

Opinnäytetyö (AMK)

Energia- ja ympäristötekniikka

2024

Elina Lehtinen

# Tekstiilien uudelleenkäyttö Suomessa

– kuluttajatutkimus vaatteiden, jalkineiden ja  
asusteiden uudelleenkäytöstä



Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Energia- ja ympäristötekniikka

2024 | 58 sivua

Elina Lehtinen

## Tekstiilien uudelleenkäyttö Suomessa

- kuluttajatutkimus vaatteiden, jalkineiden ja asusteiden uudelleenkäytöstä

Opinnäytetyön aiheena oli tekstiilien uudelleenkäyttö Suomessa. Tavoitteena oli selvittää, kuinka paljon ja mitä reittejä vaatteet, jalkineet ja asusteet kiertävät kuluttajien keskuudessa. Työn tutkimusmenetelmänä käytettiin kuluttajiin kohdistuvaa kyselyä.

Työ koostuu teoriaosuudesta, jossa tarkastellaan tekstiilien kiertotaloutta ja kuluttajien roolia siinä, sekä tekstiilien uudelleenkäyttöä, sekä siihen liittyvää lainsäädäntöä ja tekstiilivirtoja Suomessa. Työn lopussa esitellään kyselyä, joka toteutettiin kuluttajille vaatteiden, jalkineiden ja asusteiden uudelleenkäytöstä ja analysoidaan siitä saadut vastaukset.

Kyselyn tulokset kertovat, että peruskäyttövaatteita lahjoitetaan ja myydään kuluttajien keskuudessa eniten. Uudelleenkäyttöreiteistä eniten käytetään perheen ja ystävien kesken lahjoitusta ja myyntiä, sekä hyväntekeväisyysjärjestöjä. Näitä käytetään vuoden aikana muutamista kerroista useaan kertaan kuussa, riippuen ostaako vai antaako tekstiileitä eteenpäin. Myyntiä ja lahjoitusta tapahtuu enemmän kuin käytetyn ostamista, mikä aiheuttaa epätasapainoa uudelleenkäytön palveluihin, etenkin hyväntekeväisyysjärjestöillä. Kyselyn vastauksista pystyi päättämään, että kuluttajia tekstiilien uudelleenkäytössä ajaa helppous ja palveluiden hyvä saatavuus.

Asiasanat:

Uudelleenkäyttö, kiertotalous, kuluttajat

Bachelor's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Energy and environmental technology

2024 | 58 pages

Elina Lehtinen

## Reuse of textiles in Finland

- consumer research on the reuse of clothes, footwear, and accessories

The topic of the thesis was the reuse of textiles in Finland. The goal was to find out in which amounts and via which routes clothes, footwear and accessories circulate among consumers. A consumer survey was used as the research method in the work.

The work consists of a theoretical part, which examines the circular economy of textiles and the role of consumers in it, as well as the reuse of textiles, and related legislation and textile flows in Finland. At the end of the work, a survey that was carried out for consumers about the reuse of clothes, footwear and accessories is presented and the answers received analyzed.

The results of the survey show that basic clothing is donated and sold the most among consumers. Among the reuse routes, donations and sales among family and friends, as well as charity organizations, are used the most. These are used during the year from a few times to several times a month, depending on whether to buy or pass on textiles. There is more selling and donating than buying used, creating an imbalance in re-use services, especially for charities. From the survey responses, it was possible to conclude that consumers are driven by the ease and good availability of services to reuse textiles.

Keywords:

Reuse, circular economy, consumers

# Sisältö

<b>Käytetyt lyhenteet tai sanasto</b>	<b>6</b>
<b>1 Johdanto</b>	<b>9</b>
<b>2 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet</b>	<b>10</b>
<b>3 Tekstiiliteollisuuden kiertotalous</b>	<b>12</b>
3.1 Tekstiilien elinkaaren pidentäminen	13
3.2 Kuluttajan rooli tekstiilien kiertotaloudessa	15
3.3 Uudelleenkäyttöön liittyvää lainsäädäntöä	18
3.3.1 Tuottajavastuu osana jätedirektiiviä	19
3.4 Tekstiilivirrat Suomessa	20
<b>4 Tutkimuksen toteutus</b>	<b>23</b>
4.1 Tutkimusmenetelmä	23
4.2 Kysely	24
4.2.1 Valmistelu ja toteutus	25
<b>5 Tulokset</b>	<b>26</b>
5.1 Uudelleenkäytön erilaiset kanavat ja niiden käyttö	26
5.2 Vaatteiden tyypit ja määrät	32
5.3 Vastaajien perustiedot ja niiden vertailu saatuihin vastauksiin	36
<b>6 Pohdinta</b>	<b>42</b>
<b>Lähteet</b>	<b>46</b>

## Liitteet

Liite 1. Kyselyn runko

## Kuvat

Kuva 1 Vaatteet, asusteet ja jalkineet myynti .....	27
Kuva 2 Vaatteet, asusteet ja jalkineet lahjoitus .....	27
Kuva 3 Vaatteet, asusteet ja jalkineet osto .....	28
Kuva 4 Vaatteet, asusteet ja jalkineet saaminen lahjoitettuna .....	28
Kuva 5 Vaatteiden, asusteiden ja jalkineiden myynti- ja lahjoituskanavat.....	29
Kuva 6 Vaatteiden, asusteiden ja jalkineiden ostokanavat .....	30
Kuva 7 Kuinka usein vastaaja käyttänyt näitä palveluita tuotteiden myymiseen tai lahjoittamiseen .....	31
Kuva 8 Kuinka usein vastaaja käyttänyt näitä palveluita tuotteiden ostamiseen .....	31
Kuva 9 Myytyt ja lahjoitetut kappalemäärät vaatetyypeittäin vuodessa .....	33
Kuva 10 Ostetut kappalemäärät vaatetyypeittäin vuodessa .....	34
Kuva 11 Itselle käyttökelvottomien vaatteiden, asusteiden ja jalkineiden loppusijoitus.....	35
Kuva 12 Käytettyjen hankintojen korvaaminen uudella prosentuaalisesti .....	35
Kuva 13 Kuinka usein vastaaja käyttää palveluita myymiseen ja lahjoittamiseen ikäluokittain.....	37
Kuva 14 Kuinka usein vastaaja käyttää palveluita ostamiseen ikäluokittain .....	38
Kuva 15 Itselle käyttökelvottomien vaatteiden, asusteiden ja jalkineiden loppusijoitus ikäluokittain .....	39
Kuva 16 Kuinka usein vastaaja käyttää palveluita myymiseen ja lahjoittamiseen kotitaloustyypeittäin .....	40
Kuva 17 Kuinka usein vastaaja käyttää palveluita ostamiseen kotitalouksittain .....	40
Kuva 18 Itselle käyttökelvottomien tekstiilien loppusijoitus koulutuksittain.....	41

## Käytetyt lyhenteet tai sanasto

Arvoketju	Malli, joka kuvaa jonkin hyödykkeen vaiheittaista jalostumista raaka-aineesta valmiiksi tuotteeksi. Tuotteen arvoa nostaa jokainen arvoketjun vaihe. Vaiheita voivat olla esimerkiksi suunnittelu-, valmistus- ja jakeluprosessi. (Tieteen Termipankki n.d.)
Digitaalinen tuotepassi	Digitaalinen tuotepassin avulla saadaan tarkkaa tietoa tuotteesta ja sen ympäristövaikutuksista sen koko elinkaaren ajalta. (Gädda ym. 2023.)
Ekosuunnittelu	Tuotteiden ekologisella suunnittelulla tuotteesta pyritään tekemään energiatehokas, jolla on pienet ympäristövaikutukset (Työ- ja elinkeinoministeriö n.d.).
Hiilijalanjälki	Hiilijalanjäljellä tarkoitetaan, jotka aiheutuvat ihmisten toiminnasta. Useimmiten hiilijalanjälki raportoidaan hiilidioksidiekvivalentteina (CO <sub>2</sub> e). (Sjöstedt 2018).
Kiertotalous	Kiertotalous on talousmalli, joka tuo taloudellista hyvinvointia maapallon kantokyvyn sallimissa rajoissa, toisin kuin lineaarinen malli (Arnould ym. 2023, 17).
Kierrätys	Kierrätys on prosessi, jossa jäte muutetaan uudelleen käyttöön tuotteiksi, materiaaleiksi tai raaka-aineiksi. Tekstiilejä voidaan kierrättää mekaanisesti, kemiallisesti tai lämpökäsittelyllä. (Suomen tekstiili & muoti n.d.)
Lineaarinen talousmalli	Lineaarinen malli tarkoittaa talousjärjestelmää, jossa tuote valmistetaan, käytetään ja heitetään pois. Tässä järjestelmässä luonnonvaroja ylikulutetaan. (Karttunen 2020.)

Luonnon monimuotoisuus Luonnon monimuotoisuus tarkoittaa ekosysteemien, lajien ja geenien moninaisuutta. Se on tärkeää ihmisen hyvinvoinnille, koska se tuottaa palveluita, jotka ylläpitävät taloutta ja yhteiskuntaa. (European Environment Agency 2020.)

**Pikamuoti** Pikamuoti tarkoittaa edullisten ja trendikkäiden vaatteiden nopeaa tuotantoa ja myyntiä, jotta ne saadaan nopeasti kuluttajien saataville. Tämä malli vastaa nopeasti muotitrendien muutoksiin, mutta aiheuttaa suuria ympäristöongelmia lisäämällä jätekuormaa ja kasvihuonepäästöjä. (WWF Suomi n.d.)

**Poistotekstiili** Poistotekstiili on tekstiili, jota omistaja ei enää tarvitse. Se voi olla joko tekstiilijätettä tai uudelleenkäyttöön sopivia käytettyjä ja ehjiä tekstiilejä. Lajittelemattomat poistotekstiilit luokitellaan jätelainsäädännössä tekstiilijätteeksi. (Suomen tekstiili & muoti n.d.)

**SYKE** Suomen ympäristökeskus

**Tuottajavastuu** Tuottajavastuu tarkoittaa sitä, että tekstiilialan toimijoiden, kuten vaatteiden valmistajien ja maahantuojien, tulisi kantaa vastuunsa myös pois heitettävien vaatteiden keräämisestä ja kierrätyksen kustannuksista. (Mustankorkea 2023.)

**Uudelleenkäyttö** Uudelleenkäyttö tarkoittaa tuotteen tai sen osan käyttämistä uudelleen alkuperäisessä tarkoituksessaan. Ehjät ja puhtaat vaatteet ohjataan esimerkiksi second hand -palveluihin. Puhtaita materiaaleja voidaan myös käyttää uusien tekstiilituotteiden valmistukseen. (Suomen tekstiili & muoti n.d.)

Uudelleenvalmistus	Uudelleenvalmistuksella tarkoitetaan sitä, että tuotetta kunnostetaan käyttökelvottomasta tuotteesta käyttökelpoiseen niin, että tuotetta voidaan jälleen käyttää uudelleen sen alkuperäistä käyttötarkoitusta vastaavalla tavalla. (Syke 2023.)
Vihreä siirtymä	Vihreä siirtymä tarkoittaa muutosta kohti ekologisesti kestävästä taloutta ja kasvua, joka välttää luonnonvarojen ylikulutusta ja fossiilisten polttoaineiden käyttöä. Se perustuu vähähiilisiin ratkaisuihin sekä kiertotalouden ja luonnon monimuotoisuuden edistämiseen. (Elinkeino-, liikenne-, ja ympäristökeskus 2024.)
VTT	Teknologian tutkimuskeskus



# 1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena on tekstiilien uudelleenkäyttö Suomessa. Työn tarkoituksena on selvittää, kuinka paljon ja missä tekstiilien uudelleenkäyttöä tapahtuu Suomessa. Työn toimeksiantaja on Ympäristöministeriö.

Euroopan Unionin komissio on antanut jätedirektiivin muutosehdotuksen 5.7.2023. Muutosehdotuksessa esitetään tekstiili- ja jalkine tuotteiden tuottajavastuuta, joka muuttaisi Suomessa olevaa tekstiili- ja jalkine tuotteiden uudelleenkäyttö- ja kierrätysjärjestelmää. Tekstiilialalta ja erityisesti tekstiilien uudelleenkäytöstä on melko vähän tutkimustietoa, ympäristöministeriö tarvitsee taustamateriaalia direktiivin ja siitä seuraavan kansallisen jätelainsäädännön muutoksen vaikutusten arviointia varten. Ympäristöministeriö voi käyttää työssä saatuja tuloksia jätedirektiivin uudistuksen ja siitä seuraavan kansallisen lainsäädännön muutoksen vaikutusten arviointiin.

Tutkimus tehtiin kuluttajille suunnatun kyselyn avulla, jossa tärkeimpänä tavoitteena oli selvittää, kuinka paljon tekstiileitä käytetään uudelleen ja mitkä ovat ne kanavat, joissa vaatteet kiertävät. Kyselyn tuloksia verrataan aiheesta saatavilla olevaan tietoon uudelleenkäytöstä, esimerkiksi tekstiilivirtaselvitysten ja muiden tutkimusten avulla.

Työn ensimmäiset kappaleet käsittelevät yleisesti tekstiilien kiertotaloutta, uudelleenkäytön lainsäädäntöä ja uudelleenkäyttöä Suomessa. Seuraavat kappaleet käsittelevät kyselyä ja sen toteutusta, sekä kyselystä saatuja tuloksia. Viimeisessä kappaleessa verrataan eri tietolähteistä saatuja tietoja kyselyssä ilmenneihin tietoihin, ja pohditaan mahdollisia uusia oivalluksia aiheeseen liittyen.

## 2 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

Tekstiiliteollisuus tuottaa noin kymmenen prosenttia maailman hiilidioksidipäästöistä. Arvokkaita luonnonvaroja ja materiaaleja käytetään vaatteiden valmistamiseen ja niiden pitäminen kierrossa on hyvin tärkeää. Tekstiilijätteestä maailmanlaajuisesti noin 85 prosenttia poltetaan ja viedään kaatopaikalle. Yksi tärkeimmistä syistä tekstiilijätteen taustalla on pikamuoti. Se on merkittävä osa tekstiiliteollisuuden sektoria, ja sen liiketoimintamalli perustuu huonolaatuisiin ja halpoihin vaatteisiin, sekä nopeaan tuotantoon. (Anckar ym. 2023.) Tekstiilijätettä saataisiin vähennettyä ensisijaisesti, jos kuluttajat hankkisivat kohtuullisen määrän vaatteita ja muita tekstiileitä ja ne pysyisivät kierrossa mahdollisimman pitkään.

Euroopan komissio julkaisi vuonna 2022 tiedonannon EU:n kestävien ja kiertotalouden mukaisten tekstiilien strategiaksi. Sen mukaisesti julkaistiin 5.7.2023 jätedirektiivin uudistusehdotus, jonka tarkoituksena on mm. parantaa tekstiilien kiertotaloutta. Tämän muutosesityksen myötä tekstiileille on tulossa tuottajavastuu. (European Commission 2022.) Se tuo muun muassa muutoksia tekstiilien valmistajille, maahantuojille, myyjille ja muille arvoketjussa toimiville, esimerkiksi tekstiilien uudelleenkäyttöorganisaatioille, kuntien jätelaitoksille ja tekstiilijätteen kerääjille ja kierrättäjille. (Salmenperä 2023.) Tämän vuoksi onkin tärkeää saada tietää, kuinka paljon tekstiileitä käytetään uudelleen ja paljonko erilaisia uudelleenkäyttökäytännöitä hyödynnetään. Etenkin kuluttajalta kuluttajalle tapahtuva vaatteiden vaihtamisen määrää ei olla juurikaan tutkittu.

Tämän työn tavoitteena oli selvittää tekstiilien uudelleenkäyttöä Suomessa vaatteiden, jalkineiden ja asusteiden osalta ja tässä työssä apuna käytettiin kyselyä, jonka avulla haluttiin selvittää kuinka paljon vaatteet, jalkineet ja asusteet kiertävät kuluttajien keskuudessa. Työssä haluttiin myös kartoittaa kuinka paljon kuluttajat käyttävät erilaisia uudelleenkäytön kanavia ja miten paljon kuluttajat vaihtavat esimerkiksi keskenään tavaroita. Haluttiin tietää, mitkä nämä uudelleenkäytön kanavat ovat, johon kuluttaja itselle käyttökelpottomat tekstiilinsä ohjaa. Nämä eivät näy Tilastokeskuksen vuosittain

raportoimissa jätetilastoissa, joten tieto oli kiinnostava ja tärkeä. Tärkeimpiä tutkimuskysymyksiä olivat, millaista tekstiilien uudelleenkäyttö on Suomessa. Onko vaatteiden, jalkineiden ja asusteiden uudelleenkäytössä suuria eroja, onko vaatetyypeittäin eroja määrään ja mitä kanavia uudelleenkäyttöä tapahtuu Suomessa.

### 3 Tekstiiliteollisuuden kiertotalous

Kiertotalous on talousmalli, joka tuo taloudellista hyvinvointia maapallon kantokyvyn sallimissa rajoissa, toisin kuin lineaarinen malli (Arnould ym. 2023, 17). Lineaarinen malli tarkoittaa talousjärjestelmää, jossa tuote valmistetaan, käytetään ja heitetään pois. Tässä järjestelmässä luonnonvaroja ylikulutetaan. (Karttunen 2020.) Kiertotaloudessa materiaalista otetaan koko hyöty irti kestäväällä ja tehokkaalla tavalla, jossa materiaali kiertää pitkään ja turvallisesti. Tuotteet nähdään palveluna, eli niitä jaetaan, vuokrataan, korjataan ja käytetään uudelleen. (Arnould ym. 2023,17.)

Tekstiiliteollisuus on yksi saastuttavimmista teollisuuden aloista, se tuottaa kasvavia määriä jätettä vaatteiden määrien lisääntyttyä. Arvokkaita resursseja ja materiaaleja haaskataan huomattavia määriä tuottaessa vaatteita yhä lisääntyvissä määrin. Tekstiiliteollisuudessa suosiotaan kasvattava pikamuoti- ja kertakäyttökulttuuri kasvattavat jatkuvasti tuotanto- ja jätemääriä sekä neitseellisen raaka-aineiden tarvetta. Vaateteollisuuteen kuuluu myös sosiaalisia ongelmia, kuten vaarallisia työoloja ja lapsityövoimaa. (Arnould ym. 2023, 35.)

Luonnonvarojen käyttö on viimeisen 50 vuoden aikana kolminkertaistunut, ja sen odotetaan lähes tuplaantuvan vuoteen 2060 mennessä. Kansainvälisen resurssipaneelin raportista käy ilmi, että uusien luonnonvarojen käyttöönotto aiheuttaa yli 90 prosenttia luonnon monimuotoisuuden katoamisesta ja vesistöihin kohdistuvasta paineesta. (Karttunen 2020.) Kiertotalous onkin tärkeä osa luonnon monimuotoisuuden katoamisen pysäyttämässä. Se mahdollistaa materiaalien tehokkaan käytön, jolloin luonnonvaroihin kohdistuva paine pienenee. Circle Economy Circularity Gap -raportin mukaan vuonna 2020 maailma toimi vain 8,6 prosenttia kiertotalouden mukaisesti, tämä tarkoittaa siis käytännössä, että vain 8,6 prosenttia kaikista maailmassa käytetyistä materiaaleista saadaan uudelleen kiertoan kierrätyksen tai uudelleenkäytön avulla. Euroopassa ollaan hieman muuta maailmaa edellä. Euroopan ympäristökeskus (EEA) kertoo, että Euroopassa noin 10 prosenttia

materiaalista otetaan talteen ja käytetään uudelleen. Maiden välillä on kuitenkin luonnollisesti tässä eroja. (Karttunen 2020.)

Kiertotalous nousi keskustelun aiheeksi 2010-luvun alkupuolella (Karttunen 2020). Terminä *circular fashion* esiintyi ensimmäisen kerran tekstiiliteollisuuden käsitteenä vuonna 2014. Tekstiiliteollisuudessa kiertotalous näkyy tuotantona, jossa vaatteet ovat suunniteltu, tuotettu ja tuotu jakeluun niin, että niitä voidaan käyttää mahdollisimman pitkään, ja ne voidaan kierrättää tehokkaasti.

Vaatteiden ja muiden tekstiilien tehokas kierrätys uusien tuotteiden raaka-aineiksi on tärkeää, mutta on hyvä muistaa, että myös nykyisten olemassa olevien vaatteiden elinkaaren pidentäminen muun muassa korjaamalla, huoltamalla ja kunnostamalla on tärkeää. On todettu, että vaatteiden käyttöiän pidentäminen on suurin keino vaateollisuuden ympäristöongelmien ratkaisuun. Vaatteiden kiertäessä mahdollisimman pitkään uusien vaatteiden ostaminen vähenee. (Arnould ym. 2023, 35.) Tekstiilien uudelleenkäyttö on tärkeä osa tekstiilien elinkaaren pidentämistä. Tekstiilien uudelleenkäytöllä tarkoitetaan, että tuotteen tai tuotteen osaa käytetään uudelleen samaan tarkoitukseen kuin mihin sen on alkuperäisesti suunniteltu. (Suomen tekstiili ja muoti n.d.) Tässä työssä uudelleenkäytöllä tarkoitetaan kuluttajalta kuluttajalle suorasti tai välikäden kautta tapahtuvaa tekstiilien omistajuuden vaihtamista myymällä, ostamalla tai lahjoittamalla.

### 3.1 Tekstiilien elinkaaren pidentäminen

Yksi kiertotalouden liiketoimintamalleista on tuote-elinkaaren pidentäminen, ja sitä voidaan pidentää usealla eri keinolla. Tuote-elinkaaren pidentämisen tavoitteena on pitää tuotteet mahdollisimman pitkään käytössä niiden alkuperäisessä tarkoituksessaan. Tässä on tärkeää ottaa jo suunnitteluvaiheessa huomioon tuotteen korjattavuus, huollettavuus ja päivitettävyyt. Tuote valmistetaan kestävästä ja laadukkaista raaka-aineista niin, että tuote voidaan käyttää uudelleen ja myydä mahdollisesti myös eteenpäin. Ekosuunnittelun avulla voidaan valmistaa tuote pienillä muokkauksilla. Ylläpito-

ja korjauspalvelut voidaan rakentaa tuotteen ympärille pidentämään tuotteen elinkaarta. (Kiertotaloudesta kasvua n.d.)

Yhtenä osana tekstiilien elinkaaren pidentämistä on uudelleenkäyttö. Suomessa syntyy tekstiilijätettä vuosittain 70–100 miljoonaa kiloa. Määrästä tekee erityisen huolestuttavan se, että tekstiilijätteen jalostaminen uusiksi tuotteiksi on vaikeaa ja kierrätykseen liittyvät prosessit pitkiä. Tästä tekstiilijätteestä 80 prosenttia poltetaan energiaksi ja kierrätykseen menee loput 20 prosenttia.

Kierrätetyn tekstiilimateriaalin voi käyttää uusien materiaalien tai tuotteiden valmistuksessa, kun taas poltettaessa vaatteiden ja muiden kankaiden materiaaliressurit menevät hukkaan. (Parkkinen 2020.) Suomen ympäristökeskus SYKE:n mukaan kulutustavaroista menee uudelleenkäyttöön vain noin kaksi prosenttia. Kansanvälisten tutkimusten mukaan potentiaalia olisi 10–20 prosenttia tai jopa 50 prosenttia riippuen tuoteryhmästä. Tutkimusten mukaan esimerkiksi vaatekaapissa on käyttämättömänä jopa 66 prosenttia vaatteista. Tämä vaatemäärä vastaa miljardeja euroja, joka samalla vähentää tarvetta tuottaa uusia. (Circwaste 2022.)

Teknologian tutkimuskeskuksen VTT:n erikoistutkija Pirjo Heikkilän mukaan tekstiilien ensisijainen pidennysmuoto on uudelleenkäyttö. Se rasittaa ympäristöä vähemmän kuin tekstiilimateriaalien kierrättäminen. Uudelleenkäyttö tarkoittaa vaateen myymistä tai lahjoittamista eteenpäin, jolloin vaate säilyttää alkuperäisen muodon ja tarkoituksensa. (Parkkinen 2020.) Esimerkiksi kirpputorilta käytetyn vaateen hankkiminen on uudelleenkäyttöä, mutta esimerkiksi jätteiden lajittelu ei ole uudelleenkäyttöä vaan lajittelua kierrätystä tai uudelleenkäyttöä varten. (Syke 2023.)

Uudelleenkäytön potentiaalia ei ole huomioitu riittävästi yhteiskunnallisessa kehittämisessä. Jätehuollossa on keskitytty enemmän energian hyödyntämiseen ja materiaalien kierrätyksen organisointiin. Uudelleenkäyttöä tulisikin tutkia enemmän ja kehittää uudelleenkäyttötoimintaa keskeisenä osana kiertotaloutta. (Circwaste 2022.)

Uudelleenkäytöllä on positiivisia vaikutuksia ilmastoon, koska se vähentää tavaroiden tuotannon ja kuljetusten tarvetta. Sitra on arvioinut, että ihmisen hiilijalanjälki voisi pienentyä 11 prosentilla vuodessa, jos hän ostaisi kaiken tarvitsemansa käytettynä. SYKE:n mukaan esimerkiksi puuvillasta valmistetun rullapyyhkeen uudelleenkäyttö vähensi sen hiilijalanjälkeä 24 prosenttia ja vedenkulutusta 47 prosenttia käyttökertaa kohden verrattuna siihen, että sitä ei käytettäisi uudelleen. (Circwaste 2022.)

Uudelleenkäyttö tarjoaa ympäristöhyötyjen lisäksi muitakin positiivisia vaikutuksia. Se on tehokas keino köyhyyden ja eriarvoisuuden vähentämiseksi, sillä monille heikommin toimeentuleville kotitalouksille uudelleenkäyttö voi olla merkittävä talouden ja toimeentulon parantaja. Tarvittavat tavarat voidaan hankkia paljon edullisemmin kuin uusina. Lisäksi uudelleenkäyttö luo työpaikkoja. Euroopan uudelleenkäyttötoimijoiden verkoston RREUSE mukaan uudelleenkäyttö tuottaa 70 työpaikkaa 1000 materiaalitonnin kohti. Työpaikat uudelleenkäytön parissa vaihtelevat matalan kynnyksen tehtävistä korkeaa asiantuntemusta vaativiin töihin, tarjoten näin mahdollisuuksia laajalle joukolla työnhakijoita. Suomessa kierrätys ja uudelleenkäyttö ovat jo nyt merkittäviä aloja, joille voi työllistyä tukityöllistämisen avulla. (Circwaste 2022.)

### 3.2 Kuluttajan rooli tekstiilien kiertotaloudessa

Tekstiilijätettä voidaan vähentää ensisijaisesti niin, että kuluttajat hankkivat kestäviä vaatteita ja kodintekstiileitä kohtuullisesti ja, niin että ne ovat mahdollisimman pitkään käytössä. Vaatteiden tulisi olla laadukkaita ja kestäviä, jotta ne kestävät mahdollisimman kauan. Kuluttajien on kuitenkin yhä vaikeampi tunnistaa ja löytää nämä tekstiilit, puhumattakaan tuotteen koko elinkaaren ympäristövaikutusten tunnistamisesta ja arvioinnista. (Aalto 2014, 4.)

Kuluttaja tulisi nähdä kiertotaloudessa monipuolisemmassa roolissa, niin asiakkaana, kuin myös samalla kiertotalouden toteuttajana sekä yritysten yhteistyökumppanina. Jakamistalous ja kulutusikäntä ovat merkittävässä roolissa kiertotalouden toteutumisessa, joten sitä ei tulisi vähätellä. Myös toinen

tärkeä näkökulma on ajankäyttöön liittyvä ongelma: jakaminen, kierrättäminen, huoltaminen ja korjaaminen ovat aikaa vieviä toimenpiteitä. Näihin toimenpiteisiin on nykyaikana ihmisillä vain rajallisesti aikaa, joten näiden helpottaminen ja näistä keskustelu on tärkeää. Yksi toiminta tätä helpottamaan voisi olisi, että yritykset ottaisivat vastuuta näistä palveluista kuluttajan tai kolmannen osapuolen sijaan. (Arnould ym. 2023, 39–40.)

Helsingin yliopiston Kuluttajatutkimuskeskus, Kulutustutkimuksen seura ja ympäristöministeriö yhdessä järjestivät työpajan ”Kiertotalouden kuluttajapalvelut”. Työpajassa selvitettiin tutkijoiden näkemyksiä kiertotalouden kuluttajapalveluista. Yhtenä teemana oli käytetyn tuotteen tai tuotteen osan myynti, jossa pohdittiin palveluiden saatavuutta, mikä saattaa olla tällä hetkellä esteenä palveluiden kehittymiselle. Käytetyt tuotteet voitaisiin tuoda kauppojen yhteyteen ja käytettyjen tavaroiden myynnistä lähikaupassa voisi tulla uusi normi. Tällaista käytäntöä on nähty jo joissakin myymälöissä, kuten Iittala/Artek, Polarn O. Pyret ja Ikea -myymälöissä. (Arnould ym. 2023, 17–21)

Saavutettavuutta voidaan parantaa myös muilla keinoilla. Ruotsissa on saatu jo kokemusta kauppakeskuksesta, joka on täysin kierrätystuotteisiin perustuva. Retuna avattiin vuonna 2015. Tämä konsepti mahdollistaa kuluttajalle sen, että kaiken tarvittavan voi hankkia käytettynä yhdestä paikasta. Myös Helsingissä on vastaavaa käytettyjen tuotteiden myyntiin perustuvaa ostoskeskusta suunnitteilla Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus Oy:n toimesta. On epätodennäköistä, että Suomeen tulisi tällaista kauppakeskusta. Saatavuuden parantamiseksi ostoskeskuksiin voitaisiin kuitenkin kaavoittaa tiloja kirpputoreille ja käytettyjen tuotteiden kauppaja. (Arnould ym. 2023, 21)

Jätehallintaa tutkinut Lapin yliopiston sosiologian professori Jarno Valkosen mukaan katse tulisi kääntää kulutustottumuksiin. Kuluttaminen ei ole pelkästään yksilön asia, vaan se on kollektiivista. Esimerkiksi vaatteiden kulutus on yhteisössämme ilmaisunmuoto, miten yksilö kuuluu joukkoon tai erottuu joukosta. Kulutuskulttuurin ratkominen yksilötasolla on vaikeaa, ja siihen tarvittaisiinkin rakennetason muutoksia. Kulutuskulttuurimme on tällä hetkellä kaukana ympäristöystävällisyydestä, mutta jätteesseen suhtautumisessa on



tapahtunut muutoksia. Aikaisemmin jätteen syntyä ei juuri ajateltu, mutta nykyään jätteen kierrättäminen on lain mukaan jokaisen velvollisuus. Tähän kuitenkin liittyy myös virheellisiä ajatuksia, että lajittelemalla ihminen tekee osansa ympäristönsuojelun eteen. Ei huomata ajatella, että tehokkaastikaan tehty lajittelu ei ratkaise tuotantoon liittyviä ympäristöongelmia. (Parkkinen 2020.)

Sitran selvityksen mukaan yksityisellä kuluttamisella on merkittävä rooli kiertotalouden edistäjänä. Yritykset voivat edistää jakamistalouden ja käytettyjen tuotteiden markkinoiden tehostamista, mutta niiden kehitys vaatii muutoksia myös kuluttajien kulutustottumuksissa ja arvovalinnoissa. Etenkin uudelleenvalmistettujen tuotteiden myynti vaatii sitä, että kuluttajat hyväksyvät ne kelvollisina tuotteina. Niiden arvoa on muuten vaikea säilyttää. Yritysten haaste on kehittää sellaisia kiertotalouden liiketoimintamalleja, jotka houkuttelevat kuluttajia. Muun muassa AirBnB ja Uber ovat tässä jo onnistuneet, mutta sama mahdollisuus on myös muilla. (Arponen ym. 2014, 68.)

Muutostakin on jo nähtävillä. Viime vuosikymmenet pikamuotibrändit ovat vaatealalla olleet valta-asemassa, mutta nyt kuitenkin on huomattavissa muutoksia. Kuluttajien ostokäyttäytyminen on koronapandemian aikana muuttunut. Erään tutkimuksen mukaan 50 prosenttia nuorista EU:n kansalaisista kokee kestävyuden olevan etusijalla ostopäätöstä tehtäessä. Käytetyt vaatteet ovat nostaneet suosiotaan parikymppisten ostokäyttäytymisessä. Viime vuosina Kiinan kilpailukyky on kärsinyt kustannusten, tuotannon, toimitusten ja laadun ongelmien vuoksi. Siksi Suomessa yritykset ovat tuoneet tuotantoaan lähemmäksi kotimarkkinoita, ja pyrkineet samalla vastaamaan vaateteollisuuden vihreään siirtymään. (Anckar ym. 2023.) Vihreä siirtymä tarkoittaa muutosta kohti ekologisesti kestäväää taloutta ja kasvua, joka välttää luonnonvarojen ylikulutusta ja fossiilisten polttoaineiden käyttöä. Se perustuu vähähiilisiin ratkaisuihin sekä kiertotalouden ja luonnon monimuotoisuuden edistämiseen. (Elinkeino-, liikenne-, ja ympäristökeskus 2024.) Kuluttajien muuttunut ostokäyttäytyminen ja vihreä siirtymä tarvitsee uusia liiketoimintamalleja ja palvelukonsepteja. VTT:n mukaan

yksilöllisten, kierrätettyjen ja ekologisten vaatteiden kysyntä on lisääntynyt. Lisäksi arvioidaan, että tekstiiliteollisuuden investoinnit voisivat tuoda jopa 17 000 uutta työpaikkaa 15 vuoden aikana. (Anckar ym. 2023.)

### 3.3 Uudelleenkäyttöön liittyvää lainsäädäntöä

Uudelleenkäyttö ja myös tekstiilit ovat lähivuosina nousseet niin Suomessa kuin EU-tasolla tärkeäksi puheenaiheeksi. Ne mainitaankin useassa ohjelmassa ja direktiivissä, jotka ovat joko jo tulleet voimaan tai tulossa voimaan. Esimerkiksi Euroopan komission kestävien tuotteiden aloitteessa esitetään, että tuotteiden tulisi olla kestäviä ja korjattavia. Tämä oli yksi komission vuonna 2022 julkaisemista kiertotalouteen liittyvistä aloitteista, jonka avulla halutaan tehdä tuotanto- ja kulutustavoista vastuullisempia ja kestävämpiä. Tärkeänä osana kiertotalousaloitteita on EU:n strategia kestäville tekstiileille, jonka päätavoitteena on: *soveltaa kiertotalouden periaatteita koko tekstiilien arvoketjuun: tuotantoon, materiaalivalintoihin, tuotteiden suunnitteluun, kulutukseen, poistotekstiilien keräykseen, uusioraaka-aineiden kehittämiseen ja markkinoiden vahvistamiseen. Pakollisilla tuotekohtaisilla ekosuunnitteluvaatimuksilla on tarkoitus lisätä tekstiilien kestävyttä, korjattavuutta, uudelleenkäyttöä ja kierrätystä uusiomateriaaleiksi. Komissio suunnittelee myös kieltävänsä myymättömien ja palautettujen tekstiilien hävittämisen, torjuvansa mikromuovipäästöjä ja käyttöönotettavan digitaalisen tuotepassin tekstiileille.* (Valtioneuvosto 2022.)

Uudelleenkäyttöön liittyvää lainsäädäntöä voidaan tutkia useasta eri näkökulmasta, kuten jätehuollon ja kuluttajansuojan näkökulmasta. Jätelaki on keskeinen säädös, joka määrittelee jätehuollon perusteet Suomessa. Laki edellyttää jätehierarkian noudattamista, mikä tarkoittaa ensisijaisesti jätteiden ehkäisyä ja uudelleenkäyttöä, ja vasta toissijaisesti kierrätystä ja energiakäyttöä. Lisäksi laki asettaa vaatimuksia jätehuollon järjestämiselle ja jätehuoltovelvollisille. (Jätelaki 646/2011.) Uudelleenkäytettäviä tekstiilejä ei luokitella tällä hetkellä jätteeksi, joten ne ovat edelleen tuotelainsäädännön alaisia. Kuluttajansuojalaki antaa kuluttajille oikeuksia ja suojaa ostopäätösten

yhteydessä. Se myös sisältää säännöksiä tuotteiden palauttamisesta ja uudelleenkäytöstä. (Kuluttajansuojalaki 38/1978.) Näiden lakien ja ohjelmien avulla pyritään edistämään uudelleenkäyttöä ja kierrätystä osana laajempaa tavoitetta siirtyä kohti kestävämpää ja resurssitehokkaampaa yhteiskuntaa.

### 3.3.1 Tuottajavastuu osana jätedirektiiviä

Jätedirektiivin uudistusehdotus tuo merkittäviä muutoksia kaikille tekstiilialalla toimiville. Ehdotuksen mukaan tekstiilien ja jalkineiden valmistajat ja maahantuojat vastaisivat tuotteidensa koko elinkaaren hallinnasta. Myös uudelleenkäyttötoimijoiden olisi sopeutettava toimintaansa, koska kadunvarsikeräysten tekstiilit luokiteltaisiin jatkossa jätteeksi. Tekstiilien kierrätyksessä on myös parantamisen varaa, sillä vain hieman yli 20 prosenttia kuluttajien tekstiilijätteestä kierrätetään tällä hetkellä. (Salmenperä 2023.)

Tuottajavastuulla viitataan siihen, että tekstiilialan toimijoiden, kuten vaatteiden valmistajien ja maahantuojien, tulisi kantaa vastuunsa myös pois heitettävien vaatteiden keräämisestä ja kierrätyksen kustannuksista. (Mustankorkea 2023.) Tekstiilialalle suunnitellun laajennetun tuottajavastuun tavoitteena on parantaa ympäristön- ja terveyden suojelua sekä luoda markkinat tekstiilien uudelleenkäytölle, kunnostukselle ja kierrätykselle. Erityisesti keskitytään kuidusta-kuiduksi kierrätyksen ja lajittelun edistämiseen. Ehdotuksen mukaan tämä vastuu kattaisi kotitalouksien vaatteet, asusteet ja jalkineet koko Euroopassa. (Salmenperä 2023.)

Alankomaissa on 1.7.2023 alkaen otettu käyttöön uusi tekstiilien tuottajavastuulaki, joka koskee vaatteita, työvaatteita ja kodintekstiilejä. Tämä lainsäädäntö kannustaa tuottajia hyödyntämään kierrätettyjä tekstiilikuituja uusissa tuotteissaan. Lisäksi laki velvoittaa tuottajia raportoimaan vuosittain markkinoille tuoduista tuotteista sekä kierrätettyjen ja uudelleenkäytettyjen tuotteiden määristä. (Salmenperä 2023.)

Alankomaiden lainsäädäntö pyrkii siihen, että vuoteen 2025 mennessä vähintään 50 prosenttia markkinoille saatetuista tekstiileistä olisi kierrätetty tai

uudelleenkäytetty. Vuoteen 2030 mennessä tavoite nousee 75 prosenttiin. Lisäksi vuoteen 2025 mennessä vähintään 20 prosenttia tekstiileistä olisi valmistettu uudelleenkäyttöä varten, ja vuoteen 2030 mennessä tämä luku nousisi 25 prosenttiin. Kierrätetyistä tekstiileistä vähintään 25 prosenttia olisi kierrätettävä kuidusta kuiduksi vuoteen 2025 mennessä, ja vuoteen 2030 mennessä tämän osuuden tulisi olla 33 prosenttia. (Salmenperä 2023.)

### 3.4 Tekstiilivirrat Suomessa

Uudelleenkäytön seuranta on vielä alussa, joten luotettavaa tietoa ei ole pitkältä ajalta. Uudelleenkäytön raportointi on aloitettu Euroopan unionin jäsenvaltioiden kesken vuonna 2022, jossa yksi seurannan tuotekategoria on tekstiilit. SYKE selvitti vuonna 2022 Suomen uudelleenkäyttömääriä EU:n raportointia varten. Selvitys tehtiin kyselyllä, joka lähetettiin alan toimijoille kuten kirpputoreille, kierrätyskeskuksille, nettikaupoille ja rakennustarvikkeiden kierrättäjille. Selvityksen perusteella tekstiilit ovat kappalemäärissä mitattuna Suomen suurin uudelleenkäytettävä tuoteryhmä. (Syke 2023.) Kun, raportoidut kappaleet muutettiin painoksi, huomataan, että tekstiileitä ja huonekaluja kiertää uudelleenkäyttöön lähes saman verran painossa mitattuna (Circwaste 2022). SYKE kehittää myös raportointia ja tutkimusta, jotka liittyvät uudelleenkäyttöön. Yrityksille ja kansalaisille suunnattujen kyselyjen avulla pyritään saamaan käsitys uudelleenkäytön laajuudesta ja uudelleenkäytettyjen tuotteiden määrästä. Ympäristöministeriön laatiman valtakunnallisen jätesuunnitelman keskeinen osa on uudelleenkäyttö, joka sisältää suunnitelman jätteen määrän ja haitallisuuden vähentämiseksi sekä jätehuollon järjestämiseksi. (Syke 2023.)

Vuonna 2021 Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksen kautta kierrätettiin 5,6 miljoonaa tuotetta, mikä tarkoittaa lähes 500 000 tuotetta kuukaudessa. Tämän ansiosta säästettiin noin 51 miljoonaa kiloa neitseellisiä luonnonvaroja. (Circwaste 2022.) Tori.fi oli selvittänyt, että heidän nettisivuillaan käy yli 3,4 miljoonaa suomalaista. Vuonna 2021 Torissa myymällä ja ostamalla tavaraa käytettynä säästettiin noin 172 000 tonnin CO<sub>2</sub>e-päästöjä. Säästetty määrä

hiilidioksidia vastaa esimerkiksi 6090 suomalaisen kotitalouden vuosittaisia päästöjä tai 1,9 miljoonan sohvan valmistamista. (Tori 2023.)

Suomessa on tehty tekstiilivirtaselvityksiä vuosina 2012 ja 2019. Näiden vuosien välillä vaatteiden ja kodintekstiilien kulutus on pysynyt vakaana, mutta kotitalouksien poistotekstiilien keräys on kasvanut. Vuoden 2019 selvityksessä kartoitettiin ensimmäistä kertaa tekstiilien kokonaiskäyttö, joka oli 130 811 tonnia (Syke 2021.) Vuoden 2019 selvityksen mukaan jokainen suomalainen kulutti keskimäärin 11,3 kiloa tekstiilejä henkeä kohden. Vuonna 2012 vastaava määrä oli 11 kiloa (Dalhbo ym. 2019).

Tekstiilivirtaselvityksessä on tekstiilien ja vaatteiden tuotannon, tuonnin ja viennin tilastotietoja. Tekstiiliketjun toimijoilta on saatu tietoa kuluttajien käytöstä poistamien vaatteiden ja kodintekstiilien keräysmääristä. (Syke 2021.)

Vuonna 2012 tehtyjen selvitysten mukaan Suomen kotitalouksien erikseen kerätyt poistotekstiilimäärät ovat kasvaneet huomattavasti, noin 39 prosenttia. Vuonna 2019 noin 44 prosenttia kotitalouksien hankkimista vaatteista ja kodintekstiileistä päätyi poistotekstiilien erilliskeräykseen. Poistotekstiilin käsite kattaa tekstiilit, jotka voidaan luokitella sekä uudelleenkäyttöön soveltuviksi että tekstiilijätteeksi. Hyväntekeväisyysjärjestöt keräävät pääosan uudelleenkäyttöön soveltuvista tekstiileistä, kun taas jätehuoltoyritykset vastaavat tekstiilijätteiden keräyksestä. (Syke 2021.)

Vuonna 2019 poistotekstiileitä kertyi yhteensä 85 770 tonnia. Näistä noin 18 prosenttia vietiin ulkomaille, kun taas loput käytettiin uudelleenkäyttöön tai hyödynnettiin materiaalina tai energiana kotimaassa. Edelleen noin 60 prosenttia poistotekstiileistä päätyi polttoon. (Syke 2021.)

Vuonna 2019 kunnalliset jätehuoltoyritykset alkoivat erilliskerätä poistotekstiilejä. Kerätyissä tekstiileissä oli kuitenkin myös sellaisia tuotteita, jotka eivät kuuluneet sinne, mikä osoittaa selvän tarpeen ohjeistaa kuluttajia siitä, mitkä tekstiilit ovat sopivia keräykseen. Hyväntekeväisyysjärjestöt raportoivat, että keräys- ja lahjoitusmäärät kasvavat jatkuvasti, mutta samalla lahjoitetut vaatteet ovat laadultaan heikentyneet. Vuonna 2019 hyväntekeväisyysjärjestöt keräsivät

yhteensä lähes 22 000 tonnia tekstiilejä, joista vain vähän yli 3000 tonnia päätyi uudelleenkäyttöön. Materiaalin ja energian hyödyntämiseen käytettiin alle 4000 tonnia ja vientiin lähetettiin hieman alle 15 000 tonnia. (Dalhbo ym. 2019.)

Tekstiilimateriaalin talteenotto on pysynyt alhaisena vuosien 2012–2019 välillä. Vuodesta 2019 lähtien kunnallisten jätehuolto-yhtiöiden poistotekstiilien erilliskeräys on kuitenkin lisääntynyt, ja tätä kasvua odotetaan jatkuvan myös tulevina vuosina. Tehokkaan ja vertailukelpoisen tiedon tuottamiseksi tekstiilivirroista tarvitaan raportointijärjestelmä sekä selkeät ohjeistukset tekstiilimäärien mittaamiseen ja raportointiin. (Dalhbo ym. 2019.)

## 4 Tutkimuksen toteutus

Kyselyyn pohjautuva tutkimus aloitettiin perehtymällä aiheeseen internetin hakupalveluilla, kuten Google, Google Scholar ja Finnan palvelut. Google Scholarista etsittiin aineistoa hakusanoilla: tekstiilien uudelleenkäytön kuluttajatutkimus, tekstiilien uudelleenkäyttö, tekstiilien kiertotalous, miten kuluttaja lajittelee tekstiilinsä, kuluttaja tekstiilien lajittelu ja tekstiilivirtaselvitykset. Myös Tarja Heikkilän Tilastollinen tutkimus (2014) kirjaa käytettiin niin e-kirjana, kuin tavallisena kirjana pohjaksi kyselytutkimukselle.

### 4.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusprosessiin ja menetelmiin perehdyttiin Tarja Heikkilän Tilastollinen tutkimus (2014) kirjan avulla. Työ perustuu empiiriseen eli havainnoivaan tutkimukseen ja jaotellaan kvantitatiiviseen tutkimukseen, sillä aineistonkeruumenetelmänä käytetään internetkyselyä (Heikkilä 2014, 12–13). Tutkimukseen haluttiin lähtökohtaisesti vastaaman eritaustaisia, eri ikäisiä ja erilaisia kulutustottumuksia omaavia ihmisiä. Kyselyssä haluttiin havainnoida, onko näiden muuttujien välillä eroja vastauksissa.

Kysymysten oikea muotoilu ja kohderyhmä ovat tutkimuksen onnistumisen kannalta tärkeitä. Lomakkeen alkuun on hyvä sijoittaa helppoja kysymyksiä, ja näiden avulla herättelemällä mielenkiinto kyselyä kohtaan. Henkilötietokysymyksillä ei kuitenkaan kannata kyselyä aloittaa, jottei vastaaja asetu liiaksi henkilötietojen rajaamaan rooliin. (Heikkilä 2014, 45–46.)

Kyselyyn valittiin pääsääntöisesti suljettuja kysymyksiä käsittelyn yksinkertaistamiseksi. Suljetuissa kysymyksissä tärkeimpiä ominaisuuksia ovat, että vastausvaihtoehtoja ei ole liikaa, kaikille vastaajille löytyy sopiva vaihtoehto, vaihtoehdot eivät saa olla toistensa poissulkevia, vaihtoehtojen tulee olla mielekkäitä ja järkeviä, sekä tulee ilmoittaa, kuinka monta valittavaa vastausvaihtoehtoa on. (Heikkilä 2024, 49.)

## 4.2 Kysely

Kysely päätettiin toteuttaa Google Forms -kyselyllä, sen helppouden ja monipuolisuuden vuoksi. Kyselystä saa myös muuttajat suoraan Exceliin, jonka päätettiin olevan apukeinona tulosten analysoinnissa.

Kyselyssä haluttiin selvittää, kuinka paljon vaatteet, jalkineet ja asusteet kiertävät kuluttajien keskuudessa. Selvityksessä haluttiin myös kartoittaa, kuinka paljon kuluttajat käyttävät erilaisia uudelleenkäytön kanavia ja miten paljon kuluttajat vaihtavat esimerkiksi keskenään tavaroita. Ja mitkä nämä uudelleenkäytön kanavat ovat, johon kuluttaja itselle käyttökelvottomat tekstiilinsä ohjaa. Nämä eivät näy jätetilastoissa, joten tieto oli kiinnostava ja tärkeä. Sekajätteeseen päätyneitä tekstiilejä käsiteltiin kyselyssä lyhyesti, tiedustelemalla, paljonko sinne laitetaan tekstiilejä. Lisäksi erilaiset vaatetyypit haluttiin tarkkaan eritellä kyselyssä, koska näissä voi myös olla suurtakin eroa, esimerkiksi arkivaatteet ja juhlavaatteet välillä.

Kyselyssä oli lopulta kysymyksiä 28 kappaletta, kaikki kysymykset luokiteltiin pakollisiksi. Kysymykset koskivat vaatteita, jalkineita ja asusteita. Kysymykset jaettiin kolmeen osa-alueeseen: erilaiset uudelleenkäyttökanavat, vaatteiden määrät ja tyypit, sekä perustiedot. Ensimmäisessä osassa vastaajia pyydettiin pohtimaan, mitä näistä kolmesta (vaatteet, kengät ja asusteet) vastaaja on myynyt, lahjoittanut ja ostanut tai saanut lahjoitettuna käytettynä. Ja mitä erilaisia uudelleenkäyttökanavia on käyttänyt ja kuinka usein.

Uudelleenkäyttökanavat olivat jaettu seuraavanlaisesti: Facebookin Marketplace, Tori.fi tai muu vastaava, nettikirpputorit, lahjoitus, kivijalkakirpputori, jossa itse myyjänä tai omistaja laittaa tuotteet myyntiin, brändien second hand -palvelut, sekä perheen tai ystävien kesken lahjoitus ja myynti.

Seuraavassa osa-alueessa haluttiin tietää, millaisista määristä vaatteita ja asusteita on kyse. Vastaajia pyydettiin pohtimaan kysymyksiä liittyen vaatteiden määriin ja tyypeihin. Sama kysymys kysyttiin useammasta eri vaatetyypistä. Vaatetyypit olivat peruskäyttövaatteet, ulkoiluvaatteet, lastenvaatteet,



juhlavaatteet, asusteet ja jalkineet. Kysymyksissä kysyttiin erikseen vaatteiden myymisestä ja lahjoittamisesta, ja myöhemmin samat kysymykset käytetyn ostamisesta. Tässä osiossa myös kartoitettiin sitä, mihin kuluttaja laittaa itselle käyttökelvottomat vaatteet, jalkineet ja asusteet elleivät ne mene kaupaksi. Lisäksi kysyttiin, kuinka paljon käytetyn tavaran ostaminen vähentää uuden ostamista.

Kyselyn lopussa oli vielä perustiedot osa-alue, jossa kysyttiin muun muassa sukupuolta, ikää, ja koulutusta. Kysymysten vastausvaihtoehdot olivat pääasiassa monivalintakysymyksiä. Ikä kysyttiin kuitenkin avoimena kysymyksenä, ettei ryhmästä tulisi liian heterogeenistä ja etteivät havainnot kasautuisi vain muutamaankin luokkaan.

#### 4.2.1 Valmistelu ja toteutus

Kysely aloitettiin pohtimalla kysymyksiä, jotka haluttiin esittää mahdollisimman selkeästi ja ilman johdattelua. Kysymyksiä muokattiin alkuun paljon ja toimeksiantajan kanssa pidettiin yhteyttä, jotta kyselystä olisi mahdollisimman paljon hyötyä myös heille.

Kysely testattiin alkuun noin 10 henkilöllä, jotka edustivat eri ikäryhmiä ja taustaisia ihmisiä. Testaajilta kysyttiin kysymysten muotoilusta ja oliko jotkin kysymyksistä vaikeasti ymmärrettäviä. Myös vapaasti sai kertoa mielipiteen kyselystä, erityisiä korjausehdotuksia ei tullut ja kysely vaikutti vastaajien mielestä selkeältä.

Kysely jaettiin sosiaalisen median ryhmissä Facebookissa, Instagramissa ja LinkedInissä. Facebookissa kysely jaettiin neljässä eri ryhmässä: sentinvenyttäjät ja säästäjät, Turun seudun mamit, Turun seudun puskaradio ja Moision ja Ylimaarian ilmoitustaulu -ryhmissä. Ryhmät valikoituvat sen perusteella missä allekirjoittanut oli jo valmiina, ja missä on aktiivista toimintaa. Lisäksi kysely jaettiin allekirjoittaneen henkilökohtaisessa Instagram ja LinkedIn -tileillä, sekä eri WhatsApp ja Teams -ryhmissä. Kysely myös jaettiin @telaketju\_poistotekstiili Instagram -tilillä.

## 5 Tulokset

Kysely toteutettiin aikana 16.2.-1.3.2024 välisenä aikana. Eniten vastauksia kuitenkin saatiin ensimmäisen kolmen päivän aikana. Kyselyyn vastasi kaiken kaikkiaan 1090 ihmistä.

Tulokset analysoitiin Formsien luomien kaavioiden, sekä Excelin Pivot - taulukoinnin avulla. Kyselyssä oli kolme osiota, joiden avulla pyrittiin saamaan selkeä kuva kokonaisvaltaisesti. Seuraavissa kappaleissa esitellään tuloksia suoraan osioiden avulla tarkemmin jokaista kysymystä.

### 5.1 Uudelleenkäytön erilaiset kanavat ja niiden käyttö

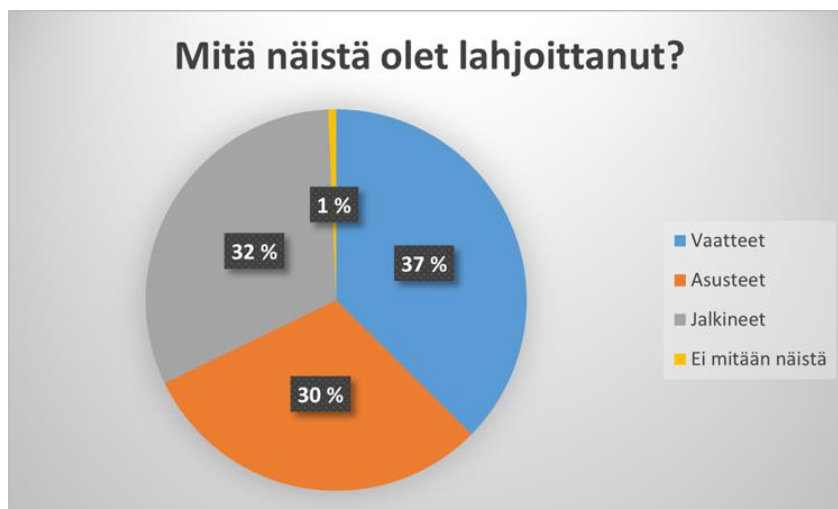
Ensimmäisessä osiossa vastaajia pyydettiin pohtimaan, mitä he ovat myyneet, lahjoittaneet tai ostaneet käytettynä. Vaihtoehtoina olivat vaatteet, jalkineet ja asusteet. Ensimmäisessä osassa myös kysyttiin, mitä erilaisia uudelleenkäyttökanavia vastaaja on käyttänyt ja kuinka usein.

Alkuun kysyttiin mitä vastaaja on myynyt, vaihtoehtoista eniten myytiin vaatteita, toisena asusteita ja kolmantena jalkineita. (Kuva 1.) Kysymyksessä oli mahdollista vastata useampaa vaihtoehtoa, ja moni vastaajista olikin valinnut useamman vaihtoehdon. Ei mitään näistä -vastausvaihtoehtoa oli myös vastannut 5 prosenttia vastaajista.



Kuva 1 Vaatteet, asusteet ja jalkineet myynti

Seuraavana kysymyksenä kysyttiin sama kysymys lahjoittamisesta, tässä vastaukset painottuivat hyvin samalla tavalla kuin myynnin kohdalla. (Kuva 2.) Eniten lahjoitettiin vaatteita, toisena jalkineita ja kolmantena asusteita. Ei mitään näistä -vaihtoehtoa vastattiin vielä vähemmän kuin aiemmassa myyntiin liittyvässä kysymyksessä, vastaajia oli vain 1 prosenttia. Eli vastaajista lähes kaikki olivat jotakin vaihtoehtoista lahjoittanut.



Kuva 2 Vaatteet, asusteet ja jalkineet lahjoitus

Seuraavana kysyttiin, mitä vastaajat ovat ostaneet käytettynä, tässä myös vastaukset olivat jakautuneet hyvin samanlaisesti kuin aiemmissa kohdissa.

(Kuva 3.) Eniten oli ostettu vaatteita, asusteita toiseksi eniten ja jalkineita kolmanneksi eniten. Ei mitään näistä -vaihtoehtoon oli vastaajista vastannut 3 prosenttia eli myös käytettynä on lähes jokainen vastaaja jotakin vaihtoehtoista ostanut.



Kuva 3 Vaatteet, asusteet ja jalkineet osto

Neljäntenä kysyttiin vielä mitä vastaaja on saanut lahjoitettuna. (Kuva 4.) Vaatteita vastaajat olivat saaneet vaihtoehtoista eniten, toiseksi eniten asusteita ja kolmanneksi jalkineita. Vastaajista 8 prosenttia vastasi, ettei ole mitään näistä saanut lahjoitettuna.



Kuva 4 Vaatteet, asusteet ja jalkineet saaminen lahjoitettuna

Kyselyssä kartoitettiin uudelleenkäyttöön liittyvien kanavien käyttöä. Kyselyssä kysyttiin, mitä palveluita vastaajat ovat käyttäneet tuotteiden myyntiin, lahjoitukseen ja ostamiseen. Vaihtoehtoja olivat: Facebookin Marketplace, Tori.fi tai muu vastaava, nettikirpputorit, lahjoitus, kivijalkakirpputorit, brändien second hand -palvelut, perheen tai ystävien kesken lahjoitus ja myynti sekä viimeisenä vaihtoehtona ei mikään näistä -vaihtoehto. Tähän kysymykseen oli mahdollista vastata useampi vaihtoehto.

Selkeästi eniten vastaajat myyvät ja lahjoittavat ystävien tai perheen kesken, sekä lahjoittavat hyväntekeväisyysjärjestöille, myös Facebookin Marketplace, Tori.fi ja muut vastaavat olivat suosittuja. (Kuva 5.) Vähiten käytettiin brändien omia second hand -palveluita ja myös nettikirpputori-vaihtoehtoon vastauksia tuli vain alle 200 eli noin 18 prosenttia vastaajista. Suurin osa vastaajista oli käyttänyt myymiseen tai lahjoittamiseen kuitenkin jotakin näistä palveluista, sillä en mitään näistä -vaihtoehtoon tuli vain muutamia vastauksia.



Kuva 5 Vaatteiden, asusteiden ja jalkineiden myynti- ja lahjoituskanavat

Ostamiseen vastaavasti käytettiin eniten kivijalkakirpputoreja, ystävien ja perheen kesken lahjoitusta ja myyntiä ja Facebookin Marketplacea, Tori.fi tai muuta vastaavaa. (Kuva 6.) Vähiten käytettiin ostamiseenkin brändien second hand -palveluita ja nettikirpputoria. Nettikirpputoria käytettiin ostamiseen

kuitenkin enemmän kuin myyntiin tai lahjoitukseen. Vastaajista yli 50 vastasi, ettei käytä mitään näistä palveluista ostamiseen.



Kuva 6 Vaatteiden, asusteiden ja jalkineiden ostokanavat

Seuraavaksi kysyttiin kuinka usein he arvioivat käyttävänsä näitä palveluita tuotteiden myyntiin ja lahjoitukseen. (Kuva 7.) Vastausvaihtoehdot olivat noin kerran kuussa tai useammin, noin 4–6 kertaa vuodessa, noin 1–2 kertaa vuodessa ja harvemmin tai ei ollenkaan.

40 prosenttia vastaajista kertoi käyttävänsä palveluita 1–2 kertaa vuodessa ja 35 prosenttia 4–6 kertaa vuodessa. Vastaajista 16 prosenttia käytti palveluita kerran kuussa tai useammin, ja 9 prosenttia harvemmin tai ei ollenkaan.



Kuva 7 Kuinka usein vastaaja käyttänyt näitä palveluita tuotteiden myymiseen tai lahjoittamiseen

Sama kysymys esitettiin jälleen myös ostamisen kannalta. (Kuva 8.)

Vastausvaihtoehdot olivat samat kuin edellisessäkin kohdassa. Ostamiseen käytetään palveluita useammin kuin myymiseen tai lahjoittamiseen. 36 prosenttia vastaajista käyttää palveluita 4–6 kertaa vuodessa ja 28 prosenttia kerran kuussa tai useammin. Noin 1–2 kertaa vuodessa palveluita käyttää 22 prosenttia vastaajista, ja 14 prosenttia harvemmin tai ei ollenkaan.



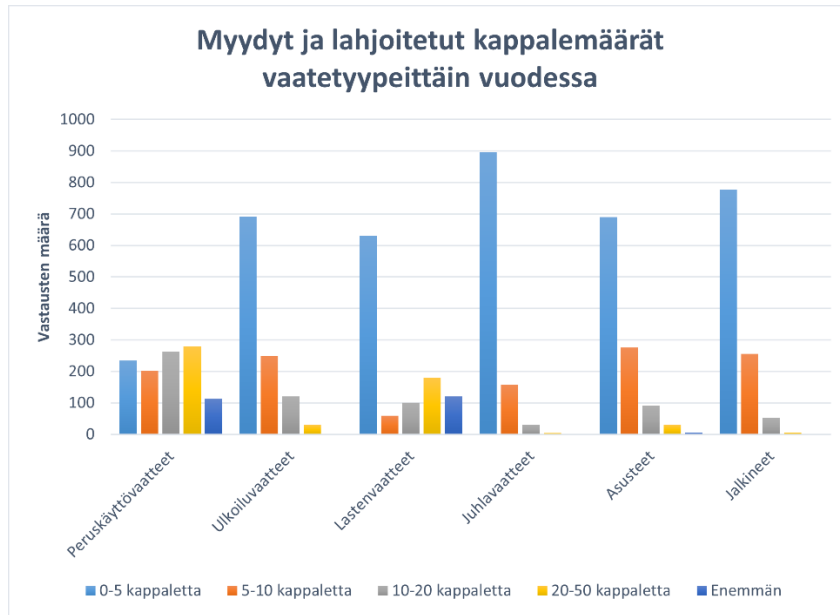
Kuva 8 Kuinka usein vastaaja käyttänyt näitä palveluita tuotteiden ostamiseen

## 5.2 Vaatteiden tyypit ja määrät

Toisessa osiossa vastaajia pyydettiin pohtimaan kysymyksiä vaatemääriin ja vaatteiden tyyppeihin liittyen. Vastaajien tuli pohtia millaisia vaatemääriä he ovat viimeisen vuoden aikana ostaneet, myyneet ja lahjoittaneet käytettynä. Tämä sama kysymys esitettiin jokaisesta eri vaatetyypistä, jotka olivat: peruskäyttövaatteet, ulkoiluvaatteet, lastenvaatteet, juhlavaatteet, asusteet ja jalkineet. Vastausvaihtoehtoina olivat 0–5 kappaletta, 5–10 kappaletta, 10–20 kappaletta, 20–50 kappaletta ja enemmän.

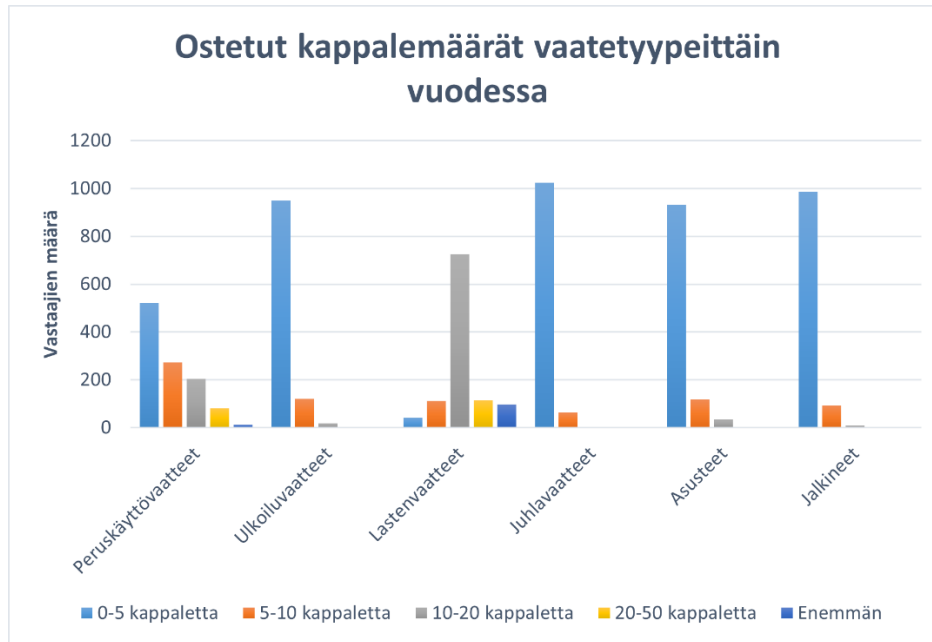
Ensin tarkastelussa ovat myydyt ja lahjoitetut vaatemäärät eri tyypeittäin (Kuva 9). Kuvassa vasemmalla akselilla näkyy vastausten määrät kuhunkin vaihtoehtoon, ja ala-akselilla vaatetyypit. Peruskäyttövaatteissa vastaajat ovat vastanneet hyvin tasaisesti jokaiseen vastausvaihtoehtoon, poisluettuna vastausvaihtoehto enemmän. Muissa vaatetyypeissä 0–5 kappaletta vastausvaihtoehtoa on vastattu eniten, joka oli myös odotettavissa. Harvemmin käytössä olevat vaatteet, kuten ulkoilu- tai juhlavaatteet kiertävät vähemmän ja niitä myös myydään ja lahjoitetaan vähemmän kuin peruskäyttövaatteita. Juhlavaatekategoriaan pienemmän mahdollisen vastausvaihtoehdon eli 0–5 kappaletta oli vastannut lähes 900 vastaajista. Samoin myös lastenvaatteet, asusteet ja kengät kiertävät kuluttajien keskuudessa määrällisesti vähemmän.





Kuva 9 Myytyt ja lahjoitetut kappalemäärät vaatetyypeittäin vuodessa

Seuraavana tarkastelussa ovat ostetut kappalemäärät vaatetyypeittäin (Kuva 10). Kuvassa vasemmalla akselilla näkyy vastaajien määrä ja ala-akselilla näkyy vaatetyypeittäin vastaukset. Tässä kaaviossa eniten ostettuja kappalemäärällisesti ovat lastenvaatteet, hieman yli 700 vastaajista on vastannut kappalemääräksi 10–20 kappaletta vuodessa. Muissa vaatetyypeissä suurin osa vastaajista ovat vastanneet kappalemääräksi 0–5. Juhlavaate-, asusteet- ja jalkineet kategoriassa ei ole yhtään vastauksia osassa vastausvaihtoehdoissa eli niitä ostetaan määrällisesti vähän käytettynä.



Kuva 10 Ostetut kappalemäärät vaatetyypeittäin vuodessa

Näitä kahta kaaviota verrattaessa (Kuva 9 & Kuva 10) huomataan, että myyminen ja lahjoittaminen ovat suuremmassa suosiossa kuin käytetyn ostaminen. Jalkineita, asusteita, ja juhlavaatteita ei juurikaan osteta käytettynä tai ostetaan vain muutamia kappaletta vuodessa korkeintaan.

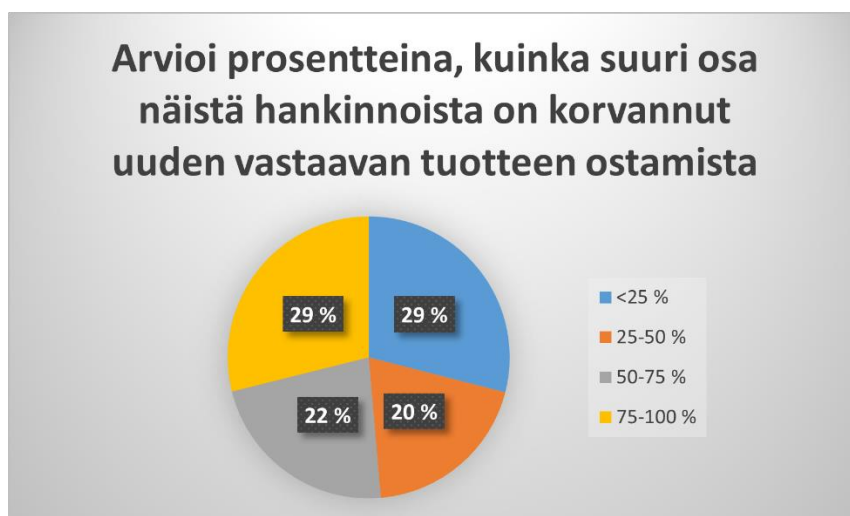
Toisessa kategoriassa kysyttiin myös itselle käyttökelvottomien vaatteiden, jalkineiden ja asusteiden loppusijoituspaikkaa, jos ne eivät mene kaupaksi ja kuinka paljon käytetyn ostaminen vähentää uuden ostamista. Itselle käyttökelvottomien tuotteiden vastausvaihtoehdot olivat: lahjoitan hyväntekeväisyyteen, vien sekajätteeseen, vien poistotekstiilikeräykseen ja yritän käyttää ne uudelleen esim. rätteinä. Vastaajia pyydettiin miettimään ensisijaista vaihtoehtoa näistä vaihtoehdoista. Vastaajista 66 prosenttia lahjoittaisi tuotteet hyväntekeväisyyteen, 18 prosenttia veisi poistotekstiilikeräykseen, 10 prosenttia käyttäisi ne uudelleen muussa tarkoituksessa ja 6 prosenttia veisi sekajätteeseen. (Kuva 11.) Tässä kysymyksessä oli myös mahdollista vastata muu -vaihtoehdon, jos koki, ettei mikään näistä sopinut. Muu-vaihtoehdossa vastattiin samoja asioita kuin annetuissa vaihtoehdoissa, mutta vastaaja ei osannut valita ensisijaista, vaan

halusi selventää, missä tilanteessa mihinkin tuotteet sijoittaisivat. Osa vastasi myös, että pyrkii saamaan ne lähipiirissä jollekin ennen kuin sijoittaa ne muualle.



Kuva 11 Itselle käyttökeltvottomien vaatteiden, asusteiden ja jalkineiden loppusijoitus

Viimeisenä vastaajia pyydettiin arvioimaan prosentteina, kuinka suuri osa käytettynä hankituista tuotteista on korvannut uuden vastaavan tuotteen ostamista. Vastausvaihtoehdot olivat <25 prosenttia, 25–50 prosenttia, 50–75 prosenttia 75–100 prosenttia. Tässä vastauksia tuli jokaiseen vaihtoehtoon lähes yhtä paljon. (Kuva 12.)



Kuva 12 Käytettyjen hankintojen korvaaminen uudella prosentuaalisesti

### 5.3 Vastaajien perustiedot ja niiden vertailu saatuihin vastauksiin

Vastaajilta kysyttiin kyselyn lopussa vielä muutamia perustietoja. Perustiedoiksi valikoitiin ikä, sukupuoli, maakunta, kotitaloustyyppi ja ylin koulutusaste.

Vastaajista valtaosa oli naisia, yhteensä 96 prosenttia kaikista vastaajista.

Vastaajien keski-ikä oli 43 vuotta, ikä -kysymys oli avoimena kysymyksenä ja siihen toivottiin kerrottavan iän numeroina. Analysoidessa iät jaettiin kuuteen ikäluokkaan. Eniten vastanneita oli ikäluokassa 36–45 ja 26–35.

Maakunnan sai valita vetolaatikosta, vastanneista lähes 40 prosenttia oli Varsinais-Suomesta. Ja yli 15 prosenttia vastaajista oli Uudeltamaalta, hieman alle 10 prosenttia Pirkanmaalta ja hieman yli viisi prosenttia oli Pohjois-Pohjanmaalta. Muita maakuntia oli alle 5 prosenttia tai ei ollenkaan.

Kotitaloustyyppejä olivat lapsiperhe, pariskunta, yhden hengen talous ja muu -vaihtoehto. 50 prosenttia vastaajista oli lapsiperheitä, 29 prosenttia pariskuntia ja 19 prosenttia oli yhden hengen talouksia. Muu vaihtoehtoon vastasi 2 prosenttia vastaajista. Viimeisenä perustietona kysyttiin vielä vastaajien ylintä koulutusastetta, 63 prosentilla vastaajista oli ylempi tutkinto, 35 prosentilla oli toisen asteen koulutus ja 2 prosentilla perus- tai kansakoulu.

Perustietoja vertailtiin myös muutamiin kysymyksiin, ja katsottiin, onko näissä jotakin yhteneväisyyksiä tai eroavaisuuksia. Vertailtaviksi muuttujiksi valikoitui ikä, kotitaloustyyppi ja koulutusaste. Sukupuolta ei otettu, sillä kyselyyn vastanneet olivat lähes kaikki samaa sukupuolta.

Vastaajien ikää verrattiin siihen, kuinka usein käyttää uudelleenkäyttöpalveluita. Kaaviossa vasemmassa reunassa iät ovat ikäluokittain. (Kuva 13.) Ensin näitä verrattiin myynnin ja lahjoituksen osalta. Nuorimmat ikäluokat olivat vastanneet eniten käyttävänsä palveluita 1–2 kertaa vuodessa, sekä myös kyselyyn vastanneista vanhimmat ikäluokat. Vastanneista, jotka kuuluvat ikäluokkaan 36–45 olivat selkeästi vastanneet eniten käyttävänsä palveluista 4–6 kertaa vuodessa.



Kuva 13 Kuinka usein vastaaja käyttää palveluita myymiseen ja lahjoittamiseen ikäluokittain

Seuraavaksi tutkittiin asiaa ostamisen osalta, eli kuinka usein käyttää palveluita ostamiseen ikäluokittain. (Kuva 14.) Ostamiseen palveluita käytetään useammin jokaisessa ikäluokassa kuin myymiseen tai lahjoitukseen. Lähes jokaisessa ikäluokassa palveluita käytetään eniten 4–6 kertaa vuodessa. Nuorin ikäluokka käyttää vieläkin useammin kerran kuussa tai useammin, ja vanhin ikäluokka taas 1–2 kertaa vuodessa.



Kuva 14 Kuinka usein vastaaja käyttää palveluita ostamiseen ikäluokittain

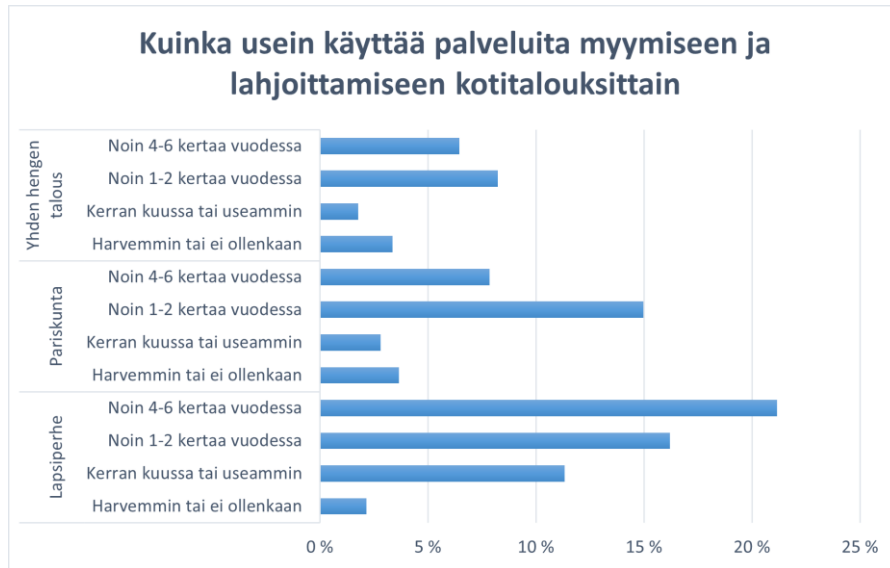
Ikäluokkien vastauksia verrattiin myös kysymykseen, mihin ohjaa itselleen käyttökelpottomat vaatteet, asusteet ja jalkineet (kuva 15.) Jokaisesta ikäluokasta vastattiin eniten, että lahjoittaa tuotteet hyväntekeväisyyteen ensisijaisesti. Vastausvaihtoehto, että veisi tuotteet poistotekstiilikeräykseen oli toiseksi suosituin vastausvaihtoehto jokaisessa ikäluokassa. Sama toistui myös muiden vaihtoehtojen kanssa. Eli tässä ei ollut eroavaisuuksia ikäluokasta riippumatta.



Kuva 15 Itselle käyttökeltottomien vaatteiden, asusteiden ja jalkineiden loppusijoitus ikäluokittain

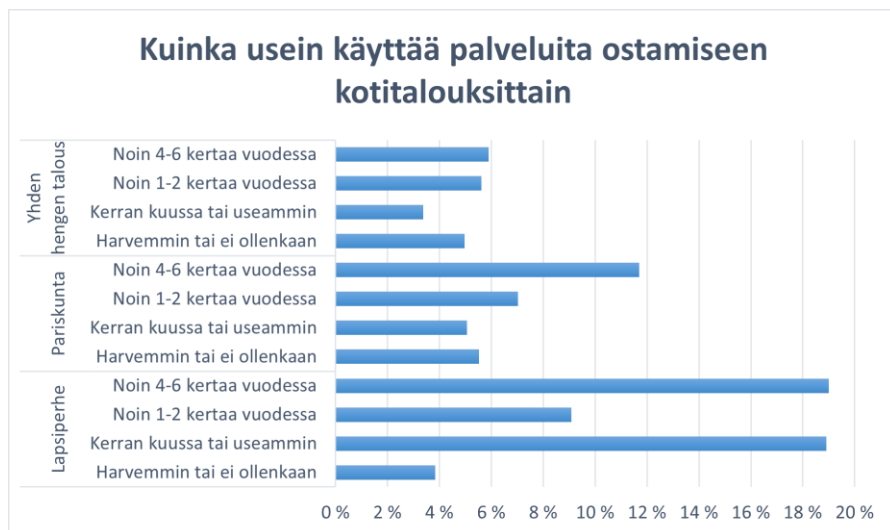
Seuraavaksi verrattiin kotitaloustyyppiä, siihen kuinka usein käyttää palveluita myymiseen ja lahjoittamiseen. (Kuva 16.) Muu -vaihtoehtoon vastasi vain muutama vastaaja, joten se jätettiin vertailusta pois selkeyden vuoksi.

Lapsiperheet käyttävät palveluita eniten noin 4–6 kertaa vuodessa, pariskunnat ja yhden hengen taloudet eniten noin 1–2 kertaa vuodessa.



Kuva 16 Kuinka usein vastaaja käyttää palveluita myymiseen ja lahjoittamiseen kotitaloustyypeittäin

Ostamiseen palveluita käyttää selkeästi useimmiten lapsiperheet, suurin osa vastanneista käyttää palveluita joko 4–6 kertaa vuodessa tai kerran kuussa tai useammin. (Kuva 17.) Pariskunnista ja yhden hengen talouksista eniten oli vastannut käyttävänsä palveluita noin 4–6 kertaa vuodessa.



Kuva 17 Kuinka usein vastaaja käyttää palveluita ostamiseen kotitalouksittain



Eli kotitaloutta verrattaessa palveluiden käyttöön vuoden aikana, pariskunnan ja yhden hengen talouksien vastauksissa ei juuri ollut eroavaisuuksia.

Lapsiperheet taas käyttävät palveluita paljon useammin vuoden aikana, etenkin ostamiseen.

Koulutuksittain verrattiin vastauksia kysymykseen, mihin vie käyttökelpoiset tekstiilit, jotka eivät mene kaupaksi. (Kuva 18.) Näiden vertailussa, ei kuitenkaan ollut eroa koulutuksittain. Ainoa ero oli, että peruskoulun tai kansakoulun käyneistä ei yksikään vastannut vievänsä tekstiilit sekajätteeseen. Tämän vuoksi tätä vaihtoehtoa ei kaaviossa ole tämän koulutusasteen kohdalla.



Kuva 18 Itselle käyttökeltottomien tekstiilien loppusijoitus koulutuksittain

## 6 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli saada selville, millaista tekstiilien uudelleenkäyttö on Suomessa. Haluttiin selvittää, mitä reittejä tekstiilit liikkuvat kuluttajalta kuluttajalle ja onko eri vaatetyypeillä eroa, sekä onko myynnillä, lahjoittamisella tai ostamisella eroja. Opinnäytetyön tuloksia käytetään jätedirektiivin uudistuksen ja siitä seuraavan kansallisen lainsäädännön muutoksen vaikutusten arviointiin.

Kyselyssä yllättäviä tuloksia ei noussut, vaan tulokset tukivat pitkälti jo muissa tutkimuksissa saatuja tietoja. Vaatteet nousivat kyselyssä eniten myydyksi, lahjoitetuksi ja ostetuksi verrattuna jalkineisiin ja asusteisiin. Kyselyssä myös huomattiin, että vastaajista jokainen oli lahjoittanut joko vaatteita, jalkineita tai asusteita ja käyttänyt jotakin uudelleenkäyttökanaavaa. Tämä kertoo, että lähes jokaiselle tekstiilien uudelleenkäyttö on ainakin jollakin tavalla osa elämää. Näiden palveluiden tukeminen ja helpottaminen ovat siis tärkeitä myös tulevaisuudessa, jotta uudelleenkäyttö pysyy vähintäänkin samalla tasolla tai jopa lisääntyy.

Kyselyn perusteella huomasi, että vaatteiden myyminen ja lahjoitus on monelle tuttua mutta käytetyn ostaminen tai lahjoituksena saaminen on hieman vähemmän suosittua. Tämä sama asia oli huomattavissa useammassa kyselyn kysymyksessä. Kyselyssä kysyttiin eri vaatetyyppien ostamista ja myymistä, sekä lahjoitusta vuoden aikana. Tässä huomattiin, että myyminen ja ostaminen ovat epätasapainossa. Myymis- ja lahjoituskysymyksissä vastauksia tuli lähes jokaiseen kappalemääräkategoriaan jokaisessa vaatetyypissä, mutta ostamisesta kysyttäessä vastauksia ei tullut osassa kategoriassa yhtäkään. Suurin osa vastaajista siis oli vastannut vaihtoehdon 0–5 kappaletta. Tämä sisältää siis myös vastaajat, jotka eivät osta yhtäkään kappaletta vuoden aikana. Myyminen ja lahjoittaminen ovat siis suuremmissa suosiossa kuin käytetyn ostaminen. Ihanteellisessa tilanteessa nämä olisivat tasapainossa, mutta tällä hetkellä kyselyn tuloksista päätellen tuotteita myydään ja lahjoitetaan paljon suurempia määriä kuin olisi tuotteille ostajia.

Hyväntekeväisyyslahjoitukset olivat monella suosituin tapa laittaa vaatteet eteenpäin. Yli puolet vastaajista kertoi vievänsä itselle käyttökelvottomat vaatteet hyväntekeväisyyteen, jos niitä ei saa myytyä. Vuoden 2019 tekstiilivirtaselvityksissä kerrottiin, että hyväntekeväisyysjärjestöjen vaatemäärät nousevat joka vuosi (Dahlbo ym. 2019). Tähän syynä voi olla hyväntekeväisyysjärjestöjen saavutettavuus, joka nähtiin yhtenä esteenä muiden uudelleenkäyttöpalveluiden kehittymiselle (Arnould ym. 2023, 21). Lahjoittaminen on tehty helpoksi kuluttajille. Lahjoittaa voi itselle tarpeettomat tekstiilit ja jättöpisteitä löytyy ympäri kaupunkia helposti kaikkien saatavilla.

Kyselyn perusteella kiinnostavaa oli, että vaikka myynti ja lahjoitus ovat kappalemäärissä yleisempää kuin ostaminen, silti ostamiseen käytetään palveluita vuoden aikana useammin kuin myymiseen ja lahjoittamiseen. Kuluttajat siis todennäköisesti vievät kerralla suuren määrän tavaraa lahjoitukseen ja myyntiin, kun esimerkiksi tekevät kevätsiivouksen kotona. Ostamista tehdään taas tiputellen pitkin vuotta, ja osa ostetuista vaatteista saattavat olla myös heräteostoksia.

Suurin osa kyselyn vastaajista kertoi käyttävänsä uudelleenkäyttöpalveluita ostamiseen 4–6 kertaa vuodessa tai jopa kerran kuussa tai useammin. Uudelleenkäyttöreiteistä eniten vaatteita kiertää perheen ja ystävien kesken, toiseksi eniten niitä viedään lahjoitukseen tai ostetaan kivijalkakirpputoreilta.

Kyselyn tuloksia verrattiin myös kyselyyn vastanneiden perustietoihin eli ikään, kotitaloustyyppiin ja ylimpään koulutusasteeseen. Vertailussa ei noussut mitään selkeitä suuria eroja, mutta muutamia huomioita kuitenkin nousi. Myyntiin ja lahjoittamiseen palveluita käyttävät useinten 36–45-vuotiaat, ja ostamiseen taas kyselyn nuorimmat ikäluokat. Nuorimmat ikäluokat käyttävät palveluita jopa kuukausittain tai vielä useammin ostamiseen. Kotitaloustyyppinä vertaillessa eniten palveluita käyttävät lapsiperheet, ero oli selkein ostamisen kohdalla. Lapsiperheet käyttävät palveluita ostamiseen 4–6 kertaa vuodessa tai jopa 1–2 kertaa vuodessa.

Kyselyn perusteella voisi sanoa, että tekstiilien uudelleenkäytössä kuluttajia ajaa helppous. Kun kuluttajan pitää päästä eroon tarpeettomista tekstiileistä, ne mieluiten annetaan hyväntekeväisyyteen tai ystäville ja perheelle. Nämä ovat muihin, kuten tavallisella tai nettikirpputorilla myymiseen, verrattuna helpompia tapoja. Uusia vaatteita ostaessa kuluttaja helposti lähtee kivijalkakirpputorille tai ottaa vastaan perheeltä ja ystäviltä heille tarpeettomia vaatteita. Tässäkin avainsana on helppous. Uudelleenkäyttöä siis voisi lisätä parhaiten tuomalla palvelut kuluttajille helpoiksi, kuten kauppoihin tai kauppakeskuksiin. Syy miksi esimerkiksi harvemmin käytettyjä vaatetyyppejä, kuten juhlavaatteita ei osteta, on niiden saatavuuden rajallisuus/haastavuus. On vaikea tietää mihin liikkeeseen menee, jotta löytää itseään miellyttävän ja vielä oikeaa kokoa olevan juhlavaatteen. Helpompaa on mennä perinteiseen kauppaan, josta tietää löytävänsä hakemansa.

Uudelleenkäyttö on koko ajan suosiotaan nostava kulutusmuoto, ja siinä onkin monta positiivista puolta. Sen avulla säästetään luonnonvaroja ja materiaalista saadaan sen koko potentiaalinen hyöty irti käyttämällä sitä mahdollisimman kauan juuri sen alkuperäisessä muodossa. Uudelleenkäyttöä tulisi tukea ja helpottaa mahdollisuuksien mukaan tulevaisuudessa, parhaiten sen voi toteuttaa palveluiden helpottamisella ja saatavuuden parantamisella. Kuluttajien osuus uudelleenkäytön lisääntymiseen on avainasemassa. Lisäämällä tietoisuutta ja houkuttelemalla kuluttajia uudelleenkäyttöön, niin myymisen kuin ostamisen saralla, saadaan uudelleenkäytöstä koko hyöty irti.

Tutkimusmenetelmänä käytetty kysely onnistui pääosin hyvin ja kuten suunniteltiin, ja vastauksia kyselyyn saatiin toivottu määrä. Kysely sai kiinnostusta ja palaute kyselystä oli suurimmaksi osaksi positiivista. Aihetta pidettiin tärkeänä ja ajankohtaisena, ja kyselyn selkeys sai eniten positiivista palautetta. Osassa kyselyä vastausvaihtoehdoissa oli puutteita, joita ei huomattu kyselyä laatiessa. Nämä kuitenkin eivät muuta huomattavasti kyselystä saatuja kokonaistuloksia. Kuten myös muissa vastaavissa kyselyissä, myös tähän kyselyyn vastasi aiheesta kiinnostuneita ja todennäköisesti aiheesta varsin perillä olevia vastaajia. Tämä tuleekin ottaa huomioon kyselyn

tuloksia tarkastellessa. Kyselyn ja tutkimuksen haasteena oli tehdä kattava, mutta yksinkertainen ja helposti vastattava kyselypohja. Kysymykset tuli muotoilla tarkkaan, niin että kysely olisi lähtötiedoista huolimatta kaikille ymmärrettävä ja selkeä. Kysymykset mietittiin tarkkaan ja joukosta karsittiin kysymykset, jotka eivät olisi tuoneet tutkimukselle oleellista tietoa. Kaiken kaikkiaan kyselyn tulokset antavat suunnan ja hyvät raamit jatkotutkimukselle, kysely voidaan toteuttaa uudelleen ja ottaa huomioon kyselyn mahdolliset puutteet tai toteuttaa kysely esimerkiksi eri kohderyhmälle.

## Lähteet

Aalto, K. 2014. Kuluttajien halukkuus ja toimintatavat tekstiilien kierrätyksessä. Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuksia ja selvityksiä 12/2014. Viitattu 26.4.2024. <https://helda.helsinki.fi/items/423a8f93-04e5-44ed-b13d-bd8191166440>

Anckar, R. & Holmberg, E. 2023. Vaateteollisuuden vihreä siirtymä mahdollistaa uusien työpaikkojen syntymistä. Viitattu 26.4.2024. <https://esignals.fi/kategoria/liiketoiminta/kiertotalous-ja-vihrea-siirtyma/vaateteollisuuden-vihrea-siirtyma-mahdollistaa-uusien-tyopaikkojen-syntymista/#282d5a66>

Arnould, E.; Berg, A.; Frisk, M.; Heiskanen, E.; Korsunova, A.; Kuure, S.; Laakso, S.; Lammi, M.; Matschoss, K.; Mykkänen, J.; Myllärniemi, J.; Posti, M.; Repo, P.; Rinkinen, J.; Råberg, M.; Shove, E. & Uusitalo, O. 2023. Kuluttajat kiertotaloudessa. Ympäristöministeriön julkaisuja 2023:5. Ympäristöministeriö. Viitattu 26.4.2024. <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/164630>

Arponen, J.; Granskog, A.; Pantsar-Kallio, M.; Stuchtey, M.; Törmänen, A. & Vanthournout, H. 2014. Kiertotalouden mahdollisuudet Suomelle. Sitran selvityksiä 84. Viitattu 26.4.2024. <https://media.sitra.fi/2017/02/27174628/Selvityksia84-2.pdf>.

Circwaste. 2022. Uudelleenkäytössä piilee valtava potentiaali. Viitattu 14.3.2024 [https://www.circwaste.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Uutiset/Uudelleen kaytossa piilee valtava potenti\(64149\)](https://www.circwaste.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Uutiset/Uudelleen kaytossa piilee valtava potenti(64149))

Dahlbo, H.; Nurmi, P.; Pokela, O.; Oksanen, P.; Rautiainen, A.; Savolainen, H. & Virta, M. 2019. Tekstiilivirrat Suomessa 2019. Viitattu 26.4.2024. [https://www.turkuamk.fi/media/filer\\_public/f6/7c/f67cf87a-68c7-439b-af2e-c700d11918f5/tekstiilivirtaraportti\\_2021\\_tiivistelma\\_fi.pdf](https://www.turkuamk.fi/media/filer_public/f6/7c/f67cf87a-68c7-439b-af2e-c700d11918f5/tekstiilivirtaraportti_2021_tiivistelma_fi.pdf)

Gädda, E.; Heinänen, S.; Rastas, T.; Roman, L. & Vuorinen, M. 2023. Tekstiilialan digitaalinen tuotepassi. Viitattu 13.5.2024. <https://www.sitra.fi/app/uploads/2023/11/tekstiilialan-digitaalinen-tuotepassi-haltin-tuotepassipilotti.pdf>

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. 2024. Vihreä siirtymä. Viitattu 12.4.2024. <https://www.ely-keskus.fi/vihrea->

[siirtyma#:~:text=Vihre%C3%A4ll%C3%A4%20siirtym%C3%A4ll%C3%A4%20ta  
rkoitetaan%20muutosta%20kohti,ja%20luonnon%20monimuotoisuutta%20edist  
%C3%A4viin%20ratkaisuihin.](#)

European Commission. 2022. EU strategy for sustainable and circular textiles. Viitattu 10.5.2024. [https://environment.ec.europa.eu/publications/textiles-strategy\\_en](https://environment.ec.europa.eu/publications/textiles-strategy_en)

European Environment Agency 2020. Luonnon monimuotoisuus – ekosysteemit. Viitattu 17.5.2024. <https://www.eea.europa.eu/fi/themes/biodiversity/intro>

Heikkilä, T. 2014 Tilastollinen tutkimus. 9., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Jätelaki 17.6.2011/646 <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110646>

Karttunen, M. 2020. Kuusi faktaa kiertotaloudesta. Sitra. Viitattu 13.3.2024. <https://www.sitra.fi/artikkelit/kuusi-faktaa-kiertotaloudesta/>

Kiertotaloudesta kasvua. n.d. Kiertotalouden liiketoimintamallit. Viitattu 20.3.2024. <https://kiertotaloudestakasvua.fi/2-kiertotalouden-liiketoimintamallit/>

Kuluttajansuojalaki 20.1.1978/38 <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1978/19780038>

Mustankorkea. 2023. Tekstiileille tulossa tuottajavastuu. Viitattu 3.4.2024. <https://www.mustankorkea.fi/tekstiilien-tuottajavastuu/#:~:text=Mit%C3%A4%20se%20tarkoittaa%20ja%20onko,vaatteen%20ker%C3%A4%C3%A4misest%C3%A4%20ja%20kierr%C3%A4tyksen%20kustannuksista.>

Parkkinen, M. 2020. Suomalainen kuluttaa 13–18 kiloa tekstiilejä vuodessa – Tekstiilijäte globaali ongelma, jonka ratkaisu vaatii asennemuutosta. Apu - verkkolehti. Viitattu 14.3.2024. <https://www.apu.fi/artikkelit/tekstiilijate-suomalainen-kuluttaa-13-18-kiloa-vuodessa>

Salmenperä, H. 2023. Tekstiilien tuottajavastuu tulossa jätedirektiivin myötä – muutoksia tekstiilien parissa toimiville. Viitattu 3.4.2024.

<https://kiertotaloussuomi.fi/artikkelit/2023/10/23/tekstiilien-tuottajavastuutulossa-jatedirektiivin-myota-muutoksia-tekstiilien-parissa-toimiville/>

Sjöstedt, T. 2018. Mitä nämä käsitteet tarkoittavat? Viitattu 13.5.2024.

<https://www.sitra.fi/artikkelit/mita-nama-kasitteet-tarchoittavat/>

Suomen tekstiili & muoti n.d. Kiertotalouden termi tutuiksi. Viitattu 17.5.2024.

<https://www.stjm.fi/palvelut-ja-tietoa-yrityksille/tekstiilien-kiertotalous/kiertotalouden-termit-tutuiksi/>

Suomen ympäristökeskus (Syke). 2021. Suomen tekstiilivirtaselvitys: Tekstiilien kulutus Suomessa tasaista, poistotekstiilien määrät kasvussa. Viitattu

21.3.2024. <https://www.syke.fi/fi->

[FI/Ajankohtaista/Suomen tekstiilivirtaselvitys Tekstiilie\(60999\)](https://www.syke.fi/fi-)

Suomen ympäristökeskus (Syke). 2023. Uudelleenkäyttö. Ympäristö.fi -sivusto.

Viitattu 14.03.2024. <https://www.ymparisto.fi/fi/kestava-kierto-ja->

[biotalous/uudelleenkaytto](https://www.ymparisto.fi/fi/kestava-kierto-ja-)

Tieteen termipankki n.d. Arvoketju. Viitattu 13.5.2024.

<https://tieteentermipankki.fi/wiki/Taloustiede:arvoketju#:~:text=Selite%20Arvoketju%20on%20Harvardin%20yliopiston,%2D%2C%20valmistus%2D%20ja%20jakeluprosessi.>

Tori 2023. Vertaiskaupan ympäristövaikutus. Viitattu 20.3.2024.

<https://media.tori.fi/tori/vertaiskaupan-ymparistovaikutus/>

Työ- ja elinkeinoministeriö n.d. Tuotteiden ekologinen suunnittelu eli ecodesign.

Viitattu 13.5.2024. <https://tem.fi/tuotteiden-ekologinen-suunnittelu-eli-ecodesign>

Valtioneuvosto. 2022. EU:n kiertotalouspaketti: pitkäikäisempiä tuotteita, parempaa tuotesuunnittelua, pienempää ympäristökuormaa ja kestäviä

tekstiilejä. Tiedote. Viitattu 14.3.2024. <https://valtioneuvosto.fi/-/1410903/eu-n->

[kiertotalouspaketti-pitkaikaisempia-tuotteita-parempaa-tuotesuunnittelua-pienempaa-ymparistokuormaa-ja-kestavia-tekstiileja](https://valtioneuvosto.fi/-/1410903/eu-n-kiertotalouspaketti-pitkaikaisempia-tuotteita-parempaa-tuotesuunnittelua-pienempaa-ymparistokuormaa-ja-kestavia-tekstiileja)



WWF Suomi n.d. Opi lisää siitä, miten pikamuoti kuormittaa ympäristöä. Viitattu 17.5.2024. <https://wwf.fi/earthhour/ideat/opi-lisaa-siita-miten-pikamuoti-kuormittaa-ymparistoa/>

Ympäristöministeriö. n.d. Kansainvälinen yhteistyö ja EU-asiat-jätteet. Viitattu 12.4.2024. <https://ym.fi/eu-n-jatedirektiivit-ja-kansainvaliset-jatesopimukset>

# Kyselyn runko

## Kysely vaatteiden, jalkineiden ja asusteiden uudelleenkäytöstä

Olen 4. vuoden energia- ja ympäristötekniikan insinööriopiskelija. Teen tällä hetkellä loppuyötöni tekstiilien uudelleenkäyttöön liittyen ja kyselyn tulokset auttavat minua työssäni. Kyselyn tavoitteena on saada käsitys kuinka paljon vaatteet, kengät ja asusteet kiertävät kuluttajien keskuudessa. Ja kuinka paljon kuluttajat käyttävät erilaisia uudelleenkäytön kanavia. Opinnäytetyön toimeksiantajana Ympäristöministeriö.

Kyselyyn vastaaminen kestää noin 10 minuuttia. Kyselyyn vastataan anonyymisti.

Kiitos vaivannäöstänne!

\* Pakollinen

### Erilaiset uudelleenkäyttökanaavat

Ensimmäisessä osassa pyydän sinua pohtimaan mitä olet myynyt, lahjoittanut ja ostanut käytettynä. Ja mitä erilaisia uudelleenkäyttökanoita olet käyttänyt ja kuinka usein.

1. Mitä näistä olet **myynyt**? (voit valita useamman vaihtoehdon) \*

- Vaatteita
- Jalkineita
- Asusteita
- En mitään näistä

2. Mitä näistä olet **lahjoittanut**? (voit valita useamman vaihtoehdon) \*

- Vaatteita
- Jalkineita
- Asusteita
- En mitään näistä

3. Mitä näistä olet **ostanut** käytettynä? (voit valita useamman vaihtoehdon) \*

- Vaatteita
- Jalkineita
- Asusteita
- En mitään näistä

4. Mitä näistä olet **saanut lahjoitettuna**? (voit valita useamman vaihtoehdon) \*

- Vaatteita
- Jalkineita
- Asusteita
- En mitään näistä

5. Mitä näistä olet käyttänyt vaatteiden, jalkineiden tai asusteiden **myymiseen/lahjoittamiseen**? (voit valita useamman vaihtoehdon) \*

- Facebookin Marketplace, [Tori.fi](#) tai muu vastaava
- Nettikirpputorit (esim. Vinted, Zadaa, Vähänkäytetty.fi, Emmy)
- Lahjoitus (esim. SPR Kontti, Pelastusarmeija, UFF)
- Kivijalkakirpputori, jossa omistaja ottaa tuotteet myyntiin
- Kivijalkakirpputori, jossa olet itse myyjänä
- Brändien second hand -palvelut (esim. Reima Rescue, Partioaitan Second hand -palvelu, Kaiko 2nd Hand -palvelu)
- Perheen tai ystävien kesken lahjoitus/myynti
- En mitään näistä

6. Mitä näistä olet käyttänyt vaatteiden, jalkineiden tai asusteiden **ostamiseen**? (voit valita useamman vaihtoehdon) \*

- Facebookin Marketplace, [Tori.fi](https://www.tori.fi) tai muu vastaava
- Nettikirpputorit (esim. Vinted, Zadaa, Vähänkätetty.fi, Emmy)
- Lahjoitus (esim. SPR Kontti, Pelastusarmeija, UFF)
- Kivijalkakirpputorit
- Brändien second hand -palvelut (esim. Reima Rescue, Partioaitan Second hand -palvelu, Kaiko 2nd Hand -palvelu)
- Perheen tai ystävien kesken lahjoitus/myynti
- En mitään näistä

7. Kuinka usein olet käyttänyt näitä edellä mainittuja uudelleenkäyttökanavia vaatteiden, jalkineiden tai asusteiden **myymiseen tai lahjoittamiseen viimeisen vuoden aikana**? \*

- Kerran kuussa tai useammin
- Noin 4-6 kertaa vuodessa
- Noin 1-2 kertaa vuodessa
- Harvemmin tai ei ollenkaan

8. Kuinka usein olet käyttänyt näitä edellä mainittuja uudelleenkäyttökanavia vaatteiden, jalkineiden tai asusteiden **ostamiseen viimeisen vuoden aikana**? \*

- Kerran kuussa tai useammin
- Noin 4-6 kertaa vuodessa
- Noin 1-2 kertaa vuodessa
- Harvemmin tai ei ollenkaan

### Vaatteiden määrät ja tyypit

Seuraavassa pyydän sinua pohtimaan kysymyksiä liittyen vaatteiden määriin ja tyyppeihin. Sama kysymys on kysytty useammasta eri vaatetyypistä, joten ole tarkkana mitä tyyppiä kysytään. Vaatetyypit ovat peruskäyttövaatteet, ulkoiluvaatteet, lastenvaatteet, juhlavaatteet, asusteet ja jalkineet. Huomaa myös, että ensimmäisenä kysytään myymisestä ja lahjoittamisesta, ja myöhemmin samat kysymykset käytetyn ostamisesta.

9. Arvioi, kuinka monta kappaletta peruskäyttövaatteita olet **myynyt tai lahjoittanut viimeisen vuoden aikana** \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

10. Arvioi, kuinka monta kappaletta ulkoiluvaatteita olet **myynyt tai lahjoittanut viimeisen vuoden aikana** \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

11. Arvioi, kuinka monta kappaletta lastenvaatteita olet **myynyt tai lahjoittanut viimeisen vuoden aikana** \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

12. Arvioi, kuinka monta kappaletta juhla-vaatteita olet **myynyt tai lahjoittanut viimeisen vuoden aikana** \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

13. Arvioi, kuinka monta kappaletta asusteita olet **myynyt tai lahjoittanut viimeisen vuoden aikana** ? \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

14. Arvioi, kuinka monta kappaletta jalkineita olet **myynyt tai lahjoittanut viimeisen vuoden aikana** \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

15. Jos itselleni käyttökeltottomat vaatteet, asusteet ja jalkineet eivät mene kaupaksi (valitse ensisijainen vaihtoehto) \*

- Vien ne sekajätteeseen
- Lahjoitan hyväntekeväisyyteen
- Vien poistotekstiilikeräykseen
- Yritän käyttää uudelleen ne, esim. rätteinä
- Muu

16. Arvioi, kuinka monta kappaletta peruskäyttövaatteita olet **ostanut viimeisen vuoden aikana** käytettynä \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

17. Arvioi, kuinka monta kappaletta ulkoiluvaatteita olet **ostanut viimeisen vuoden aikana** käytettynä \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

18. Arvioi, kuinka monta kappaletta lastenvaatteita olet **ostanut viimeisen vuoden aikana** käytettynä \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

19. Arvioi, kuinka monta kappaletta juhla-vaatteita olet **ostanut viimeisen vuoden aikana** käytettynä \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

20. Arvioi, kuinka monta kappaletta asusteita olet **ostanut viimeisen vuoden aikana** käytettynä \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

21. Arvioi, kuinka monta kappaletta jalkineita olet **ostanut viimeisen vuoden aikana** käytettynä \*

- 0-5 kappaletta
- 5-10 kappaletta
- 10-20 kappaletta
- 20-50 kappaletta
- Enemmän

22. Arvioi, kuinka suuri osa näistä hankinnoista on korvannut uuden vastaavan tuotteen ostamista? \*

- <25 %
- 25-50 %
- 50-75 %
- 75-100 %

23. Vapaa sana



## Perustiedot

24. Ikä numeroina \*

25. Sukupuoli \*

- Nainen
- Mies
- Muu

26. Maakunta \*

- Ahvenanmaa
- Etelä-Karjala
- Etelä-Pohjanmaa
- Etelä-Savo
- Kainuu
- Kanta-Häme
- Keski-Pohjanmaa
- Keski-Suomi
- Kymenlaakso
- Lappi
- Pirkanmaa
- Pohjanmaa
- Pohjois-Karjala
- Pohjois-Pohjanmaa
- Pohjois-Savo
- Päijät-Häme
- Satakunta
- Uusimaa
- Varsinais-Suomi

## 27. Kotitaloustyyppi \*

- Yhden hengen talous
- Pariskunta
- Lapsiperhe
- Muu, kimpakämpä yms.

## 28. Ylin koulutusaste \*

- Peruskoulu tai kansakoulu
- Toisen asteen koulutus (esim. lukio, ammattikoulu)
- Ylempi tutkinto (esim. yliopisto, AMK)