

# **BIZ-A0102 Better business, better society I Yritys osana yhteiskuntaa**

**—  
Markkinointi,  
kuluttajakäyttäytyminen,  
toimitusketjut ja vastuullisuus**

**Sanna-Katriina Asikainen ja Katri  
Kauppi**



**Aalto University  
School of Business**



**Käytämme luennolla  
useampaan otteeseen  
presemoa:**

**<https://presemo.aalto.fi/bebel5>**

PROF. SANNA-KATRIINA ASIKAINEN

## Education

D.Sc. (Tech) (2002) M.Sc. (Tech) 2000

## Career

Assoc Professor (marketing) Aalto 2020-  
Professor (intl. marketing) LUT, 2002-2020  
Loughborough Uni, WU Vienna, Stanford

## Research interests

Strategic marketing, international entrepreneurship,  
managerial decision making



## OPPIMISTAVOITTEET

- Tunnistat yritystoiminnan hyvän tuottamisen erilaisia liiketaloudellisia näkökulmia (taloustiede, johtaminen, markkinointi, juridiikka, logistiikka, laskentatoimi, rahoitus)
- Ymmärrät, mitä haasteita liittyy hyvän tuottamiseen ja sen arviointiin ja kuinka se on sidoksissa aikaan ja paikkaan.
- Pystyt arvioimaan yrityksen tapaa tuottaa hyvää eri sidosryhmille tämän päivän yhteiskunnallisissa muutoksissa, jossa korostuvat digitalisoituminen ja kestävä kehitys.



# PRESEMO – SANA-ASSOSIAATIOT

<https://presemo.aalto.fi/bebel5>

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » yhtiön vastuullisuustavoitteet ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » tasa-arvo ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » Järkevyys ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » Paineet ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » EU ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » Tulevaisuus ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » Asioista vastuun ottamista +1 ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » Bebe ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » läpinäkyvyys ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » sosiaalinen vastuullisuus ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » Bisneksen impactti ympäristöön ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » Omatunto ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » Kestävä tulevaisuus ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » kestävä kehitys ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » inklusiivisuus ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » Etiikka ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » eettisyys ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » ympäristö  
ihmisoikeudet ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » ESG ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » ympäristö ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » kestävä kehitys ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » ympäristöystävälliset ostovalinnat ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » eettisyys ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:27 » Tapa tehdä oikein ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Trendit ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Sosiaalinen media ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » aivopesu ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » mainonta ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Media ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » mielikuvien luonti ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » mainostaminen ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Feissari ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » some ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » myynti ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Viherpesu ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » aivopesu ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Saaminen ostamaan jotain mitä ei tarvitse +1 ☆

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Myynnin lisäämiseen pyrkivät toiminnot ☆ ✕

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » myynti ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » myynti ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » käsien heiluttelu +2 ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Liiketoiminta ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » vaikuttaminen ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Ärsytys ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » viherpesu ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » mainokset ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Mainonta ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Myynnin edistäminen ☆ ✕ 💬

★ Nosto ↑ Poiminta 09:28 » Ihmisten houkuttelu ☆ ✕ 💬

# MARKKINA



# MARKKINA - MÄÄRITELMÄ

- Markkina on paikka, jossa osapuolet voivat kokoontua vaihtamaan tavaroita ja palveluita.
- Osapuolet ovat yleensä ostajia ja myyjiä.
- Markkinat voivat olla fyysisiä, kuten vähittäismyyntipisteitä, joissa ihmiset tapaavat kasvokkain, tai virtuaalisia kuten verkko-/onlinemarkkinat, joilla ei ole suoraa fyysistä kontaktia ostajien ja myyjien välillä.





# MARKKINOINTI

- Markkinointi luo markkinoita.
- Markkinoinnin keinovalikoima:
  - Tuote
  - Hinta
  - Jakelu
  - Viestintä
- Esimerkkejä



# TUOTE JA VASTUULLISUUS



# HINTA JA VASTUULLISUUS



4.45€



2.75€

# TUOTE JA VASTUULLISUUS



Uusi

Marc O'Polo  
JACKET SHORTER LENGTH SIDE SEAM ...

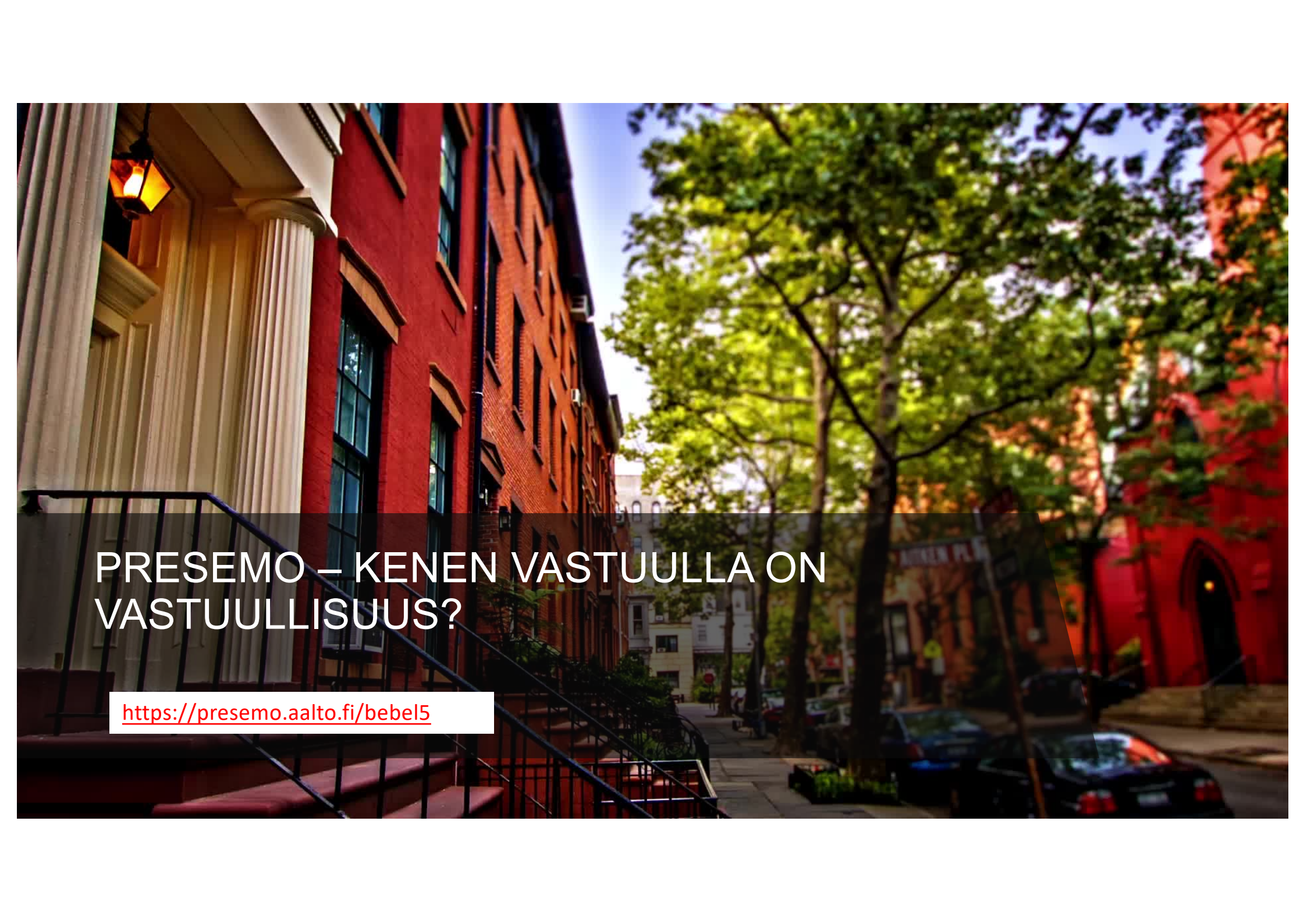
399,95 €



Kestävä kehitys

Calvin Klein Jeans  
SHORT PUFFER - Untuvatakki - coral ora...

229,95 €



# PRESEMO – KENEN VASTUULLA ON VASTUULLISUUS?

<https://presemo.aalto.fi/bebel5>

Kenellä tulisi olla päävastuu vastuullisesta kuluttamisesta?

Tuottajilla

75

Kuluttajilla

66

**MAAILMASSA TUOTETAAN  
100 MILJARDIA  
VAATETTA**


**NOIN 8 MILJARDILLE  
IHMISELLE**

Keskimääräinen  
amerikkalaiskuluttaja  
ostaa 69  
vaatekappaletta  
vuodessa.

# TUOTE JA VASTUULLISUUS

ILMAINEN TOIMITUS\* & PALAUTUS 100 PÄIVÄN PALAUTUSOIKEUS

Premium



Miehet > Vaatteet > Pitkät takit > Pitkät välikausitakit >

## BOSS

Välikausitakki 'Hyde'

-20%


**319,00 €** ~~399,00 €~~

sis. ALV:n  
Alin hinta 30 päivän aikana\*\*: 319,20 € (-1%)

Väri: tummansininen

Valitse koko ▾

Epävarma koostasi? [Koko-opas](#)

Lisää ostoskoriin 

### Hugo Boss


Villakangastakki, koko M


—


**129,90 €**




ALV 0 %, käytetyt tuotteet




Lisää ostoskoriin

Lisää suosikiksi  3





 Aitous tarkastettu  Laatu tarkastettu  Ympäristöystävällinen valinta





# PRESEMO – VASTUULLISET VALINNAT

<https://presemo.aalto.fi/bebel5>

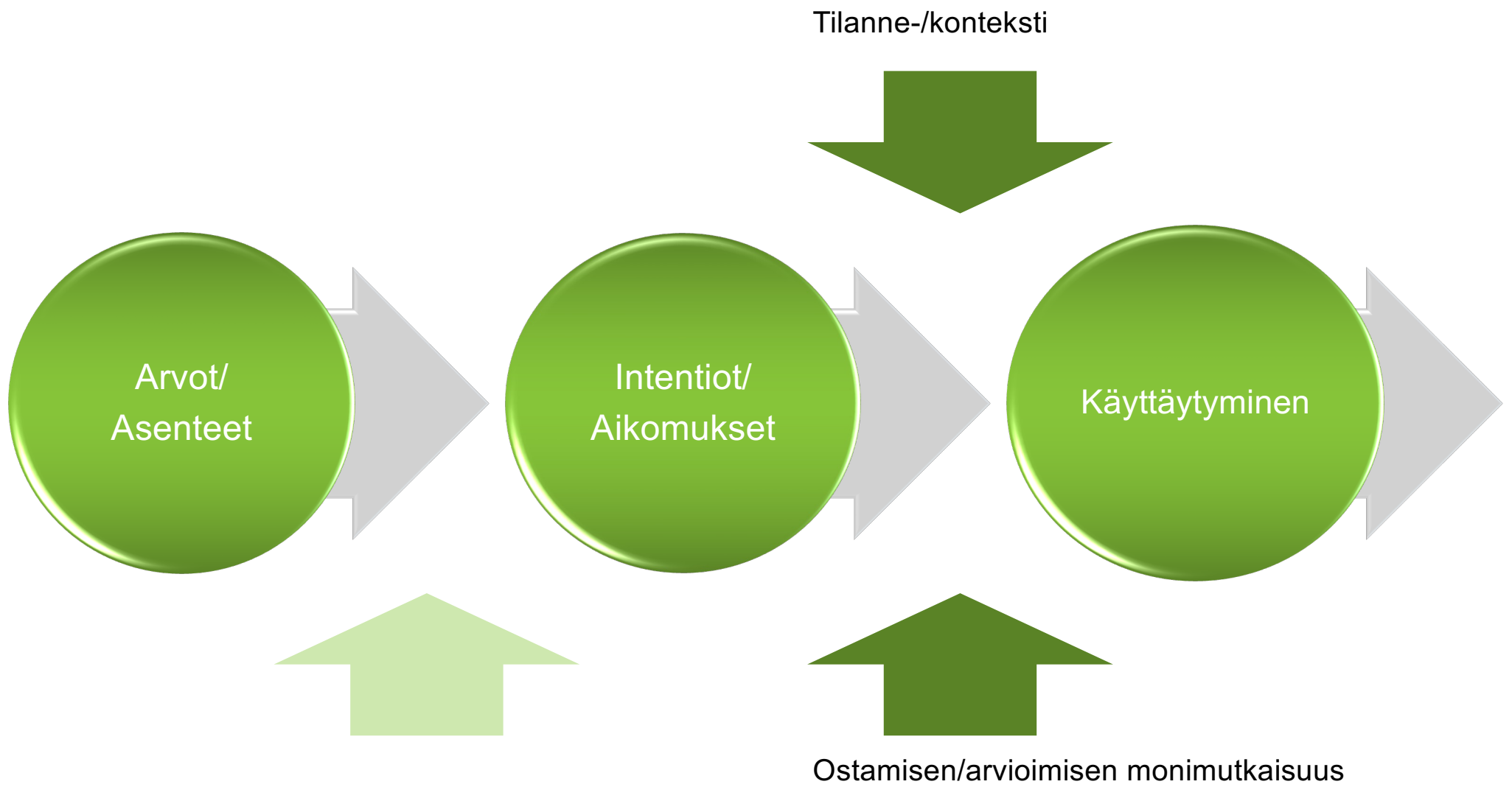
## Kuinka hyvä idea vaatteiden kierrättäminen on mielestäsi?

Erittäin huono idea	0
Huono idea	0
Ei huono mutta ei hyväkään idea	5
Hyvä idea	46
Erittäin hyvä idea	96

## Montako prosenttia ostamistasi vaatteista (pl. alusvaatteet) olet ostanut käytettyinä?

En yhtäkään (0%)	36
Muutamia (<10%)	56
Jonkun verran (10%< mutta <45%)	33
Noin puolet (46-55%)	9
Melkoisesti (>55% mutta <85%)	8
Lähes kaikki (86%-98%)	3
Kaikki (98%-100%)	0





# TUOTE JA VASTUULLISUUS



Marc O'Polo  
JACKET SHORTER LENGTH SIDE SEAM ...  
399,95 €



Calvin Klein Jeans  
SHORT PUFFER - Untuvatakki - coral ora...  
229,95 €



#### GOTS

The Global Organic Textile Standard (GOTS) on yksi johtavista ja luotetuimmista sertifikaateista luonnonmukaisesti kasvatetuista raaka-aineista valmistetuille tekstiileille. Merkillä varustettujen tuotteiden valmistuksessa on käytetty vähintään 70% luonnonmukaisia materiaaleja ja tuotantoketju on sertifioitu riippumattomasti, jotta ympäristöllisesti ja sosiaalisesti vastuullinen toiminta voidaan taata kaikissa tuotannon vaiheissa.

Sertifioinnissa on kaksi tasoa:  
GOTS: valmistettu luonnonmukaisista materiaaleista (sisältää vähintään 95% luonnonmukaisia materiaaleja)  
GOTS: valmistettu luonnonmukaisista materiaaleista (sisältää vähintään 95% luonnonmukaisia materiaaleja)



#### Valmistettu kierrätetyistä materiaaleista

Tällä merkillä varustetut tuotteet on valmistettu tietyssä määrässä kierrätysmateriaalia. Tämä todennetaan käyttämällä kolmannen osapuolen kierrätysstandardia tai tavaramerkin mukaista materiaalia, tai tuotemerkin oman kierrätysohjelman avulla.

Tasoa on kolme:  
Valmistettu 30-50 % kierrätetyistä materiaaleista  
Valmistettu 50-70 % kierrätetyistä materiaaleista  
Valmistettu 70-100 % kierrätetyistä materiaaleista



#### reilun kaupan puuvilla

Laatumerkintä luonnonmukaiselle Reilun kaupan puuvillalle. Reilu kauppa varmistaa, että maanviljelijälle maksetaan maailmanlaajuisen vähimmäiahinnan mukainen takuuhinta sekä Reilun kaupan lisä, joka on tarkoitettu paikallisen yhteisön sosiaaliseen tai taloudelliseen kehittämiseen. Reilit sadot suojaavat maanviljelijöiden terveyttä ja turvallisuutta, edistävät veden tehokasta käyttöä ja estävät vaarallisten kemikaalien tai geenimuunneltujen puuvillasiementen käyttöä. Tällä merkinnällä varustetut tuotteet on valmistettu vähintään 50-prosenttisesti Reilun kaupan puuvillasta.



#### Leather Working Group

Tällä merkinnällä varustetut tuotteet on valmistettu ympäristöystävällisten nahkavalmistajien nahasta, joka on tarkistettu ja sertifioitu Leather Working Group -protokollan mukaisesti.



#### Organic Content Standard

Organic Content Standard takaa vahvan tuotantoketjun seurannan orgaanisen sisällön varmistamiseksi aina raaka-aineen hankinnasta valmiiseen tuotteeseen saakka. Zalandolla tämän merkin tuotteet sisältävät vähintään 50% luonnonmukaisia materiaaleja ja toimitusketjun jokainen vaihe on erikseen sertifioitu. Sertifiointi koskee kemikaalien käyttöä tai ota huomioon tuotannon sosiaalisia tai ympäristönäkökulmia.

Sertifioinnissa on kaksi tasoa:  
Organic Blended Content Standard (Zalandolla myytävien tuotteiden täytyy sisältää vähintään 50% luonnonmukaisia materiaaleja)  
Organic 100 Content Standard (sisältää vähintään 95% luonnonmukaisia materiaaleja)



#### Valmistettu luonnonmukaisista materiaaleista

Tällä merkillä varustetut tuotteet sisältävät suuren osuuden luonnonmukaisia materiaaleja, jotka on kasvatettu ilman synteettisiä torjunta-aineita ja lannoitteita tai geenimuunneltuja siemeniä. Tämä voi käyttää jopa 90% vähemmän vettä kuin tavanomainen viljely. Merkkiä käyttävien tuotemerkkien on varmistettava, että niiden koko toimitusketju on sertifioitu kolmannen osapuolen luomustandardin mukaisesti, mukaan lukien se tehdas, jossa tuote valmistetaan.

Tasoa on kaksi:  
Valmistettu 50-70 % luonnonmukaisista materiaaleista  
Valmistettu 70-100 % luonnonmukaisista materiaaleista



#### Responsible Wool Standard

Tuote on sertifioitu Responsible Wool -villastandardin mukaisesti. Sertifikaatti varmistaa, että tuote on valmistettu eläinten hyvinvointia kunnioittaen ja luontoa suojellen.



#### bluesign®

Tuote on valmistettu bluesign®-standardilla sertifioiduista kankaista. bluesign® takaa, että tuotteiden valmistusprosessi on puhdas: seulonassa on yli 900 haitallista kemikaalia. bluesign®-järjestelmässä mukana olevat valmistajat ja brändit toimivat vastuullisesti ja kestävän kehityksen periaatteita noudattaen suhteessa ihmisiin, ympäristöön ja maapallon resursseihin.



#### Cradle to Cradle Certified™

Tällä merkillä varustetut tuotteet täyttävät tietyseen perustuvat vaatimukset materiaalien terveydelle, tuotteiden kierrätettävyydelle, puhtaalle ilmalle ja ilmastonsuojeluille, veden ja maaperän hoidolle sekä sosiaaliselle oikeudenmukaisuudelle.

Sertifioinnissa on neljä tasoa:  
Cradle to Cradle Certified™ Gold  
Cradle to Cradle Certified™ Silver  
Cradle to Cradle Certified™ Bronze  
Cradle to Cradle Certified™ Platinum



#### GRS - Global Recycle Standard

GRS on tuotestandardi, joka sertifioi tuotteesta olevat kierrätysmateriaalit. Tuotteen jokaisessa valmistusvaiheessa sekä toimitusketjussa varmistetaan tuotteen täyttävän standardin vaatimukset tinkimättömästi. Sen lisäksi, että standardi varmistaa tuotteen sisältävän 50 % kierrätysmateriaaleja, se myös asettaa korkeat ympäristövaatimukset ja eettiset arvot tuotteen toimitusketjulle.

Tämän tuotteen valmistuksessa on käytetty vähintään 50 % keinonahkaa, joka on tuotettu käyttäen ympäristöystävällisempää prosessia. Prosessissa ei käytetä kemiallisia liuottimia. Vettä käytetään jopa 95 % ja energiaa 50 % vähemmän perinteiseen polystyreenin valmistukseen verrattuna.



#### Responsible Down Standard

Tuote on sertifioitu Responsible Down -tuotestandardin mukaisesti. Sertifikaatti varmistaa, että tuotteen valmistuksessa on kunnioitettu eläinten hyvinvointia. Elävien lintujen yöhöyhenien poistaminen sekä eläinten pakkosyöttäminen on kielletty.



#### Valmistettu vähintään 20-prosenttisesti kierrätetyistä puuvillasta

Tällä merkinnällä varustetut tuotteet on valmistettu vähintään 20% kierrätetyistä puuvillasta, jotka on todennettu käyttämällä kolmannen osapuolen kierrätystasokortteja tai merkin omaa kierrätysohjelmaa.



#### Valmistettu vähintään 50-prosenttisesti kestävämmistä puuvillasta

Tällä merkinnällä varustetut tuotteet on valmistettu vähintään 50% vastuullisemmasta maataloudesta peräisin olevasta puuvillasta tai puuvillasta, joka on sertifioitu maailmanlaajuisesti tunnustetulla, kestävän kehityksen CottonUp Guidessa tai Textile Exchange Sustainable Cotton Matrixssa mukana olevalla ohjelmalla.



#### Valmistettu kestävämmistä puuvillasta

Tällä merkinnällä varustetut tuotteet on valmistettu villasta, joka on sertifioitu maailmanlaajuisesti tunnustettujen ja riippumattomien standardien, kuten ZQ™ tai NATIVA™, mukaisesti. Standardit takaavat eläinten laadukkaan hyvinvoinnin ja edistävät progressiivista lähestymistapaa maankäyttöön.



#### Valmistettu vähintään 50-prosenttisesti vesipohjaisesta polystyreenistä

Tämän tuotteen valmistuksessa on käytetty vähintään 50 % keinonahkaa, joka on tuotettu käyttäen ympäristöystävällisempää prosessia. Prosessissa ei käytetä kemiallisia liuottimia. Vettä käytetään jopa 95 % ja energiaa 50 % vähemmän perinteiseen polystyreenin valmistukseen verrattuna.



#### Valmistettu vähintään 20-prosenttisesti innovatiivisista kierrätetyistä materiaaleista

Tämän tuotteen valmistuksessa on käytetty vähintään 20 % luonnonmukaisia materiaaleja, kuten appelsiinikuorta, kahvinpurjua ja jopa kalannahkaa. Lopputulos? Sinä autat muotimaailman innovaatioiden edistämässä ja annat uuden elämän materiaaleille, jotka menisivät muuten roskiin.



#### Valmistettu vähintään 50-prosenttisesti vastuullisemmista metsäpohjaisista materiaaleista

Tällä merkinnällä varustetut tuotteet on valmistettu vähintään 50% vastuullisemmasta maatalouden materiaaleista. Tämä voi olla esimerkiksi viskoosia, puuta, paperia tai korkkia, joka on peräisin sertifioidusta tai vastuullisemmasta metsätaloudesta, joka auttaa suojelemaan muinaisia ja uhanalaisia metsiä.



#### Valmistettu kestävämmistä puuvillasta

Tällä merkinnällä varustetut tuotteet on valmistettu tuotusta, joka on sertifioitu maailmanlaajuisesti tunnustettujen ja riippumattomien standardien, kuten Global Traceable Down Standard tai DOWNPASS, mukaisesti. Nämä varmistavat eläinten laadukkaan hyvinvoinnin ja jäljitettävyyden koko toimitusketjussa.



#### Valmistettu vähintään 20-prosenttisesti innovatiivisista vaihtoehtoista nahalle

Tämä tuote ei sisällä eläinperäistä nahkaa, ja siinä on käytetty vähintään 20 % kasvipohjaisia materiaaleja, kuten ananasta, omenaa tai sieniä. Lopputulos? Innovatiivinen vaihtoehto eläinnahalle ja uusi elämä materiaaleille, jotka menisivät muuten roskiin.



#### Valmistettu vähintään 20-prosenttisesti elvyttävällä luomuviljelyllä tuotetuista materiaaleista

Tällä merkinnällä varustetut tuotteet on valmistettu vähintään 20% kasvi- tai eläinperäisistä materiaaleista, jotka ovat peräisin regeneratiivisesta ja luomuviljelystä. Tämä kokonaisvaltainen lähestymistapa maatalouteen auttaa meitä elämään tasapainossa luonnon kanssa sitomalla hiiltä, edistämällä maaperän terveyttä ja lisäämällä luonnon monimuotoisuutta. Nämä menettelyt todennetaan riippumattomilla maatalouden sertifikaateilla tai hiilimittauksilla.



#### Valmistettu vähintään 50-prosenttisesti iocell-kuidusta

Tällä merkinnällä varustetut tuotteet on valmistettu vähintään 50% iocellista, joka on puumassasta valmistettu kuitu. Toisin kuin tavanomaisella viskoosilla, iocellillä on vähemmän haitallisia vaikutuksia ympäristöön, ja se valmistetaan suljetussa tuotantoprosessissa käyttämällä ekologista liuotinta. Tämä tarkoittaa, että 99,5% prosessissa käytetyistä kemikaaleista voidaan käyttää uudelleen useita kertoja.



#### Valmistettu vähintään 50-prosenttisesti ilman kromia parkitusta nahasta

Tässä tuotteessa käytetty nahka on käsitelty ilman kromia. Sen sijaan käsiteltyyn on käytetty synteettisiä tai kasvipohjaisia yhdisteitä, joita saadaan esimerkiksi tamesta ja kastanjapuusta. Lopputulos? Helpommin maatuva materiaali sekä turvallisempi työympäristö ihmisille.



#### Valmistettu vähintään 20-prosenttisesti innovatiivisista bio-pohjaisista vaihtoehtoista fossiilille polttoaineille

Tämän tuotteen valmistuksessa on käytetty vähintään 20 % kasvipohjaisia materiaaleja, kuten maissia, leivä tai bio-asetaattia ilman perinteisiä muoviaineksia. Lopputulos? Sinä autat vähentämään fossiilisten polttoainoiden kulutusta.



## Boikoteilla on vaikutusta yritysten toimintaan

Yle.fi | Romanian presidentti vaatii pikaista tutkintaa venäläislennokin jäänteistä

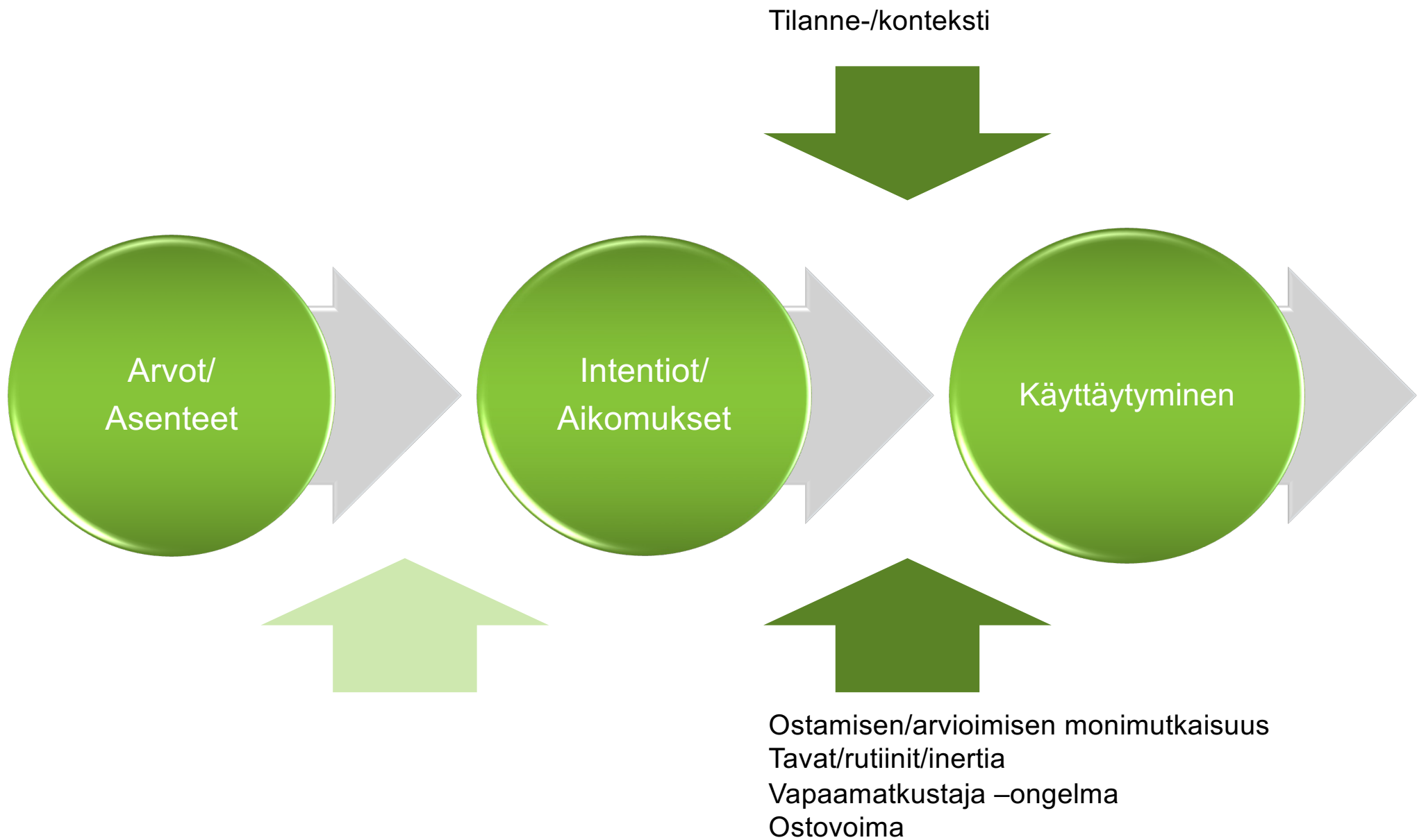
AAMU

-0

PÄIVÄ

YLIVIESKA









# MARKKINOINTIVIESTINTÄ JA VASTUULLISUUS

---

*Vastuullinen. Kestävä. Ympäristöystävällinen.  
Vihreä. Hiilineutraali. Ekologisesti turvallinen.  
Vähäpäästöinen. Kierrätettävä. Biohajoava.  
Uusiutuvista materiaaleista. Energiatehokas.*

# VASTUULLISUUS- JA YMPÄRISTÖVÄITTÄMÄT

- **Vastuullisuusväittäjä**
  - yritystoiminnan taloudellisiin, sosiaalisiin tai ekologisiin vaikutuksiin liittyvä väite
- **Ympäristöväittäjä**
  - suora tai epäsuora viittaus sellaisiin ympäristöä koskeviin tai ekologisiin seikkoihin, jotka liittyvät esimerkiksi tuotteen valmistukseen, pakkaamiseen, jakeluun, kulutukseen tai hävittämiseen
- **Väittämien tulee perustua faktoihin!**



- **Vastuullisuuden mittaaminen**
  - koettu vastuullisuus
  - “todellinen” vastuullisuus

## Vastuullisuuden mittaaminen

- koettu vastuullisuus
- “todellinen” vastuullisuus

141  
indikaattoria

Sustainability Reality Score (SRS) (Scale: 0 - 100)



\*To access the 2011 report, see [www.brandlogic.com/sustainability](http://www.brandlogic.com/sustainability).

# MARKKINOINTI

---

- Markkinointi luo markkinoita.
- Markkinointi on toimintaa, instituutioita ja prosesseja, joilla luodaan, viestitään, toimitetaan ja vaihdetaan tarjoumia, joilla on **arvoa** kuluttajille, asiakkaille, kumppaneille ja koko yhteiskunnalle.
- Liiketoiminnan näkökulmasta:
  - enemmän arvoa, parempaa arvoa, kestävämpää arvoa kuin kilpailijat



## Definition of Marketing

Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large. (Approved 2017)



# MARKKINAT JA VASTUULLISUUS: VAIKUTUKSET

---

- Vastuullisuus mahdollisuuksien luoja ja uhkien synnyttäjänä
  - Muokatut markkinat (market shaping)
  - Uudet markkinat (market creation)
- Vrt. Professori Minna Halmeen luennon innovaatio- ja integraatiotavat



# TUOTE

---

**Domino-keksien resepti muuttuu**



Domino-kekseissä ei jatkossa ole enää palmuöljyä. MTV

# VASTUULLISUUS MUOVAA/MUOKKAA MARKKINOITA

- Kysyntä:  
Asiakkaat/kuluttajat/ostajat
- Tarjonta: Tuottajat/myyjät
- Markkinoinnin tehtävänä on löytää  
keinot, joilla muokkaus  
toteutetaan niin, että luodaan  
arvoa molemmille osapuolille:  
TUOTE/HINTA/JAKELU/VIESTINTÄ

DIFFERENTIATE!  
(EROTTAUDU)



# VASTUULLISUUS SYNNYTTÄÄ UUDENLAISIA MARKKINOITA/TOIMIJOITA/LIIKETOIMINTAMALLEJA

- Esim. vaatelainaamot/-vuokraamot, sähköpolkupyörät, -potkulaudat ja -autot, latausasemat



**Bloomberg**  
Europe Edition


Sign In [Subscribe](#)

• **Live Now** Markets Industries Technology Politics Wealth Pursuits Opinion Businessweek Equality Green CityLab Crypto More

Business Checkout

## H&M Tests Renting Clothes to Address Environment Concern

- Industry under fire for energy use, greenhouse gas emissions
- Peer-to-peer second-hand clothing websites are also emerging



Rental clothing on display at H&M's flagship store in central Stockholm. Source: Hennes & Mauritz AB

By [Anton Wilen](#)  
29 November 2019 at 08:00 EET Updated on 29 November 2019 at 10:13 EET

**LIVE ON BLOOMBERG**  
[Watch Live TV](#) [Listen to Live Radio](#)

### Most Read

Markets  
**There's an Unusual Thing Happening in the Housing Market**

Markets  
**Markets Roiled by Inflation Leave Investors With Nowhere to Hide**

Technology  
**Do Kwon, No Longer in Singapore, Says He's Not 'On the Run'**

Business  
**Tycoon Running a Quarter of China's Copper Trade Is on the Ropes**

Business  
**The 'Billionaire Rabbi Astrologer' Who Faked a Lord & Taylor Bid**



# MARKKINOIDEN MUOTOILU (MARKET SHAPING)

---

- Markkinat eivät ole stabiileja
  - ne muuttuvat
  - niitä voi muokata
- Markkinoinnin näkökulmasta keskeistä markkinoilla on arvonluonti
  - miten yritykset voivat luoda arvoa
  - miten kuluttajat voivat luoda arvoa
  - arvon yhteisluonti

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



# ARVO

---



## Asiakkaan näkökulma:

Aiemmin kuluttajien ajateltiin arvioivan arvoa lähinnä laadun ja hinnan funktiona.

Arvon käsitteen laajentuminen: ostamisen helppous ja mukavuus, palvelut, tuki

Arvon käsitteen laajentuminen: sosiaalinen arvo



## Yritysten 3 arvodisipliiniä:

toiminnallinen yliverntaisuus (operational excellence)

asiakasintimiteetti (customer intimacy)

tuotejohtajuus (product leadership)

$$\text{ARVO} = \frac{\text{HYÖDYT}}{\text{KUSTANNUKSET}}$$



Lähde: Treacy and Wiersema (1992) HBR

# MIKSI IHMISET OSTAVAT KENKIÄ? MIKÄ ON KENKIEN FUNKTIO? ENTÄ MITÄ ARVOA KENGÄT TUOVAT MEILLE?



ASOS DESIGN  
Penza pointed  
high heeled  
court shoes in...  
**€34.99**  
ASOS



DIOR Dior  
Attract Pump...  
**€750.00**  
Dior.com



Ralph Lauren -  
heel Suede  
black Plain for  
Female -...  
**€37.00**  
Vestiaire Collec...

# ASIAKKAAN ARVON ERI ULOTTUVUUDET: AIR JORDAN 36 "LUKA" \$200

HEDONINEN ARVO  
Kokemukset  
**Tunteet**

SYMBOLINEN ARVO  
Psykologinen ulottuvuus  
**Itseilmaisuu**  
Sosiaalinen ulottuvuus



FUNKTIONAALINEN/  
VÄLINEARVO  
Estetiikka  
Ominaisuudet  
Laatu  
Toimivuus/**Suorituskyky**

KUSTANNUKSET JA  
UHRAUKSET –ARVO  
Hinta/**kulut**  
Vaivannäkö  
Aika

# ARVON ERI ULOTTUVUUDET: CASE SAIPPUA

- Saippuan funktio?
- Saippuan arvo?
  - Funktionaalinen/välinearvo
  - Hedoninen arvo
  - Symbolinen arvo
  - Kustannus/hyöty
- Kulta- ja timanttijauheella terästetty saippuapala maksaa 2800 dollaria.



# VASTUULLISUUS ARVONA/VASTUULLISUUDEN ARVO?

---

## KULUTTAMINEN

Kertakäyttöistä

Lineaarista

Kuluttaja- (ja  
tuottaja)keskeistä

Lyhytjätteistä

Ympäristövaikutukset  
huomioimatonta

## VASTUULLISEMPI/KESTÄ- VÄMPI KULUTTAMINEN

Kestävää (sustainable)

Vastuullista (responsible)

Eettistä (ethical)

Ympäristöystävällistä  
(environment-friendly)

Yhteiskuntaystävällistä  
(society-friendly)

# VASTUULLISUUS ARVONA/VASTUULLISUUDEN ARVO?

---

- Vastuullinen kuluttaja

‘who takes into account the public consequences of his or her private consumption or who attempts to use his or her purchasing power to bring about social change’

- Vaikutuksia

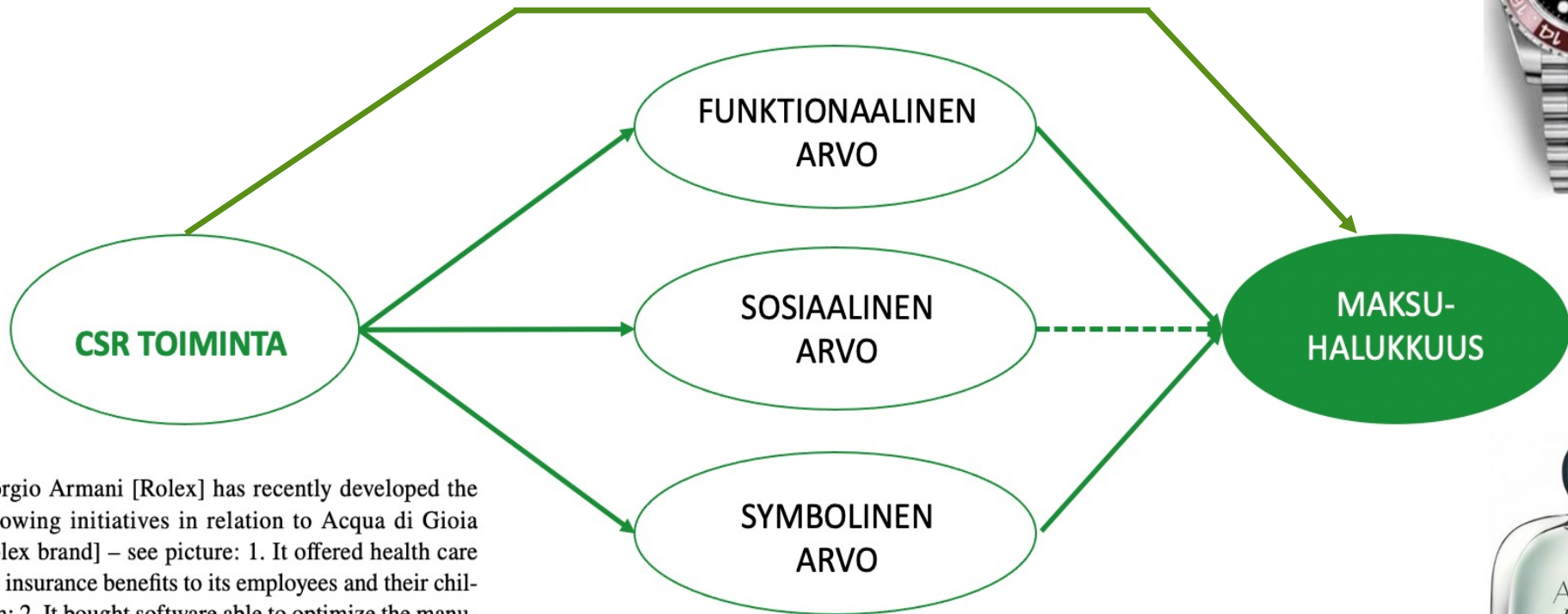
- käytettyjen tuotteiden markkinoiden kasvu: muotiteollisuus kasvaa 3–6 % vuodessa, mutta käytettyjen vaatteiden osalta kasvu on jopa 20 %
- hävikin pienentäminen -> kunnostamispalveluiden kysyntä ↑, ekologiset pakkaukset
- CO2 hyvitykset (esim. lentomatkustaminen, valokuvat)

A vast field of sunflowers stretches towards the horizon under a clear sky. The sunflowers are in various stages of bloom, with bright yellow petals and dark brown centers. The green leaves of the plants are visible in the foreground and middle ground.

Onko asiakas valmis maksamaan  
(lisää/enemmän) vastuullisuudesta?



# VASTUULLISUUS -> ASIAKKAAN KOKEMA ARVO -> MAKSUHALUKKUUS



Giorgio Armani [Rolex] has recently developed the following initiatives in relation to Acqua di Gioia [Rolex brand] – see picture: 1. It offered health care and insurance benefits to its employees and their children; 2. It bought software able to optimize the manufacturing process thus reducing internal production costs; 3. It donated money to the construction of a new pediatric hospital; 4. It acquired a certification attesting the traceability and origin of its raw materials.

Lähde: Diallo, M. F., Ben Dahmane Mouelhi, N., Gadekar, M., & Schill, M. (2021). CSR actions, brand value, and willingness to pay a premium price for luxury brands: does long-term orientation matter? *Journal of Business Ethics*, 169(2), 241-260.

## 2. Brand functional value

Func1. In my mind, the higher price of this luxury brand equals higher quality

Func2. Being higher in price makes this luxury brand more desirable

Func3. Higher priced luxury accessories from this luxury brand mean more to me

## 3. Brand social value

Soc1. Owning this luxury brand indicates social status

Soc2. Owning this luxury brand is a symbol of achievement

Soc3. Owning this luxury brand is a symbol of wealth

Soc4. Owning this luxury brand is a symbol of prestige

## 4. Brand symbolic value

Symb1. I am very attracted to this luxury brand

Symb2. I would like to own this luxury brand before others

Symb3. I am more likely to be attached to unique luxury brands like this one

# MARKKINOIDEN TAKANA

---

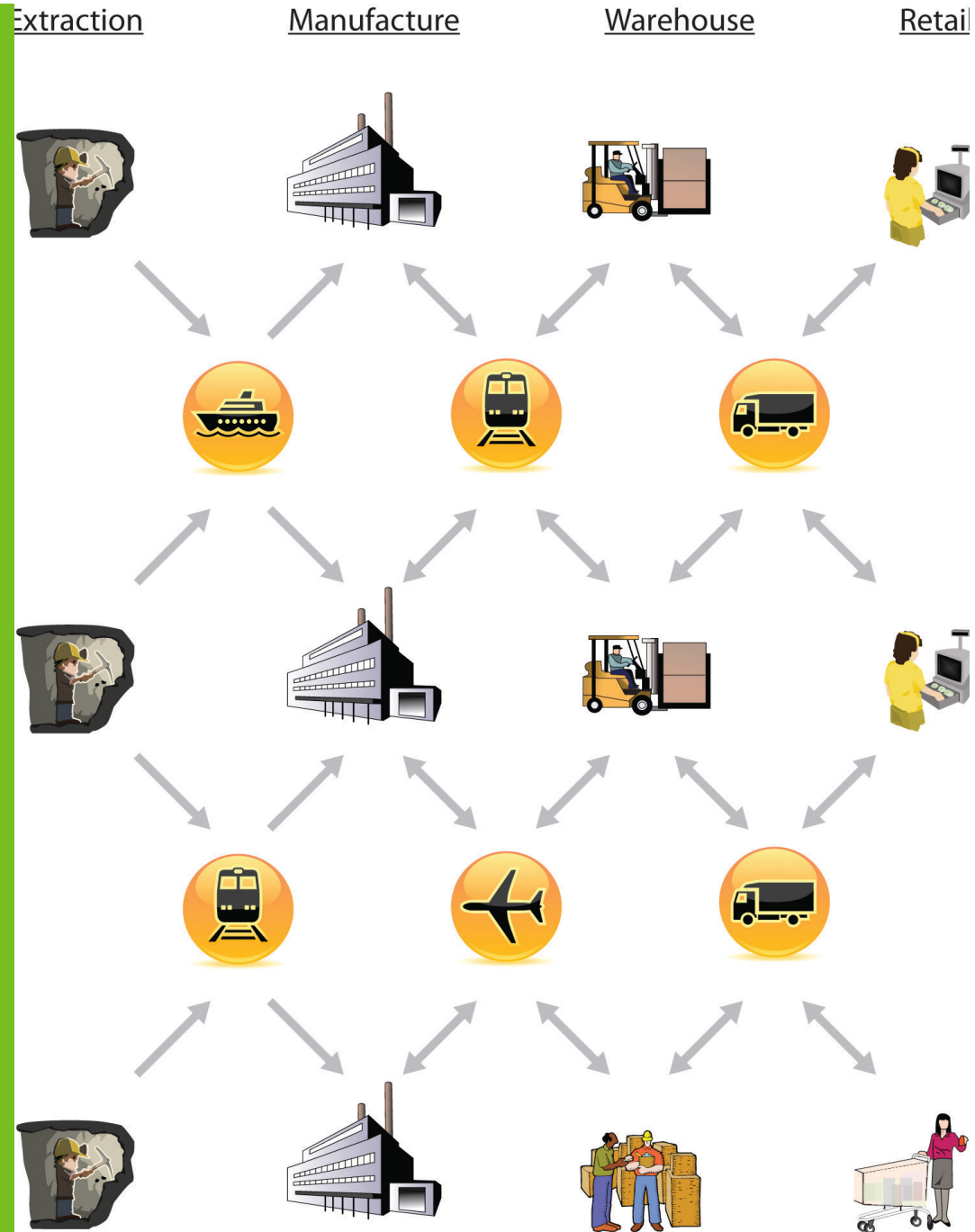


# Prof Katri Kauppi



- **KTT 2009, Helsinki School of Economics**
- **2009-2011, Assistant Professor, Manchester Business School**
- **2011-2012, Assistant Professor, Nottingham University**
- **2012-2018, Aalto BIZ**
  - 2018->, Associate Professor (tenured), Aalto BIZ
  - 2022=> Vastuussa ISM-kandiohjelmasta
- **Opetus:**
  - Maisterikurssit Sustainable supply chains sekä Capstone: Future-proofing supply chains
- **Tutkimusaiheita mm.**
  - Organisaatioiden hankintakäyttäytyminen
  - Julkiset hankinnat, erityisesti sote
  - Sosiaalinen vastuu toimitusketjuissa
  - Toimitusketjujen varautuminen ilmastonmuutokseen

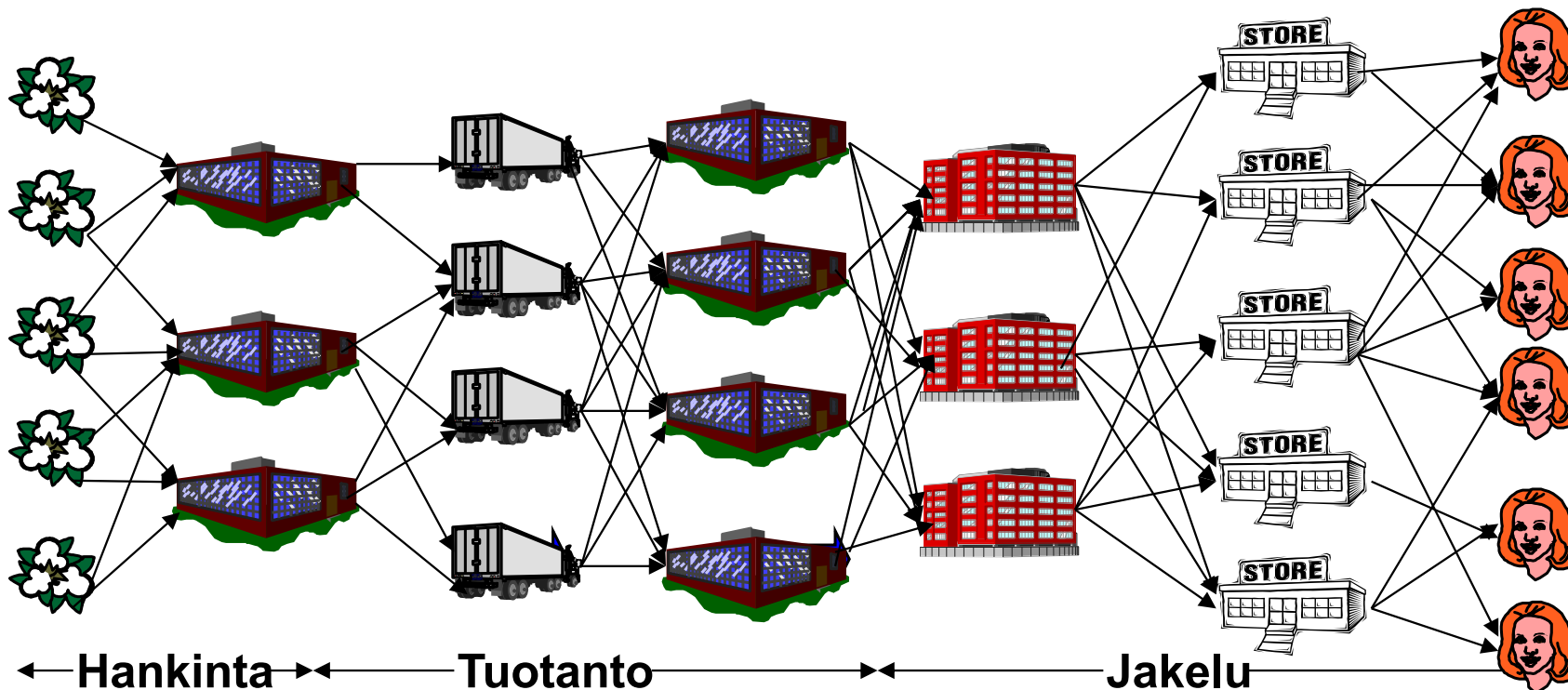
# Toimitusketjut – vastuullinen tuote, vastuullinen toimitusketju? (case sähköautot)



# Mikä on toimitusketju?

Toimitusketju on raaka-aineiden ja loppu-asiakkaan välille muodostuva verkko

- olennaista informaation, rahan, materiaalin ja palveluiden hallinta



**Vastuullinen toimitusketju  
tasapainottaa  
päätöksenteossa kolme  
kriteeriä:**

- 1. Ihmiset (people)**
- 2. Ympäristö (planet)**
- 3. Talous (profit)**

**Nämä kolme kriteeriä  
arvioitava koko toimitusketjun  
osalta, ei vain sen yhdestä  
vaiheesta**



This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-SA-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

# Mitä kaikkea siis käytännössä toimitusketjuissa pitäisi huomioida? (esimerkkejä, ei kattava lista)

<b>Ympäristövastuu</b>	<b>Sosiaalinen vastuu</b>
<b>Materiaalin käyttö (raaka-aineet ja niiden tuotanto, pakkausmateriaalit, kierrätysaste jne.)</b>	<b>Ihmisoikeudet</b>
<b>Energia (käyttö, lähde, uusiutuvan energian osuus jne.)</b>	<b>Työolosuhteet (esim. työajat, palkkaus, oikeus järjestäytyä jne.)</b>
<b>Vesi (veden käyttö, käyttöveden puhdistus jne.)</b>	<b>Lapsityövoiman käytön estäminen</b>
<b>Jäte (tuotetun jätteen määrä, jätteen kierrätysaste jne.)</b>	<b>Terveys ja turvallisuus (työsuojaus, fyysiset olosuhteet, hygienia jne.)</b>
<b>Päästöt (CO<sub>2</sub>, muut päästöt)</b>	<b>Yhteisö (vaikutukset paikalliseen yhteisöön ja yhteiskuntaan, jne.)</b>



**Miten tasapainotella  
eri kriteerejä ja  
löytää  
kokonaisvastuullisin  
vaihtoehto?**



This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-NC](#)

# Toimitusketjun Vastuullisuus – case autoteollisuus

Liikennejärjestelmät globaalisti tuottavat 25% kasvihuonepäästöistä ja käyttävät 29% energiatuotannosta

- Siksi pyrkimykset päästöjen vähentämiseen sähköautoilla ovat merkittäviä

Kevyiden ajoneuvojen omistuksen odotetaan kasvavan 2 miljardiin vuonna 2050 (1,3 miljardia vuonna 2030)

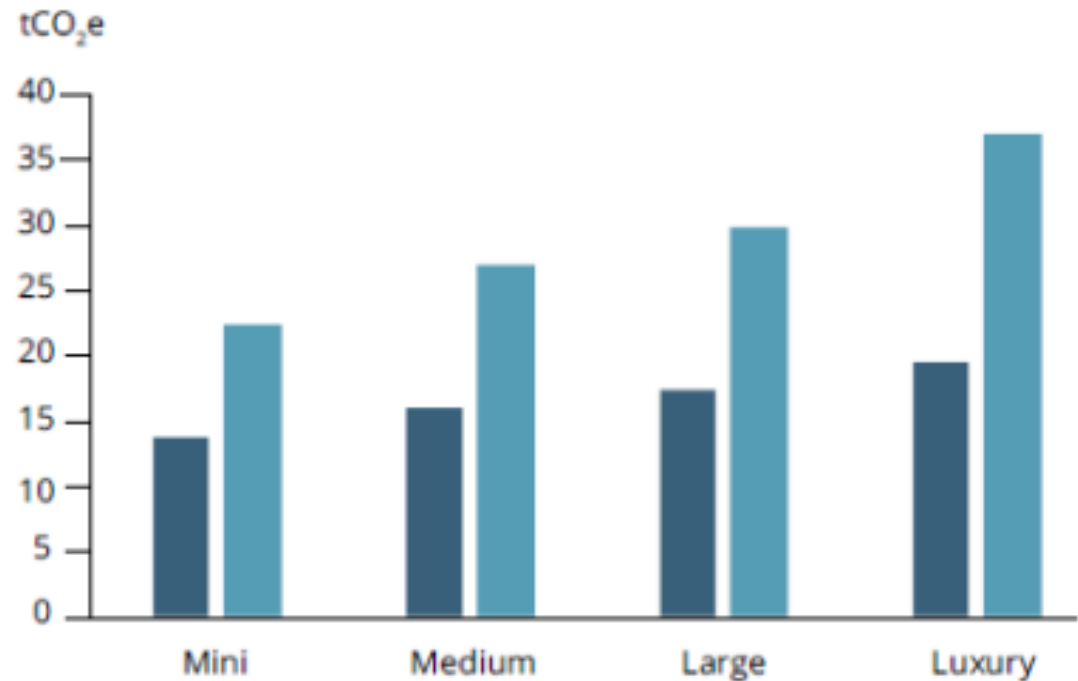
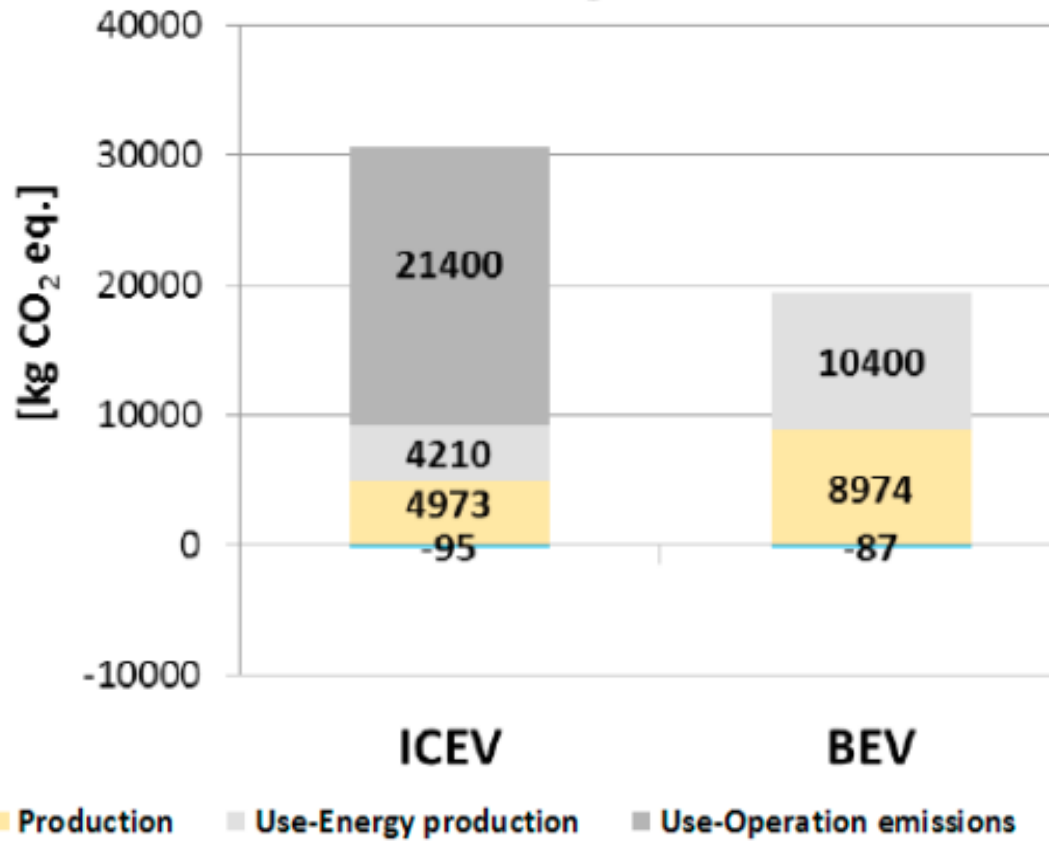
- Merkittävä lisäkysyntä polttoaineissa ja vaikutuksia ilmastoon sekä ilmanlaatuun

# Sähköautot vähentävät päästöjä

ICEV=internal combustion engine vehicle  
BEV=battery electric vehicles

Figure 4.3 In-use GHG emissions of BEVs and ICEVs in a range of size segments across the lifetime mileage (180 000 km)

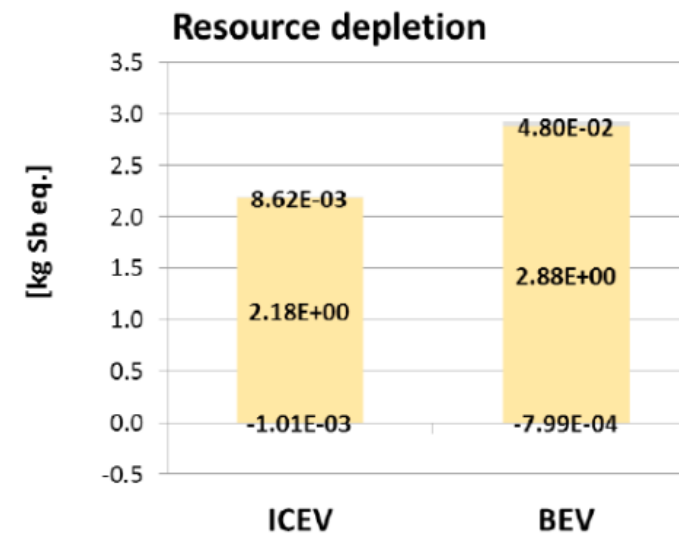
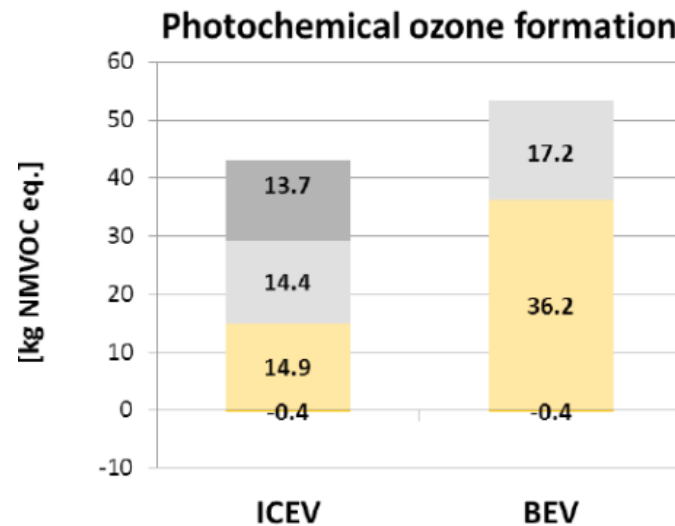
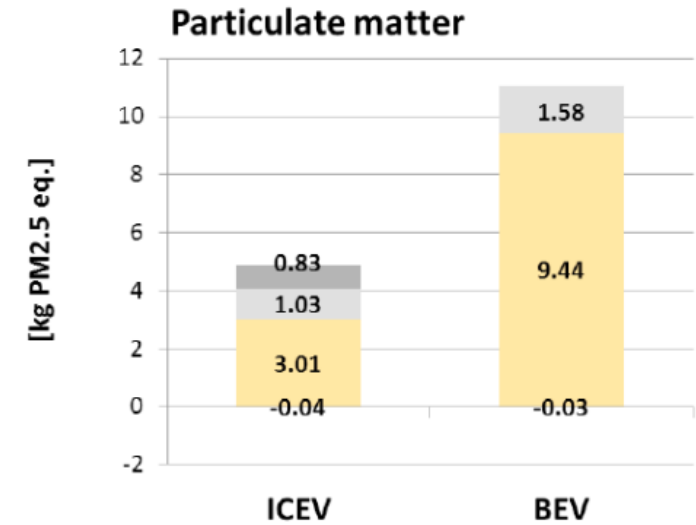
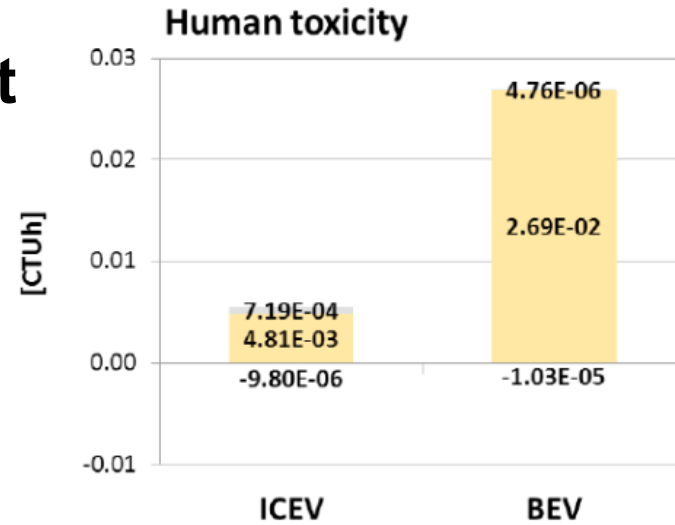
## Climate change



# Toimitusketjun kokonaisvaikutukset?

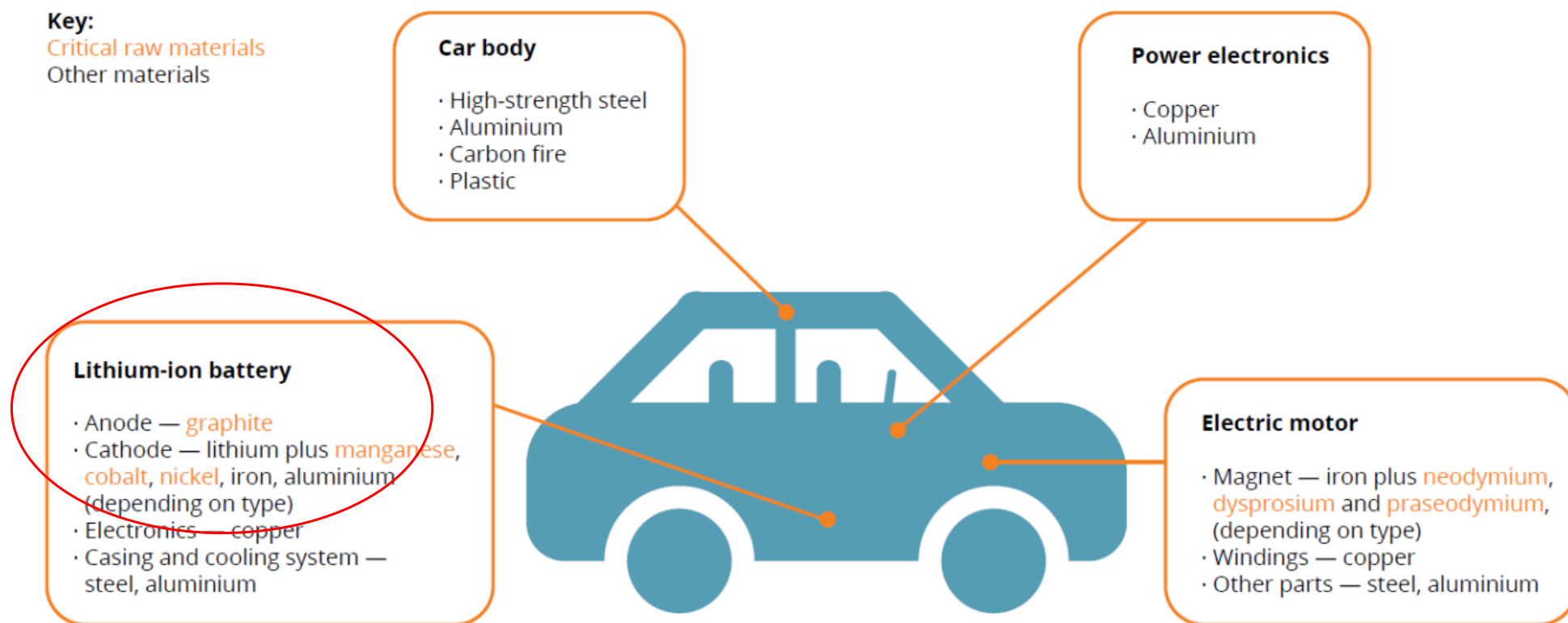
## Life Cycle Assessment of ICEV and BEV a cradle-to-grave approach

Pero et al. 2018



# Toimitusketjusta tarkemmin: Sähköauton keskeiset materiaalit

Figure 2.1 Major raw materials commonly used in battery electric vehicles



**Source:** Compiled from data in Hawkins et al., 2013; Mathieux et al., 2017; EC, 2018a; 2018b. European Environmental Agency report, 2018

Tällä hetkellä tiedossamme olevat mineraalivarat eivät riitä maailmanlaajuisesti edes yhden sukupolven sähköautojen akkuihin ja niiden energian varastointiin. Litiumia ei siis ole tarpeeksi.

Akkuja voisi tosin teoriassa tehdä jostain muustakin.

Litiumin sijaan Michaux on kuitenkin erityisen huolissaan kuparista. Kun maailma sähköistyy, kuparia vaaditaan jumalattoman paljon.

Ihmiskunta oli vuoteen 2020 mennessä tuottanut kuparia noin 700 miljoonaa tonnia. Jos nykyinen kasvu jatkuu, käytämme saman verran seuraavan 22 vuoden aikana.

**Energia | Ihmiskunnan on vallannut sokea usko vihreään siirtymään. Mineraalivarat eivät riitä edes yhteen sukupolveen sähköautoja, sanoo geologi Simon P. Michaux.**

 HS Visio 12.9. 8:51

Globaali akkutuotanto tuplaantuu 2024-2025 välillä kun taas litiumin tuotanto kasvaa 3-5% vuosittain

Quinteros-Condoretty et al. 2021



# Sähköautojen toimitusketju vaatii kokonaisvaltaista vastuullisuustarkastelua

## Jätteiden käsittely

- Kaivosteollisuus aiheuttaa ongelmajätteitä, onko kaikilla alueilla valmius näiden oikeaan käsittelyyn?

## Biodiversiteetti ja vesistöt

- Kaivostoiminnan vaikutukset luonnon monimuotoisuudelle?

## Työntekijöiden olosuhteet, terveys ja turvallisuus

- Terveysriskit altistumisesta, usein puutteellinen työntekijöiden suojaus
- Useilla kaivosalueilla tiedossa riski lapsityövoiman käytöstä

## Vaikutukset paikallisiin yhteisöihin

# Mitä siis tärkeää muistaa?

**Tuotteen toimitusketjun vastuullisuus on monitahoinen asia ja vaatii yksityiskohtaista analyysia**

- Pitkissä toimitusketjuissa kaikkia vaikutuksia ei todennäköisesti vielä edes pystytä arvioimaan

**Tärkeintä on ymmärtää ympäristö- ja sosiaaliset vaikutukset läpi koko toimitusketjun, aina tuotteen elinkaaren loppuun asti (tai sen kierrätyksestä aiheutuvat vaikutukset)**

**Tämän ymmärryksen perusteella pitää suunnitella tuote JA toimitusketju joka minimoi negatiiviset vaikutukset**

**Myös toimitusvarmuus arvioitava pitkällä tähtäimellä**

- Toimitusketjun hallinnan ja tuotekehityksen yhteistyö olennaista



# Kiertotalous

-toimitusketjunäkökulma



Aalto University  
School of Business



# Kertakäyttö – lineaarinen talous

**Keskimäärin materiaaleja käytetään Euroopassa vain kerran**

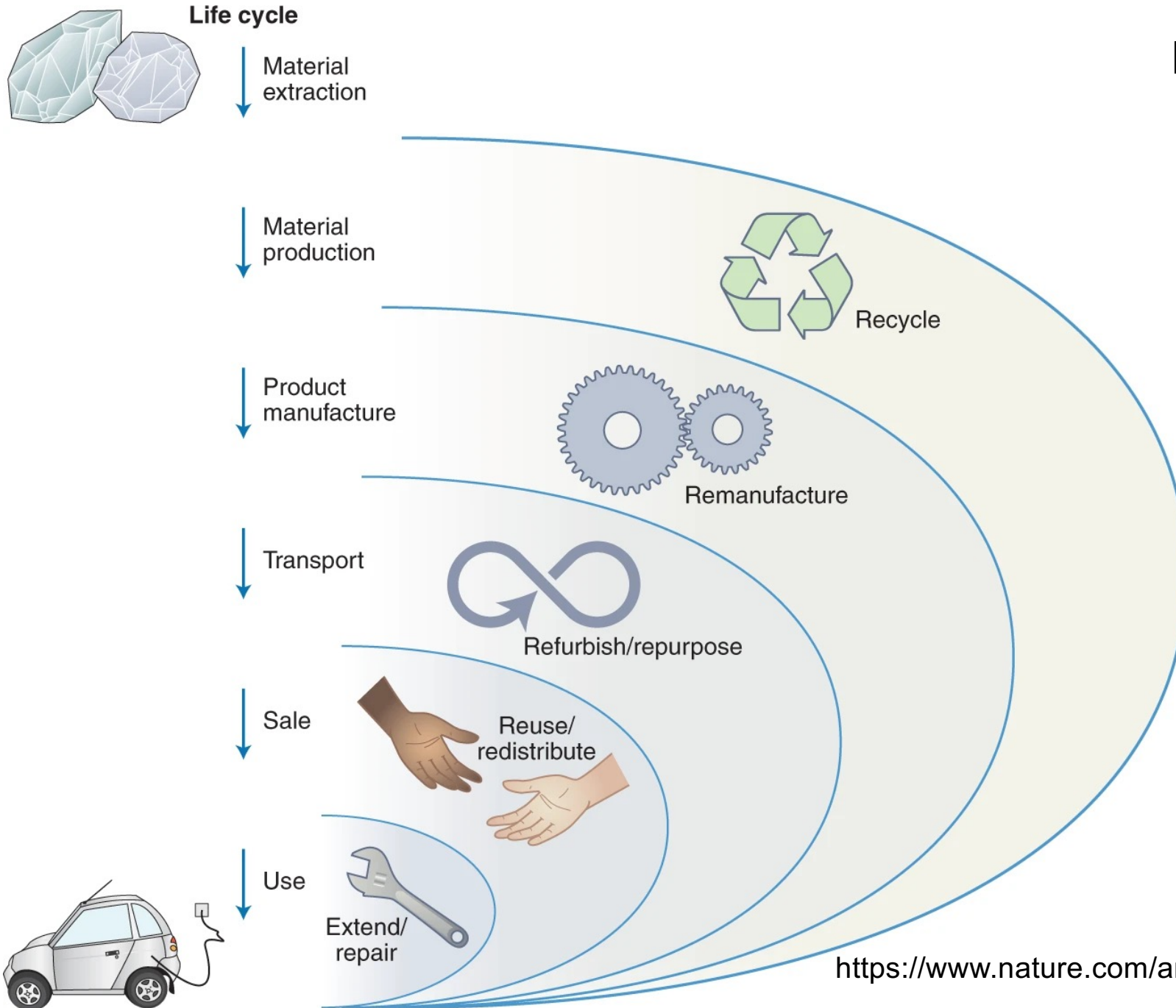
- Yli 90% raaka-aineista globaalisti ei kierrä takaisin käyttöön
- Heitämme pois noin 80% kuluttajatuotteista
- Nuoret käyttävät Englannissa T paitaa vain 1-2 kertaa

**Arviolta 67% kasvihuonepäästöistä liittyy materiaalien käyttöön**

**Kiertotalous voi vähentää luonnon resurssien käyttöä 28% ja kasvihuonekaasupäästöjä jopa 72%.**

VTT, Sitra





**Ideaalitilanteessa  
2040 sähköauton  
akkujen kierrätys  
voisi tuottaa 60%  
kobaltista, 53%  
litiumista ja 53%  
nikkelistä, jota  
globaalisti  
tarvitaan.**

# Kiertotalous ratkaisuna Lithium-pulaan ja ympäristövaikutuksiin?

- **Kierrätys:** metallit otetaan uudelleen käyttöön (kobaltti, manganeesi, nikkeli ja litium) ja käytetään uusien tuotteiden valmistuksessa
- **Uusiokäyttö:** erikoistunut yritys muokkaa akkukennot uudelleenkäytettäviksi, tyypillisesti ei-mobiilissa tuotteessa
- **Kaatopaikalle päätyessään akuista ei saada enää lisäarvoa – lainsäädäntö pyrkii enenevässä määrin estämään tämän vaihtoehdon**
  - Tuottajavastuu ja –raportointi, vaatimus kierrätetyn materiaalin asteelle uudessa tuotannossa
  - “Patteri-passi” ja paremmat tuotemerkinnot
    - Esim. Tieto siitä miten tuotteen purkaminen mahdollista

Kiertotalous



Älykkäämpää tuotteen käyttöä ja valmistusta	R0 Refuse/Kieltäydy	Tee tuotteesta tarpeeton luopumalla sen toiminnosta tai tarjoamalla sama toiminto täysin eri tuotteessa
	R1 Rethink/Mieti uudelleen	Tehosta tuotteiden käyttöä (esim. jakamalla tuotteita tai tuomalla markkinoille monitoimisia tuotteita)
	R2 Reduce/Vähennä	Paranna tuotteiden valmistuksen tai käytön tehokkuutta, kuluttamalla vähemmän luonnonvaroja ja materiaaleja
Tuotteen ja sen osien pidempi käyttöikä	R3 Reuse/Käytä uudelleen	Pois heitetyn hyväkuntoisen ja alkuperäisen tarkoituksensa täyttävän tuotteen uudelleenkäyttö toisen kuluttajan toimesta
	R4 Repair/Korjaa	Viallisen tuotteen korjaus ja huolto, jotta sitä voidaan käyttää alkuperäisessä tarkoituksessaan
	R5 Refurbish/Kunnosta	Kunnosta vanha tuote ja tuo se ajan tasalle
	R6 Remanufacture/Valmista uudelleen	Käytä käytöstä poistetun tuotteen osia uudessa samankaltaisessa tuotteessa
	R7 Repurpose/Käytä uuteen tarkoitukseen	Käytä käytöstä poistettua tuotetta tai sen osia uudessa erilaisessa tuotteessa
Materiaalien järkevä käyttö	R8 Recycle/Kierrätä	Käsittele materiaaleja saadaksesi samat tai huonommat ominaisuudet
	R9 Recover/Ota energia talteen	Materiaalien polttaminen energian talteenotolla

1 Lineaarinen talous

Kircherr et al. 2017, suomennettu versio Nieminen 2017

# Kiertotalouden liiketoimintamallit -keksitkö esimerkkiyrityksiä?

---

Kierron hidastaminen

Resurssikierron hidastaminen pidentämällä tuotteiden käyttöikää tai tehostamalla niiden käyttöä

Kierron sulkeminen

Suljetaan kierto 'käytön jälkeen' eli materiaalit palaavat takaisin valmistukseen tai luonnon kiertoon

Kierron  
pienentäminen

Käytetään vähemmän materiaalia

# Esimerkkiyritysten analysointia

**Etsikää ryhmässä esimerkkejä, mielellään ainakin kahdesta edellisen kalvon kiertotalouden strategiasta**

**Löytämienne esimerkkien perusteella, miettikää mitkä voivat olla kyseisten yritysten liiketoimintamallien haasteita:**

- Toimitusketjun hallinnan näkökulmasta
- Markkinoinnin näkökulmasta

# **Kiertotaloden paluulogistiikka toimitusketjujen haaste**

**Logistiset ketjut on lähtökohtaisesti suunniteltu  
“yhdensuuntaiseen” liikkeeseen**

**Paluulogistiikka koostuu usein kapeista ja monimutkaisista  
“virroista”**

**Palautuvien tuotteiden ja materiaalien käsittelytavat erilaisia**

**Materiaalien saatavuutta vaikeampaa ennakoida määrällisesti,  
laadullisesti ja maantieteellisesti**



# Miten toimitusketjuissa vastataan näihin haasteisiin? esimerkkejä



Uusia sopimusmalleja (“light as a service”, pay-per-use etc.)



IoT ja laitteiden yms. etäseuranta



Modulaarinen tuotesuunnittelu, “upgrading”



Kumppanuuksia eri toimijoiden kanssa, esim. kierrätyspalveluja ja logistiikkapalveluja tarjoavat yritykset



# Suomalaisen roskapussissa jopa 80 prosenttia on tavaraa, jonka voisi kierrättää – laiskimpia lajittelijoita ovat alle nelikymppiset

HS 16.4.2018

Suurin osa jätteiden hyötykäytön lisäyksestä on suuntautunut polttoon. Nykytoimilla Suomi ei saavuta EU:n kierrätystavoitteita.

(Tilastokeskus 2019)

Vastuuta yksityisillä mutta vastuuta (ja mahdollisuuksia) myös yrityksillä.

- Loisiko kysyntä tarjontaa?
- Oma toimitusketju ajateltava myös myyntihetkestä eteenpäin
- Miten viestiä ja markkinoida?

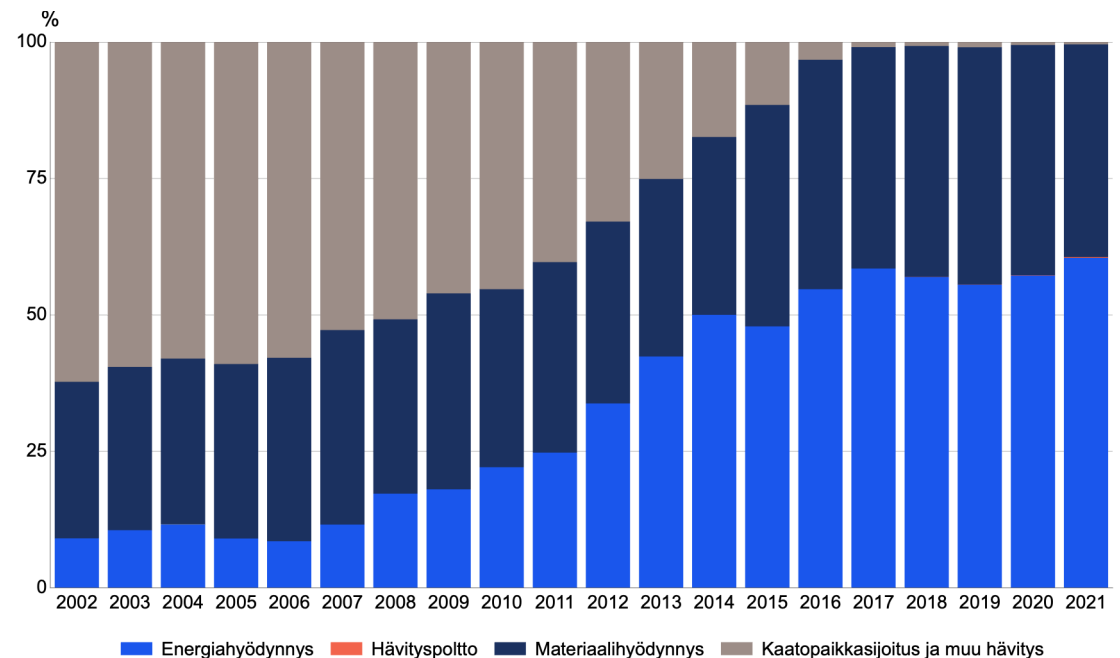
## Suomi kovan urakan edessä – selvitys: EU:n kierrätystavoitteet edellyttävät isoja muutoksia nykyjärjestelmään

Tiukentuvat EU:n kierrätystavoitteet pakottavat suomalaiset kohentamaan rutkasti jätteiden kierrätystään.


Kierrätys 15.2.2019 klo 09.00

YLE

## Yhdyskuntajätteiden määrä käsittelytavoittain 2002–2021



Lähde: Tilastokeskus, jätetilasto



KIERTOTALOUS-  
NÄKÖKULMASTA

---

## Tuo käytetyt PO.P-vaatteet myymälään – saat arvosetelin jäsenyydellesi!

Vaatteiden kierrättäminen käyttäjältä toiselle on paras ympäristöteko. Anna siis pieneksi jääneille PO.P-vaatteille uusi elämä tuomalla ne myymäläämme jälleenmyytäviksi. Saat korvauksena arvosetelin jäsenyydellesi, jolla voit ostaa uusia tai käytettyjä vaatteita!

### Näin se toimii:

#### 1. Palvelu on kaikkien PO.P+ jäsenien käytävissä

[Liity jäseneksi täällä!](#)

#### 2. Tuo käytetyt PO.P-vaatteet valitsemaasi Polarn O. Pyret myymälään

Vaatteiden tulee olla ehjiä ja puhtaita, sellaisessa kunnossa, jossa itsekin ostaisit käytettyjä vaatteita. Tuuleta vaatteet, jotka ovat olleet kaapissa pitkään. Näitä vaatteita voit tuoda myymälään: ulkovaatteet, farkut, vauvanvaatteet kokoon 80 asti, villa- ja fleec-vaatteet.

#### 3. Arvioimme vaatteet niiden kunnan perusteella

[Katso arviointiohje täältä.](#)

#### 4. Korvauksena lataamme arvosetelin\*\* jäsenyydellesi.

Arvosetelin on voimassa 1 vuoden. [Katso luettelo vaateen kuntoon perustuvasta korvauksesta täältä.](#)

#### 5. Annamme vaatteille uuden elämän myymällä ne eteenpäin myymälöissämme.

Second Hand -vaatteiden määrä voi vaihdella myymälöittäin. [Täältä löydät listan](#)

[jälleenmyyntihinnoista.](#)

2. Tuo kierrätettäviä tekstiilejä sisältävä kassisi H&M-myymälään, henkilökuntamme ottaa sen vastaan kassapisteellä. H&M-jäsenenä ansaitset kierrämisestä 20 Conscious-pistettä ja digitaalisen etukupongin Helppoa!



## Palashampoo on nyt in! Testasimme neljä erilaista – pärjääkö pala perinteiselle shampooolle?

Palashampoo on muoviton ja ekologisempi valinta, ja niitä ilmestyy nyt markkinoille yhdeltä jos toiseltakin merkiltä. Saako palalla tukan puhtaaksi, pärjääkö lopputulos tavalliselle shampooolle?



PARTIOAITTA

Löydä suosikkituotteesi verkkokaupasta

MYYMÄLÄT

UUTUDET

NAISET

MIHET

LAPSET

VARUSTEET

VIHREÄMPI VALINTA

OPPAAT

TUOTEMERKIT

365-KLUBI

VOUKRAUS



## Partioaitta on kerännyt yhteensä 26 000 talvitakkia asunnottomille

Ihmisten auttamisen halu ja kierrätysinnostus saivat viimekin vuonna tuhannet ihmiset lahjoittamaan hyväkuntoisia talvitakkeja asunnottomille Partioaitan takkikeräyksessä. Takkeja jaettiin sunnuntaina 17.10.2021 pidettävien Asunnottomien yö -tapahtumien lisäksi koko syksyn ja talven ajan eri toimipisteissä.

Takkikeräys on ollut osa vuosittaista Asunnottomien yö -tapahtumaa jo viitenä vuonna peräkkäin. Takkeja on kerätty yhteensä viiden vuoden aikana kaiken kaikkiaan 26 000 kappaletta. Vuonna 2021 takkeja kerättiin yhteensä 5400 kappaletta. Viime vuonna Partioaitan järjestämän takkikeräyksen aikana hyväkuntoisen takin sai jättää lahjoitukseen joko Partioaitan myymälään tai postitse lähettämällä.

Tuhannet käytetyt talvitakit saivat uuden omistajan sunnuntaina 17.10.2021 Asunnottomien yö -tapahtumissa, kun Asunnottomien yön takkikeräykseen lahjoitetut takit jaetaan eri puolilla Suomea apua tarvitseville. Tämän lisäksi Asunnottomien yön ohjelmaa on hajautettu pienempiin tapahtumiin ja lisäksi vaatejakoa jatketaan myös varsinaisen tapahtuman jälkeen.

## Mitä kauramaidon hiilijalanjäljestä oikeasti tiedetään? Tässä 4 kuumaa kysymystä aiheesta ja asiantuntijoiden vastaukset

Kaurajuomasta on hyvin vähän tieteellisesti tutkittua tietoa, ja siksi sille olisi iso tilaus.



Kaurajuoman ilmastovaikutus vaikuttaa olevan jonkin verran pienempi kuin maidolla, sanoo tutkija. Kuva: Mikko Koski / Yle

# KEINOJA TUKEA KIERTOTALOUTTA

---



## Kuluttajien motivointi

Ulkoinen motivaattori:  
Pullonpalautusjärjestelmä +  
palkkio/pantti



## Toimintaedellytysten (infra) luominen

Kierrätyspisteet



## Informointi ja koulutus

Jätteiden lajittelu



## Uudet liiketoimintamallit

XaaS

# SÄHKÖAUTOISTA, AKUISTA JA KIERTOTALOUDESTA

---

- Auton funktio?
- Auton omistamisen arvo?
- Entä auton osien omistamisen arvo? Renkaat, moottori, akku?
- Auto leasing
- Case NIO





# CASE NIO

NIO kiinalainen sähköautovalmistaja (suunnittelu ja kehitys)

Ongelma 1: Pula akkumetalleista

Ongelma 2: Pöytälaatikot/kodin varastot metallikaivoksina: kierrätysinfrastruktuurin puute, ihmisten tietoisuus

Ongelma 3: Sähköautojen lataaminen: suurkaupungeissa, lataamisen hitaus

Ongelma 4: Sähköauton suurehkot hankintakustannukset





# CASE NIO

US\$35.000

Cost of a standard fuel-based car (e.g., Nissan Altima)

US\$89.500

Cost of standard EV (Tesla Model X)

US\$55.000

Cost of an NIO EV with the battery

US\$44.000

Cost of an EV without the battery (NIO ES6)







## CASE NIO

### ASIAKKAAN NÄKÖKULMASTA

- ✓ Halvempi hankintahinta -> -10.834 USD
- ✓ Akunvaihtopalvelun hinta (oletus 152USD/kk 10 vuodeksi) -> 18.240 USD
- ✓ Ei muita ylläpito- tai latausmaksuja akulle 1.800 USD/v -> 10 vuodessa 18.000 USD
- ✓ Omistamis- ja latausoptio  
= \$10.834 + \$18.000 = \$28.834
- ✓ vs. NIO:n palvelumalli = \$18.240





# CASE NIO

## YRITYKSEN NÄKÖKULMASTA

- ✓ Tieto akkujen kunnosta (turvallisuus)
- ✓ Palvelu tarjoaa kiertotalouden ja akkujen kierrättämiseen tarvittavan infrastruktuurin
- ✓ Jatkuva tulovirta palvelusopimuksista
- ✓ Lisääntyneet kustannukset akkujen vaihtoasemien rakentamisesta
- ✓ Vähentyneet myyntitulot autojen myyntihinnassa





# CASE NIO

## YHTEISKUNNAN NÄKÖKULMASTA

- ✓ Kierrätyksen tehostaminen
- ✓ Tukea sähköautosiirtymään
- ✓ Lisääntynyt kilpailu tehostaa toimintaa





# CASE NIO

## POHDITTAVAKSI

- ✓ Mikä on se kohderyhmä, jolle NIO:n BaaS (battery-as-a-service) liiketoimintamalli tarjoaa arvoa?
- ✓ Miten NIO pystyy laajentamaan toimintaansa globaaleille markkinoille/Kiinan sisällä?
- ✓ Mitä haasteita näet NIO:n BaaS toimintamallissa?



# VIDEOLINKKEJÄ

---

Professori Pekka Mattila Ylen Aamussa kuluttajien valinnan vaikeudesta ja boikottien vaikutuksesta

<https://areena.yle.fi/1-66672156>

Professori Henri Weijon Installation talk “The “Sustainable Consumer” Zombie Theory”

<https://www.youtube.com/watch?v=-c1Fjzrp6EA&t=26s>

Battery Swapping ja kiertotalous

<https://www.youtube.com/watch?v=zl5UJQzP7NE>

Tesla ja akkujen kiertotalous:

<https://www.youtube.com/watch?v=xLr0GStrnwQ&t=311s>

**RAVITSEMUS-  
VASTUULLISUUDESTA:  
RAVINTOARVOT**  
(yksi teelusikallinen vastaa n  
4 g sokeria)



4.45€

**Ravintoarvot**

	Per 100g	Per serving 15 g	RI* per serving
Energiaa	290 kJ / 70 kcal	11 kcal	1 %
Rasvaa	0 g	0 g	0 %
– josta tyydyttyynyttä rasvaa	0 g	0 g	0 %
Hiilihydraattia	14 g	2,1 g	1 %
– josta sokereita	11 g	1,7 g	2 %
Proteiini	1,4 g	0 g	0 %
Suolaa	1,3 g	0,2 g	3 %



2.75€

**Ravintoarvot**

	Per 100g	Per serving 15 g	RI* per serving
Energiaa	340 kJ / 80 kcal	12 kcal	1 %
Rasvaa	0 g	0 g	0 %
– josta tyydyttyynyttä rasvaa	0 g	0 g	0 %
Hiilihydraattia	18 g	2,7 g	1 %
– josta sokereita	17 g	2,6 g	3 %
Proteiini	1,1 g	0 g	0 %
Suolaa	2,2 g	0,33 g	6 %



# KIITOS

professori  
[katri.kauppi@aalto.fi](mailto:katri.kauppi@aalto.fi)

professori  
[sanna-katriina.asikainen@aalto.fi](mailto:sanna-katriina.asikainen@aalto.fi)