

# Helsingin seudun kauppakamarin jäsenyritysten vastuullisuuskartoitus

Vastuullisuuden aika on nyt



## Sisällys

<b>Johdanto: Vastuullisuuden aika on nyt!</b> .....	<b>2</b>
Näin tutkimus toteutettiin .....	3
<b>Kyselyn tulokset</b> .....	<b>4</b>
Kuinka tärkeää vastuullisuus on? .....	5
Miten vastuullisuus näkyy yrityksissä? .....	19
Vastuullinen liiketoiminta ja sen kehittäminen .....	32
Vastuullisuuden hyödyt ja hidasteet .....	35
Vastuullisuuden tulevaisuus .....	39
<b>Haasteita ja mahdollisuuksia</b> .....	<b>44</b>
<b>Taustatietoa vastaajista ja yrityksistä</b> .....	<b>45</b>

## Johdanto: Vastuullisuuden aika on nyt!

Ympäristöön ja ihmisten hyvinvointiin liittyvä vastuullisuus on 2020-luvun nouseva megatrendi, joka muuttaa seuraavan 20 vuoden kuluessa kulttuuria ja yritysmaailmaa kuten digitaalisuus vuosituhanen vaihteessa.

Ympäristö- ja yhteiskuntavastuuta painottava reilu vihreä siirtymä sekä ilmastonmuutos sen pakottavana taustavoimana muuttavat ihmiskunnan toimintatapoja monilla tasoilla.

”Isoja muutoksia on tulossa; haasteet ylikuluttamiseen, eriarvoisuuden lisääntymiseen ja suurena luontokatoon on otettava vastaan. Tulee muuttamaan liiketoimintaa ja toimintaympäristöä jossa olemme.”

”Emme voi tietää mitä on tulossa (vaikka voimme tehdä skenaarioita), mutta se kasvattaa resilienssiä, muuntautumiskykyä ja osaamista muuttuvassa toimintaympäristössä.”

**Muutosten ennakointi parantaa resilienssiä.** Ennakointi vaatii tietoa, jota soveltaa mielekkäällä tavalla, ja rahoitusta muutosten toteuttamiseen.

Yritykset uskovat, että vastuullisuuden merkitys liiketoiminnassa kasvaa paljon tulevan viiden vuoden aikana.

Keskeinen kysymys yrityksissä on, **miten tehdä vastuullisuudesta kannattavaa?**

**Kasvu syntyy siellä, missä vastuullisuusteot ylittävät lainsäädännön minimivaatimukset.**

Teknolוגiateollisuuden vastuullisuusselvityksen mukaan eniten tulosta vastuullisuudella tekevät yritykset, jossa vastuullisuus on strategian ytimessä, osana johdon arvomaailmaa ja palkitsemisjärjestelmää, sitä edistetään yhdessä sidosryhmien kanssa ja sen uskotaan vaikuttavan yrityksen taloudelliseen tulokseen.

Saman selvityksen mukaan vastuullisuus hyödyttää taloudellisesti, kun se tunnistetaan tulevaisuuden liiketoiminnan suunnaksi ja sen roolia aletaan kasvattaa yrityksessä. Vastuullisuus asetetaan liiketoiminnan ja arvonmuodostuksen ytimeen, otetaan se osaksi johdon palkitsemisjärjestelmää sekä mitataan vastuullisuuden vaikutuksia, jotka kannustavat jatkamaan vastuullisuustoimia.

**Vastuullisuuden trendejä ovat kiertotalous ja tuote palveluna -konseptointi.**

”Ollaan lähdetty kokeilemaan, voisiko meistä (liittyen kaupat) tulla muutakin kun uuden tavaran myyjä; ollaan tehty kokeiluja mm. Emmyn Swappien jne kanssa, mitä jos ei aina ostettaisikaan uutta. Ei olla tässä vieä kovin vahvoja, vaan nykyisen toimintamallin murros on se jossa olemme ja pilotointivaiheessa. Vaatii ajatuksen syvenemisen liiketoiminnassa.”

**Vastuullisuus leviää koko arvoketjuun** yhteistyön, yhtenäisen raportoinnin ja leviävien toimintamallien avulla.

”Kaikki investoinnit seulotaan vastuullisuuden kautta. Vastuullinen palvelu tai laite on aina etusijalla.”

**Vastuullisuus vaatii resursseja.** Yrityksillä, joilla on eniten liikevahtoa, on ollut mahdollisuus investoida vastuullisuuteen ja vastuullisuudesta on myös hyödytty.

**Vastuullisuustyöhön tuovat haasteita** ulkoiset paineet esimerkiksi ilmastonmuutoksen tuomat muutokset markkinoilla tai eri syistä johtuvat raaka-aineen saatavuuden muutokset sekä taloustaantumun uhka.

## Näin tutkimus toteutettiin

Tutkimus toteutettiin verkkokyselylmakkeella, jossa kysyttiin vastuullisuuden tärkeydestä, vastuullisuuden näkymisestä yrityksissä, vastuullisuuden kehittämisestä, vastuullisuuden hyödyistä, vastuullisuuden tulevaisuudesta ja vastuullisuuteen liittyvistä ongelmista ja avun tarpeesta.

Tutkimukseen vastasi 190 henkilöä, joista enemmistö kuului yritysten ylimpään johtoon.

**Vastaukset käsiteltiin** jaotteleamalla ne toimialojen mukaan ja yrityksen koon mukaan.

Toimialat jaoteltiin palveluihin ja teollisuuteen seuraavasti:

**Palvelut:** Terveys- ja sosiaalipalvelut; Taiteet, viihde ja virkistys; Ammatillinen, tieteellinen ja tekninen toiminta; Informaatio ja viestintä; Majoitus- ja ravitsemistoiminta; Hallinto- ja tukipalvelutoiminta; Julkinen hallinto ja maanpuolustus; Kansainvälisten organisaatioiden ja toimielinten toiminta; Koulutus; Muu palvelutoiminta

**Teollisuus:** Teollisuus; Rakentaminen; Kuljetus ja varastointi; Sähkö-, kaasua- ja lämpöhuolto, jäähdytysliiketoiminta; Vesihuolto, jätehuolto ja muu ympäristön puhtaanapito; Maatalous, metsätalous ja kalatalous; Kaivostoiminta ja louhinta; Kiinteistöalan toiminta

Näin kumpaankin ryhmään tuli suunnilleen yhtä paljon vastauksia.

Yritysten kokoa hahmotettiin liikevaihdon kautta jakamalla vastaukset kolmeen: Alle 10 M€:n vuosittaista liikevaihtoa, 10–50 M€:n liikevaihtoa ja yli 50 M€:n liikevaihtoa tekeviin.

## Kyselyn tulokset

### Tärkeimmät tulokset yleisesti:

1. Vastuullisuuteen panostamisella näkyy yhteys yrityksen liikevaihdon kanssa. Alle 10 M€:n liikevaihdon yrityksissä vastuullisuudessa on huomattavasti pienempi merkitys kuin sitä suuremmissa. Vastaavaa eroa ei ole esimerkiksi palvelualojen ja teollisuuden välillä.
2. Tärkeimpinä vastuullisuustekoina pidetään ilmastopäästöjen vähentämistä sekä terveyden ja hyvinvoinnin lisäämistä.
3. Vastuullisuuden merkityksen nähdään kasvavan omassa liiketoiminnassa paljon tai erityisen paljon etenkin tulevan 5 vuoden sisällä.
4. Tuottaakseen vastuullisuus vaatii investointeja. Isoissa yrityksissä on investoitu vastuullisuuteen paljon tai erittäin paljon, ja vastuullisuus on tuottanut paljon tai jonkin verran tulosta.
5. Pienet yritykset tarvitsevat tukea vastuullisuuden omaksumisen perusteisiin, suuremmat ja keskisuuret johdon ja henkilöstön koulutusta sekä verkostoitumista.
6. Yritykset tarvitsevat monenlaista apua vastuullisuuden integroimiseksi omaan toimintaansa. Parhaiten tähän vastaisi keskitetty verkkoalusta, joka kokoaisi tiedon yhteen ja jäsentäisi siitä helppoja ohjeita ja valmiita toimintamalleja.

## Kuinka tärkeää vastuullisuus on?

### ”Kuinka tärkeitä seuraavat asiat ovat yrityksellenne?”

Vastuullisuudesta kysyttiin kahdella akselilla: suhteessa ihmisten hyvinvointiin ja ympäristöön.

Ihmisten hyvinvointiin liittyvät kysymykset käsittelivät yhteiskunnallista vaikuttavuutta, tasa-arvoa ja yhdenvertaisuutta, terveyttä ja hyvinvointia sekä ihmisoikeuksia. **Näistä tärkeimpänä vastaajat pitävät terveyden ja hyvinvoinnin lisäämistä** sekä tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden kehittämistä.

Ympäristövastuuseen liittyvät kysymykset koskivat luonnon monimuotoisuuden suojelemista, luonnonvarojen käytön vähentämistä, ilmastopäästöjen vähentämistä ja ilmastopäästöjen kompensointia. Näistä vastaajille **tärkein on ilmastopäästöjen vähentäminen**. Toiseksi tärkeimpänä pidetään luonnonvarojen käytön vähentämistä. Päästöjen kompensointia pidettiin vähiten tärkeänä.

### Vastuullisuuden osa-alueet tärkeysjärjestyksessä (% vastaajista valitsi tärkeää tai erittäin tärkeää):

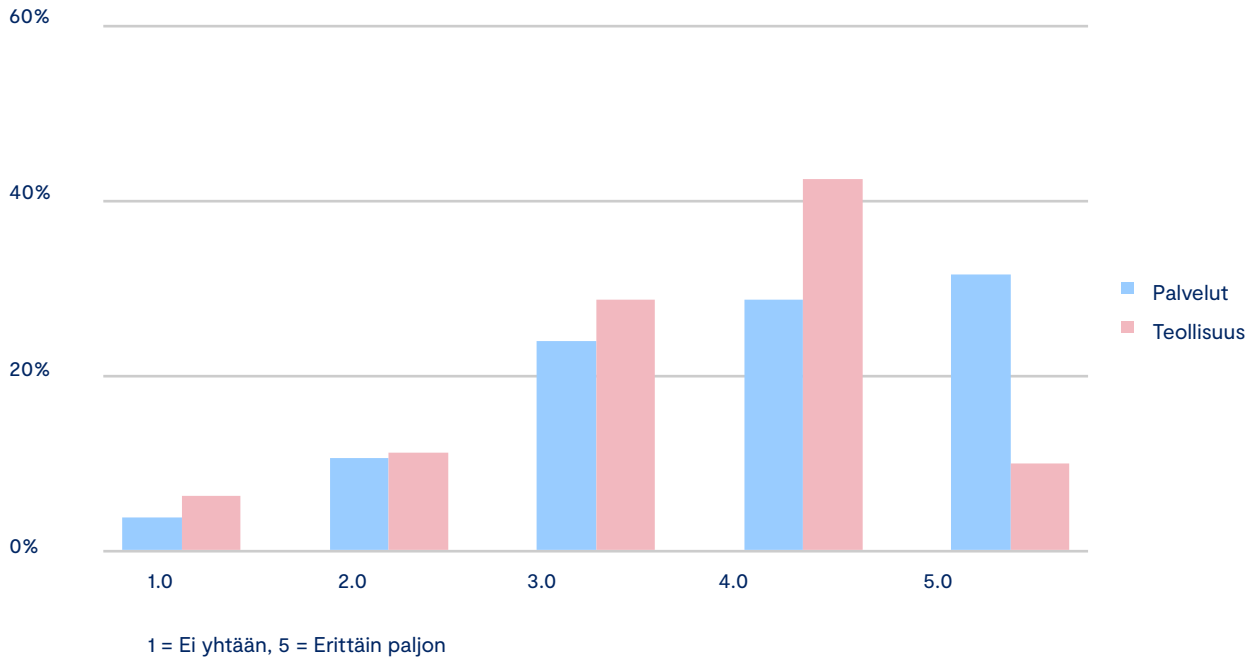
1. Ilmastopäästöjen vähentäminen (80 %)
2. Terveyden ja hyvinvoinnin lisääminen
3. Luonnonvarojen käytön vähentäminen
4. Tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden lisääminen
5. Luonnon monimuotoisuuden suojeleminen
6. Ihmisoikeuksien edistäminen
7. Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden lisääminen
8. Ilmastopäästöjen kompensointi

TAULUKKO: Vastuullisuuden osa-alueet tärkeysjärjestyksessä

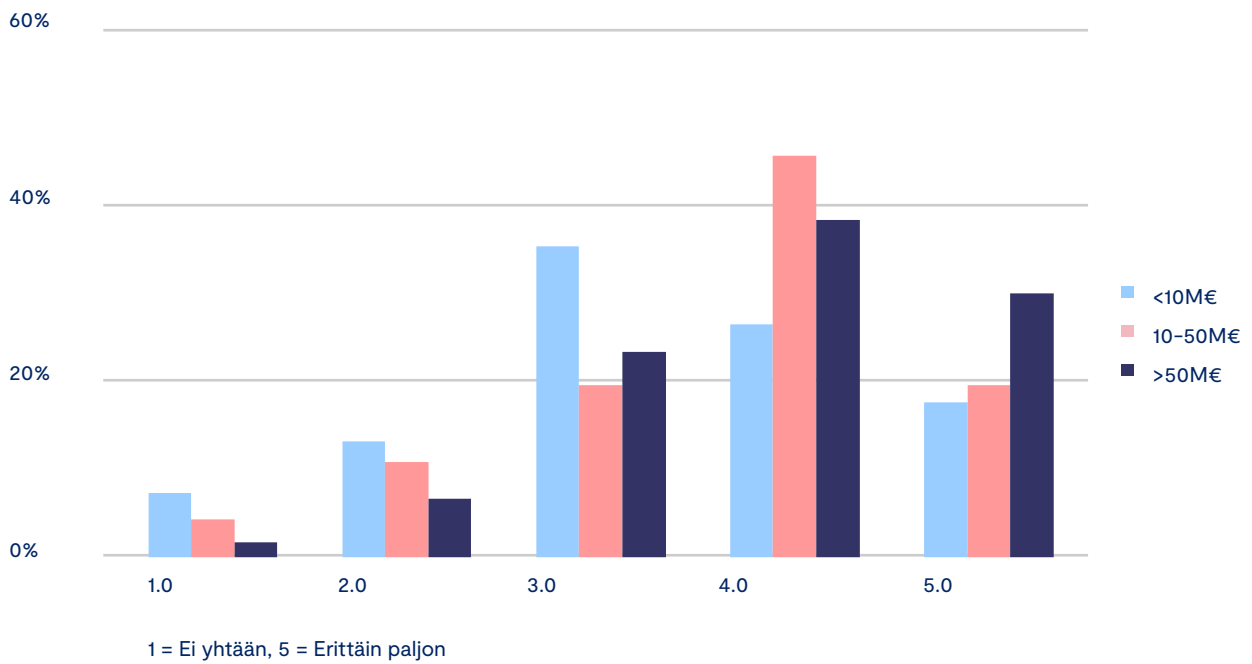
Paljon tai erittäin paljon	Kaikki	<10 M €	10–50 M€	>50 M€	Palvelut	Teollisuus
Ilmastopäästöjen vähentäminen	80 %	64 %	88 %	95 %	81 %	79 %
Terveyden ja hyvinvoinnin lisääminen	79 %	78 %	81 %	87 %	78 %	83 %
Luonnonvarojen käytön vähentäminen	70 %	50 %	75 %	93 %	70 %	74 %
Tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden kehittäminen	69 %	58 %	76 %	80 %	72 %	66 %
Luonnon monimuotoisuuden suojeleminen	67 %	59 %	70 %	71 %	71 %	62 %
Ihmisoikeuksien edistäminen	61 %	43 %	66 %	77 %	66 %	54 %
Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden lisääminen	58 %	44 %	66 %	68 %	61 %	53 %
Ilmastopäästöjen kompensointi	43 %	33 %	40 %	60 %	44 %	43 %

## Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden lisääminen

Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden lisääminen



Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden lisääminen



Yhteiskunnallinen vaikuttavuus tarkoittaa sitä, millaisia muutoksia yrityksen palvelut edistävät yhteiskunnassa. Millaista hyvinvointia yritys luo?

Yhteiskunnallisen vaikuttavuuden lisääminen on huomattavasti **useammin erittäin tärkeää palvelu-aloilla** (32%) kuin teollisuudessa (10 %). Se on kuitenkin tärkeää tai erittäin tärkeää 61 %:lle palveluyrityksistä ja 53 %:lle teollisuuden yrityksistä. Pienistä yrityksistä se oli tärkeää tai erittäin tärkeää 44 %:lle, keskisuurista 66 %:lle ja suurista 68 %:lle.

Yhteiskuntavastuu voi näkyä hyvin spesifillä tavalla omaan alan vaikutuksiin liittyen tai sitä voidaan hahmottaa laaja-alaisesti esimerkiksi YK:n kestävän kehityksen ohjelman avulla.

”Yhteiskuntavastuu infrassa, raskas liikenne Helsingissä. Pyritään omalta osaltamme siirtämään raskas liikennettä Vuosaareen.”

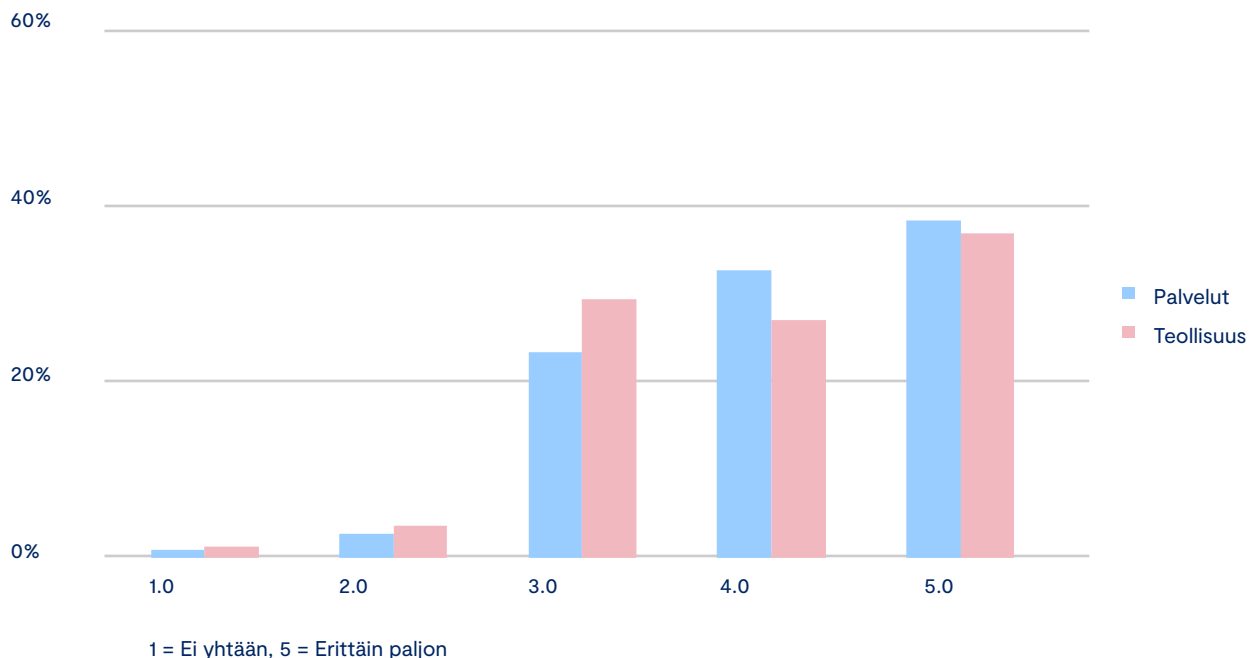
”Seurataan YK:n asettamia tavoitteita, esim medikaali- ja infra on meillä isoina. Kaikki 17 aluetta eivät täyty mutta isommat kyllä: infra, ilmastokriisi, kestävä yhteiskunta.”

**Vaikuttavuuden tavoittelu kannattaa taloudellisesti.** Teknologiateollisuuden Vastuullisuuden voima-selvityksen mukaan **yleisen vaikuttavuuden tavoittelu vastuullisuudella luo taloudellista tulosta, mutta taloudellisen tuloksen tavoittelu ei samassa määrin luo yleistä vaikuttavuutta.**

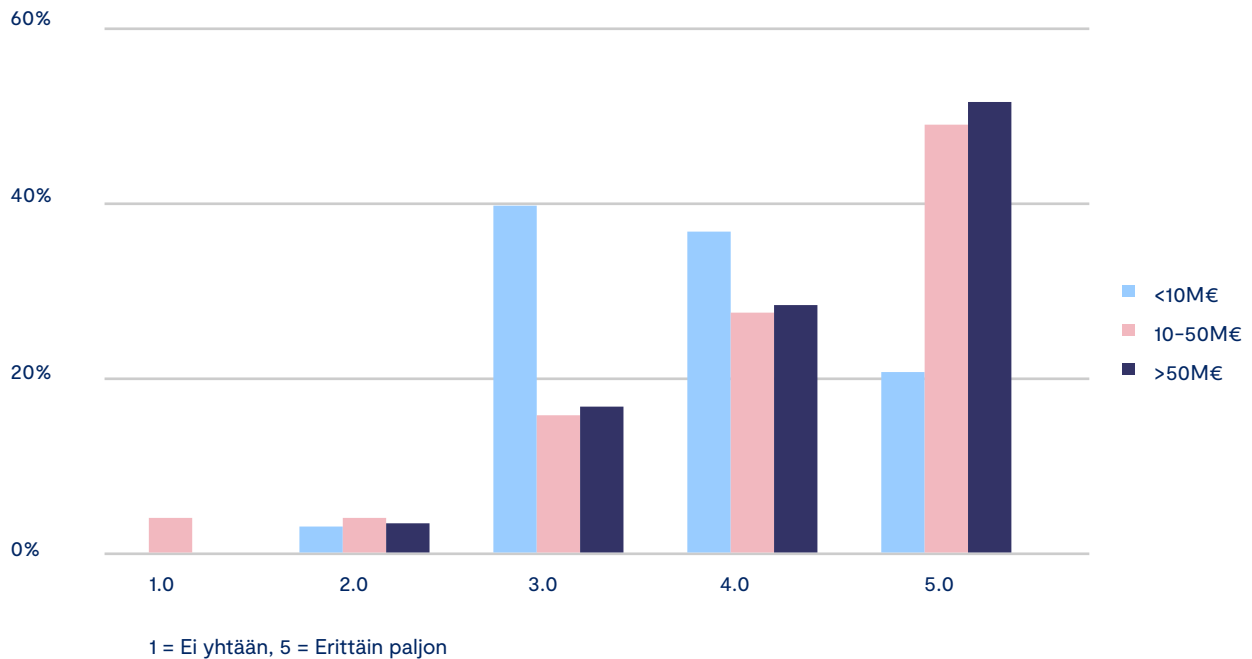
”Enemmistö (60 %) eniten yleistä vaikuttavuutta aikaansaavista yrityksistä on myös eniten vastuullisuudella taloudellista tulosta tekeviä yrityksiä. Yli puolet (52 %) eniten taloudellista tulosta vastuullisuudella tekevästä yrityksistä kuuluu myös tähän eniten yleistä yhteiskunnallista vaikuttavuutta aikaansaavien yritysten joukkoon.”

## Tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden kehittäminen

Tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden kehittäminen



## Tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden kehittäminen



Tasa-arvo ja yhdenvertaisuus tarkoittavat käytännössä sitä, miten yritys palvelee ja työllistää erilaisia ihmisiä.

Tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden kehittäminen on huomattavasti **useammin erittäin tärkeää suurille (52 %) ja keskisuurille (48 %) kuin pienille (21 %) yrityksille**. Se on kuitenkin tärkeää tai erittäin tärkeää 80 %:lle suurista, 76 %:lle keskisuurista ja 58 %:lle pienistä yrityksistä. Erot eivät ole yhtä suuria verrattaessa palvelualojen ja teollisuuden yrityksiä. Palvelualoilla tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden kehittämistä piti tärkeänä tai erittäin tärkeänä 72 % vastaajista, teollisuudessa 66 % vastaajista.

”Suunnittelussa ja rakentamisessa kestävä kehitys ja tasa-arvoiseen ympäristöön liittyvät asiat ovat osa normaalia työtä.”

Tasa-arvolla tarkoitetaan usein sukupuolten tasa-arvoa, ja yhdenvertaisuuteen liittyy monia muitakin muuttujia esimerkiksi ikä, äidinkieli ja kielitaito, elämäntilanne, erilaiset fyysiseen, psyykkiseen ja neurokognitiiviseen toimintakykyisyyteen liittyvät ulottuvuudet. Tasa-arvo ja yhdenvertaisuus liittyvät ihmisoikeuksiin, sillä ihmisoikeussopimukset säätelevät suhtautumista moniin yhdenvertaisuuden ulottuvuuksiin.

Tasa-arvoon ja yhdenvertaisuuteen liittyvät kysymykset voivat näkyä yrityksen toiminnassa esimerkiksi henkilöstön koulutuksena erilaisten vähemmistöryhmien kohtaamiseen, osatyökykyisten tai muuten eri tavoin rajoitteisten työllistämisenä tai rekrytoinnin suuntaamisella ja työnhakuilmoituksen suunnittelulla vetoamaan monipuolisesti eri ihmisryhmiin.

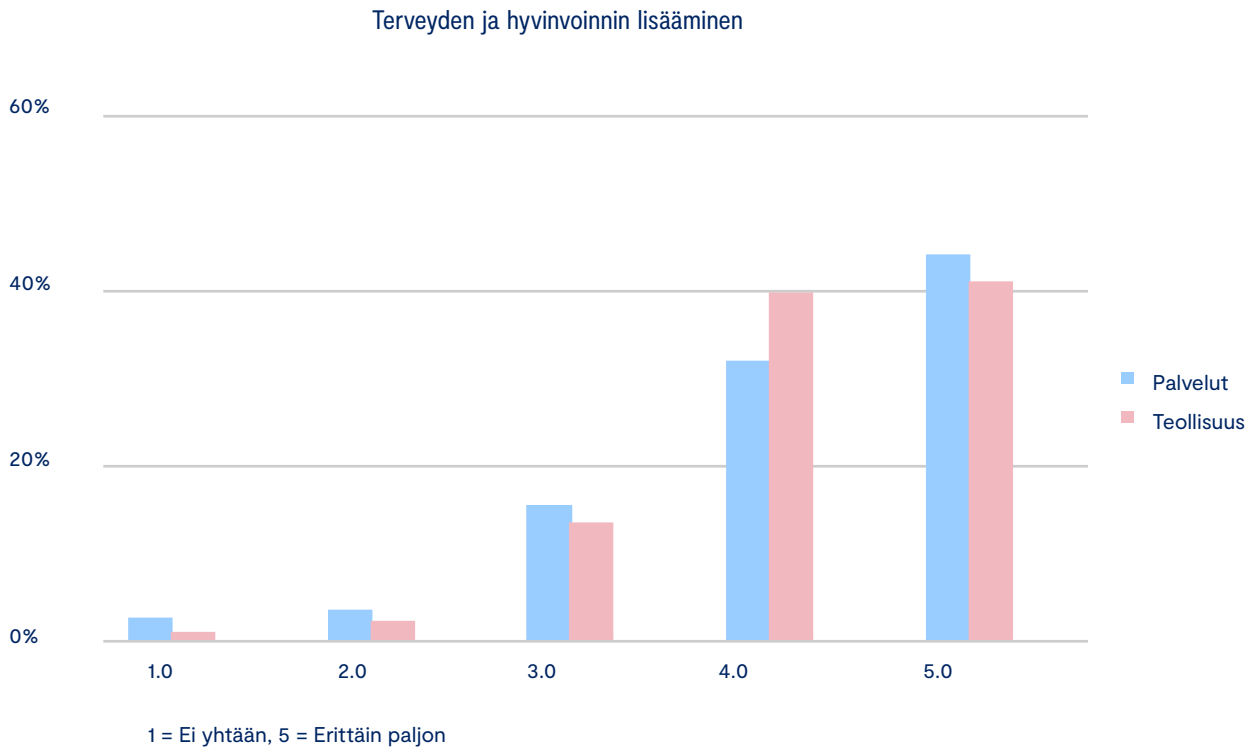


”Työn turvallisuus on rakennusalalla tärkeää: eettisyys, monimuotoisuus ja kuinka olemme ja teemme töitä toistemme kanssa; onko kaikilla hyvä ja turvallista olla. Ollaan tietoisia osallistavan työyhteisön toimintatapoihin. Rakennusalalla meidät tunnustetaan myös siitä lisäarvosta, että tekijät ja asiakkaat ovat monimuotoisia ja peilaavat toisiaan.”

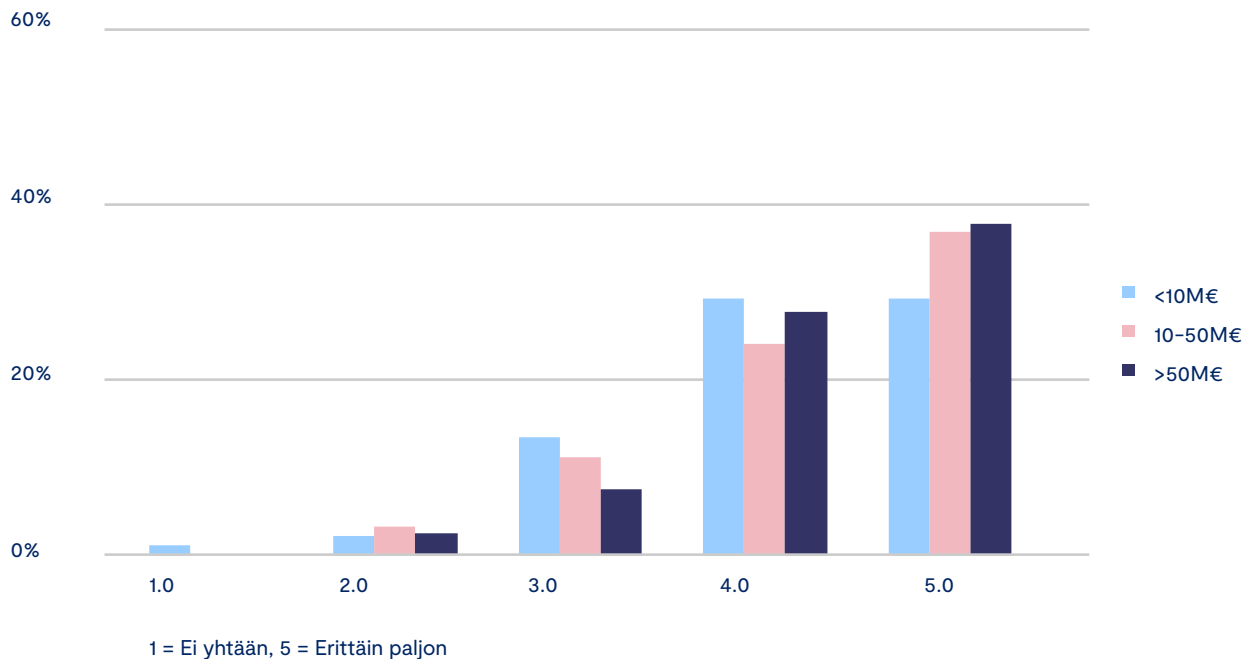
Vastausten perusteella tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden kehittäminen kiinnostaa paljon tai erittäin paljon yli puolessa vastanneista yrityksistä ja selkeästi enemmän yli 10 M€:n liikevaihdon yrityksissä kuin sitä pienemmissä.

Tasa-arvon ja yhdenvertaisuuden edistämisen keskeisiä työkaluja ovat esimerkiksi tasa-arvosuunnitelma ja henkilöstöpoliittinen yhdenvertaisuussuunnitelma.

## Terveyden ja hyvinvoinnin lisääminen



Terveyden ja hyvinvoinnin lisääminen



"Omien työntekijöiden hyvinvointi on erittäin tärkeä."

**Terveyden ja hyvinvoinnin lisääminen on yksi tärkeimmistä vastuullisuusteoista.** Sitä pitävät tärkeänä tai erittäin tärkeänä **noin 80 % yrityksistä**, pienistä 79 %, keskisuurista 81 % ja suurista 87 %. Terveyden ja hyvinvoinnin lisääminen on hiukan useammin tärkeää tai erittäin tärkeää teollisuudessa (83 %) kuin palvelualoilla (78 %).

"Tuotannollisella erinomaisuudella kohti nollaa tapaturmaa."

Vastauksissa voi heijastua korona-ajan luomat työterveyden ja hyvinvoinnin haasteet, mutta myös **terveyden ja hyvinvoinnin suora yhteys yrityksen tulokseen.**

"Hyvinvoivat ihmiset vähentää mm. sairaslomia jne eli sitä kautta tuovat myös taloudellista hyötyä.

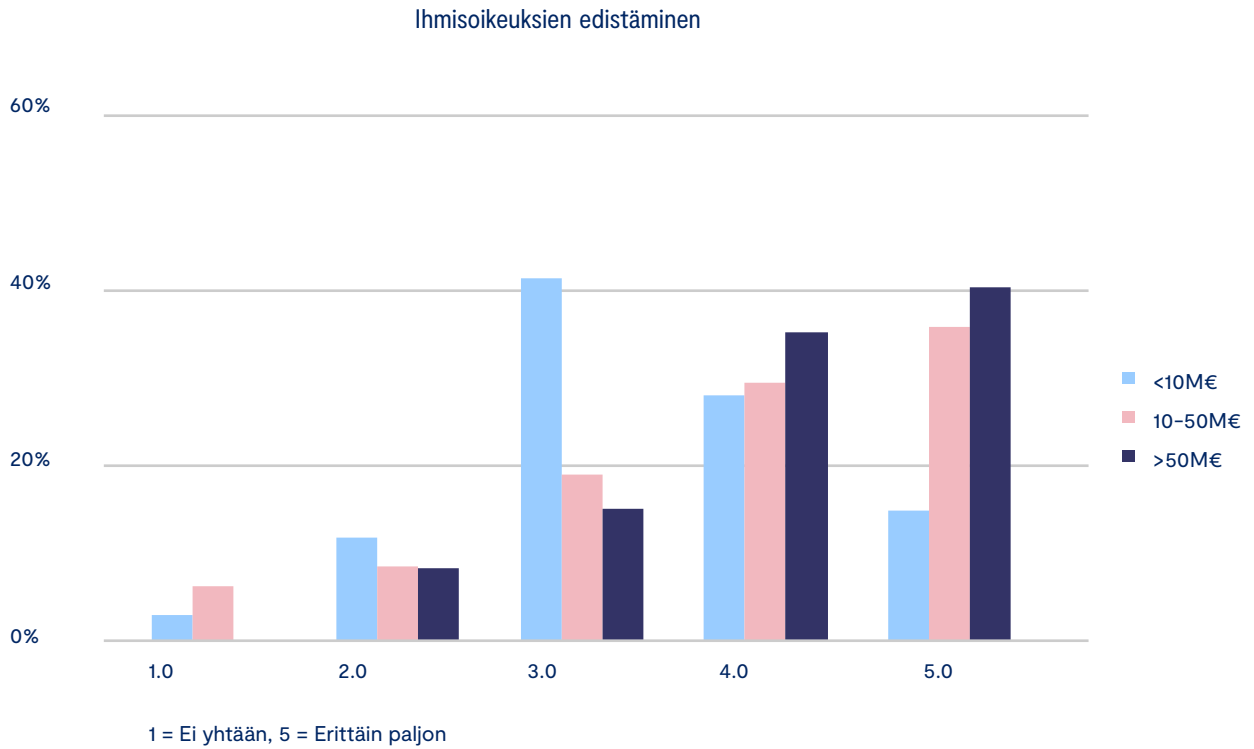
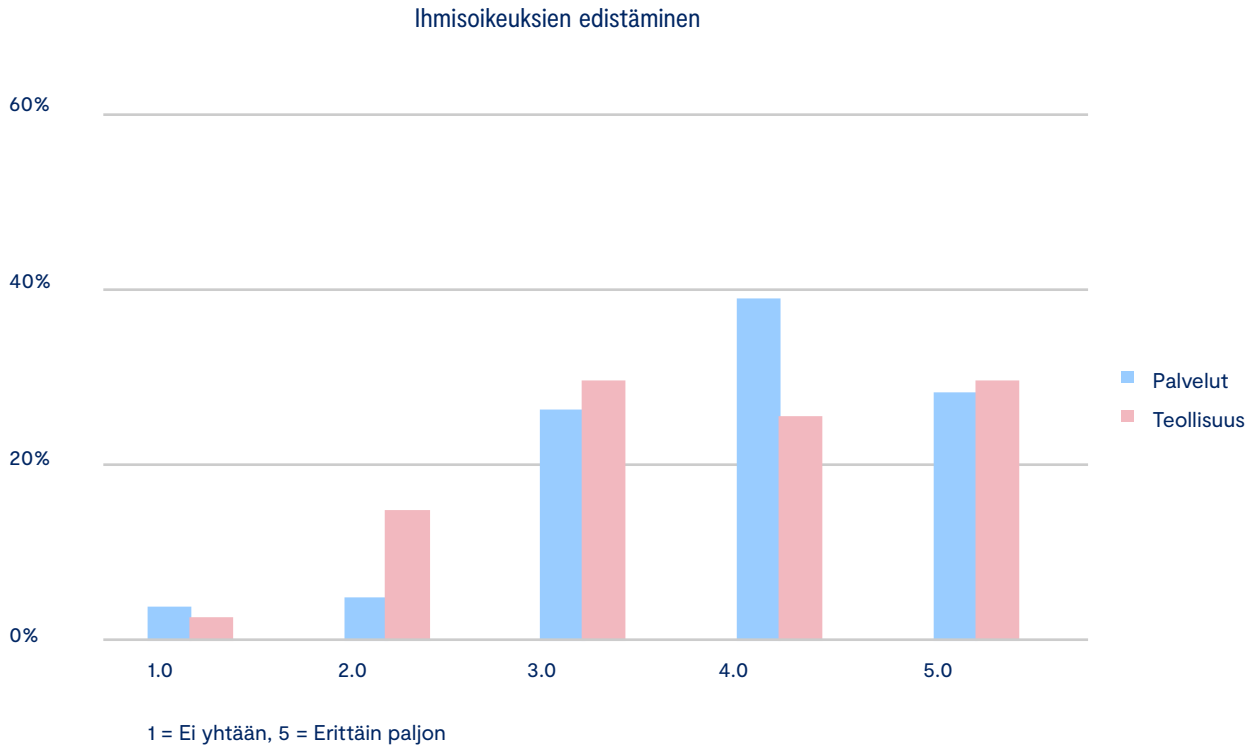
"Henkilöstön hyvinvointi ja merkitseksellisyyden kokemus on tärkeää ja avain tulevaisuuden kasvuun."

Terveyttä ja hyvinvointia **ajatteltiin koko elämäntaakseen ja laajemmin yhteisöön ulottuvina asioina:**

"Vastuullisuus näkyy suhteessa henkilökuntaan. Tavoite: terveenä eläkkeelle. Raskasta työtä sekä henkisesti että fyysisesti, pyritään estämään vaurioita ja pitämään työajat jne."

"Huolehdimme ja tuemme omaa, työyhteisöämme ja laajennetun työyhteisön hyvinvointia."

## Ihmisoikeuksien edistäminen



Ihmisoikeuksien edistämistä pitivät **tärkeänä tai erittäin tärkeänä yli 60 % kaikista vastaajista**, suurista yrityksistä 77 %, keskiuurista 66 %, pienistä 43 %. palveluista 66 %, teollisuudesta 54. Selvästi useammin se oli erittäin tärkeää suurissa (41 %) ja keskiuurissa (36 %) kuin pienissä (15 %) yrityksissä.

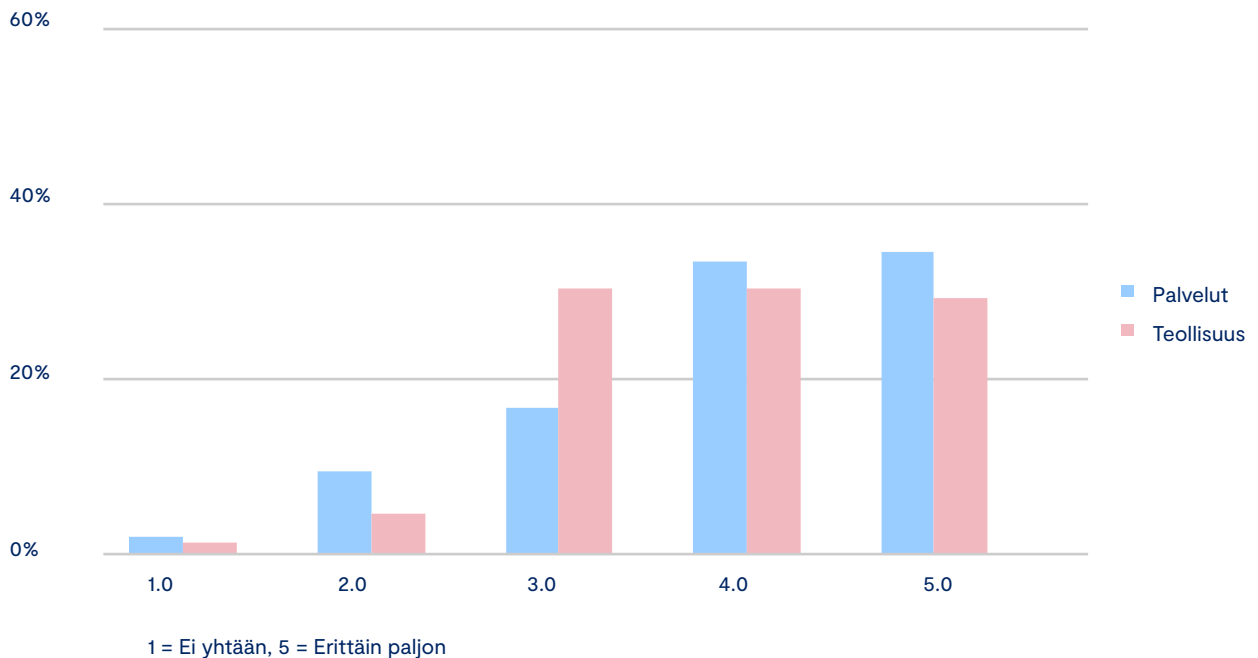
”Vastuullisuus on meidän ydinarvo emmekä tee mitään mikä ei edesauta vastuullisempaa toimintaa ja positiivista muutosta maailmassa ympäristön ja ihmisoikeuksien saralla. Emme tee tässä kompromisseja ja luotamme, että maailma on jo valmis tälle lähtökohdalle.”

Ihmisoikeudet nojaavat kansainvälisiin sopimuksiin. Niitä ovat esimerkiksi ajatuksen-, omantunnon ja uskonnonvapaus, mielipiteen- ja sananvapaus, oikeus terveyteen, oikeus sosiaaliturvaan sekä erilaisten ryhmien kuten lasten, naisten, vammaisten, turvapaikanhakijoiden tai työntekijöiden oikeudet.

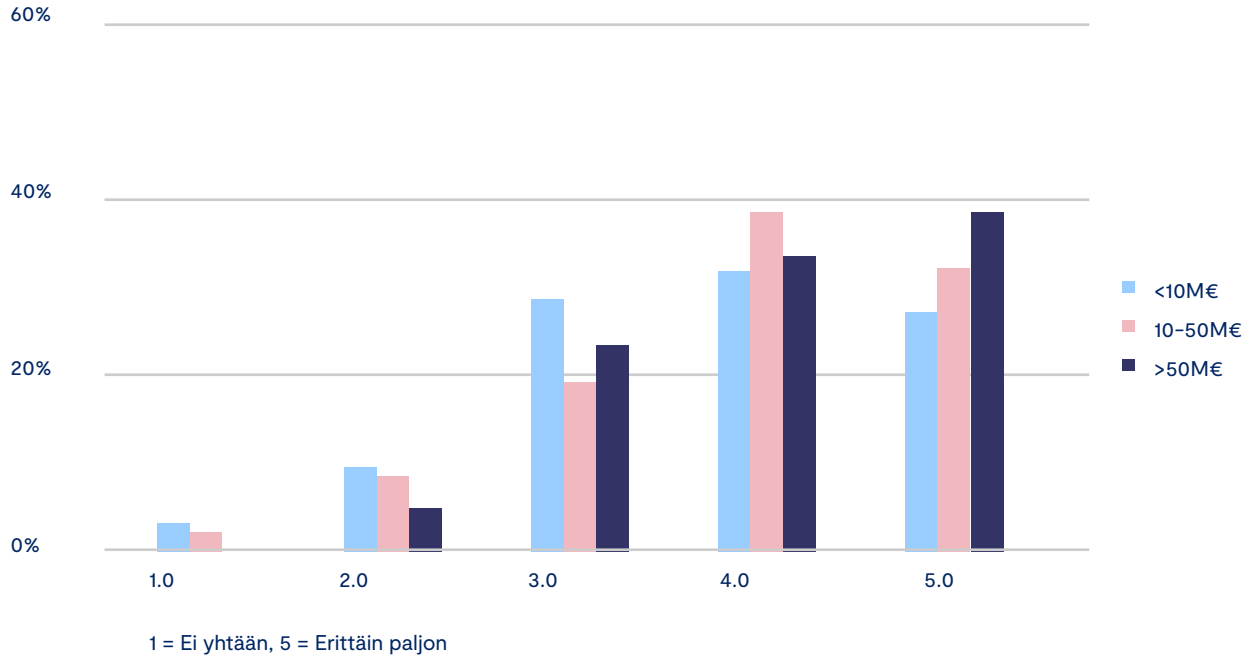
”Pidämme huolta ihmisten työurista. Huolehdimme katkeamattomasta toimeentulosta. Huolehdimme tietoturvasta, hyvästä vastuullisesta henkilöstöpolitiikasta. Sijoitamme vastuullisesti, yli ajan.”

Ihmisoikeudet nivoutuvat yritysten yhteiskunnallisiin vaikutuksiin ja niillä on merkitystä koko tuotantoketjussa: Noudattavatko myös alihankkijat ihmisoikeuksien mukaisia sopimuksia? Hyötyvätkö ihmisoikeuksia polkevat tahot kaupankäynnistä? Käytetäänkö lopputuotteita ihmisoikeuksia vahvistavalla vai rapauttavalla tavalla?

#### Luonnon monimuotoisuuden suojeleminen



## Luonnon monimuotoisuuden suojeleminen



## Luonnon monimuotoisuuden suojeleminen

**Luonnon monimuotoisuuden suojeleminen oli tärkeää tai erittäin tärkeää noin kahdelle kolmasosalle vastaajista.** Se oli hiukan useammin erittäin tärkeää suurissa yrityksissä ja palvelualoilla kuin pienissä ja keskisuurissa ja teollisuudessa.

Yrityksen toiminnan vaikutuksia luonnon monimuotoisuuteen selvitetään esimerkiksi elinkaarianalyysillä, joka kertoo millaisia suoria tai epäsuoria vaikutuksia tuotantoketjun eri osilla on luonnon monimuotoisuuteen, mistä suurimmat ongelmat syntyvät ja miten niitä voidaan ratkaista.

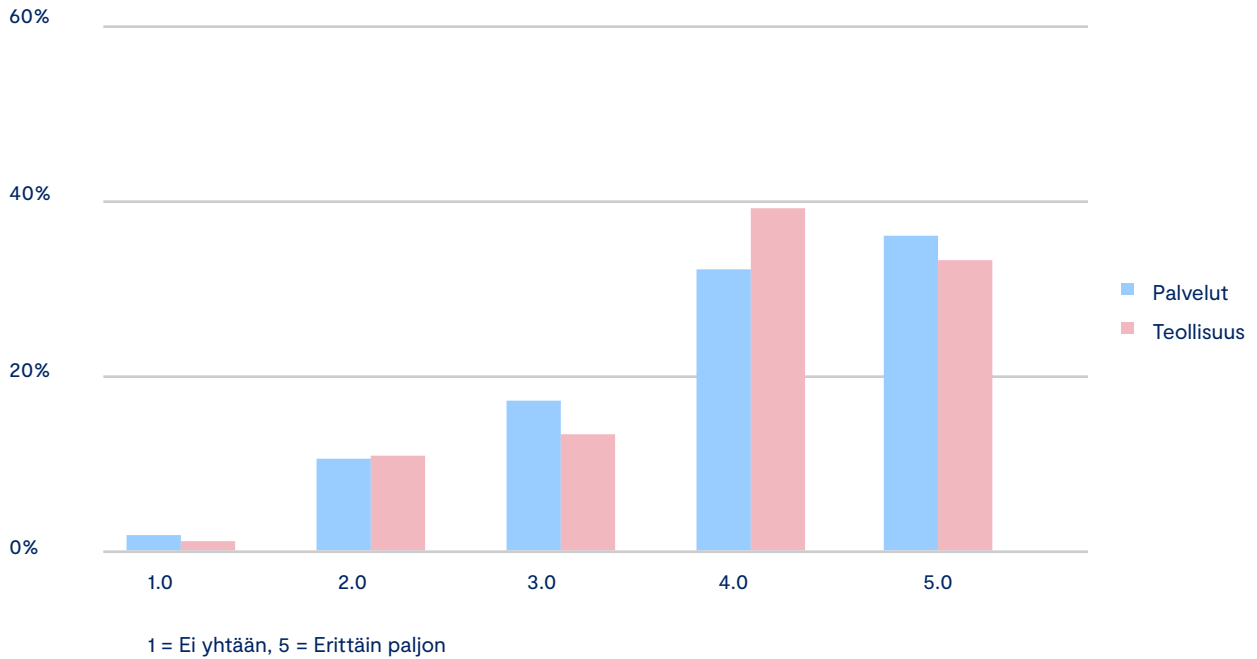
Vaikutuksia luonnon monimuotoisuuteen voidaan ajatella jonkin vaikuttavan yksityiskohdan kautta tai ekosysteemejä käsittävinä kokonaisuuksina.

”Kemikaalien oltava ympäristösertifioituja.”

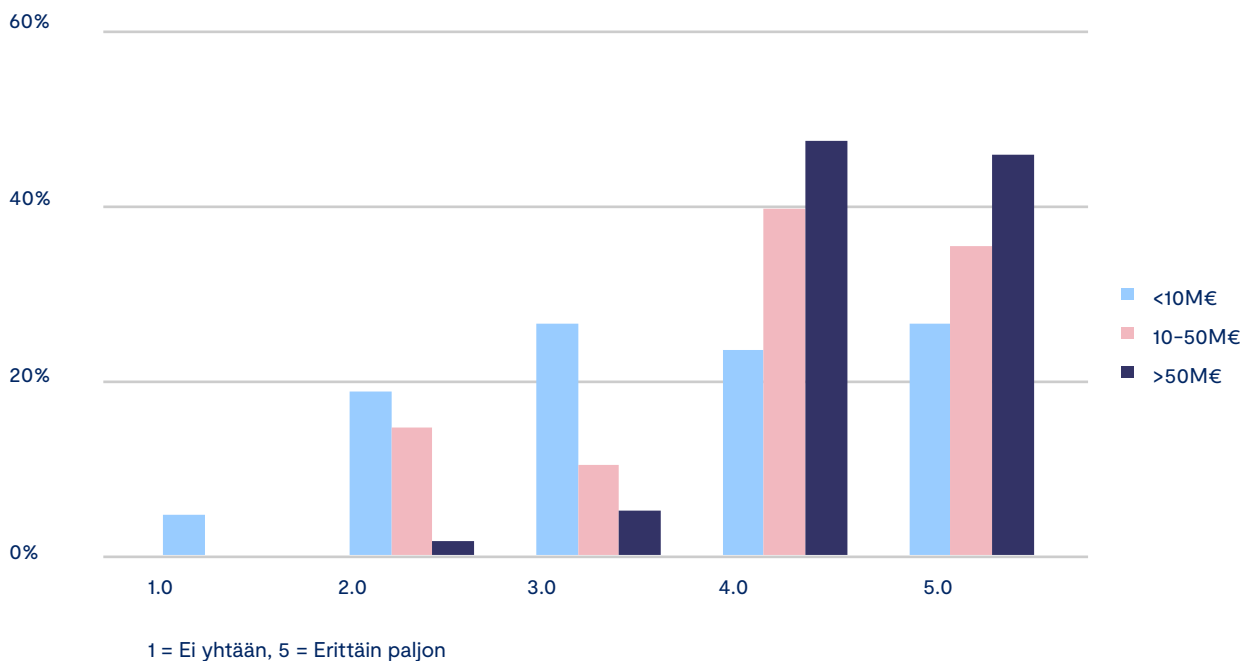
”Mielestäni suurin ympäristöongelma Suomessa on maiseman pusikoituminen. Hienot järvinäkymät ovat poissa, koska on istutettu peltoja. Samalla on tuhottu suomalainen kulttuurimaisema ja merkittävä ja näkyvä osa Suomen historiaa. Tästä koituu myös taloudellisia menetyksiä yhteiskunnalle, maisemat eivät enää riitä matkailijoille, ei suomalaisille tai muille. Suomen vahvuus olisi järvinäkymät, kuten Sveitsissä vuoristo. Tämän asian edistämiseen olemme suunnitelleet osallistuvamme ja olen selvittellyt tukia mm. kulttuurimaiseman ylläpitolaidunnukselle ja pusikoiden muuttamiseksi takaisin maisemaksi.”

## Luonnonvarojen käytön vähentäminen

Luonnonvarojen käytön vähentäminen



Luonnonvarojen käytön vähentäminen



**Etenkin suuret yritykset pitävät luonnonvarojen käytön vähentämistä tärkeänä tai erittäin tärkeänä.**

kaikista vastaajista 70 %, suurista yrityksistä 93 %, keskisuurista 75 %, pienistä 60 %, palveluista 70 %, teollisuudesta 74 %

Luonnonvarojen käytön vähentäminen näkyy yrityksen materiaalivirroissa ja siten varsinkin teollisuusyrityksissä vahvasti suoraan tuloksessa. Kiertotalouden edistäminen on yksi tapa vähentää luonnonvarojen käyttöä ja osa monen yrityksen strategiaa.

”Yhteistyössä metsäteollisuuden kanssa kierrätämme/ohjaamme uusiokäyttöön heidän sivuvirtojaan.

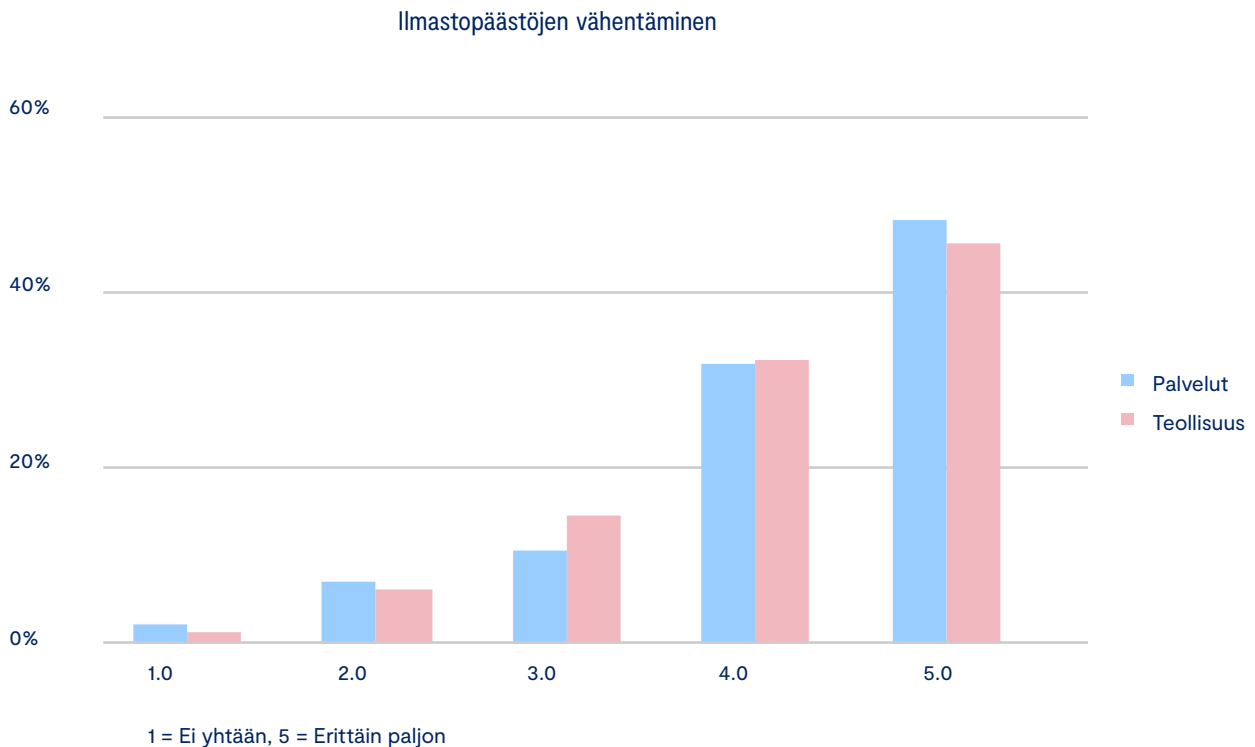
”Pitkään olemme olleet jo auttaneet yrityksiä taseiden keventämisessä, että kaikkea ei tarvitse omistaa vaan voi vuokrata”

”Vanhojen, käytöstä poistettavien materiaaliemme keräys uuden vastaavan tuotteen raaka-aineksi. Materiaalien hukan kerääminen uudelleen käytettäväksi raaka-aineksi. Vaihtoehtoisten, ei fossiilisten raaka-aineiden käyttö ja uusien etsiminen muilta teollisuuden aloilta. Tuotantojen päästöjen vähentäminen tavoitteiden mukaan (energia, suljettu vesien kierto tuotantolaitoksissa jne.)”

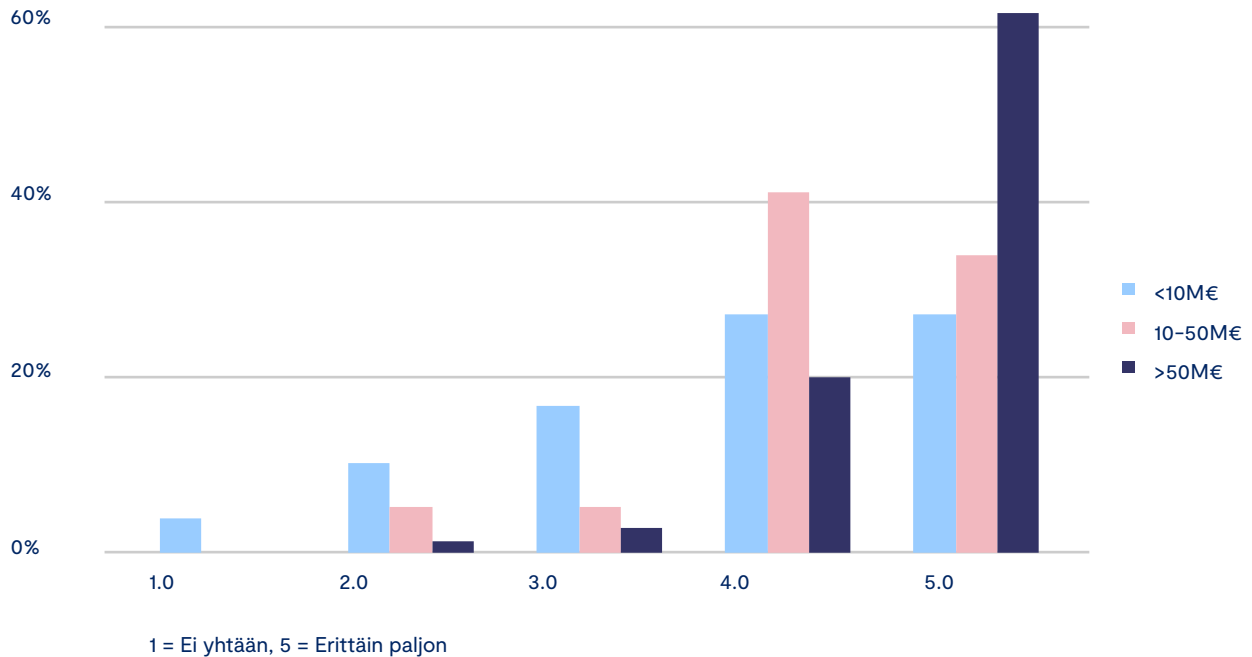
Kierrätyksen ohella luonnonvarojen kulutusta vähennetään minimoimalla hävikkiä

”Pääliiketoimintamme on vastuullisesti tuotettuja liikelahjoja – kestäviä pellavatekstiilejä, jotka valmistetaan alusta loppuun Suomessa. Minimoitu hävikki ja ylituotannon karsiminen tärkeitä osia. Lisäksi hyödynnämme kierrätettyjä materiaaleja.”

## Ilmastopäästöjen vähentäminen



Ilmastopäästöjen vähentäminen



Tärkeää tai erittäin tärkeää kaikista 80 %, **suurista 95 %**, keskisuurista 88 %, pienistä 64 %, teollisuudesta 79 %, palveluista 81 %.

Ilmastopäästöjen vähentäminen on erittäin tärkeää lähes puolelle vastaajista ja noin 80 prosentille tärkeää tai erittäin tärkeää. Käytännössä se näkyy etenkin energiatehokkuutena, joka voi painottua omaan toimintaan tai asiakkaille tuotettuun hyötyyn. Keinoja siihen ovat esim. energiansäästö ja uusiutuva energia.

Erittäin tärkeää etenkin suurimman liikevaihdon yrityksille. (Mikä tämän selittää, ehkä ala?)

Ilmastopäästöjen vähentämisestä kertoivat esimerkkejä monet vastaajat:

”Meillä on 100% uusiutuvaa energiaa käyttävä tuotantolaitos kehä 3:sen reunalla. Lisäksi olemme Suomen suurin luonnonkosmetiikan maahantuojia. Yksi ekosertifioitu tuoteperheemme on hiili-neutraali.”

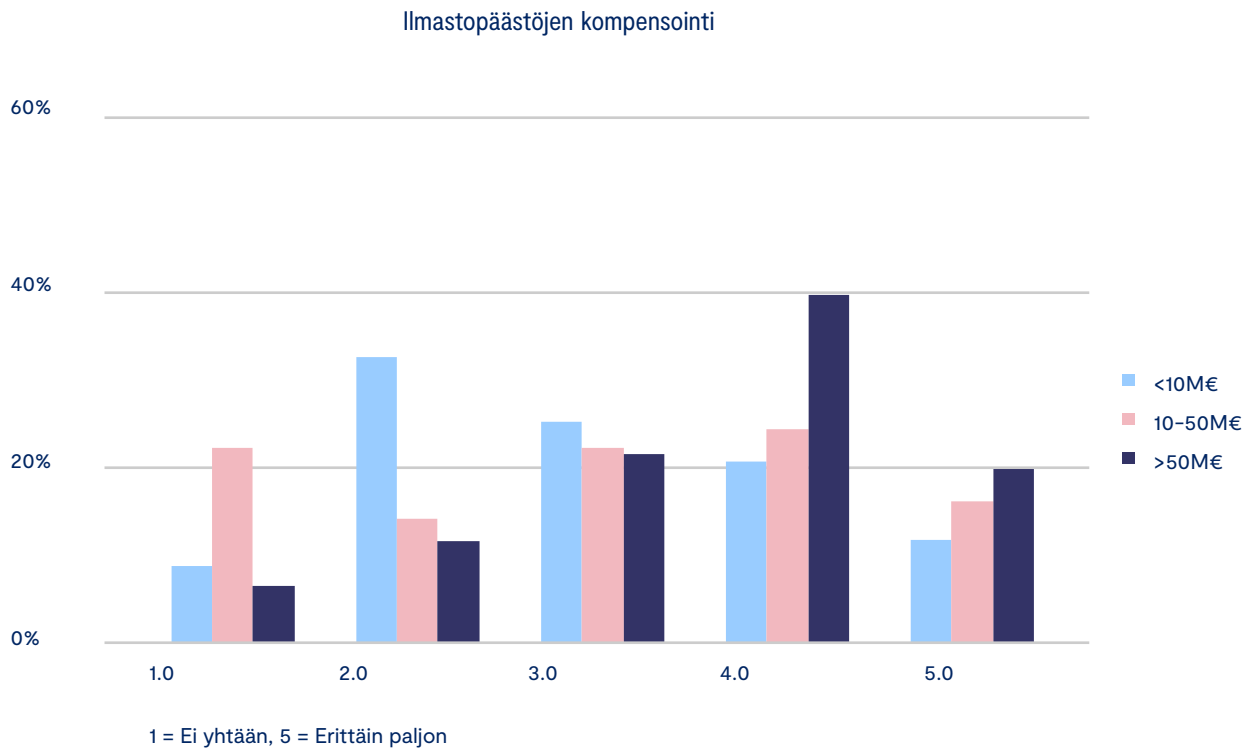
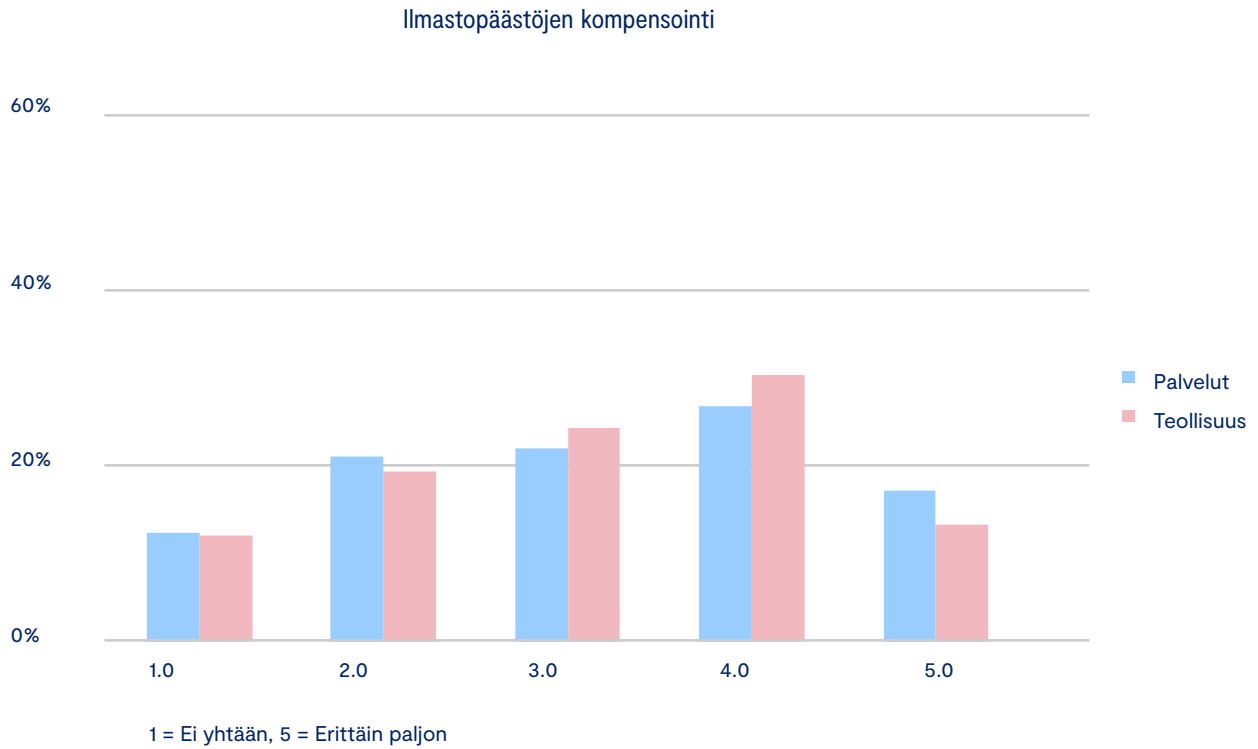
”Tuotteemme ovat energiatehokkaita ja valitsemme valikoimiimme lähtökohtaisesti mahdollisimman energiatehokkaita tuotteita (valaistusala). Tämä auttaa asiakkaitamme vähentämään omaa energiankulutustaan ja sitä kautta resurssitehokkuutta ja kasvihuonekaasupäästöjä.”

”Osallistumme vastuullisuuteen mm sillä, että emme ole hankkineet energiaa kuluttavaa jäähdytysjärjestelmää.”

”Lujabetoni myy hiilivapaata betonia. Yrityksissä kaikki käytettävä energia on uusiutuvaa.”



## Ilmastopäästöjen kompensointi



Kaikista 43 %, teollisuudesta 43 %, palveluista 44 %, pienet 33 %, keskisuuret 40 %, suuret 60 %

Ilmastopäästöjen kompensointia ei pidetä lainkaan yhtä tärkeänä kuin niiden vähentämistä. Kompensointi on kuitenkin keino päästä hiilineutraaliuteen.

”Yrityksemme päätuote on tapahtumat. Kaikkien toteuttamiemme tapahtumien hiilijalanjälki laskeaan, jonka perusteella voidaan tarkastella, missä voitaisiin tehdä paremmin ja miten saadaan jäljestä pienempi – lopuksi jäljelle jäävien CO2 päästöjen kompensointia tarjotaan kaikille asiakkaillemme kauttamme.

2022 lopussa päästiin tavoitteeseen: 50% kaikista tapahtumista / projekteista kompensoitu.

2023 vuodelle tavoite on 75% kompensoitu.”

---

**Pohdittavaa: Pitäisikö kompensointia pyrkiä lisäämään? Kompensoinnissa on kasvun varaa, mutta käytännössä päästöjen vähentäminen suoraan on tehokkaampaa.**

## Yhteistyö

Moni korosti vastauksissaan yhteistyön merkitystä vastuullisuuden toteuttamisessa.

”Pyrimme tuomaan esille tuotteiden vastuullisuutta ja ketjujen jäljitettävyyttä joka on todella haastava tehtävä, mutta meille tärkeää: jos tunnemme **ketjut ja tavarantoimittajat mahdollisimman pitkälle, on meillä mahdollista edistää asioita.**”

”panostamme hankintaketjun sosiaaliseen vastuuseen mm. kolmannen osapuolen auditoinnin ja amfori-jäsenyydellä”

”Ilmastotavoitteet: n. puolet ilmastopäästöistä tulee rakennusosalta. Materiaalisen energiantensiöiteetin suhteen pienetkin muutokset vaikuttavat isosti. Hiilineutraaliustavoitteet (mutta tässä todella isoa hajontaa, me ajattelemme sitä materiaalista lähtien koko käyttöiän elinkaareen suhteutettuna). **Ei voida tehdä tätä yksin vaan sisällyttää koko arvoketju vaikuttamalla, vaatimalla ja käymällä vuoropuhelua.** Kiertotaloukset; esim työmaalla käytettävät puukaiteet ovat rakennuksen valmistuttua jätettä; kuinka tällaiset.”

”Vallilalainen toimijuus (**ollaan aktiivinen toimija yhteisössä**, energiatehokkuus ja energiamäärät, uusiutuvuus, tiekartta biokaasuun siirtymiselle). Edunvalvonta ja vaikuttajaviestintä.”

Kestävät ja maistuvat valinnat (arvoketju, vastuulliset raaka-aineet, ihmisoikeudet tuotteiden alkuperässä. **Hyödynnetty kolmatta osapuolta** eli Rainforest Alliance)

”Tieteeseen perustuva ilmastotyö (ilmastotavoitteet joka on meille keskeinen viitoittaja; **sitoutetaan vähintään 90% toimijoistamme asettamaan omat tieteeseen perustuvat ilmastotavoitteet** vuoteen 2030 vuoteen mennessä, tiekarttaan konkreettisia juttuja)

## Miten vastuullisuus näkyy yrityksissä?

”Kuinka totta seuraavat asiat ovat yrityksessänne?”

**TAULUKKO: Vastuullisuus on... (paljon tai erittäin paljon yrityksessämme, % kaikista vastaajista)**

1. Osa strategiaamme (78 %)
2. Osa yrityksen brändiä (66 %)
3. Asia, jota mittaamme ja kehitämme systemaattisesti (54 %)
4. Investointien kohde (53 %)
5. Määritelty liiketoiminnan lähtökohdaksi (52 %)
6. Tuottanut taloudellista tulosta (36 %)
7. Osa johdon palkitsemisjärjestelmää (20 %)
8. Osa henkilöstön palkitsemisjärjestelmää (14 %)

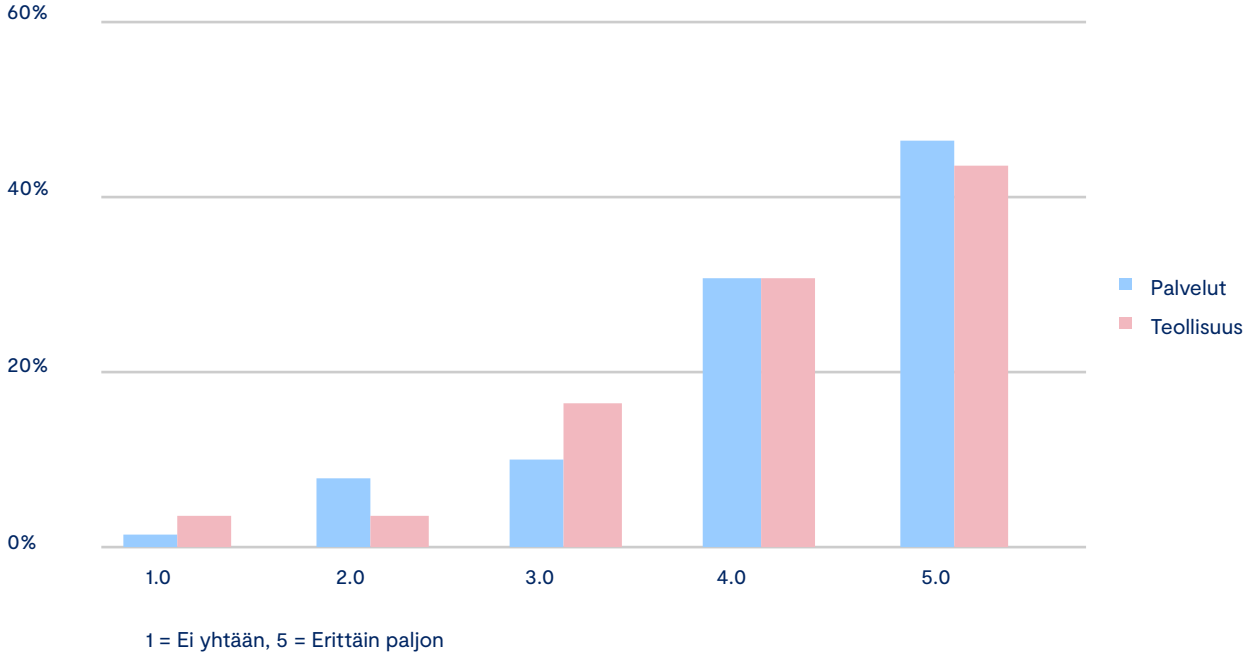
Paljon tai erittäin paljon	Kaikki	<10 M €	10–50 M€	>50 M€	Palvelut	Teollisuus
Osa strategiaamme	78 %	63 %	75 %	95 %	79 %	76 %
Osa yrityksen brändiä	66 %	56 %	66 %	80 %	62 %	69 %
Asia, jota mittaamme ja kehitämme systemaattisesti	54 %	32 %	56 %	75 %	54 %	55 %
Investointien kohde	53 %	41 %	46 %	71 %	52 %	55 %
Määritelty liiketoiminnan lähtökohdaksi	52 %	43 %	48 %	97 %	51 %	55 %
Tuottanut taloudellista tulosta	36 %	33 %	30 %	44 %	33 %	40 %
Osa johdon palkitsemisjärjestelmää	20 %	19 %	12 %	30 %	18 %	22 %
Osa henkilöstön palkitsemisjärjestelmää	14 %	17 %	10 %	17 %	12 %	18 %

### Keskeisiä kehittämiskohteita:

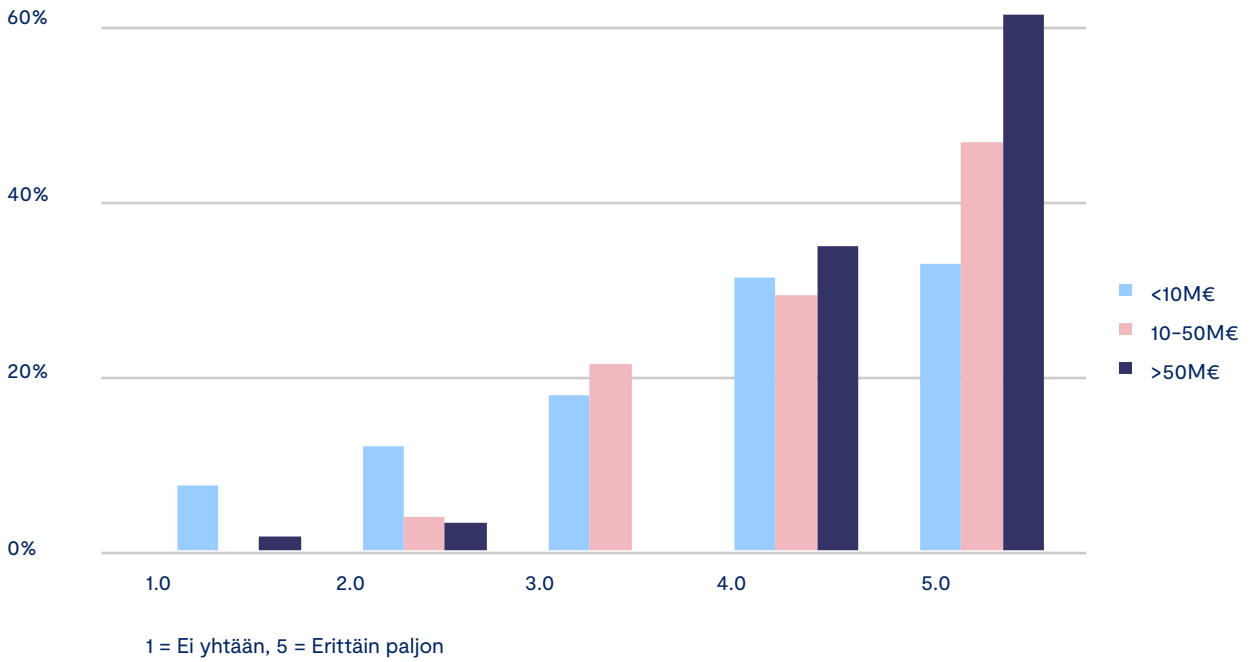
1. Miten tuoda vastuullisuus osaksi johdon ja henkilöstön palkitsemisjärjestelmää?
2. Kuinka saada investoinnit vastuullisuuteen tuottamaan tulosta?
3. Kuinka saada strategiaan kuuluva vastuullisuus näkymään yrityksen brändissä ja nostamaan sen arvoa silloin kun se ei vielä brändissä näy (esim. palvelualoilla)?

Vastuullisuus on osa strategiaamme

Vastuullisuus on osa strategiaamme



Vastuullisuus on osa strategiaamme



Vastuullisuus näkyy yrityksen strategiassa useimmiten yli 50 M€:n liikevaihdon yrityksillä, mutta muillakin vastuullisuus näkyy strategiassa useammin kuin muilla osa-alueilla. Strategiassa näkyvät vastuun eri muodot ja usein niissä korostuu myös yhteistyö koko arvoketjun kanssa.

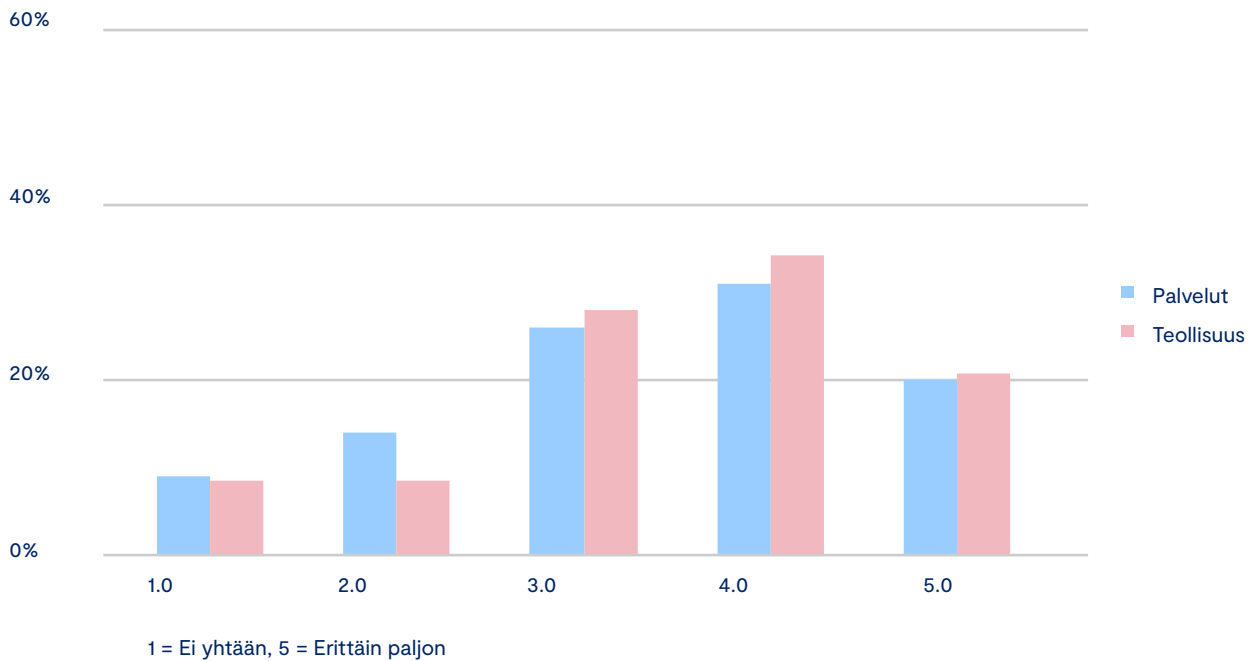
”Tuotteemme on suunniteltu pitkäikäisiksi ja kunnostamme asiakkaidemme käyttämiä tuotteita uusille käyttäjille. Autamme asiakastamme tarkoituksenmukaisen, tilatehokkaan ja samalla ilmastoystävällisemmän työskentelytilojen luomisessa. Tarjoamme asiakkaillemme myös kiertotalousmallin mukaista tuote-palveluna konseptia.”

”Yhteistyöllä alkutuotannon kanssa kehitämme koko arvoketjua.”

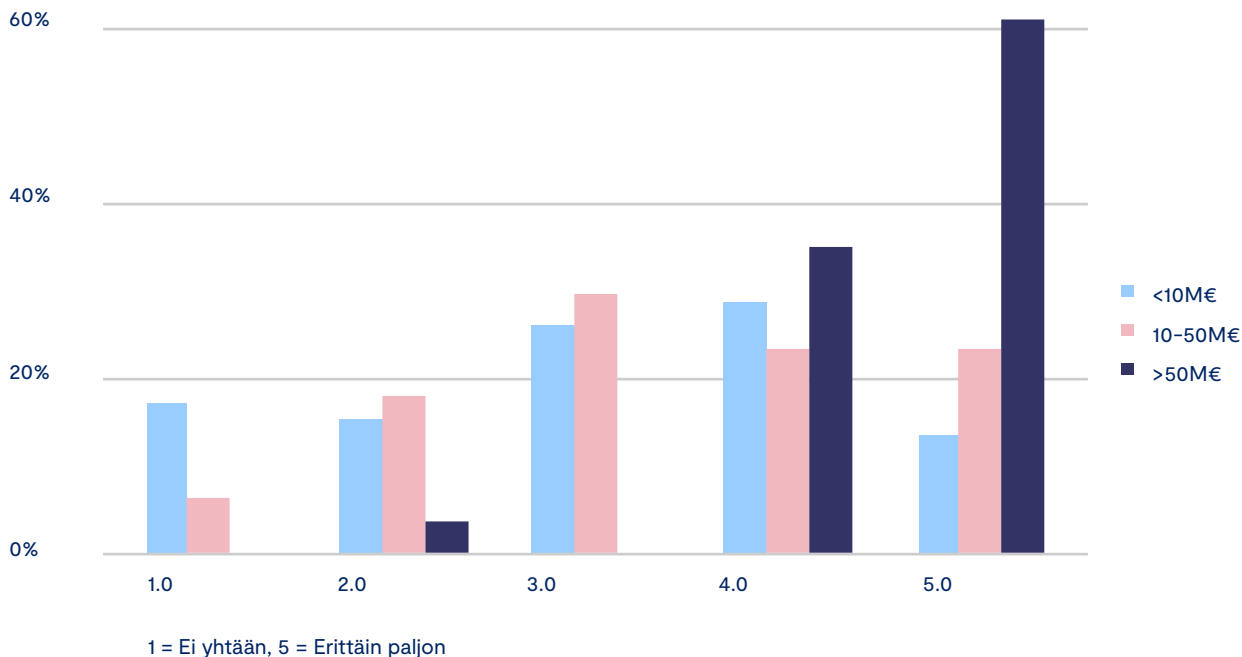
”Yhteistyössä metsäteollisuuden kanssa kierrätämme/ohjaamme uusiokäyttöön heidän sivuvirtojaan.”

### Vastuullisuus on määritelty liiketoiminnan lähtökohdaksi

Vastuullisuus on määritelty liiketoiminnan lähtökohdaksi



## Vastuullisuus on määritelty liiketoiminnan lähtökohdaksi



Vastuullisuus on liiketoiminnan lähtökohdaksi hiukan useammin teollisuudessa kuin palveluilla ja erityisen usein se on sitä yli 50 M€:n liikevaihdon yrityksissä.

Vastuullisuus näkyy liiketoiminnan keskiössä esimerkiksi näin:

”Hiilinegatiivisuus on meillä toiminnan keskiössä.”

”Autamme asiakkaitamme vähentämään omasta autoilustaan syntyviä päästöjä helpottamalla sähköistä siirtymää ja tarjoamalla työkaluja päästöseurantaan ja -ennustamiseen.”

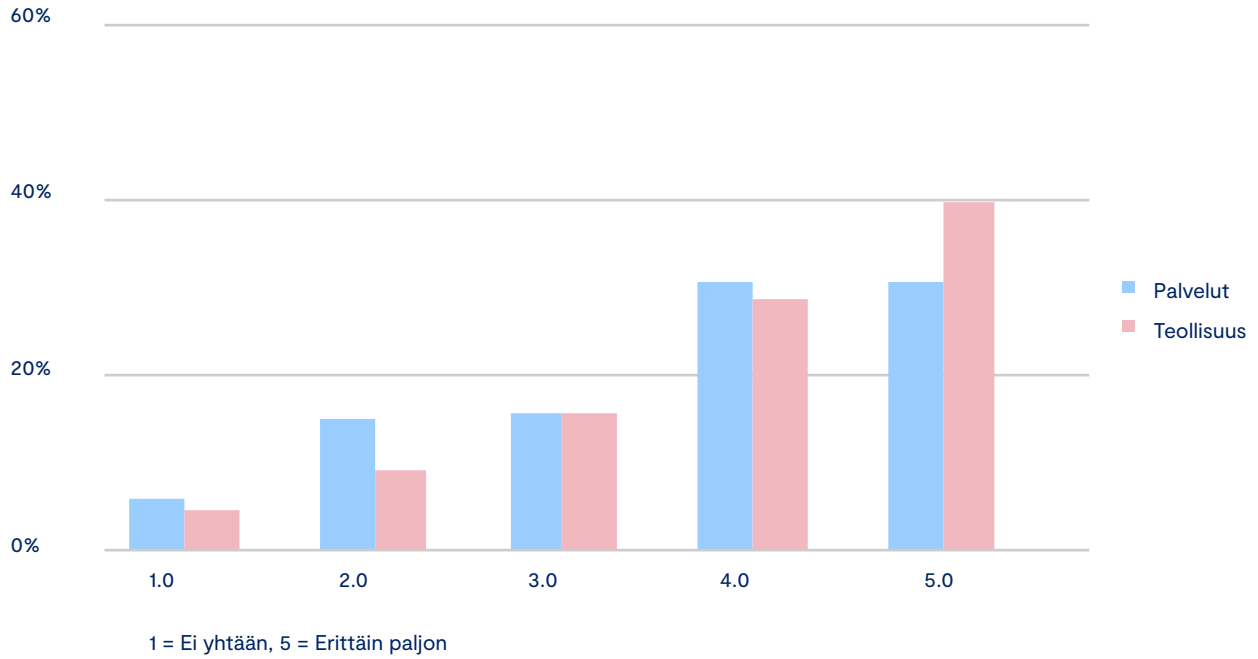
”Liiketoimintamme perustuu IT-palveluiden ja laitteiden vastuullisempaan toimintaan. Tuomme asiakkaillemme esille vastuullisuusluvut IT:stä ja yhdessä lähdemme pienentämään näitä. Pyrimme muuttamaan IT:n perinteisiä prosesseja ja tuomaan kiertotalouden mukaan IT-laitteiston liiketoimintaan.”

”Tuotteistamme vastuullisuusraportoinnin palvelualustaa yrityksille.”

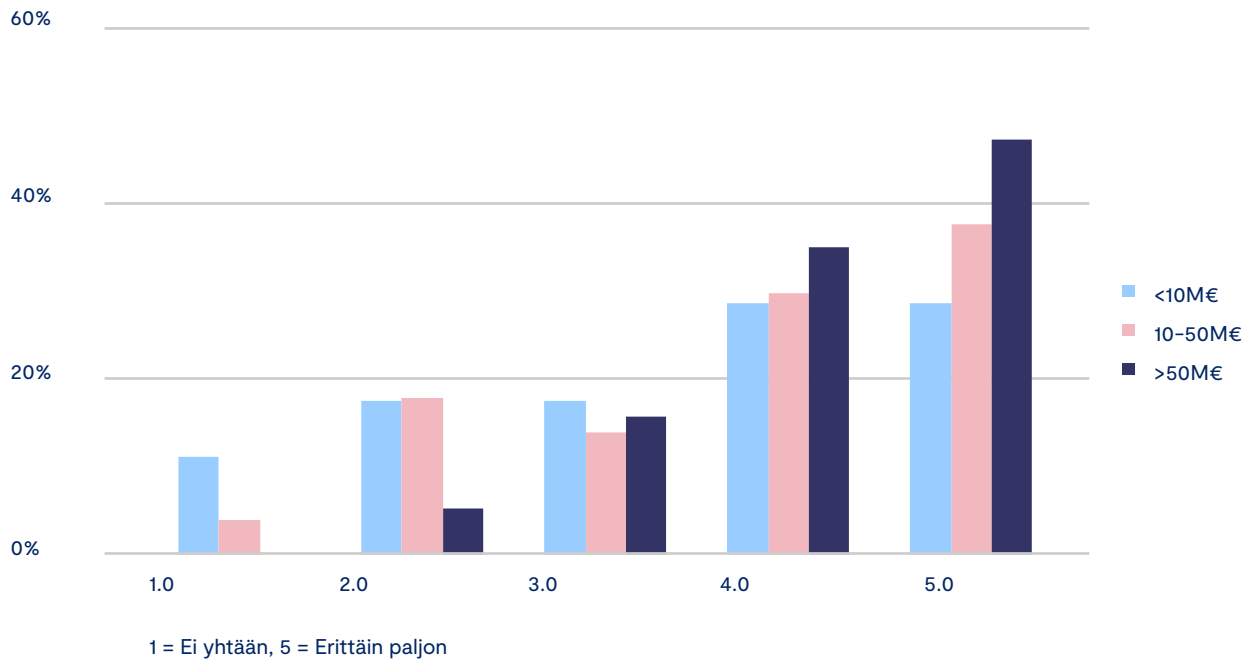
”Pääliiketoimintamme on vastuullisesti tuotettuja liikelahjoja - kestäviä pellavatekstiilejä, jotka valmistetaan alusta loppuun Suomessa. Minimoitu hävikki ja ylituotannon karsiminen tärkeitä osia. Lisäksi hyödynnämme kierrätettyjä materiaaleja.”

”Meillä korostuu liiketoiminnassa paljon sosiaalinen ja kulttuurinen vastuu koska olemme pk-seudun yksi suurimpia maahanmuuttajien kouluttajia ennen ammatillisia opintoja. Meillä opiskelevat tottuvat eri kulttuureihin jo ihan oppilaitoksien käytävillä ja olemme myös järjestäneet erilaisia tapahtumia eri kulttuurien esittelyyn ja tutuksi tekemiseen esim. ruokatapahtumia.”

Vastuullisuus on osa yrityksen brändiä



Vastuullisuus on osa yrityksen brändiä



## Vastuullisuus on osa yrityksen brändiä

Vastuullisuus on osa yrityksen brändiä useammin teollisuudessa kuin palvelualoilla, mikä heijastaa sitä, että teollisuusyrityksissä vastuullisuus oli useammin liiketoiminnan lähtökohtana.

Vastuullisuuden näkymistä brändissä pidettiin myös yhtenä vastuullisuuden keskeisimmistä hyödyistä.

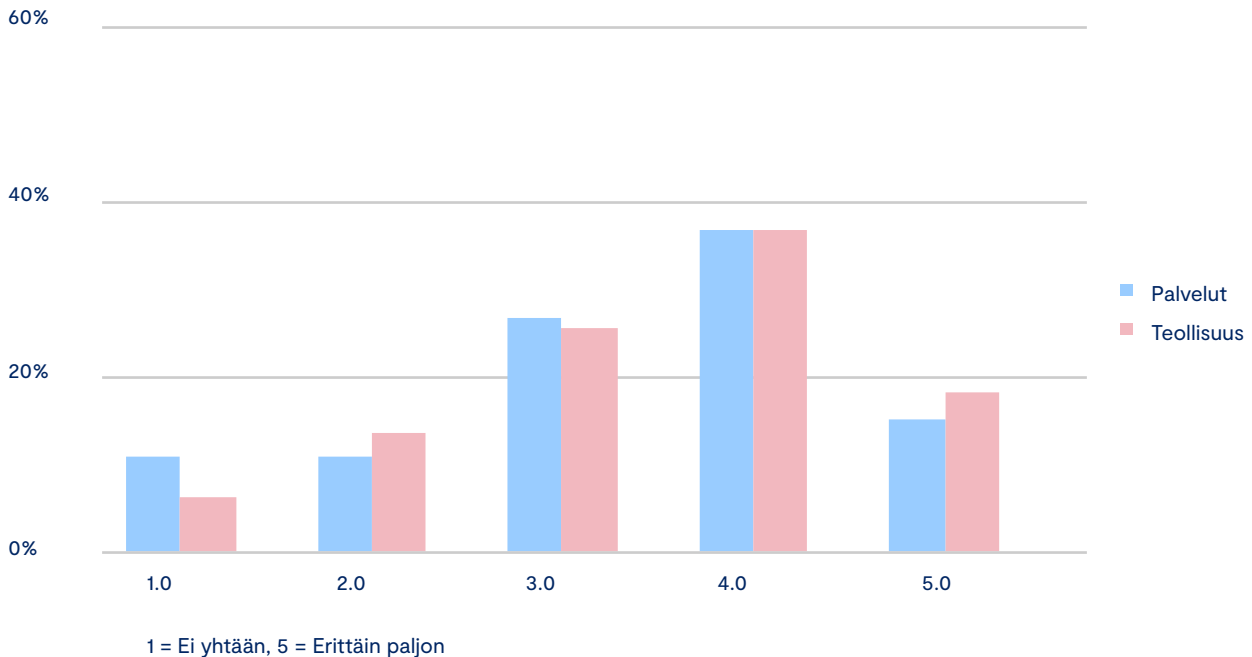
Palvelualat panostavat vastuullisuuteen monella tavalla, mikä ei vielä aina näy brändissä ja sen arvossa. Keskeinen kysymys on siis, miten viestiä vastuullisuutta brändissä.

Vastuullisuus voi näkyä brändissä esimerkiksi erilaisina sertifikaatteina tai toiminnan taustojen avaamisena tuotepakkauksissa ja yrityksen verkkosivulla.

**Pohdittavaa: vapaissa vastauksissa ei mainittu juurikaan vastuullisuuden näkymisestä brändissä. Asia on niin selkeää, ettei tarvitse erikseen puhua siitä? Vai että brändinäkyvyyden korostamista pidettäisiin pinnallisena viherpesuna?**

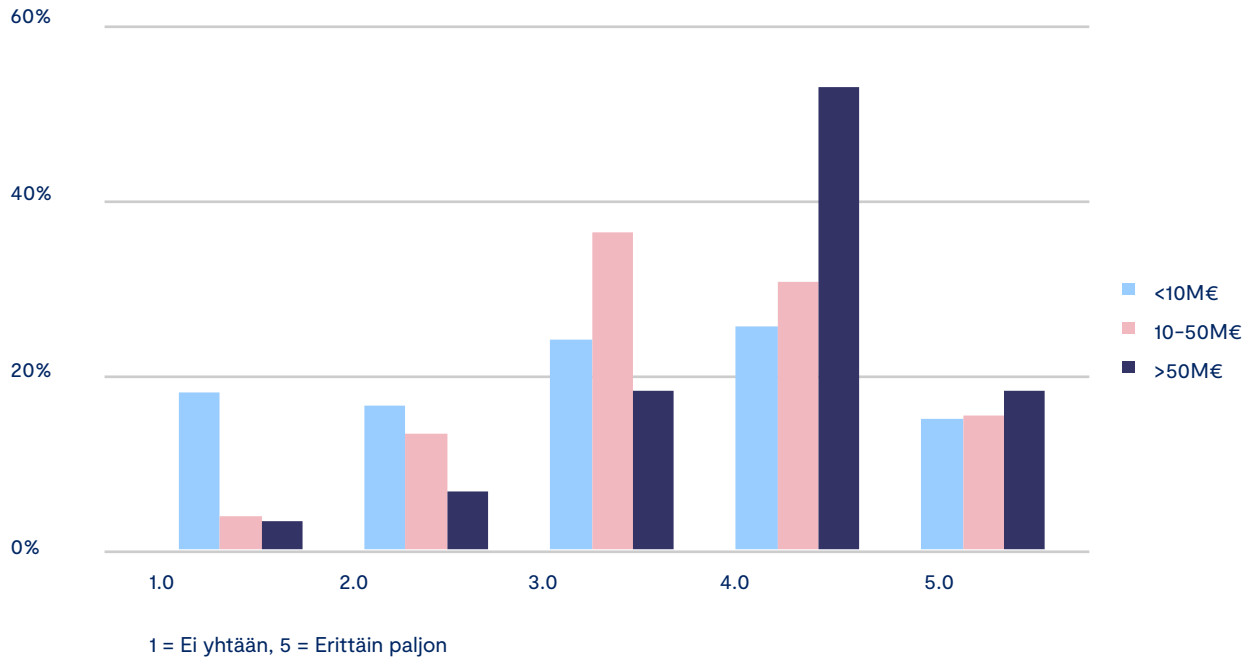
## Vastuullisuus on investointien kohde.

Vastuullisuus on investointien kohde





## Vastuullisuus on investointien kohde



Vastuullisuuteen investoivat ”paljon” etenkin yli 50 M€:n liikevaihdon yritykset.

Mistä tämä kertoo? Vaatii resursseja, on mistä allokoita ja hyödytkin näkyvät suurella skaalalla. Investointien skaalaedut.

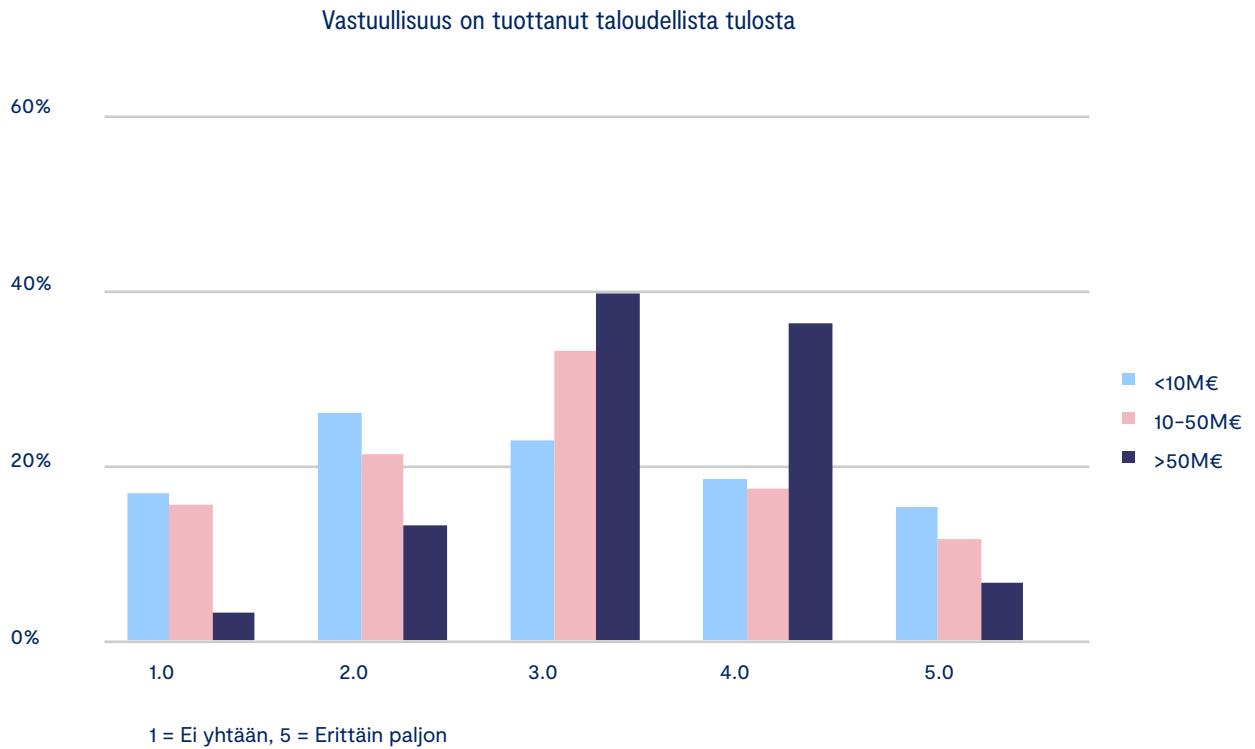
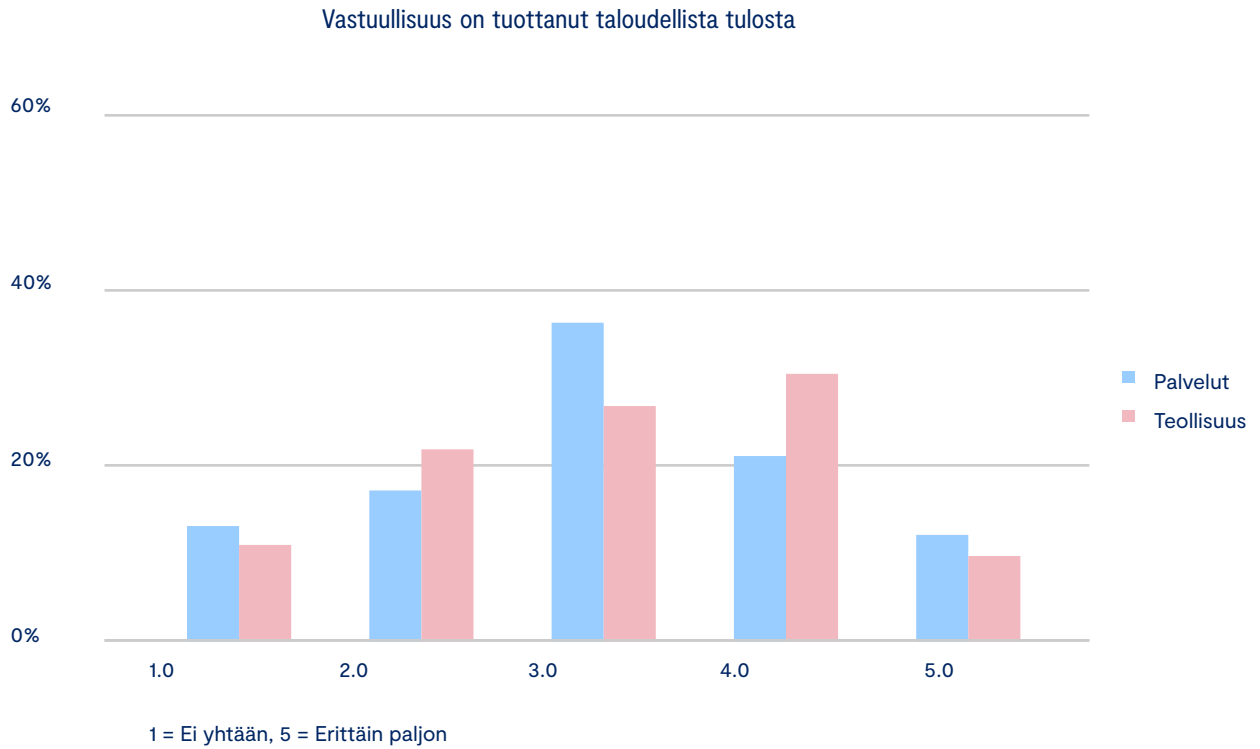
Keskeisiä kysymyksiä ovat, **mitkä ovat vastuullisuuden kannalta merkittäviä investointeja? Miten niitä voisi lisätä?**

Yrityksissä investoitiin sekä laaja-alaisiin vastuullisuusohjelmiin ja henkilöstön koulutuksiin sekä tarkkarajaisempiin alakohtaisiin innovaatioihin ja kehityshankkeisiin:

”koulutamme henkilöstöämme säännöllisesti vastuullisuudesta ja laajennamme tätä koulutusta jatkossa”

”Lannoitteiden osalta kehityshankkeita, kahvimarjan käsittelyyn ja veden käyttöön liittyviä innovaatioita”

Vastuullisuus on tuottanut taloudellista tulosta



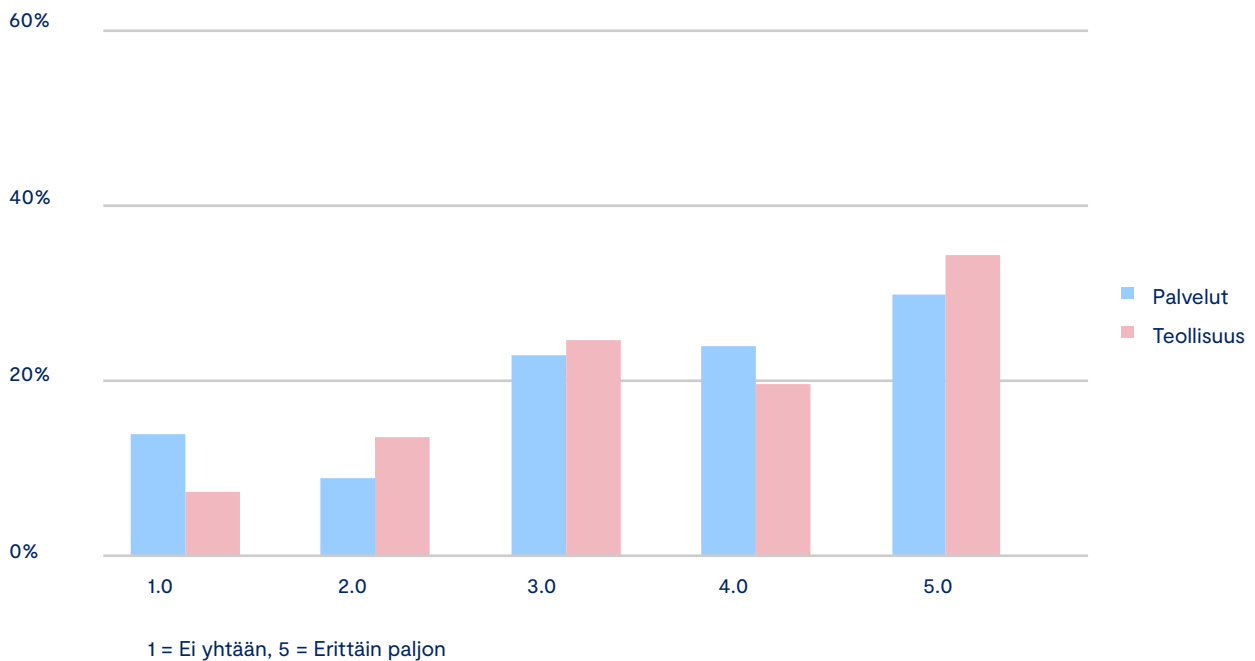
Vastuullisuus on tuottanut selvästi eniten taloudellista tulosta suurissa yli 50 M €:n liikevaihdon yrityksissä ja jonkin verran enemmän teollisuudessa kuin palveluilla. Kaikista yrityksistä taloudellista tulosta vastuullisuus on tuottanut paljon tai erittäin paljon 36 prosentille ja jonkin verran tulosta 32 prosentille. Teollisuusyrityksistä taloudellista tulosta vastuullisuus on tuottanut paljon tai erittäin 40 prosentille ja jonkin verran tulosta 27 prosentille. Yli 50 M€:n liikevaihdon yrityksistä taloudellista tulosta vastuullisuus on tuottanut paljon tai erittäin 44 prosentille ja jonkin verran tulosta 40 prosentille.

Keskeisiä kysymyksiä ovat, **miten vastuullisuus on tuottanut tulosta, ja miten voi saada vastuullisuuden tuottamaan enemmän tulosta?**

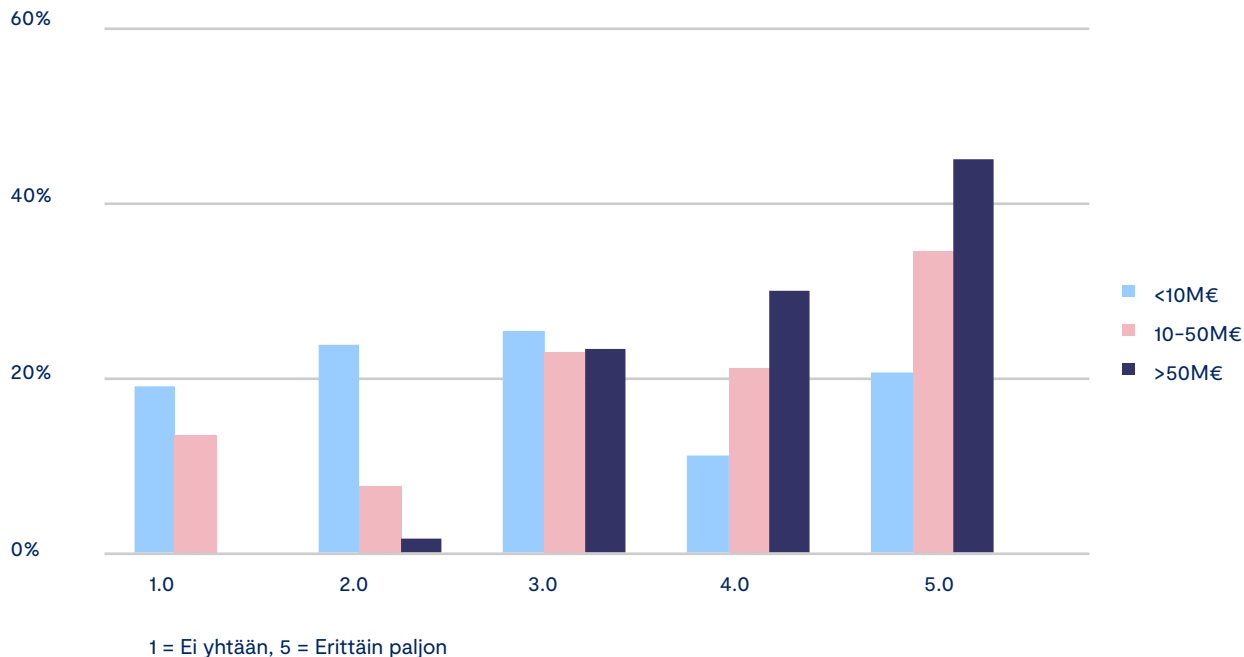
Tuottaakseen vastuullisuus vaatii investointeja. Isoissa yrityksissä on investoitu paljon, ja vastuullisuus on tuottanut paljon tai jonkin verran tulosta.

### Vastuullisuus on asia, jota mittaamme ja kehitämme systemaattisesti

Mittaamme ja kehitämme systemaattisesti vastuullisuutta



## Mittaamme ja kehitämme systemaattisesti vastuullisuutta



Vastuullisuutta mitataan eniten ja selkeästi muita enemmän suurissa **yli 50 M€:n yrityksissä**. Paljon tai erittäin paljon sitä mitataan ja kehitetään systemaattisesti 75 prosentissa yli 50 M€:n yrityksistä, 56 prosentissa 10-50 M€:n yrityksistä ja 32 prosentissa alle 10 M€:n yrityksistä.

Systemaattisen kehityksen apuna toimivat analyysit, suunnitelmat ja työryhmät.

”Ollaan aloittamassa suunnitelmallista toimintaa, varsinkin hankinnan puolella. Osa asiakkaista, kuten SOK ja Lidl vaatii toimittajilta tiettyjä ohjelmia/kehitysprojekteja.”

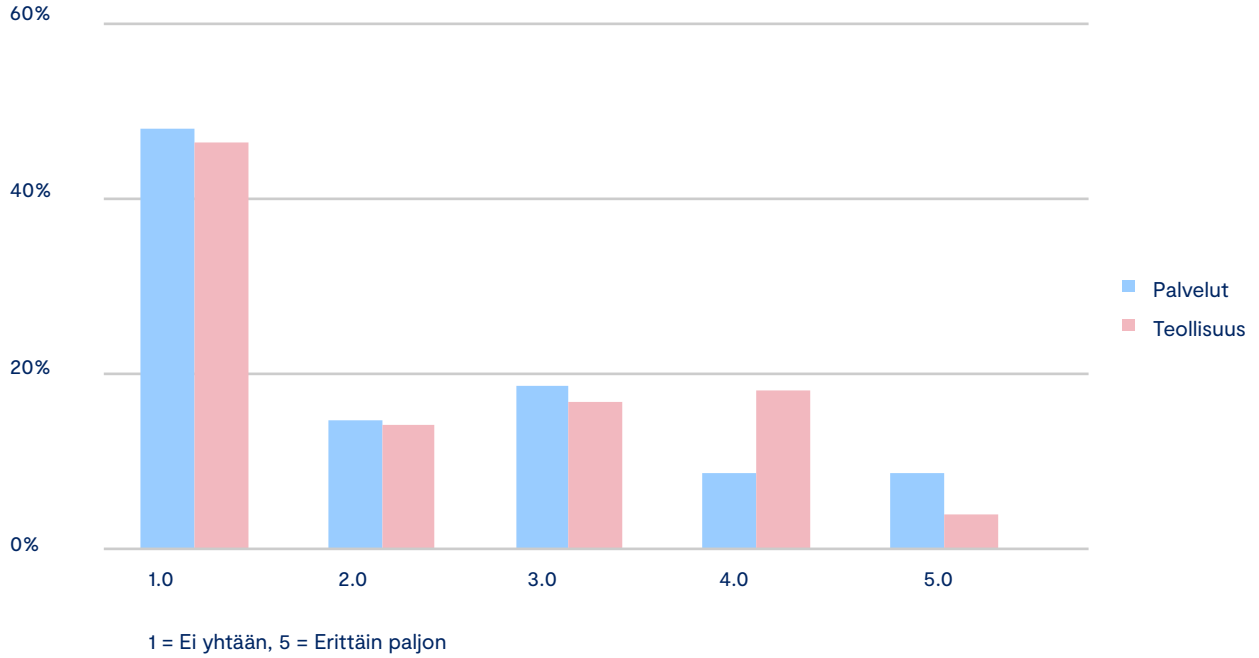
”Vuodessa on perustettu vastuullisuustyöryhmä, joka miettii vastuullisuuden ongelmakohtia ja kehitystoimenpiteitä niihin. Työn alla ollut mm. päästölaskentaa ja henkilöstön osallistamista.”

”Vastuullisuustyöryhmä on toiminut vuoden -22 alusta lähtien ja koordinoi koko vastuullisuuteen ja kestävään kehitykseen liittyvää toimintaa ja raportoi johtoryhmälle. Olemme tehneet ensimmäisen hiilijalanjälkilaskurin vuodelta -21 ja teemme sen jatkossa vuosittain, teemme parhaillaan ensimmäistä vastuullisuusraporttia joka liitetään osittain verkkosivuille sekä vuosikertomuksen liitteeksi. Vastuullisuusryhmällä on oma kanava intrassa ja julkaisemme esim. säännöllisten palaveriemme pääteemat aina uutisissa.”

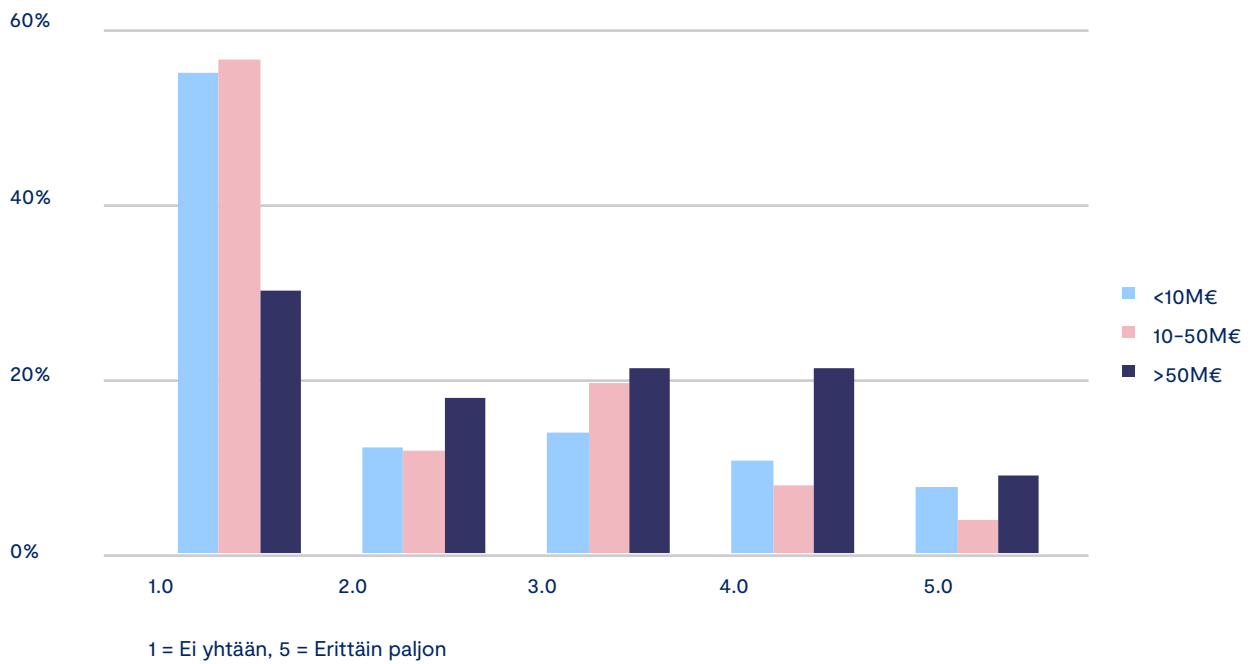
Vastuullisuuden mittaamisessa ja kehittämisessä on **kasvun varaa palveluille**, jotka tarjoavat helppokäyttöisiä, resursseja säästäviä toimintamallien pohjia etenkin pienille yrityksille, niin ettei kaikkien tarvitse ”keksiä pyörää uudestaan”.

Vastuullisuus on osa johdon palkitsemisjärjestelmää

Vastuullisuus on osa johdon palkitsemisjärjestelmää



Vastuullisuus on osa johdon palkitsemisjärjestelmää



Vastuullisuudesta palkitaan harvoin. Yli 60 prosenttia vastaajista kertoi, että vastuullisuus ei ole lainkaan tai on hyvin vähän osa johdon tai henkilöstön palkitsemisjärjestelmää. Palkitseminen oli hieman yleisempää teollisuudessa kuin palvelualoilla.

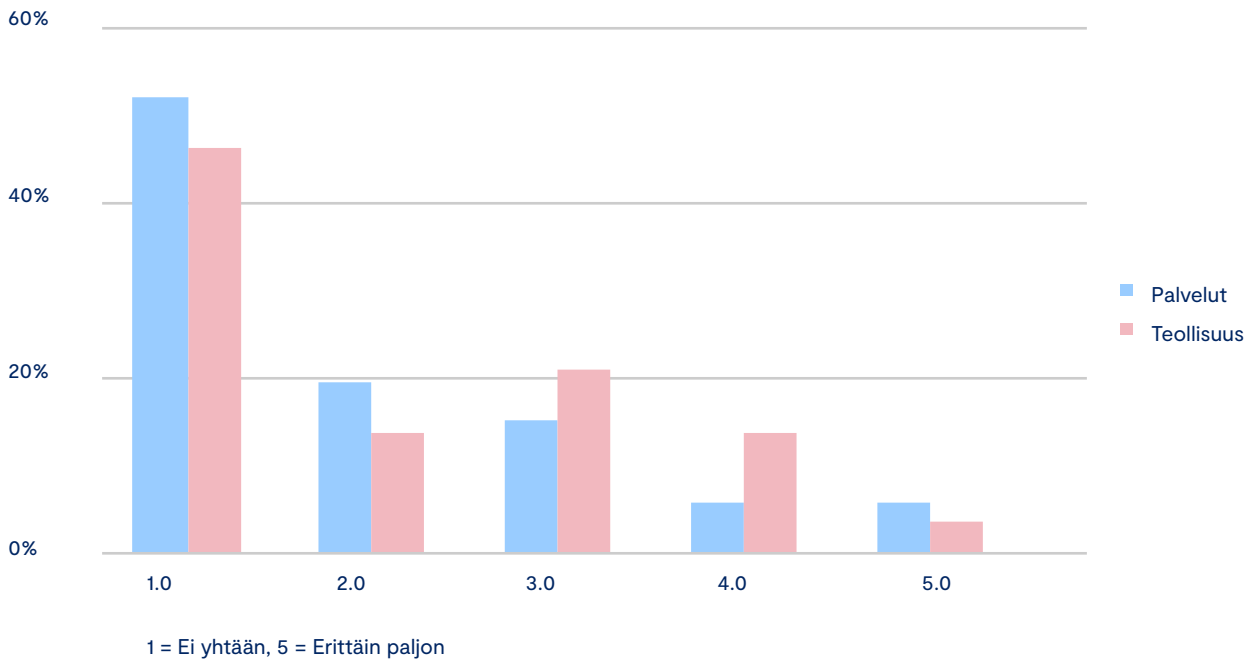
**Vastuullisuuden palkitsemisessa on kasvun varaa.** Teknologiateollisuuden vastuullisuuden voima-selvityksen mukaan eniten taloudellista tulosta vastuullisuudella tekevissä yrityksissä vastuullisuus on sidottu johdon palkitsemisjärjestelmään ja osa johdon arvomaailmaa.

**Miksi vastuullisuudesta palkitaan yrityksissä niin harvoin? Jotta voidaan palkita täytyy olla selvillä mistä palkitaan ja miten se muuttuu hyödyksi, josta on varaa palkita.** Palkitsemisen aika on vasta, kun on jotain prosesseja, joista palkita.

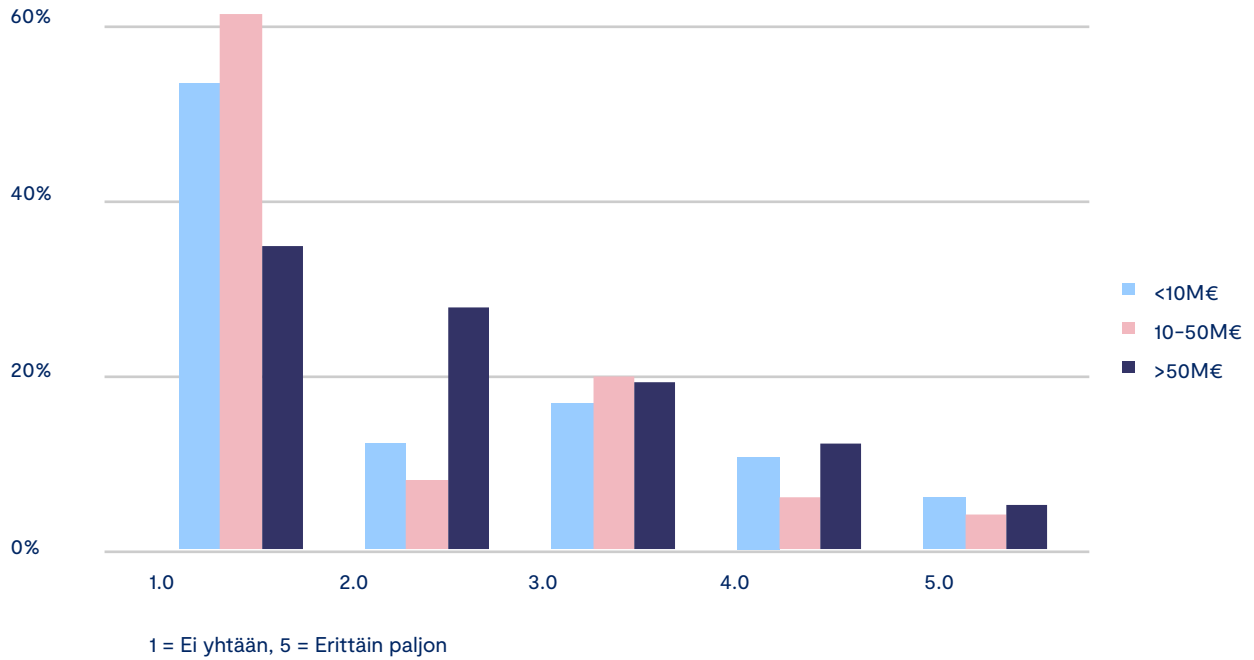
”Järjestämme erilaisia tapahtumia sekä jatkossa palkitsemme opiskelijoiden vastuullisuustekoja kuukausittain. Olemme myös ehdottaneet palkitsemismallia henkilökunnalle eri asteisista vastuullisuutta edistävästä innovaatioista, mutta se tarvitsee omistajien hyväksynnän.”

### Vastuullisuus on osa henkilöstön palkitsemisjärjestelmää

Vastuullisuus on osa henkilöstön palkitsemisjärjestelmää

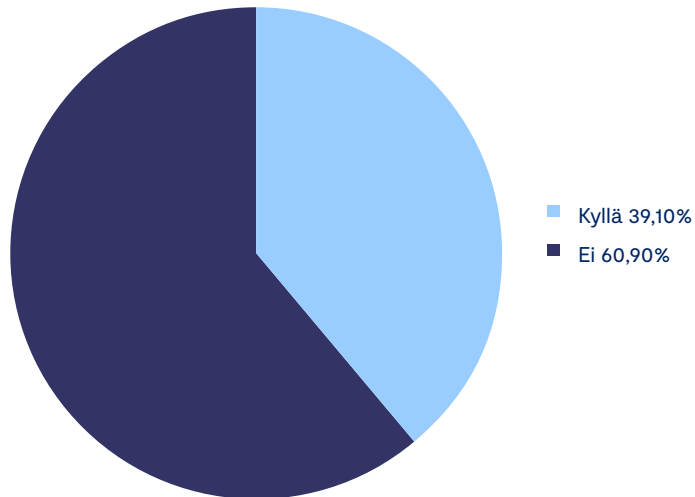


Vastuullisuus on osa henkilöstön palkitsemisjärjestelmää



Onko yrityksenne laatinut vastuullisuusraportin (esim. GRI)?

Onko yrityksenne laatinut vastuullisuusraportin?



”Konserni on tehnyt vastuullisuusraportin, ja olemme siinä osana.”

Vastuullisuuden tuomat liiketoiminnalliset hyödyt syntyvät siitä, että vastuullisuus on liiketoiminnan ytimessä eikä siihen päästä pelkällä raportoinnilla. Raportoinnilla tuotetaan tärkeää tietoa vastuullisuustyön avuksi ja viestitään vastuullisuudesta sidosryhmille.

## Vastuullinen liiketoiminta ja sen kehittäminen

**Kuinka iso osa liiketoiminnastanne ja kehitystyöstänne pohjautuu vastuullisuuden lisäämiseen? Esim. liiketoiminta perustuu päästöttömyyteen, kiertotalouteen jakamistalouteen, reiluun kauppaan tms.?**

Vastuullisuus on hiukan useammin osana uutta kuin olemassaolevaa liiketoimintaa. Vastuullisuuteen panostaminen vaihtelee paljon yritysten välillä.

**”Kuvaile lyhyesti, millaista vastuullisuutta edistävää liiketoimintaa teette.”**

### Esimerkkejä aineettomista palveluista

”Neuvomme asiakkaitamme vastuullisuuteen liittyvässä lainsäädännössä, compliancessa ja sääntelyssä.”

”Lähtökohtaisesti olemme osa julkishallintoa ja OKM:n palveluntarjoaja ja sitä kautta liiketoimintamme edistää vastuullisuutta yhteiskunnassa mm. tukien ilmastotutkimusta, laskennallista lääketiedettä, digitransformaatiota.”

”Kestävän kehityksen teemoja käsittelevää koulutusta ja tutkimustoimintaa.”

”Olemme sisällyttäneet vastuullisuuden ja kestäväen kehityksen ajattelumallin kaikkiin tutkintoihin tutkintovastaavien kautta sekä tehneet paikallisen tutkinnon osan liittyen kestäväen kehitykseen.”

”Yritys konsultoi ja kehittää uusia hankkeita, suunnittelemme materiaali- ja energiatehokkaita sekä ilmastoystävällisiä maantie-, kaava-, raideliikenne- jne. ratkaisuja. Ratkaisut vaikuttavat ensisijaisesti asiakkaiden kautta.”

### Esimerkkejä kaupasta ja teollisuudesta

”Kiertotalouden toimija, kierrätettyjen vaatteiden myyjä ja tuottojen ohjaaminen globaaliin kehitystyöhön kuten kouluttamiseen.”

”Toimitamme akkujärjestelmiä, joilla voidaan vähentää päästöjä ja säästää energiaa.”

”Päätuotteemme parantavat infraverkoston rakentamisen turvallisuutta, minimoivat rakentamistyön ympäristövaikutuksia ja vähentävät resurssien (materiaalit, työaika, raha) tuhlaamista.”

”Teollisten ilmalämpöpumppujärjestelmien suunnittelu, kehitys ja myynti.”

”Jätevirtojen kierrätettävyyden lisääminen (kiertotalous), Ratkaisut oman toiminnan energiatarpeen pienentämiseen sekä uusiutuvien energiamuotojen tukeminen. Ympäristönäkökohtien vaikuttavuus ja arviointi koko toimitusketjussa. Luonnonvaroja säästävät ratkaisut. Eettinen ohjeistus (sisäisarvo ja ihmisoikeusnäkökulmat), työsuojelun ja työterveyden edistämishjelmat.”

”Vanhojen, käytöstä poistettavien materiaaliemme keräys uuden vastaavan tuotteen raaka-aineksi. Materiaalien hukkan kerääminen uudelleen käytettäväksi raaka-aineksi. Vaihtoehtoisten, ei



fossiilisten raaka-aineiden käyttö ja uusien etsiminen muilta teollisuuden aloilta. Tuotantojen päästöjen vähentäminen tavoitteiden mukaan (energia, suljettu vesien kierto tuotantolaitoksissa jne.)”

”Sertifioitujen raaka-aineiden käyttö, uusiutuvan energian käyttö, hiilijalanjäljen kompensointi, pakkausmateriaalin vähentäminen ja kierrätysmahdollisuuksien lisääminen”

”Hukan minimointi, lämmön talteenotto, asiakasräätälöidyt tuotteet (ei varastoja)”

### **Tuotteet ja palvelut yhdessä, tuote palveluna**

”Kehitämme ja rakennamme veneiden pohjien pesuloita, mitä käyttävät veneilijät eivät enää tarvitse myrkkäsittelyjä (nämä ovat huomattava mikromuovin ja kuparin lähde vesistöihin). Likainen pohja nostaa polttoaineen kulutusta huomattavasti, mikä koituu turhiksi CO2 päästöiksi. Rakennamme pesulaverkostoa ja palvelukonseptia, mikä toimiessaan poistaa myrkyttämistarpeen kokonaisuudessaan.”

”Kehitämme terveydenhoitoon monipuolisia innovatiivisia ratkaisuja jolla parannamme potilaita nopeammin, tehokkaammin, vähemmällä komplikaatioilla ja lähempänä kotia.”

”Meillä on uusi ympäristöön vaikuttava ratkaisu, joka hillitsee metsä- ja maastopaloja.”

”Haitta-aineiden turvallinen poistaminen. Työsuojelu. Tautisaneeraus.”

”Yritystoiminnan luonne (sertifioitu ISO14001) vaatii jo näkökulmia vastuullisuuden kannalta sekä luo niille kehitystarpeita. Käytännössä tarjoamamme ratkaisut ovat usein osa asiakkaitemme punnitsemää vastuullisempaa tuote/toimintakehitystä. Pitkässä toimitusketjussa teemme osamme.”

”Palveluita, joiden avulla logistiikassa ja omistajuudessa (yhteishankinta/vuokrausvaihtoehto) sekä vihreään imagoon perustuvassa markkinoinnissa saavutetaan ekologisuutta tehokkaasti

”Päästöttömyys ja uusiutuvien energiamuotojen ratkaisujen kehittäminen, valmistaminen ja myynti ovat liiketoimintamme perusta.”

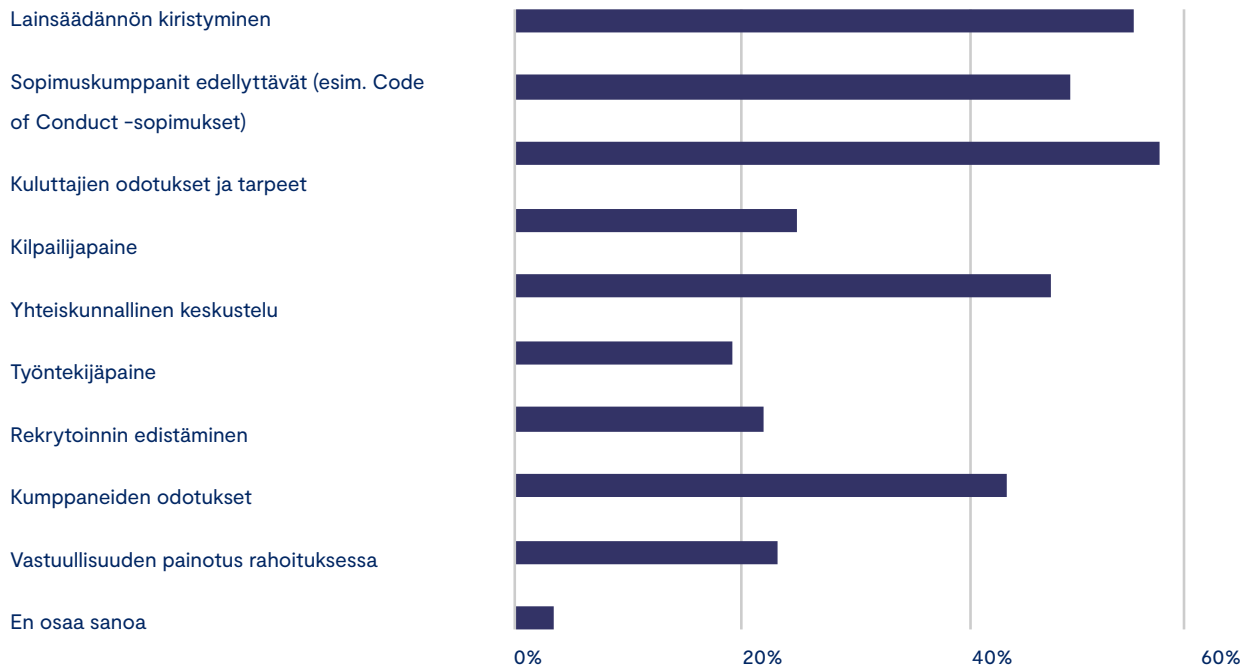
”Parannetaan jatkuvasti asuinkiinteistöjemme energiatehokkuutta ja pyritään säästötoimiin energian- ja veden kulutuksessa sekä opastetaan asukkaitamme kyseisiin säästötoimenpiteisiin. Uudiskohteissa pyritään uusiutuvan energian käyttöön lämmityksessä ja sähkössä.”

”Kasvatamme asiakkaidemme kierrätysastetta ja tätä kautta vähennämme heidän toiminnastaan syntyviä päästöjä. Vähennämme aktiivisesti omasta toiminnastamme syntyviä päästöjä ja kehitämme jatkuvasti tekemistämme kohti yhä vahvempaa vastuullisuutta.”

### **Miksi vastuullisuutta kehitetään?**

Vastuullisuuden kehittämisen syitä ovat erilaiset ulkoiset paineet, taloudellinen hyöty ja yrityksen tai sen omistajien arvot.

Mitkä ovat tärkeimmät syyt ja ajurit vastuullisuuden kehittämiseen yrityksessänne?



**Kysytyt syyt tärkeysjärjestyksessä:**

1. Kuluttajien odotukset ja tarpeet
2. Lainsäädännön kiristyminen
3. Sopimuskumppanit edellyttävät
4. Yhteiskunnallinen keskustelu
5. Kumppaneiden odotukset
6. Kilpailijapaine
7. Vastuullisuuden painotus rahoituksessa
8. Rekrytoinnin edistäminen
9. Työntekijäpaine
10. En osaa sanoa

Ulkoiset paineet tulevat siis ensisijaisesti kuluttajilta, lainsäädännöstä ja sopimuskumppaneilta.

Muita syitä ovat liiketoiminnalliset syyt. Myös yrityksen omat arvot korostuvat vastauksissa.

**Liiketoiminnalliset syyt**

”Toimintatapamme on aina ohjautunut vastuullisuuteen, vaikka sitä ei aina siksi olekaan kutsuttu. Asioita on vain tehty ”järkevästi”, kun se on ollut usein myös taloudellisesti kannattavaa.”

”Uskomme vastuullisen liiketoiminnan (niin ympäristö- kuin sosiaalisenkin vastuun) kehittämisen olevan keino erottua kilpailijoista ja sen tuovan kilpailuetua myös tulevaisuudessa. Myös raaka-ainesten loppuminen ja / tai kallistuminen tulevaisuudessa on ajuri tässä, ja on parempi ollut aloittaa ajoissa varautuminen ja liiketoiminnan kehittäminen kestävämpään suuntaan.”

”Ylläpitokustannusten nousun hillitseminen.”

Yrityksen omistajan arvomaailma ja perinne

”Olemme yrityksen perustamisesta lähtien (28v) pitäneet vastuullisuutta ja ekologisia arvoja kaiken toiminnan lähtökohtana ja jatkamme samalla linjalla. Ne ovat aina olleet perusarvojamme ja vaikuttaneet kaikkeen tekemiseemme. Nyt vain oma polku ja teot kirjataan myös muille nähtäväksi.”

”Koko firman syntyminen ja olemassaolo perustuu vastuullisuudelle menneitä ja tulevia sukupolvia kohtaan.”

”Yrityksen oma halu. Haluamme olla edelläkävijöitä vastuullisuuden saralla, haluamme myös olla osana ratkaisua. Nykyään myös henkilöstöltä tulee säännöllisesti ehdotuksia ja ideoita miten voisimme olla vielä vastuullisempia ja tämä on osa yrityksen kulttuuria.”

”Kunnan omistamana yhtiönä tuemme kunnan tavoitteita kohti hiilineutraaliutta.”

”Kuuluu osana konsernin globaaliin strategiaan.”

### **Alan yleiset käytännöt**

”Alan yleiset käytännöt ja tietoisuus”

”Taustalla on todennäköisesti pitkäaikainen kestävyysääntely, joka on vaikuttanut visioihin, strategiaan ja asteittain kv-tasolta Suomeen”

## **Vastuullisuuden hyödyt ja hidasteet**

### **Mitä positiivisia hyötyjä vastuullisuustyö on tuonut yrityksellenne?**

#### **Hyödyt järjestyksessä suurimmasta pienimpään:**

1. Brändin arvostus paranee
2. Vastuullisuustyö on tärkeää viestinnän ja markkinoinnin näkökulmasta
3. Vastuullisuus selkiyttää yrityksen strategiaa ja visiota
4. Uudet liiketoimintamahdollisuudet
5. Vastuullisuustyö kehittää riskienhallintaa
6. Uudet innovaatiot
7. Auttaa rekrytoinnissa ja työntekijöiden pysyvyydessä
8. Vastuullisuustyö auttaa rahoituksen saamisessa
9. Ei vielä mitään

Vastuullisuuden merkitys on toistaiseksi vahvasti brändiin, viestintään ja markkinointiin painottuvaa. Se on osa strategiaa, mutta ei näy yhtä usein uusia liiketoimintamahdollisuuksina, innovaatioina tai kehittyneenä riskienhallintana.

## Miten tuoda vastuullisuus ”ulkokuorelta” sisäpuolelle, liiketoiminnan vauhdittajaksi ja ytimeen?

### Jokin muu. Mikä?

#### Taloudellinen hyöty

”Olemme onnistuneet välttämään virhesijoituksia määrittelemällä riskeiksi kvalitatiivisia tekijöitä.”

”Rahan säästö, mm. vähentää hukkaa ja reklamaatiokustannuksia.”

”Vastuullinen toiminta houkuttelee ja sitouttaa sekä opiskelijoita että työntekijöitä.”

”Vastuullisuus on meille kilpailuetu niin asiakkaiden, yhteistyökumppaneiden kuin omien työntekijöiden silmissä.”

#### Moraalinen hyöty

”Oikea tapa toimia”

”Hyvän omantunnon”

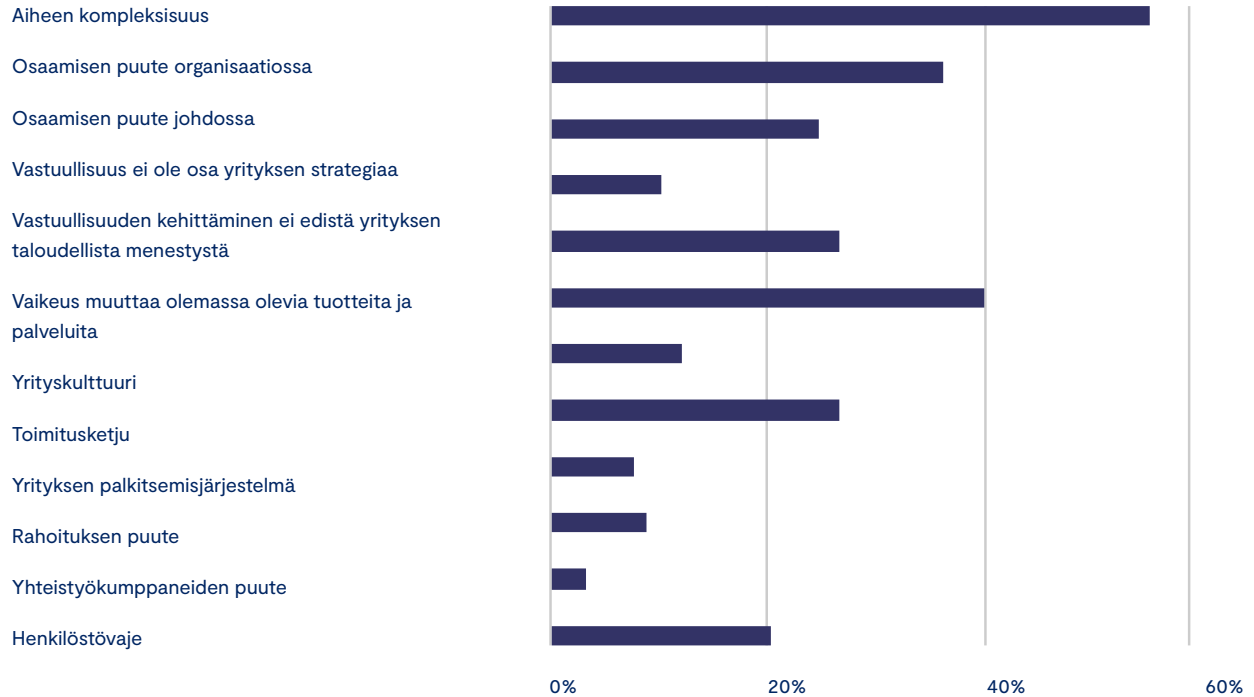
”Vastuu ympäristöstä.”

#### Epävarma hyöty

- ”Vielä meillä ei hyödyt ihan niin selkeästi mitattavissa, mutta väittäisin että kaikki ylläolevat ovat välillisesti vastuullisen toimintamallin kautta olleet paremmin mahdollistettuja.
- Vielä meillä ei ole mittareita joilla tätä seurataan riittävän hyvin.”
- ”Vastuullisuusmarkkinointi ei erotu yritysten välillä. Meillä tosin kärjessä.”
- ”Kaikki seinien sisällä tapahtuva toiminta on ollut pidemmän aikaa tarkastelussa (kiertotalous, henkilöstö, energiankäyttö, päästöt, raaka-aineet). Usein ”vastuullisempi” tai ainakin ympäristöystävällisempi on hieman kalliimpi mutta jossain tapauksissa ero on hyötyihin nähden merkityksetön. Ympäristöystävällisempi ei välttämättä ole kuitenkaan aina vastuullisempi, koska jälkimmäisellä tarkoitetaan paljon muitakin kuin luonnon arvoja.”

## Mitkä asiat hidastavat vastuullisuuden yhdistämistä osaksi yrityksenne liiketoimintaa?

Mitkä asiat hidastavat vastuullisuuden yhdistämistä osaksi yrityksenne liiketoimintaa?



### Hidasteet tärkeysjärjestyksessä:

1. Aiheen kompleksisuus
2. Vaikeus muuttaa olemassa olevia tuotteita ja palveluita
3. Osaamisen puute organisaatiossa
4. Vastuullisuuden kehittäminen ei edistä yrityksen taloudellista menestystä
5. Toimitusketju
6. Osaamisen puute johdossa
7. Henkilöstövaje
8. Yrityskulttuuri
9. Vastuullisuus ei ole osa yrityksen strategiaa

### Miten selkeyttää aihetta ja lisätä osaamista?

Aiheen kompleksisuus

Aiheen kompleksisuus näkyy esim. mittaamisen vaikeutena ja lainsäädännön nopeina muutoksina.

”Onko vastuullisuutta sitä, että työllistämme jo eläkkeellä olevia vai sitä, että palkkaamme ensisijaisesti nuoria. Kumpi on vastuullisempaa: olla lämmittämättä sähköllä kattolument vai sulkea sähkövastukset ja toivoa, ettei kukaan jää putoavan jäälohkareiden alle?”

”Monimutkaisten vaikutusketjujen osaamisvaatimus ylittää suurimman osan ymmärryksen laajalla tasolla.”

”Lainsäädännön vaatimukset kiristyvät niin nopeasti, että varsinaiseen yritysvastuuseen (joka on määritelmällisesti lain ylittävää tekemistä) ei jää aikaa kehittää.”

Tiedon saannin ongelmat

Tietoa on huonosti saatavilla tai se on tarkoitukseen sopimatonta. **Vertailukelpoisen datan ja selkeän raportoinnin vähäisyys eri toimialoilla vaikeuttaa laskelmien tekoa. Tässä myös kehityskohde!**

”Tiedon kerääminen haasteena: esim pakkausmateriaalien kierrätys ja hävittäminen sekä CO<sub>2</sub>-päästöjen määrä. Nykyiset järjestelmät eivät tue dataa ja toimittajilta voi olla vaikea saada tietoa eikä sitä ole standardoitu. Tulee olemaan kilpailuvaltti joilla on tieto heti saatavilla.”

”ESG luokitteluista on yksinomaan haittaa oikean vastuullisuuden kannalta, ehkä poislukien päästölaskelmat.”

”Komponenttien päästökertoimien löytäminen hankalaa, välillä jopa mahdotonta. Toivottavasti tulevaisuudessa on arkipäivää, että tilausvahvistuksen yhteydessä tuotteen perässä lukee sen päästökerroin.”

Tulkinnat siitä, mitä vastuullisuus on, voivat olla ristiriitaisia.

”Olemme jättäneet asentamatta huoneiden jäähdytysjärjestelmää joka on suurimpia yksittäisiä energian kulutskohteita, mutta se on ilmeisesti ollut väärä strategia kun esimerkiksi HANSEL antaa lisäpisteitä jos on jäähdyttävä ilmastointi, eli jopa valtion hankintoja harrasta laitos vaatii luomukaurapuuroa aamaiselle muuta ei tingi jäähdytyksestä.”

Ohjaus puuttuu tai laajempi tuki sisältä tai ulkoa:

”Tutkintojen rakenne ja vaatimukset muuttuvat hitaasti ja ovat tällä hetkellä jälkijunassa vastuullisuuden, kestäväen kehityksen, ilmastovastuun jne. osalta. Meidän on pakko itse sisällyttää näitä asioita opetukseen vaikka vaatimuksia ei niistä olisikaan.”

”Suunnittelija yksin ei voi vaikuttaa kuin pieneen osaan hanketta ilman tilaajan ja rahoittajien tukea.”

”Yleinen ihmisten, myös omien työntekijöiden kiinnostuksen puute.”

Ei edistä taloudellista toimintaa:

”Asiakkaiden haluttomuus maksaa lisääntyviä, vastuullisuuteen ja läpinäkyvyyteen liittyviä kustannuksia.”

”Osa vastuullisuuden kehittämisestä ei edistä yrityksen taloudellista menestystä, joten nämä asiat voivat helposti jäädä hieman toissijaisiksi varsinkin, jos ajat ovat huonot.”

”Pyrimme käyttämään kierrätysmateriaaleja ja mukaan hankkeisiin, joissa näitä kehitetään. Käyttö on kuitenkin pientä ja sitä estää se, että käyttöön pitää olla lupia joiden hankkimiseen (byrokra-tiaan) menee enemmän aikaa ja kuluja kuin sen tuottoon. Teemme pieniä kohteita, isommissa se olisi järkevää.”

”Vastuullisempiin raaka-aineisiin siirtyminen ei kaikilta osin ole mahdollista taloudellisista syistä tai on mahdollista vasta etäämmällä tulevaisuudessa.”

”Asiakkaat eivät ole vielä valmiita maksamaan enempää esim. hiilivapaasta raaka-aineesta.”

”Vastuullisuuden kehittäminen ei AINA edistä yrityksen taloudellista menestystä tai vastuullisen toiminnan taloudellisten (positiivisten) vaikutusten osoittaminen on vaikeaa / vaikutukset tapah-tuvat niin pitkällä aikajänteellä tai monimutkaisten maineeseen ym. liittyvien mekanismien kautta, että niiden huomioiminen päätöksenteossa on vaikeaa.”

Jokin muu. Mikä?

”Korvaavien tuotteiden puute.”

”Työn laatu on sellainen, että ei ole helppo löytää oikeasti vaikuttavia tekoja.”

”Resurssointi.”

”Vaikeus muuttaa liiketoimintamalleja ja olemassa olevaa liiketoiminnan logiikkaa.”

## Vastuullisuuden tulevaisuus

Tulevaisuudessa vastuullisuus on **integroitu liiketoiminnan kaikille tasoille**, sitä mitataan ja se **tuo uusia liiketoimintamahdollisuuksia**.

”Vastuullisuus tuo meille liiketoimintamahdollisuuksia uusien palveluiden kehittämisen myötä.”

”Sekä ympäristö- että sosiaalinen vastuu antaa meille mahdollisuuksia erottua eduksemme markkinoilla, ja olemme ottaneet alalla johtoaseman erityisesti ympäristö- ja kiertotalouden saralla.”

”Jokaisella yrityksemme organisaatiolla on omat, mitattavat tavoitteensa esimerkiksi kierrätysma-teriaalien keräämisessä. Lisäksi tiedonjako markkinoille on tärkeässä roolissa, ja se mahdollistaa myös erottumiseen kilpailijoista.”

”Vastuullisuus on integroitu koko liiketoimintaan ja se määrittää niin liiketoimintaa, tuotteiden ja palvelujen kehittämistä sekä päivittäisiä operaatioita. Meillä on selkeät ja määrälliset lyhyen ja keskipitkän aikavälin tavoitteet, joiden kautta liiketoimintaa ohjataan.”

”Olemme sitouttaneet koko henkilöstön tekemään itselleen vastuullisuustavoitteet. Kun jokainen tekee vähän, tulee siitä yhteensä paljon. Vastuullisuustavoitteista on tehty huoneentaulu toimis-tolle.”

”Kaikki operatiivinen toimintamme ja käytetyt palvelut tähtäävät vastuullisuuden kehittämiseen. Näitä myös seurataan ja mitataan globaalisti konsernitasolla.”

”Meillä on kolme sovellusaluetta; teollisuuden päästömittaus, ympäristö ja turvallisuus. Nämä kaikki liittyvät suoraan vastuullisuuteen ja ilmastonmuutoksen hillitsemiseen. Eli voisi sanoa, että koko liiketoimintamme on vastuullisuuteen liittyvää”

Tulevaisuus on **hiilineutraali** tai tuotteet ovat ainakin **kiertotalouteen nojaavia ja pitkäikäisiä**.

”Toiminta on hiilineutraali.”

”GHG päästöjen vähentämisen road map”

”Tuotteiden tekninen käyttöikä 100. Emme voi koskaan olla hiilineutraali mutta teemme kaikkemme että tuotteemme on pitkäikäisiä. Emmekä käytä enempää kuin tarve.”

”Kierrätystuotteiden käyttö sekä mukanaolo näissä edistyksellisissä hankkeissa. Kilpailukyvyyn parantaminen näitä käyttämällä niiden edullisuuden vuoksi. Se on isossa kuvassa tällä alalla suurin asia millä asiaa voi maanrakennusalalla edistää.”

”Tuomme koko kiertotalouden ketjun esille IT-laiteprosesseissa. Palvelumme tähtäävät mahdollisimman pitkään käyttöikään kaikessa mihin liittyy ympäristö tai ihmisoikeudet. Kaikki materiaali mitä me käytämme tai meidän kautta menee asiakkaille palautuu kiertotalousperiaatteiden mukaan materiaaliksi uudelleenkäyttöön.”

Vastuullisuuden kehittyminen tuo myös **uusien rajoituksien** liiketoimintaan:

”Useampi julkinen rakennuttajataho edellyttää hiilineutraalien sisustamisen pintamateriaalien käyttämistä uudiskohteissa sekä saneerauskohteissa. Hiilineutraalisuus kaventaa tuotevalintoja ja toimittajavalintoja.”

Vastuullisuus vaatii tulevaisuudessa **investointeja ja rahaa**, tai ainakin opettelua ja innovointia.

”Logistiikassa kehitettävää, toimitiloissa ja huollossa. Vastuullinen liiketoiminnan kehittäminen kiinnostaa vielä alkuvaiheessa. Vaatii investointeja ja rahaa.”

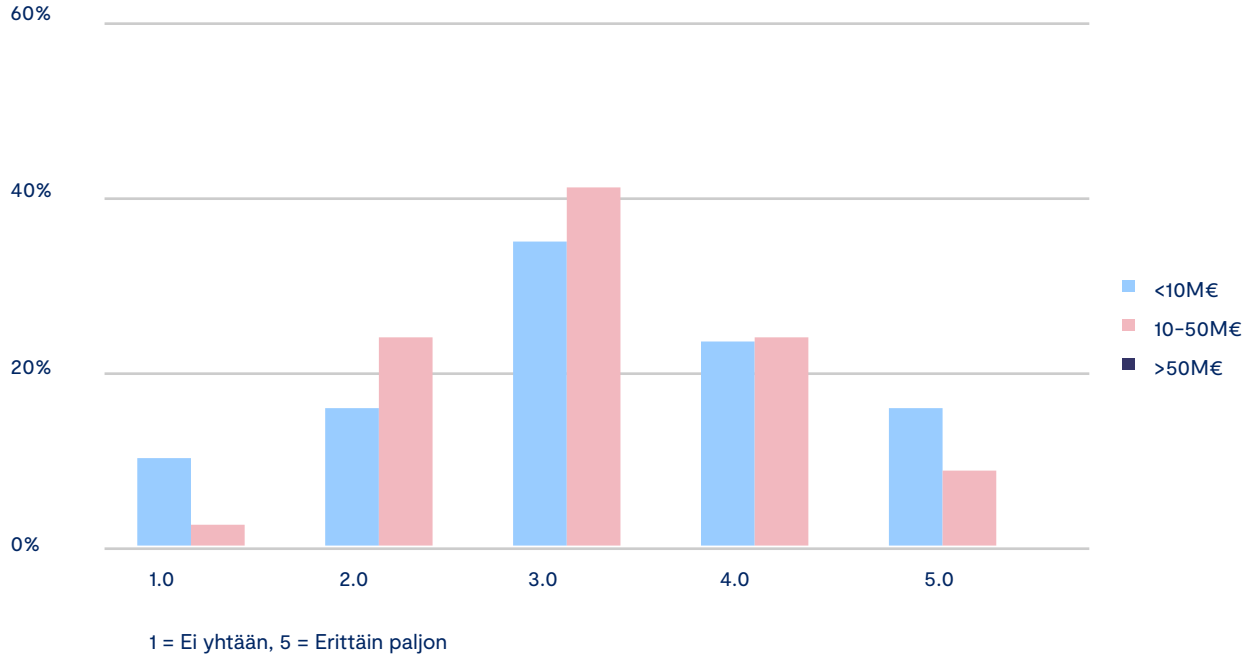
”Tutkimus- ja kehittämishankesalkun johtamisessa huomioidaan kestävän kehityksen teemat ja rahoitusta haetaan näitä teemoja edistettävään toimintaan yhdessä sidosryhmien kanssa.”

”Suuri vastuu meillä on myös näiden vastuullisuusasioiden opettamisessa ja niiden mukaan itse toimimisessa. Innovoinnille olisi paljon tilaa ja pohdimme parhaillaan että miten sitä toimintaa edistämme ja teemme näkyväksi.”

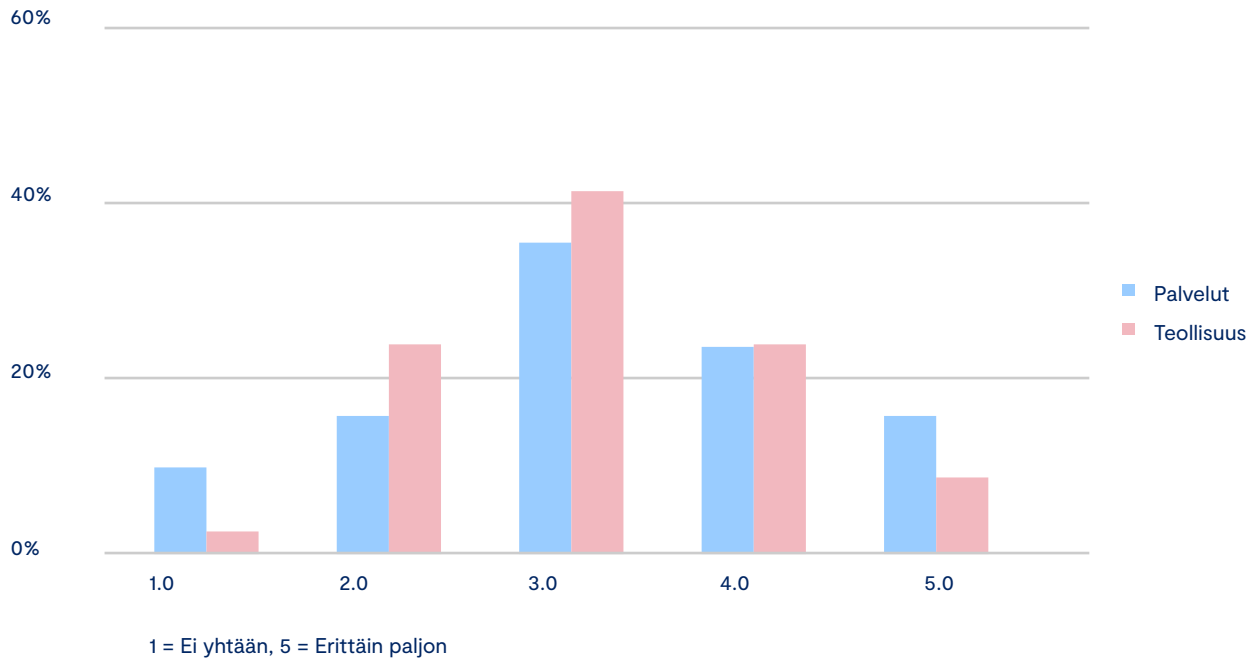


**Kuinka paljon uskot, että vastuullisuuden merkitys kasvaa yrityksenne liiketoiminnassa?**

Kuinka paljon uskot, että vastuullisuuden merkitys kasvaa yrityksenne liiketoiminnassa vuoden kuluessa?

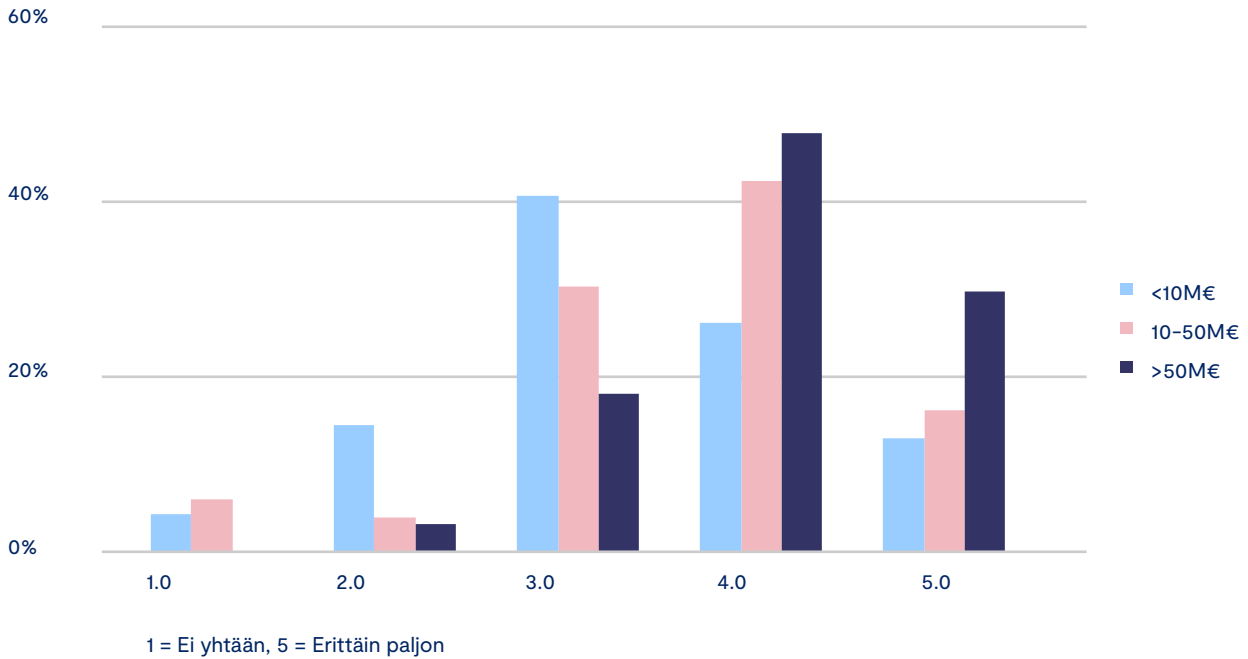


Kuinka paljon uskot, että vastuullisuuden merkitys kasvaa yrityksenne liiketoiminnassa vuoden kuluessa?

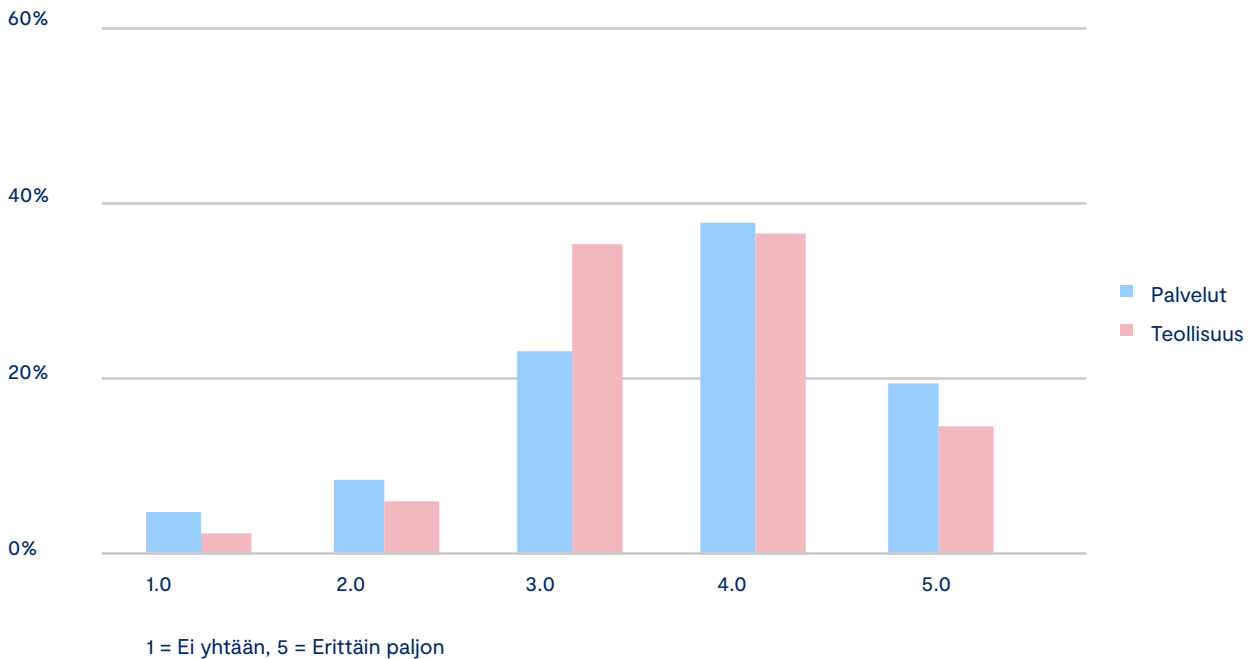


Vastuullisuuden merkityksen kasvuun paljon tai erittäin paljon seuraavan vuoden aikana uskoo yli 50 M€:n liikevaihdon yrityksistä noin puolet, ja sitä pienemmän liikevaihdon yrityksistä noin kolmannes.

Kuinka paljon uskot, että vastuullisuuden merkitys kasvaa yrityksenne liiketoiminnassa 2 vuoden kuluessa?



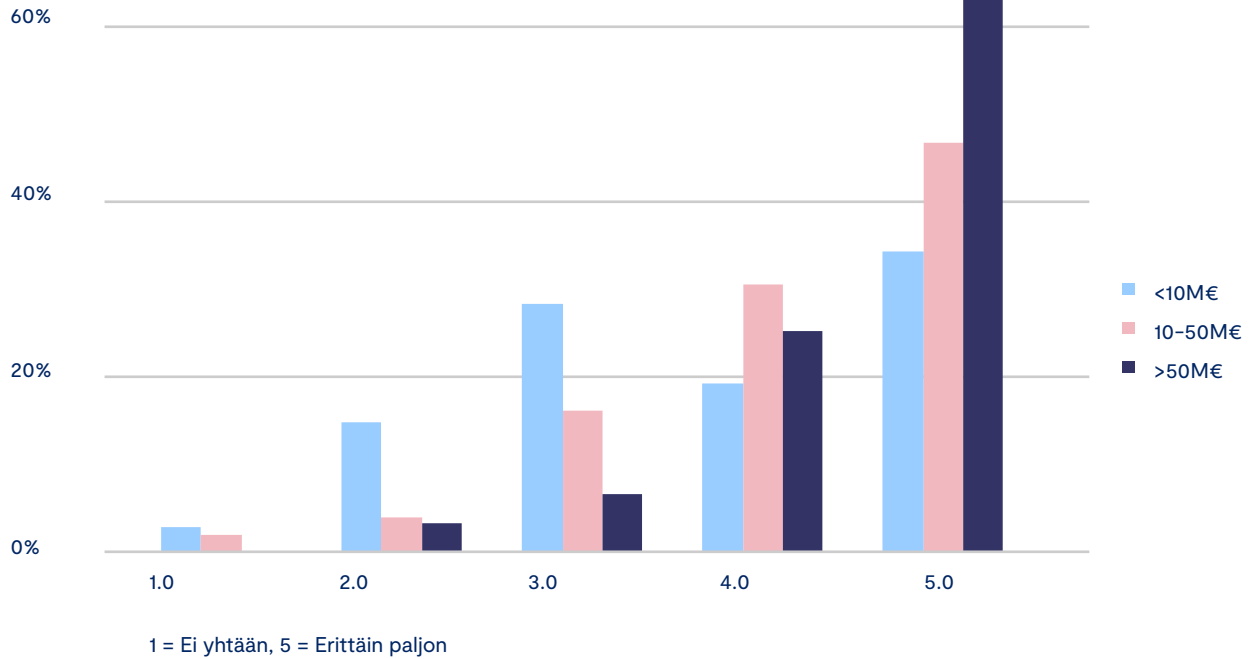
Kuinka paljon uskot, että vastuullisuuden merkitys kasvaa yrityksenne liiketoiminnassa 2 vuoden kuluessa?



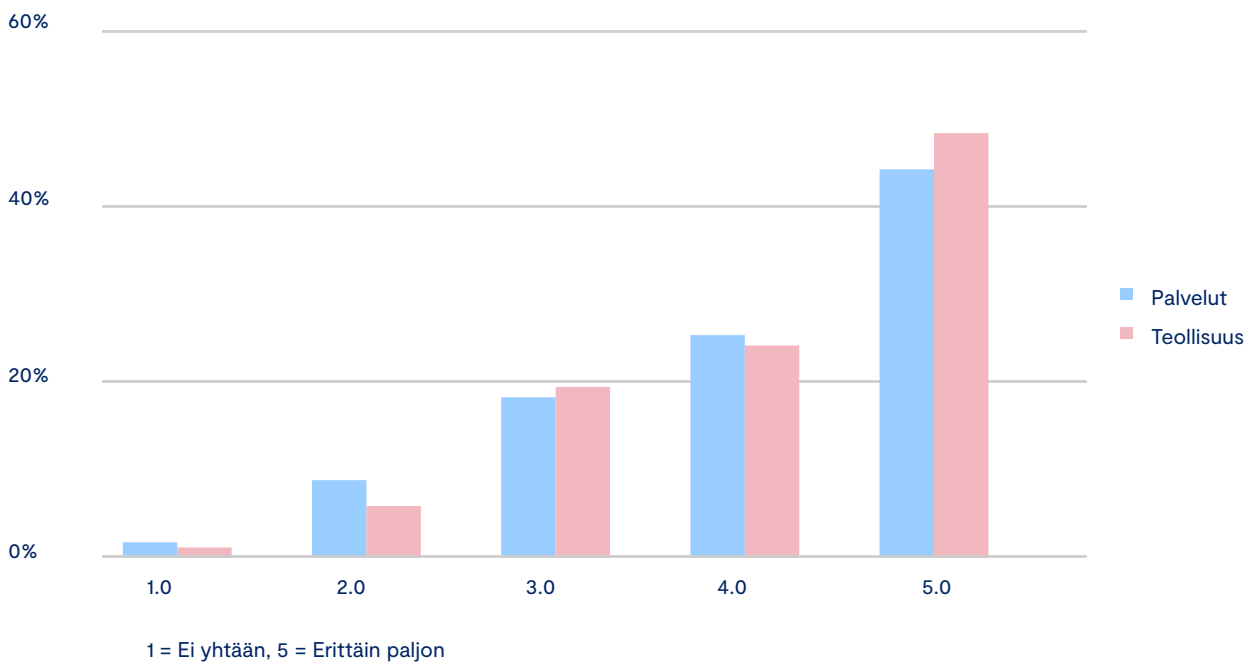
Kahden vuoden sisällä vastuullisuuden liiketoiminnallisen merkityksen uskotaan kasvavan paljon tai erittäin paljon noin lähes kolmessa neljästä yli 50 M€:n liikevaihdon yrityksistä.

Noin puolessa 10–50 M€:n liikevaihdon yrityksissä uskotaan vastuullisuuden merkityksen kasvuun paljon tai erittäin paljon seuraavan 2 vuoden kuluessa.

Kuinka paljon uskot, että vastuullisuuden merkitys kasvaa yrityksenne liiketoiminnassa 5 vuoden kuluessa?



Kuinka paljon uskot, että vastuullisuuden merkitys kasvaa yrityksenne liiketoiminnassa 5 vuoden kuluessa?



Vahvimmin vastuullisuuden merkityksen uskotaan lisääntyvän seuraavan 5 vuoden sisällä. Noin 90 %:ssa yli 50 M€:n liikevaihdon yrityksistä vastuullisuuden uskotaan kasvavan paljon tai erittäin paljon seuraavan viiden vuoden aikana.

10–50 M€:n yrityksistä lähes 80 % uskoo vastaavaan kasvuun ja alle 10 M€:n yrityksissä yli 50 %.

## Haasteita ja mahdollisuuksia

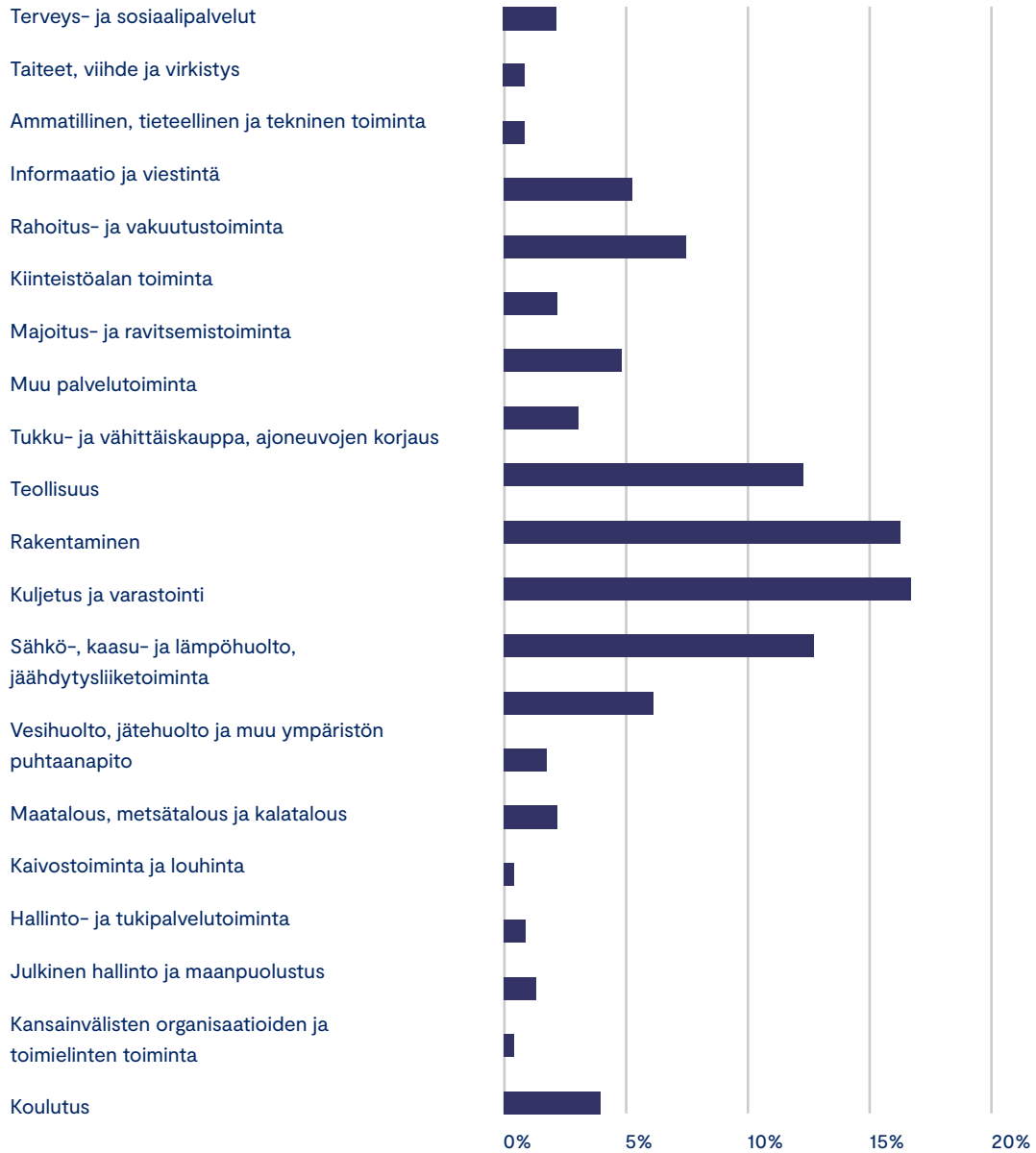
**Vastuullisuuden kasvun aika on nyt, ei 5 vuoden kuluttua.** Suunnannäyttäjät määrittelevät uudet standardit. Uusiin kokonaisvastuullisiin ja siten tehokkaisiin toimintamalleihin panostaminen voi olla merkittävin tekijä ennustetusta taantumasta selviämisessä.

**Mitä kannattaa tehdä nyt, jotta vastuullisuuden merkitys liiketoiminnassa lähtee kasvuun ja tuottaa taloudellista hyötyä?**

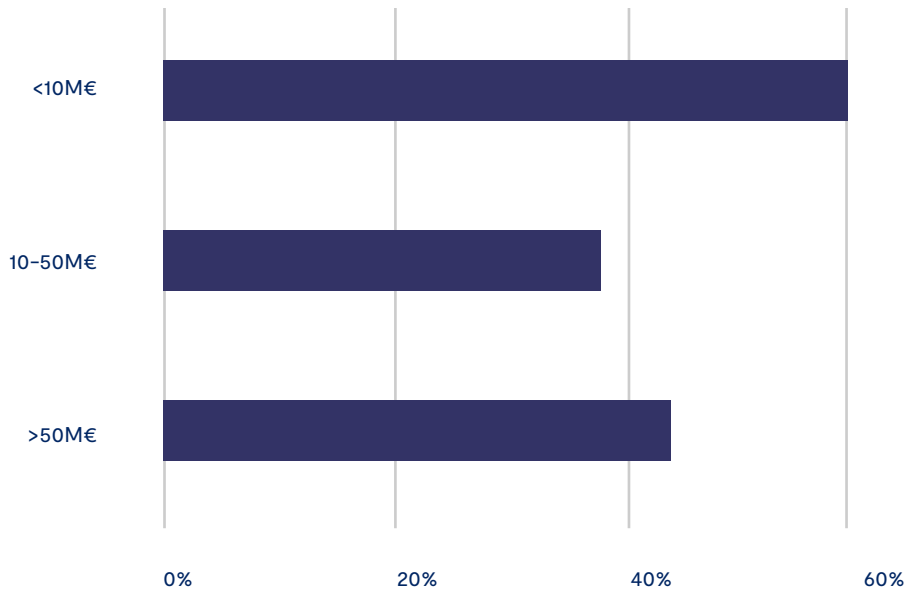
- Tutkia ja kehittää **nykyisten tuotantoprosessien vastuullisuutta** etenkin selkeimmin ja nopeimmin taloudelliseen tulokseen vaikuttavien vastuullisuustekojen kuten energian ja raaka-aineiden käytön tehokkuuden ja henkilöstön terveyden ja hyvinvoinnin suhteen.
- Määritellä muut yritykselle oleelliset vastuullisen toiminnan ulottuvuudet, **niille toteutustavat, mittarit sekä seuranta- ja palkitsemisjärjestelmät.**
- Innovoida uusia **tuotteita ja palveluita vastuullisista lähtökohdista**, mikä auttaa erottumaan kilpailijoista ja luomaan uusia liiketoimintamahdollisuuksia.
- **Sitouttaa koko tuotantoketju** ja sidosryhmät vastuulliseen toimintaan ja raportoida siitä näkyvästi. Tämä vahvistaa yrityksen kokonaisvaltaista luottamus pääomaa niin asiakkaiden kuin yhteistyökumppanienkin silmissä.

## Taustatietoa vastaajista ja yrityksistä

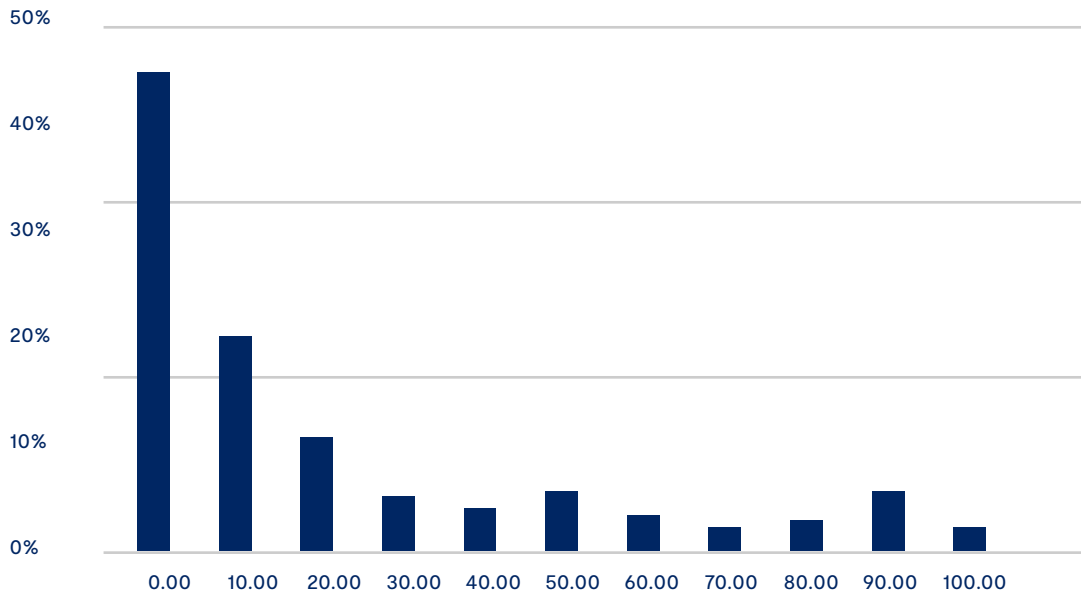
Mikä on yrityksenne toimiala?



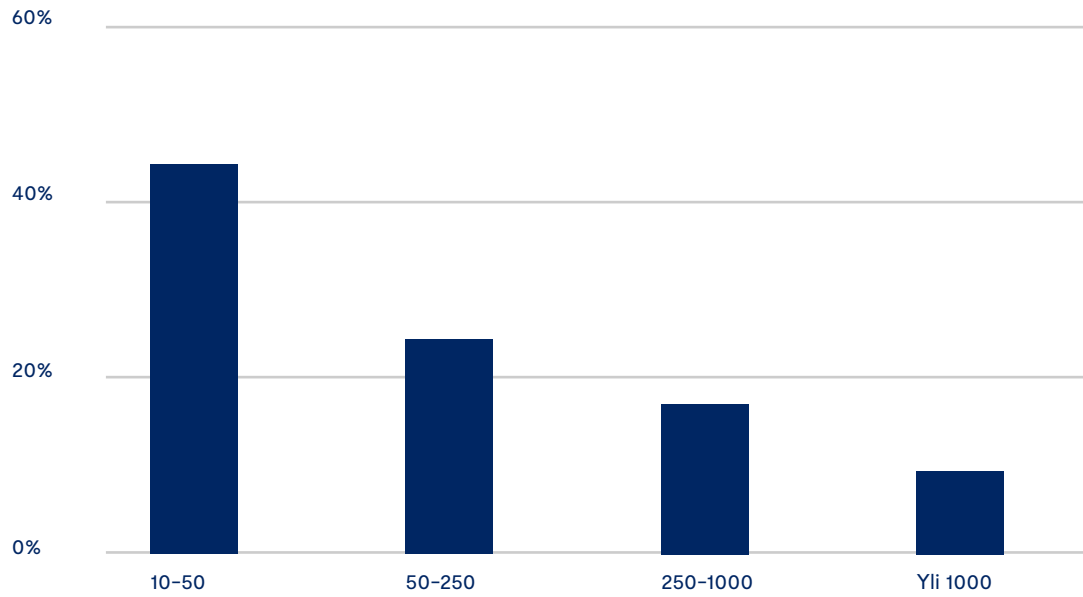
Mikä on yrityksenne vuosittainen liikevaihto?



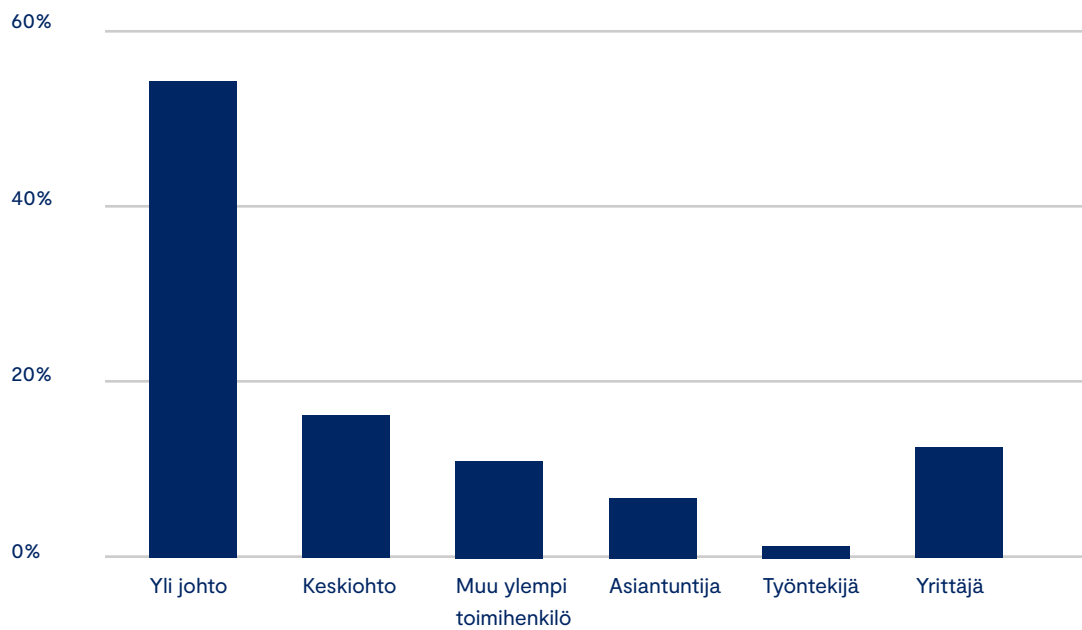
Kuinka iso osa toiminnastanne on kansainvälistä? Arvioi prosenttiosuus.

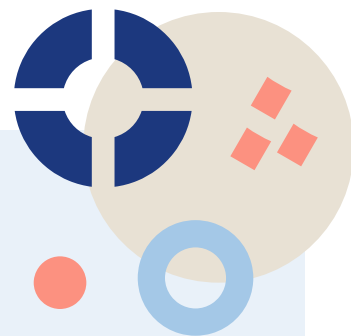


## Montako henkilöä yrityksessänne työskentelee?



## Mikä on oma roolisi yrityksessä?





**Helsingin seudun kauppakamari vauhdittaa  
yritysten ja Helsingin seudun menestystä.  
Kauppakamari on Pohjoismaiden suurin  
kauppakamari, jolla on yli 7 000 jäsentä.**

**Kauppakamari vahvistaa yritysten osaamista  
ja järjestää kestävän kehityksen koulutuksia  
ja tapahtumia.**

**HELSINGIN SEUDUN  
KAUPPAKAMARI**

Helsingin seudun kauppakamari  
Helsingin toimisto  
Käyntiosoite: Kalevankatu 12, 00100 Helsinki  
Postiosoite: PL 68, 00131 Helsinki  
[www.helsinki.chamber.fi](http://www.helsinki.chamber.fi)