumattomuus organisaatiosta ja mantereesta huolimatta helpottaa ja sujuvoittaa kanssakäymistä sidosryhmien, kuten esimerkiksi toimittajien, vakuutusyhtiöiden, jälleenmyyjien ja valvontaviranomaisten kanssa.

PaaPiin sisäisissä haastatteluissa ilmeni, että standardien asiasanasto oli työntekijöille melko vaikeasti lähestyttävää (TAULUKKO 1). Esimerkiksi termit ‘ympäristöjärjestelmä’, ‘viestintäprosessi’, ‘ympäristöviestintäpolitiikka’ tai ‘määrittely’ hidastivat haastatteluiden toteuttamista. Asiasanojen vieraus aiheutti epävarmuutta, jolloin keskusteluun sisällytettiin termien avaaminen synonyymein ja esimerkein. Termien avaaminen pidensi haastatteluiden kestoa. Haastattelukysymykset pystyttiin käymään kuitenkin huolellisesti läpi, sillä aikaa oli viisaasti varattu runsaasti haastatteluista suunniteltaessa.

PaaPiin tulee varmistaa, että asiasanojen merkitykset ja määritelmät ymmärretään organisaatiossa. Tämän saavuttamiseksi standardien asiasanastoon tulee tutustua ja niiden määritellyt merkitykset tuntea. Lisäksi yrityksessä tulee huolehtia siitä, että tarvittaessa termien määritelmät ovat saatavilla. Hyödyllinen menettely voisi esimerkiksi olla työpaja, jossa asiaankuuluvat henkilöt perehdytetään standardoinneissa käytettyihin termeihin. Perehdytyksessä asiasanojen merkitykset voisi määrittellä ja dokumentoida organisaatiolle itselleen käytännöllisessä sekä helposti ymmärrettävässä muodossa.

5.1.2 Ympäristöviestintäpolitiikka

Ympäristöviestintäpolitiikan selkeyden ja saatavuuden varmistaminen liittyy toiseen löydökseen (TAULUKKO 1). Ympäristöviestintäpolitiikan on oltava asianosaisille tuttu, yksiselitteinen ja saatavilla. Ympäristöviestintäpolitiikan tulee olla yhdenmukainen ympäristöviestintäperiaatteiden kanssa, jotka ovat läpinäkyvyys, sopivuus käyttöön, uskottavuus, selkeys ja alueellisuus. Lisäksi ympäristöviestintäpolitiikasta tulee ilmetä johdon sitoutuminen siihen, sen kehittämiseen sekä sen käytön edis-

tämiseen. Lisäksi ympäristöviestintäpolitiikan tulee ilmaista PaaPiin sitoutuminen vuoropuheluun sidosryhmien kanssa, tärkeimpien ympäristöasioiden käsittelyyn, politiikan toteuttamiseen ja tarvittavien resurssien varaamiseen, ympäristönsuojelun tasostaan kertovan tiedon antamiseen sekä ympäristöviestinnän merkitys. (SFS ry 2021, 10-11.)

PaaPiin viestintämateriaalia ja haastatteluita analysoitaessa havaittiin, että yrityksen ympäristöviestintäpolitiikkaa ei ollut määritelty selkeästi eikä tietämystä sen olemassaolosta tai sen saatavuutta ollut varmistettu (TAULUKKO 1). PaaPiin viestintätoiminnot, mukaan lukien ympäristöasioista viestiminen, olivat kuitenkin yhdenmukaisia yrityksen toimintaperiaatteiden kanssa, jotka olivat kestävyys, kotimaisuus ja positiivisuus (PaaPii Design Oy 2021). Yrityksen toimintaperiaatteiden ja vakiintuneiden ympäristöviestintäprosessien pohjalta voisi jalostaa ja määritellä selkeän ja dokumentoidun ympäristöviestintäpolitiikan.

Ympäristöviestintäpolitiikan voi sisällyttää PaaPiin yrityspolitiikkaan. Yrityksen tulee kirjata politiikkaan, kuinka tärkeänä PaaPii pitää viestimistä ympäristöasioista, ympäristönäkökohdista ja niihin liittyvistä vaikutuksista sekä ympäristönsuojelun tasostaan (SFS ry 2021, 11). PaaPiin markkinoiden laajetessa tulee tarkistaa ympäristöviestintäpolitiikan soveltuvuus myös uusilla alueilla (SFS ry 2021, 11). Tärkeää on varmistaa, että politiikka on selkeä ja dokumentti on saatavilla. Ympäristöviestintäpolitiikka, jonka saatavuus on varmistettu asianosaisille, voi olla esimerkiksi allekirjoitettu ympäristöviestintäpolitiikkalauseke taukotilan seinällä tai julkinen julistus kotisivuilla.

5.1.3 Sidosryhmien tunnistus, kohderyhmien yksilöinti ja analysointi

Sidos- ja kohderyhmien dokumentoitu analysointi liittyy kolmanteen löydökseen (TAULUKKO 1). Sidosryhmät tulee tunnistaa ja kohderyhmät yksilöidä. Tämän saavuttamiseksi on luotava kirjallinen dokumentti, jossa on tunnistettu ja listattu ympäristöviestintästrategian kannalta relevantit sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät, niiden tarpeet ja odotukset. Relevantteja sidosryhmiä ovat sellaiset sidosryhmät, jotka ovat saattaneet ilmi kiinnostuksensa PaaPiita, sen tuotteita, palveluita ja toimintaa kohtaan, sekä sellaiset sidosryhmät, jotka PaaPii kokee merkityksellisiksi viestintäkumppaneiksi kokonaispäämääriensä saavuttamisen kannalta. Sidosryhmien roolit ympäristöviestinnässä tulee määritellä, ja viestittävä sidosryhmille niiden ympäristöviestintärooleista. Kuitenkaan kaikkien sidosryhmien kohdalla ei ole välttämätöntä varmistaa ymmärrystä ympäristöviestintärooleista, ja roolien määrittelyyn onkin hyödyllistä sisällyttää sidosryhmien tietämyksen varmistamisen tarpeellisuus. Tunnistettujen sidosryhmien

pohjalta yksilöidään kohderyhmät yksityiskohtaisemmille ympäristöviestintoinnoille. Dokumentin saavutettavuus ja käytettävyys asiaankuuluville henkilöille tulee varmistaa. (SFS ry 2021, 15.)

Ympäristöviestinnän kartoituksessa havaittiin, ettei PaaPiilla oltu tietoisia, onko olemassa kirjallinen dokumentti sidosryhmien tunnistamisesta, yksilöinnistä tai analysoinnista (TAULUKKO 1). PaaPiilla on selkeät käytänteet sidosryhmien odotuksien ja toiveiden käsittelylle sekä laaja käsitys sidosryhmien odotuksista ja toiveista. Kuitenkaan kaikkialla organisaatiossa ei oltu varmoja, miten sidosryhmien odotuksia, toiveita ja niiden käsittelytoimintoja dokumentoidaan tai mistä sidosryhmäanalyysiä voisi etsiä. Työntekijöille ei myöskään ollut kaikille selvää, mikä näiden rooli on ympäristöviestinnässä.

Sidosryhmien dokumentoitu tunnistaminen ja kohderyhmien yksilöinti tulee varmistaa (SFS ry 2021, 15, 19). Lisäksi sidosryhmien roolit tulee määrittellä, ja varmistaa, että asiaankuuluvat sidosryhmät tuntevat roolinsa ja sen merkityksen (SFS ry 2021, 27). Esimerkiksi työntekijöille tulee olla selkeää, mitä tietoa voi julkisesti jakaa ja mitä on pidettävä salassa. Sidosryhmien tunnistaminen ja kohderyhmien yksilöinti sekä näiden ympäristöviestintäroolit voidaan kirjata samaan dokumenttiin. Lisäksi tietämys dokumentin olemassaolosta tulisi varmistaa asianmukaisille henkilöille.

5.1.4 Ympäristöviestintästrategia

Ympäristöviestintästrategiasta on varmistettava, että se on asianmukaisesti dokumentoitu, ylin johto on hyväksynyt sen ja siinä on selvennetty, miten pitkälle sidosryhmien odotukset voidaan realistisesti täyttää. Lisäksi siihen tulee sisällyttää henkilöressurssien, teknisten resurssien ja taloudellisten resurssien varaaminen ja osoittaa vastuut, valtuudet ja määrittellä toimenpiteet. Ympäristöviestintästrategiasa tai sen yhteydessä tulee määrittellä PaaPiin käyttämät ympäristöviestintäprosessit, -menettelyt, -menetelmät, -tietolähteet ja -oletukset. (SFS ry 2021, 13.)

Haastatteluiden neljäs löydös koski kirjallista ympäristöviestintästrategiadokumentointia (TAULUKKO 1). Ylin johto käsitteli ja kehitti strategiaa tavoitteiden saavuttamiseksi säännöllisesti, ja samassa yhteydessä johto on käynyt läpi myös viestintästrategian, joka sisältää ympäristöviestintästrategian. Strategisista kokouksista sekä niiden tuloksista ei kuitenkaan ole tehty kirjallista, selkeää dokumentointia.

Ympäristöviestintästrategiaa kehitettäessä tärkeää on varmistaa, että on otettu huomioon ympäristöviestinnän osuus ja merkitys PaaPiin yleisissä ympäristötoiminnoissa. Huomioitava on myös ympäristöviestintästrategian mahdollinen yhdenmukaisuus PaaPiin muiden prosessien, periaatteiden, strategioiden ja asiaankuuluvien toimintojen kanssa. Strategian kehittämisessä on suositeltavaa myös hyödyntää dokumenttia sidosryhmien tunnistamisesta ja kohderyhmien yksilöinnistä. (SFS ry 2021, 13.)

Ympäristöviestintästrategia tulee kirjata ja dokumentoida asianmukaisesti. Kirjalliseen ympäristöviestintästrategiaan tulee sisällyttää työntekijöiden määritellyt ympäristöviestinnän vastuut ja valtuudet, heidän kokemuksensa ja koulutustarpeensa huomioiden (SFS ry 2021, 13). Dokumentti vastuista ja valtuuksista voi olla esimerkiksi kaavio, taulukko tai lista. Vastuiden ja valtuuksien yhteyteen on myös hyödyllistä laatia organisaatiokaavio, joka tukee ymmärrystä yrityksen ympäristöviestinnän prosesseista ja henkilöresursseista. PaaPiin tulee varmistaa asianosaisten tietämys dokumentin olemassaolosta, ja ymmärrys sen sisällöstä. Esimerkiksi työntekijöiden ymmärrystä heidän omista vastuistaan ja valtuuksistaan voidaan edistää kehityskeskusteluiden yhteydessä. Kehityskeskustelu voi tällöin myös valottaa mahdollisia kehityskohteita tai piiloon jäänyttä osaamista henkilöstössä.

5.1.5 Dokumentointi: kirjauskäytännöt, säilyttäminen, saatavuus ja käytettävyys

Ympäristöasioiden hallintaan liittyvän tiedon dokumentoinnin käytännöllisyys ja riittävyys tulee varmistaa. Tämän saavuttamiseksi tiedon tulee olla jäsenneltyä ja sisällöltään relevanttia käyttäjilleen (SFS ry 2021, 9). Ympäristöviestinnässä käytettävän materiaalin helppo järjestäminen, ylläpito ja käyttöönotto on varmistettava asianmukaisesti toimivilla kirjaus- ja säilytyskäytännöillä. Toimiva dokumentointikäytäntö mahdollistaa tarvittavan tiedon käytettävyyden sekä sen, että asianosaiset henkilöt tietävät mistä ja mitä etsiä. Tieto on merkittävä selkeästi ja viestittävä tieto on suodatettava niin, että tieto on relevanttia vastaanottajalle. Tieto tulee dokumentoida niin, että siihen voi tarvittaessa palata. Lisäksi on otettava huomioon myös yrityksen muiden hallintajärjestelmien dokumentoinnin käytettävyys ja saatavuus. (SFS ry 2021, 29.)

Sisäisissä haastatteluissa ilmeni dokumentointikäytäntöihin liittyvä viides löydös: yrityksen kaikilla tasoilla ei ollut selkeää ymmärrystä siitä, mistä toimintoihin tarvittava dokumentoitu tieto löytyy (TAULUKKO 1). Tarvittava tieto saatiin tällöin kysymällä. PaaPiin organisaatiokulttuuri oli keskusteleva ja avoin, minkä ansiosta kaikenlaiset kysymykset voitiin kysyä ja niihin vastattiin asianmukaisesti. PaaPiilla oli käytössään vakiintuneita toimintamalleja, eli prosesseja ympäristöasioiden käsittelyyn,

hallintaan sekä ympäristöviestintään. Lisäksi joistain prosesseista oli luotu kirjallisia dokumentteja, joiden toimivuutta seurattiin ja kehitettiin. Kuitenkin huolimatta siitä, että PaaPiilla oli järjestelmälliset tavat toimia ja kehittää toimintojaan, tarvittavan tiedon löytäminen koettiin välillä mutkikkaaksi, aikaa vieväksi ja sitä kautta turhauttavaksi.

PaaPiin tulee varmistaa ympäristötiedon dokumentoinnin käytännöllisyys ja riittävyys. Ympäristöviestinnässä käytettävä materiaali olisi dokumentoitava siten, että sen järjestäminen ja ylläpito olisi sujuvaa ja siitä kiinnostuneiden on voitava käyttää sitä vaivattomasti. Lisäksi asiakirjojen hallintajärjestelmällä tulee tarjota tietoihin nopea pääsy, erityisesti sellaisen tiedon osalta, jota käytetään reagoitaessa ympäristökriiseihin ja hätätilanteisiin (SFS ry 2021, 29).

Ympäristöviestinnässä käytettävä kerätty ympäristötietoa sisältävä materiaali voidaan esittää muodossa, joka soveltuu tarkoitettuun käyttöön ja suunnitellulle kohderyhmälle. Dokumentointiprosessin kehittämisessä ja ohjeistuksessa tulisi ottaa huomioon, millaista tietoa säilötään, mihin se säilötään, merkintätavat, kuinka kauan se säilötään, kenellä on muokkaus- ja kenellä käyttöoikeus sekä miten tietosuojasta huolehditaan. Osana dokumentoinnin jatkuvaa kehitystä on sen prosesseja ja sisältöjä arvioitava. Arvioitavaa sisältöä on esimerkiksi kerätty ympäristötieto. Ympäristötiedon arviointiin olisi sisällytettävä todenmukaisuuden, johdonmukaisuuden, luotettavuuden ja käytettävyyden tarkistaminen. (SFS ry 2021, 29.)

Ympäristöviestinnässä hyödynnettävän materiaalin helppokäyttöinen dokumentointiprosessi on varmistettava. Dokumentoinnin käytännöllisyyttä voisi edistää esimerkiksi sisäinen arkisto, jossa on hakutoiminto. PaaPiin tulee varmistaa, että asianmukaiset henkilöt, esimerkiksi työntekijät tuntevat dokumentointiprosessin, eli tietävät ympäristöviestintämateriaalin olemassaolosta ja sen käyttötavoista. Tämän saavuttamiseksi tulee laatia selkeät ohjeet prosessin toteuttamiseksi sekä kouluttaa ympäristöviestintämateriaalin käyttäjät (SFS ry 2021, 19). Dokumentointiprosessin tuntemisen varmistamiseen hyvä työkalu on esimerkiksi koulutus eli perehdytys. Myös toimintamallien muuttuessa ja kehittyessä jo olemassa oleva henkilöstö tulee perehdyttää uudelleen tarvittavan osaamisen varmistamiseksi.

5.1.6 Viestintäprosessin vaikuttavuuden kehittäminen

Viestittävän tiedon olennaisuus tulee varmistaa. Tiedon olennaisuutta voidaan edistää merkitsemällä ja suodattamalla viestittävää tietoa niin, että se on tarpeellista, ajankohtaista ja kiinnostavaa vastaanotta-

jalle (SFS ry 2021, 9-10). Lisäksi viestintäprosessin vaikuttavuutta edistetään määrittelemällä kirjallisesti, mitä tietoa ja mille sidosryhmille sitä jaetaan sekä miten sisältö tuodaan sopivien sidosryhmien saataville. Viestintätavoissa tulee ottaa huomioon tasa-arvoiset viestintämahdollisuudet, esimerkiksi kohderyhmien odotukset, tavoitteet ja toimintatavat voivat poiketa toisistaan niin paljon, että sama viestintäteknikka ei tavoita kaikkia. Viestintätapoja tulisi tarkistaa ja kehittää niin, että vaikuttavuus ja tehokkuus sisäisille ja ulkoisille sidosryhmille on varmistettu (SFS ry 2021, 21). Tiedon saavutettavuus voidaan varmistaa asianmukaisella ja riittävällä dokumentoinnilla (SFS ry 2021, 29).

Sisäisissä haastatteluissa löydettiin kehityskohteita ympäristöviestinnälle, ja kuudes löydös käsittelee ympäristöviestinnän vaikuttavuuden ja tehokkuuden kehittämistä (TAULUKKO 1). Havaittiin, että ulkoisten ympäristöviestintäprosessien koettiin olevan tehottomia. Esimerkiksi ulkoisten viestintäprosessien yhteydessä esiintyvä toisto koettiin kuormittavaksi. Sisäisessä ympäristöviestinnässä haasteelliseksi koettiin ajankohtaisen tiedon saanti erityisesti silloin, kun tiedon vastaanottaja ei pääasiallisesti työskennellyt sähköisessä ympäristössä. Lisäksi ajoittain koettiin, että vastaanotettu tieto oli epäolennaista, tai vaihtoehtoisesti tiettyä tietoa olisi tarvittu, mutta sitä ei ollut enää saatavilla. Sama ympäristöviestinnän tehokkuuden kehittämistarve tuli ilmi myös ulkoisissa haastatteluissa.

Standardinmukaisuuden saavuttamiseksi ympäristöasioista ja niiden hallintakeinoista tulee viestiä näkyvästi ja selkeästi (SFS ry 2021, 10). PaaPiilla on käytössään nykyaikaisia viestinnän työkaluja, kuten kohdennetut sähköpostilistat ja sosiaalisen median kanavat. Selkeää ympäristöasioiden ja niiden hallintakeinoihin liittyvää tietoa ei löydetty PaaPiin sosiaalisen median kanavilta. Yrityksen kotisivuilla oli saatavilla tietoa vastuullisuuteen liittyvistä arvoista, teoista ja tavoitteista. Sisäisissä haastatteluissa selvisi, että ympäristöystävällisyys ja sen huomioonottaminen kaikissa toiminnoissa oli yrityksessä koettu itsestäänselvytenä, ja pääteltiin, että sen johdosta markkinoinnissa ja muussa julkisessa viestinnässä ei oltu käsitelty näitä asioita laajasti. Lisäksi Suomalaiseen kulttuuriin liittyvä vaatimattomuus on mahdollisesti vaikuttanut alentavasti tahtotilaan esitellä julkisesti kehuskeluksi tulkittavia tekoja ja saavutuksia (Raghunath 2022).

Viestintäprosessia tulee parantaa niin, että tarpeellinen tieto saavuttaa asiaankuuluvat vastaanottajat oikeaan aikaan. Lisäksi on varmistettava, että tieto tavoittaa myös sellaiset kohderyhmät, jotka eivät pääsääntöisesti käytä sähköisiä kommunikoinnin välineitä. Ulkoisen viestinnän tehokkuus ja vaikuttavuus tulee varmistaa (SFS ry 2021, 31). Tehokkuuden ja vaikuttavuuden tueksi voi esimerkiksi laatia kaavion viestintäprosessista. Kaavio on hyödyllinen prosessia määriteltäessä, toteutettaessa, arvioitaes-

sa ja kehitettäessä. Lisäksi tulee varmistaa, että tarpeellinen tieto dokumentoidaan saataville niin, että siihen voi tarvittaessa palata.

5.1.7 Ympäristökriisitilanteiden viestintäprosessi

Henkilökunnan tietoisuus viestintäprosessista ympäristökriisitilanteissa tulee varmistaa (SFS ry 2021, 28). Sisäisissä haastatteluissa ilmeni seitsemäs löydös: jokaiselle työntekijälle ei ollut selvää, miten ympäristökriisitilanteissa viestitään tai mistä ohjeistus ympäristökriisiviestintään löytyy (TAULUKKO 1). Tietoisuus voidaan saavuttaa esimerkiksi sisällyttämällä pelastussuunnitelmaan kohdan, jossa määritellään ja kerrotaan selkeästi, miten ympäristökriisitilanteissa viestitään. Ympäristökriisiviestinnän ohjeistuksen voi myös sisällyttää ohjeisiin yleisestä viestinnästä kriisitilanteissa. Ohjeissa on hyvä olla määritellyt vastuuhenkilöt ja velvollisuudet, jotta mahdollisessa hätätilanteessa kaikille on selvää, miten tulee toimia, ja keneltä kysyä ohjausta epävarmuustilanteissa. Tärkeää on myös varmistaa, että pelastussuunnitelma on helposti saatavilla, siihen on tutustuttu ja se on sisäistetty. Nämä voi esimerkiksi sisällyttää työntekijöiden perehdytykseen, ja selvittää tunnettuuden tasoa esimerkiksi kehityskeskusteluiden yhteydessä.

5.1.8 Tilanneanalyysi

Kattava ymmärrys yrityksen toimintaympäristöstä ja sen muutoksista varmistetaan säännöllisillä tilanneanalyysillä ja niiden asianmukaisella dokumentoinnilla. Tilanneanalyysi voi ohjata tarkistamaan ympäristöviestintätavoitteita. Tilanneanalyysin tulee tarkastella PaaPiin nykyisiä ympäristöviestintätoimintoja ja -sitoumuksia. Lisäksi tulee tunnistaa sidosryhmien huolenaiheet, käsitellä sidosryhmien odotuksia ja käsityksiä PaaPiista, tarkastella sidosryhmien ympäristötietoutta, tunnistaa vaikuttavimmat mielipidejohtajat, viestintävälineet ja –toiminnot sekä niiden vaikutusta liittyen ympäristöviestintäasioihin. Tilanneanalyysissä tulee myös tarkastella PaaPiin julkista kuvaa sekä tuoreinta vaatetus- ja tekstiilialan ympäristöasioiden kehitystä ja suuntausta, huomioida ympäristöviestinnän vaikutuksia talouteen ja rahoitukseen, sekä lisäksi tunnistaa ja ymmärtää sidosryhmien arvoja ja kulttuuria. (SFS ry 2021, 17.)

Yrityksen päätösten teossa tulee ottaa huomioon olosuhteet, joissa yritys toimii. Tilanneanalyysi on tässä tarpeellinen työkalu, mutta haastatteluissa ilmennyt kahdeksas löydös koski tilanneanalyysin do-

kumentoinnin puutteellisuutta (TAULUKKO 1). PaaPiin päätöksen teossa oli otettu laajasti huomioon yrityksen toimintaympäristö, mutta kirjallista dokumentointia tilanneanalyysistä ei ollut laadittu.

Tilanneanalyysin laadinnan tukena voi hyödyntää monenlaisia työkaluja. Esimerkiksi palaverien dokumentointi, asiakaspalautteet ja artikkelit ovat hyödyllisiä tilanneanalyysiä koostettaessa. Lisäksi tilanneanalyysiin voi sisällyttää tuloksia esimerkiksi yhteistyöstä koulujen kanssa (opinnäytetyöt, kursien kehittämistehtävät) tai konsultointipalveluista kuten hiilijalanjäljen laskenta. Tilanneanalyysissä kannattaa hyödyntää myös tuloksia mahdollisista toteutetuista tutkimuksista tai mielipidekyselyistä.

5.1.9 Arviointi ja johdon katselmus

Ympäristöviestintäjärjestelmän vaikuttavuutta on arvioitava, ja arvioinnin tulosten perusteella ylin johto katselee ympäristöviestintäpolitiikkaa ja -strategiaa. Arvioinnit ja katselmuksia tulee dokumentoida. Näin varmistetaan perusteltu päätöksenteko ja suunnitelmalliset tavoitteet sekä mahdollisuus tarkastella menneisyyttä ja seurata päätettyjen tavoitteiden toteutumista. Määriteltyjen ympäristöviestintäpäämäärien ja -tavoitteiden toteutumisen seuraamiseksi ympäristöviestinnälle on määriteltävä ympäristöviestintäindikaattoreita. Ympäristöviestintäindikaattorin tulee olla yksiselitteinen ja olennainen sekä huolellisesti suunniteltu. (SFS ry 2021, 31).

PaaPii seuraa, analysoi ja arvioi viestinnän vaikuttavuutta sekä kehittää prosessejaan arviointien perusteella. Yhdeksäs löydös oli, että yrityksessä ei kuitenkaan oltu varmoja, oliko arviointien tai niiden perusteella tehtyjen päätösten dokumentointia tehty ja missä mahdolliset dokumentit olisivat saatavilla (TAULUKKO 1).

Ympäristöviestinnän arvioinnissa tulee ottaa huomioon ympäristöviestintäpolitiikka, -periaatteet, -tavoitteiden saavuttaminen, ympäristöviestinnän tarkoituksenmukaisuus ja laadukkuus. Huomioitava on myös ympäristöviestinnän toteutustavat, reaktiot suoritettuihin toimintoihin, vuoropuhelun laatu kohderyhmien kanssa, menettelyiden ja lähestymistapojen läpinäkyvyys, kohderyhmien tarpeiden ja palautteen käsittely sekä seuranta. Lisäksi on arvioitava kohderyhmien kokemus kuulluksi tulemisesta ja tiedottaminen palautteen hyödyntämistavoista, ja arvio ympäristöviestinnän sisällön ja tarkoituksen ymmärtämyksestä (SFS ry 2021, 31). Arvioinnissa on kannattavaa hyödyntää tilanneanalyysiä.

Ympäristöviestinnän arvioinnin perusteella suoritetaan johdon katselmus. Johdon katselmuksessa PaaPiin ylimmän johdon tulee tarkistaa ympäristöviestinnän parannusmahdollisuudet ja muutostarpeet sekä ympäristöviestintäpolitiikka, -strategia ja -toiminnot. PaaPiin tulee varmistaa työntekijöiden kattava osallistuminen muutostarpeiden arviointiin. Päätettäessä muutoksista tulee ottaa huomioon sidosryhmien ymmärrys niistä ja viestittävä muutoksista ja niiden syistä sidosryhmille sekä varmistettava asianmukaisten tietojen saatavuus kiinnostuneille, esimerkiksi internetsivuilla tai yrityksen sisäisessä tietoaaineistossa. Lisäksi tulee varmistaa, että asianmukaiset sidosryhmät ymmärtävät, miten arviointi- ja muutosprosessi toimii. (SFS ry 2021, 32.)

5.2 Organisaation ulkopuoliset haastattelut

Kuluttajien parissa toteutettiin lyhyt kartoitus heidän mielipiteistään PaaPiin ympäristöystävällisyydestä (TAULUKKO 2). Tieto kerättiin sosiaalisessa mediassa anonymin kyselylomakkeen avulla, ja haastatteleamalla satunnaisia henkilöitä kasvokkain julkisilla paikoilla. Vastaajien kanssa käytyjen keskusteluiden ja kyselyvastausten perusteella pääteltiin, että PaaPiin ympäristöystävällisyyden tasoa ei tunneta.

TAULUKKO 2. Kyselyvastaukset (n = 84)

Kysymys	Kyllä	Ei	Ei osaa sanoa
Tiedätkö yrityksen nimeltä PaaPii (Design Oy)?	53	27	4
Onko PaaPii mielestäsi ympäristöystävällinen?	16	1	68
Pystytkö perustelemaan mielikuvaasi?	10	32	51
Tiedottaako (eli oletko nähnyt tai kuullut) PaaPii ympäristöön liittyvistä asioista?	11	39	33

Mielipidekyselyyn vastasi yhteensä 84 henkilöä, joista suurin osa eli 63 % tiesi yrityksen, 32 % vastanneista ei tunnistanut yritystä ja 5 % taas ei ollut varma, tunnistaako yritystä. Vastaajista suurin osa oli suomalaisia ja asui Suomessa, mutta muutama vastaus tuli keski-Euroopasta.

Ylivoimainen enemmistö kyselyyn vastanneista, 81 % ei osannut sanoa mielipidettään siitä, onko PaaPii ympäristöystävällinen. 19 % vastaajista mielsi PaaPiin olevan ympäristöystävällinen, ja yrityksen varmasti ympäristöystävälliseksi mieltäneiden suhde yrityksen tunnistaneisiin oli 30 %. Vain yksi vas-

taaja oli sitä mieltä, että PaaPii ei olisi ympäristöystävällinen yritys. Kaikista vastaajista 12 % uskoi pystyvänsä perustelemaan kantansa. Kantansa perustelemaan pystymään kokevien suhde PaaPiin tunnistaneisiin henkilöihin oli 19 %.

Eräs vastaaja perusteli positiivista mielipidettään PaaPiin ympäristöystävällisyydestä sillä, että kaikki suomalaiset yritykset pyrkivät olemaan vastuullisia. Vastaaja ei siis tiennyt juuri PaaPiin ympäristöarvoista ja -teoista, vaan perusti näkemyksensä yleiskuvalle Suomen vaate- ja tekstiilialan yrityksistä. Myös neljänteen kysymykseen (Tiedottaako PaaPii ympäristöön liittyvistä asioista?) tuli lisäkommentti toiselta vastaajalta, jossa henkilö perustelee kieltävää vastaustaan seuraavasti: "Voi tiedottaa, voin olla myös kuullut, mutta viestintä ei ole ollut mieleenpainuvaa - selkeää mielikuvaa ei nimittäin ole muodostunut."

Noin joka kymmenes vastaaja, 13 % muisti havainneensa PaaPiin viestintää ympäristöasioista. Ympäristöviestintää havainneiden suhde PaaPiin tunnistaneisiin vastaajiin oli 21 %. Kyselyyn vastaajista 46 % ei muistanut nähneensä tai kuulleen PaaPiin ympäristöviestintää, ja 39 % ei ollut aivan varma.

PaaPiin ympäristöystävällisyydestä on mahdollista lukea viitteitä yrityksen sosiaalisesta mediasta ja syvemmin kotisivuilta löytyvältä vastuullisuusvälilehdeltä. Sosiaalisessa mediassa, esimerkiksi alustoilla Facebook, Pinterest ja Instagram, ympäristöarvot välittyvät tekstin sävystä, mutta suoraa kannanottoa ympäristöasioihin, niiden hallintakeinoista tai sitoutumisesta koettiin haastavaksi löytää. Tiedon löytäminen PaaPiin ympäristöasioista ja niiden hallinnasta koettiin työlääksi myös yrityksen kotisivuilta. Ympäristötiedon helppo saatavuus tulee varmistaa esimerkiksi varmistamalla kotisivuston vastuullisuusvälilehden käyttäjäystävällisyys sekä viestimällä näkyvämmiin ja laajemmin PaaPiin ympäristöarvoista, -teoista, -sitoumuksista ja prosesseista hyödyntämällä nykyaikaisia viestinnän työkaluja, kuten sosiaalista mediaa. Lisäksi tulee viestiä millaista ja missä ympäristötietoa on saatavilla.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

PaaPii Design Oy:n ympäristöviestintä ei ollut valitun ympäristöviestintästandardin mukaista. Yrityksessä ympäristöasiat otettiin kattavasti huomioon toiminnoissa ja niiden suunnittelussa, mutta niistä viestiminen ei täyttänyt standardin vaatimustasoa. Merkittävimmät poikkeamat liittyivät dokumentointikäytäntöihin ja viestinnän vaikuttavuuden varmistamiseen. Riittävä taso on kuitenkin saavutettavissa, jos esitetyt kehitystoimenpiteet toteutetaan. Kehitystoimenpiteitä suunniteltaessa on hyvä ottaa huomioon käytettävissä olevat resurssit, ja kehitystoimenpiteillä tavoiteltavien päämäärien olennaisuus yrityksen toiminnalle. Päämääriin voivat vaikuttaa esimerkiksi vastuullisuusraportointivelvollisuuden asteittainen laajeneminen ja sidosryhmien kasvava tiedon tarve. Ehdotettuja kehitystoimenpiteitä voi olla hyödyllistä toteuttaa, vaikka tavoitteena ei olisikaan juuri tämän standardin käyttöönotto. Ympäristöviestintästandardin vaatimuksien täyttäminen edesauttaa tulevien viestintävelvoitteiden ennakoimista ja parantaa yleisesti sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien tietämystä yrityksen ympäristöarvoista, ympäristöasioiden käsittelystä ja tasosta.

PaaPiin ympäristöviestintä oli yhdenmukaista yrityksen arvojen, politiikan, strategian, sekä yleisen viestintäprosessin kanssa. PaaPiin arvot ja ympäristöasiat oli huomioitu kaikessa tekemisessä, työnteekijät tunsivat pääosin vastuunsa ja valtuutensa niiden toteuttamiseksi. Ympäristöasioista viestimisen standardinmukaistamiseksi löydettiin kehityskohteita, joista suurin osa liittyi dokumentointiin ja dokumentoidun tiedon saatavuuteen. Lisäksi kehitettävää löytyi viestimisestä ulkoisille sidosryhmille PaaPiin ympäristöön liittyvistä saavutuksista, tavoitteista ja arvoista.

Standardinmukaisen ympäristöviestintäjärjestelmän kehittämiseksi ja ylläpidon helpottamiseksi yrityksessä olisi suositeltavaa tutustua standardien asiasanastoon. Asiasanaston tunteminen helpottaa järjestelmän kehittämisen lisäksi kanssakäymistä ulkoisten sidosryhmien, erityisesti kansainvälisten, kanssa. Ympäristöviestintäpolitiikka ja –strategia tulisi määritellä kirjallisesti, samoin sidosryhmien tunnistus, roolit ja kohderyhmien yksilöinti. Viestintäprosessit olivat selkeitä ja järjestelmällisiä, mutta standardinomaisuuden saavuttamiseksi ne olisi määriteltävä myös kirjallisesti käyttäen standardin kanssa yhtenevää sanastoa. Huomattiin myös, että kriisi- ja hätätilanteiden viestintäprosessi ei ollut kaikille sisäisille sidosryhmille tuttu, joten sen määrittely, dokumentointi ja tunnettuus tulisi varmistaa. Lisäksi olisi varmistettava asianosaisten pääsy tarvittaviin dokumentteihin sekä asiaankuuluvien henkilöiden tietämys dokumentin olemassaolosta.

Kaikki tieto ei saavuttanut oikeita henkilöitä oikeaan aikaan, eikä tietoa välttämättä osattu löytää jälkeenpäin. Ilmapiiri oli PaaPiilla kuitenkin avoin ja keskusteleva, ja kysymysten herätessä tiedettiin mihin ne osoitetaan, eikä kysymyksien tai kehitysehdotuksien esittämistä arkailtu. Viestittävän tiedon suodattamista, merkintää ja dokumentointia tulisi kuitenkin kehittää. Ympäristöviestintää kuluttajille tulisi kehittää näkyvämmäksi ja selkeämmäksi.

Ympäristöviestinnän olosuhteita tarkkailtiin ja otettiin huomioon PaaPiilla, mutta huomattiin, että kirjallisen tilanneanalyysi-dokumentin olemassaolosta ei oltu varmoja. Tilanneanalyysin saatavuus ja tunnettuus asiaankuuluville henkilöille tulisi varmistaa. Yrityksessä ympäristöviestintää arvioitiin ja kehitystarpeista tehtiin päätöksiä, joita toteutettiin suunnitelmallisesti. Standardinmukaisuutta ajatellen arvioinnit, johdon katselmukset, suunnitelmat sekä toteutukset tulisi myös dokumentoida ja dokumenttien saatavuus asiaankuuluville henkilöille varmistaa,

Haasteita opinnäytetyön toteuttamisessa oli vaikeasti lähestyttävä standardien asiasanasto, tietotekniikan epävarma toiminta ja tietoaineiston rajausta. Yksilöhaastattelussa kävi nopeasti ilmi, että standardeissa käytettävä sanasto voidaan kokea vaikeasti lähestyttäväksi. Jo ensimmäisessä haastattelussa standardoinnin ammattisanasto koettiin hämmentäväksi ja jopa lannistavaksi. Huolimatta kysymysten suunnitelmallisesta muokkaamisesta ja karsimisesta kysymyksissä tuntui vilisevän epävarmuutta aiheuttavia ammattikielisiä termejä. Keskusteluiden sujuvoittamiseksi ja positiivisen ilmapiirin ylläpitämiseksi laaja sanavarasto huomattiinkin suureksi avuksi termejä selitettäessä. Lisäksi pääteltiin, että haastatteluun tulisi tuoda mukana listaus, jossa selitetään auki ammattikieliset termit. Ensimmäisen haastattelukierroksen jälkeen kyselydokumenttia muokattiinkin niin, että siihen lisättiin lisäsarake ammattisanaston selitteitä varten. Tietotekniikka aiheutti tahattomia, välillä pitkäköjäkin, keskustelukatkoksia hankaloittaen tiedonkulkua. Tutkittavan aiheen ja aineiston rajausta oli tekijälle haasteellista. Aiheen kiinnostavuus, saatavilla olevan tiedon jatkuva kehitys ja kokemus siitä, että kaikki liittyy kaikkeen, hankaloitti tietoaineiston rajaamista. Ohjaus koettiin erittäin hyödylliseksi aineistoa ja aiheetta rajattaessa.

Erityisen mielekkääksi opinnäytetyön teosta teki toimeksiantajayrityksen aito kiinnostus ympäristöasioihin ja oman toimintansa parantamiseen. Palkitsevaksi ja motivoivaksi koettiin myös yksityiskohtainen positiivinen palaute ja konkreettiset toteutettavissa olevat kehitysehdotukset. Palautetta ja kehitysehdotuksia saatiin usealta taholta, ja ne edustivat erilaisia työssä huomioitavia näkökulmia. Opinnäytetyössä päästiin hyödyntämään standardien käyttämän ammattikielen lukutaitoa sekä kiinnostusta ympäristöön ja sen suojelemiseen. PaaPiille raportoitiin ympäristöviestinnän kehitysehdotukset, ja ne ko-

ettiin yrityksessä selkeiksi, todenmukaisiksi ja toteuttamiskelpoisiksi. Opinnäytetyöprosessin aikana opittiin tekstiiliteollisuuden ympäristövaikutuksista sekä miten tulevaisuutta voidaan turvata ottamalla käyttöön kestävän kehityksen oppeja ja hyödyntämällä aiheenmukaisia standardeja. Kaiken kaikkiaan työ koettiin onnistuneeksi.

7 YHTEENVETO

Tämän työn tavoitteena oli selvittää PaaPii Design Oy:n ympäristöviestinnän laadun tasoa vertaamalla sitä vakiintuneeseen ja yleisesti hyväksytyyn standardiin. Lisäksi selvittävänä oli yrityksen ympäristöviestinnän mahdollisuudet kansallisen standardin sertifiointille. Tavoitteisiin päästiin, ja saatuihin tuloksiin ja niiden käytettävyyteen oltiin tyytyväisiä.

Tutkimustyö alkoi aiheen valinnalla ja alueen rajauksella. Vertailun viitekehysstandardiksi valittiin ISO 14000 -perheeseen kuuluva ympäristöviestintästandardi 14063. ISO 14000 -standardisarja on hyväksytty Suomen kansalliseksi standardiksi, ja se on tunnustettu maailmanlaajuisesti. Standardia 14063 ei itsenäään voi sertifioida, vaan se on tarkennettu, yksityiskohtaisempia vaatimuksia sisältävä osa sertifioidussa olevaa ISO 14001 -ympäristöjärjestelmästandardia.

Tutkimuskysymykseksi asetettiin seuraava:

Miten PaaPiin ympäristöviestintää tulisi kehittää, jotta se vastaisi standardin SFS-EN ISO 14063 vaatimuksia?

Tutkimusaiheen valinnan jälkeen tutkittiin teoria-aineistoa ja luotiin sen pohjalta kuva kysyttävistä ja havainnoitavista asioista. Tärkein kirjallinen lähdemateriaali oli SFS-EN ISO 14063:2020 ja sen vaatimusten pohjalta laadittiin kattava lista kysymyksistä, joiden avulla kartoitettiin PaaPii Design Oy:n ympäristöviestintää. Ympäristöviestinnän vaikuttavuuden ymmärtämistä täydentämään tehtiin kevyt tutkimus kuluttajien mielikuvasta PaaPiin ympäristöystävällisyydestä. Laajasti hyödynnettyjä lähteitä olivat lisäksi Euroopan unionin viralliset sivustot, muut tekstiilialaan ja ympäristöön liittyvät lähteet sekä yrityksen julkaisemat viestintämateriaalit.

Opinnäytetyön raporttiin koostettiin lyhyt katsaus tekstiiliteollisuuden tämänhetkisestä vastuullisuudesta sekä kuvailtiin PaaPiilla käytettävien tekstiilien materiaalien ympäristövaikutuksia. Yksi luku omistettiin standardin 14063 vaatimuksiin perehtymiselle. Seuraavassa luvussa kuvailtiin tutkimusmenetelmät ja aineiston keruun käytännön toteutus. Viidennessä luvussa esiteltiin taulukko löydöksistä sekä käsiteltiin ja avattiin kehitysehdotuksia laajemmin ympäristöviestintäjärjestelmän standardinmuokaistamiseksi. Kuudennessa luvussa esiteltiin johtopäätökset ja pohdittiin työn toteutuksen onnistumista. Viimeinen luku omistettiin yhteenvedolle opinnäytetyön kulusta ja tuloksista.

LÄHTEET

Asiakastieto. 2023. *PaaPii Design Oy*. Saatavissa: <https://www.asiakastieto.fi/yritykset/fi/paapii-design-oy/25375597/yleiskuva>. Viitattu 1.10.2023.

Eetti ry. 2021. *Ränkkää brändi: Yksikään yritys ei jäänyt tänä vuonna nolville*. Saatavissa: <https://eetti.fi/2021/12/14/rankkaa-brandi-yksikaan-yritys-ei-jaanyt-tana-vuonna-nollille/>. Viitattu 19.10.2023.

Ellen MacArthur Foundation. 2017. *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. Saatavissa: <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>. Viitattu 29.9.2023.

Euroopan komissio. 2023a. *Circular economy action plan*. Saatavissa: https://environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy-action-plan_en. Viitattu 1.10.2023

Euroopan komissio. 2023b. *Sustainability-related disclosure in the financial services sector*. Saatavissa: https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/disclosures/sustainability-related-disclosure-financial-services-sector_en Viitattu 3.10.2023.

Euroopan komissio. 2023c. *Daily News 31 / 07 / 2023*. Saatavissa: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/mex_23_4044. Viitattu 4.11.2023.

Euroopan komissio. 2023d. *Are ESRS aligned with global standards?* Saatavissa: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_23_4043. Viitattu 4.11.2023.

Euroopan komissio. 2023e. *The Green Deal Industrial Plan*. Saatavissa: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal/green-deal-industrial-plan_en. Viitattu 20.11.2023.

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi (eu) 2022/2464. *Asetuksen (EU) N:o 537/2014, direktiivin 2004/109/EY, direktiivin 2006/43/EY ja direktiivin 2013/34/EU muuttamisesta yritysten kestävyysraportoinnin osalta*. Euroopan unionin virallinen lehti. Saatavissa: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022L2464>. Viitattu 23.9.2023.

Euroopan parlamentti. 2019. *Emissions from planes and ships: facts and figures (infographic)*. Saatavissa: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/priorities/climate-change/20191129STO67756/emissions-from-planes-and-ships-facts-and-figures-infographic>. Viitattu 3.10.2023.

Euroopan parlamentti. 2023. *The impact of textile production and waste on the environment (infographics)*. Saatavissa: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20201208STO93327/the-impact-of-textile-production-and-waste-on-the-environment-infographics>. Viitattu 1.10.2023.

Directorate-General for Environment 22.3.2023. *Proposal for a Directive on green claims*. European commission. Saatavissa: https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-directive-green-claims_en. Viitattu 23.9.2023.

Directorate-General for Environment. 5.7.2023. *Proposal for a targeted revision of the Waste Framework Directive*. European commission. Saatavissa:

https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-targeted-revision-waste-framework-directive_en. Viitattu 1.10.2023.

Global organic textile standard. 2023. *Key features*. Saatavissa: <https://global-standard.org/the-standard/gots-key-features>. Viitattu 30.9.2023.

Joint Research Centre. 2014. *Environmental improvement potential of textiles (IMPRO Textiles)*. Publications Office. Saatavissa: <https://data.europa.eu/doi/10.2791/52624>. Viitattu 3.10.2023.

Jätelaki 17.6.2011/646. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110646#L2P8>. Viitattu 16.9.2023.

Kirjanpitolaki 30.12.1997/1336. Saatavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2016/20161376#Lidm45843170477232>. Viitattu 24.8.2023.

Laki kirjanpitolain muuttamisesta 1376/2016. Saatavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1997/19971336?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=kirjanpitolaki#L3a>. Viitattu 24.8.2023.

NSRS. 2021. *What is NSRS?* Saatavissa: <https://www.nsr.eu/the-standard/what-is-nsr>. Viitattu 25.8.2023.

Oeko-tex. *Oeko-tex® organic cotton*. Saatavissa: <https://www.oeko-tex.com/en/our-standards/oeko-tex-organic-cotton>. Viitattu 30.9.2023.

PaaPii Design Oy. 2021. *Vastuullisuus*. Saatavissa:

<https://www.paapiidesign.com/fi/pages/vastuullisuus/6>. Viitattu 30.9.2023.

PaaPii Design Oy. *PaaPiin tarina*. Saatavissa: <https://www.paapiidesign.com/fi/pages/paapiin-tarina/7>. Viitattu 1.10.2023.

Raghunath, K. 2022. *Challenges And Opportunities For The Marketing Industry In Finland*. Saatavissa: <https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2021/09/02/challenges-and-opportunities-for-the-marketing-industry-in-finland/>. Viitattu 20.11.2023.

Rautunier, S. 2022. *Everything You Need to Know About Waste in the Fashion Industry*. Saatavissa: <https://goodonyou.eco/waste-luxury-fashion/>. Viitattu 20.11.2023.

Salonen, K. 2021. *Viherpesulla ja vastuullisuudella on eroa*. Saatavissa:

<https://eetti.fi/2021/03/18/viherpesulla-ja-vastuullisuudella-on-eroa/>. Viitattu 23.9.2023.

SFS ry. 2021. *SFS-EN ISO 14063:2020*. Saatavissa:

<https://sales.sfs.fi/fi/index/tuotteet/SFS/CENISO/ID2/1/1003901.html.stx>. Viitattu 4.11.2023.

SFS ry. 2023. *Mikä on standardi*. Saatavissa: <https://sfs.fi/standardeista/mika-on-standardi/>. Viitattu 17.10.2023.

SFS ry. *ISO 14000 Ympäristöjohtamisen standardisarja*. Saatavissa: <https://sfs.fi/standardeista/tutustu-standardeihin/suosittu-standardit/iso-14000-ymparistojohtamisen-standardisarja/>. Viitattu 17.10.2023.

Sitra. 2022. *Vastuullisuuden tulevaisuus*. Luku 5. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/julkaisut/vastuullisuuden-tulevaisuus/>. Viitattu 20.11.2023

Suomen tekstiili ja muoti a. *Elastaani*. Saatavissa: <https://www.stjm.fi/tekstiilikuidut/elastaani/>. Viitattu 30.9.2023.

Suomen tekstiili ja muoti b. *Polyesteri*. Saatavissa: <https://www.stjm.fi/tekstiilikuidut/polyesteri/>. Viitattu 30.9.2023.

Textile Exchange 2022. *Preferred Fiber And Materials Market Report*. Saatavissa: <https://textileexchange.org/knowledge-center/reports/preferred-fiber-and-materials/>. Viitattu 29.9.2023.

Taloushallintoliitto a. *ESG- eli vastuullisuusraportointi*. Saatavissa: <https://taloushallintoliitto.fi/tietopankki/esg-eli-vastuullisuusraportointi/>. Viitattu 25.8.2023.

Taloushallintoliitto b. *NSRS-standardi*. Saatavissa: <https://taloushallintoliitto.fi/tietopankki/esg-eli-vastuullisuusraportointi/nsrs-standardi/>. Viitattu 25.8.2023

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2022. Helsinki. *Ympäristöväittämät Suomen markkinoilla*. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-724-3>. Viitattu 3.10.2023.

Ympäristö.fi. 2023a. *EMAS-selonteko ja EMAS-logo*. Saatavissa: <https://www.ymparisto.fi/fi/kestava-kierro-ja-biotalous/kestava-tuotanto/ymparistojarjestelmat-ja-johtaminen/emas-selonteko-ja-emas-logo>. Viitattu 7.10.2023.

Ympäristö.fi. 2023b. *EMAS-järjestelmä ja sen toteuttaminen*. Saatavissa: <https://www.ymparisto.fi/fi/kestava-kierro-ja-biotalous/kestava-tuotanto/ymparistojarjestelmat-ja-johtaminen/emas-jarjestelma-ja-sen-toteuttaminen>. Viitattu 4.11.2023