

Milla Lento

Luonnonkuidut ja materiaalioppaan tarve: Case Weecos

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Vaatetusalan tutkinto-ohjelma (YAMK)

Vestonomi (ylempi AMK)

Opinnäytetyö

6.11.2018

Tekijä(t) Otsikko	Milla Lento Luonnonkuidut ja materiaalioppaan tarve: Case Weecos
Sivumäärä Aika	51 sivua + 3 liitettä 6.11.2018
Vaatetusalan tutkinto-ohjelma (YAMK)	Vestonomi (ylempi AMK)
Ohjaaja(t)	Raija Hölttä, Tal, Yliopettaja Anu Hurme, Weecos
<p>Opinnäytetyön yhteistyöyritys Weecos, on suomalainen verkkokauppa-alusta, jossa myydään vastuullisesti valmistettuja design-tuotteita. Weecos halusi materiaalioppaan luonnonkuiduista verkkosivuilleen parantaakseen palveluaan. Vaatteita verkosta ostaessa ei pysty tunnustelemaan kankaita, jolloin materiaalitiedon tarve korostuu.</p> <p>Tutkimuskysymyksenä on ”Millaista materiaalitietoa kuluttajat kaipaavat?” Tutkimus on case-tutkimus, ja se on yhdistelmä laadullista ja määrällistä tutkimusta. Laadullisen tutkimuksen tiedot kerättiin benchmarkingilla jo olevista materiaalioppaista ja määrällisen tutkimuksen kyselyllä Weecosin asiakkaille. Kysely julkaistiin Weecosin verkkosivuilla kesäkuussa 2018. Työn teoriassa tarkastellaan Weecosin arvoja, vastuullista liiketoimintaa sekä tekstiili- ja vaatetusalan eettisiä epäkohtia.</p> <p>Tutkimuksessa kävi ilmi, että materiaalitieto on tärkeää ja suurin osa kuluttajista on siitä myös kiinnostunut. Weecosin asiakkaat ovat erityisen tietoisia kuluttajia ja heille on tärkeää eettisyys ja vastuullisuus. He haluavat laadukkaan, aikaa kestävän vaatekaapin, jonka sisältö olisi kotimaista, mukavaa ja helppohoitoista.</p> <p>Vertailu olemassa oleviin materiaalioppaisiin osoitti, että hyvässä oppaassa tiedot esitetään selkeästi ja lyhyesti, mutta se sisältää myös lisää informaatiota niille, jotka ovat halukkaita saamaan enemmän tietoa. Oppaassa olisi hyvät hoito-ohjeet ja ekologinen osuus.</p>	
Avainsanat	vastuullisuus, materiaalitieto, luonnonkuidut, materiaaliopas

Author(s) Title	Milla Lento Natural fibers and material guide need: case Weecos
Number of Pages Date	51 pages + 3 appendices 6.11 2018
Master's Degree Programme in Fashion and Clothing	Master's Degree in Fashion and Clothing
Instructor(s)	Raija Hölttä, Lic. Arts, Pricipal Lecturer Anu Hurme, Weecos
<p>The research was developed together with Weecos. Weecos is a e-business platform, which sells responsibly manufactured design products. To improve their services, Weecos wanted a material guide of natural fibers on their web page. When the customers buy clothes from the web shop, they can't feel the fabric so the need for material information is emphasized.</p> <p>The research question reads as follows: "What kind of material information do the consumers want?" The research was a case study, a combination of qualitative and quantitative research. The qualitative research data were collected by benchmarking already existing material guides and quantified survey for the Weecos customers. The survey was published on the Weecos's website in the June 2018. The theory part got three main themes; Weecos's values, responsible business and the ethical disadvantages of textile and clothing producing.</p> <p>The study indicated that the material information was important and most consumers were also interested in it. Weecos's customers were particularly awared consumers. Ethics and responsibility seemed important to them. They wanted a high-quality, durable wardrobe with content that would be domestic, comfortable, and easy to care.</p> <p>When comparing the already prepared material guides the following conclusion was that a good guide describes the information clearly and briefly, but also contains more information for those who are willing to acquire more information. The guide should have good care instructions and an ecological contribution.</p>	
Keywords	responsibly, material knowledge, natural fibers, material guide

Sisällys

1 Johdanto	1
2 Tutkimuksen lähtökohdat ja tavoitteet	1
2.1 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet	1
2.2 Tutkimusongelma	2
2.3 Tutkimusmenetelmät	2
2.4 Aineistonkeruumenetelmät	5
2.5 Opinnäytetyön rakenne	6
2.6 Viitekehys	7
3 Weecosin esittely	8
3.1 Weecos	8
3.2 Vastuullinen liiketoiminta	10
3.3 Vaatekaupat verkossa	11
4 Tekstiilit, eettiset arvot ja kuormitus	13
4.1 Vaatteet ja luonto	13
4.2 Pikamuoti	15
4.3 Tulevaisuus	16
5 Asiakaskysely	18
5.1 Kyselyn taustaa	18
5.2 Vastaajien taustatiedot	19
5.3 Materiaalitieto ja luonnonkuidut	21
6 Benchmarking	26
6.1 Suomen tekstiili ja muoti	26
6.2 Nudge	27
6.3 Yhteenveto benchmarkingista	28
7 Luonnonkuidut	28
7.1 Kasvikuidut	29
7.2 Siemenkuidut: puuvilla ja kapokki	29
7.3 Runkokuidut: pellava, hamppu, juutti, rami ja nokkonen	33
7.4 Lehtikuidut: manilla, sisal	38
7.5 Hedelmäkuidut: kookos	38

7.6 Eläinkuidut: lampaanvilla, alpakka, kasmir, angora, mohair, silkki, nahka ja turkis	39
7.7 Vaateiden hoito-opas	47
8 Tutkimuksen tulokset	48
9 Pohdinta	50
Lähteet	
Liitteet	
Liite 1.	
Liite 2.	
Liite 3.	

1. Johdanto

Elämme aikaa, jolloin kulutetaan enemmän kuin olisi tarvetta. Maapallo on ylikuormitettu ja roskaa on niin meret kuin maatkin täynnä. Tämä ilmiö on saanut aikaan uudenlaisia yrityksiä, jotka todella tekevät kaikkensa liiallisen roskaamisen ja saastuttamisen vähenemiseksi. Suomalainen Weecos on tällainen yritys. Se myy tarkan seulan läpi käyneiden yritysten tuotteita verkkokaupassaan. Sille on erityisen tärkeää kotimaisuus, kierrättäminen ja ekologisuus. Yritykselle on tullut selkeä tarve saada omille verkkosivuilleen materiaalioppaan, koska tiedostavat asiakkaat haluavat tietää materiaalien taustoista.

Materiaalitieto on oleellinen osa vaatetus ja tekstiilialaa. Alan ammattilaisille se on yksi työn perusasioista, mutta miten paljon tavalliset kuluttajat tietävät materiaaleista, niiden vahvuuksista, heikkouksista, ekologisuudesta ja yleensä matkasta kasvista tai eläimen karvasta langaksi.

Aihe on myös erittäin ajankohtainen, sillä mikromuoveista, puuvillan veden kulutuksesta, vaatteiden tuhoamisesta ja muista tekstiilialan epäkohdista on puhuttu paljon julkisuudessa. Miten saada ala ekologisemmaksi ja tuotteet kestävämmäksi? Miten vähentää kertakäyttötuotteiden kulutusta? Uskon että ihmisten tiedonpuute aiheuttaa edellämainitut ongelmat. Jos osaa arvostaa materiaaleja ja hoitaa vaatteita oikein, hankkii myös tuotteita jotka kestävät pitkään niin aikaa kuin kulutustakin.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, minkälaista materiaalitietoa kuluttajat kaipaavat. Miten tieto tuotteen alkuperästä vaikuttaa ostopäätökseen vai vaikuttaako ollenkaan? Kiinnostaako ihmisiä mistä heidän vaatteidensa materiaalit tulevat, miten niitä hoidetaan, mitkä on kuitujen ominaisuuksia, vai onko vaatteella mitään merkitystä? Lopputuloksena on luonnonkuiduista materiaaliopas, joka palvelee Weecosin asiakkaita mahdollisimman hyvin.

2. Tutkimuksen lähtökohdat ja tavoitteet

2.1 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

Tutkimus lähti Weecosin tarpeesta saada verkkokauppaansa materiaaliopas luonnonkuiduista. Oppaan on tarkoitus helpottaa asiakkaiden tiedonsaantia ostopäätöstä tehdessä, ja siihen voi myös palata myöhemmin jos tuotteen ominaisuuksista on jotain epäselvää. Opas on uusi ja toimiva palvelu. Weecosin asiakkaat ovat ekologisesti tiedostavia ja tiedon haluisia. Weecos halusi materiaaleista tiedot niiden vahvuuksista,

heikkouksista ja ekologisuudesta, arvottamatta mikä on paras tai huonoin kuitu. Opas on kuluttajalähtöinen. Oppaan varsinaisen teon lisäksi lähdin tutkimaan sen tarvetta kuluttajien näkökulmasta.

Tavoitteena on myös saada mahdollisimman paljon tietoa kuluttajien toiveista materiaaliopasta koskien: minkälaista tietoa materiaaleista kaivataan verkkokaupan tueksi. Haasteena verkkokaupassa tehdyistä ostoksista on se ettei materiaalia pääse hypistelemään, jolloin materiaalitiedon tarve korostuu.

2.2 Tutkimusongelma

Tutkimuskysymyksenä on ”Millaista materiaalitietoa kuluttajat kaipaavat?”

Ovatko kuluttajat kiinnostuneet tuotteista joita he ostavat? Ottavatko he selvää tuotteen taustoista? Kiinnostavatko kuitujen ominaisuudet? Millaista tietoa kuluttajat kaipaavat? Näitä asioita lähdin tutkimaan. Kysymyksiä selvitettiin asiakaskyselyllä, joka toteutettiin Weecosin verkkosivuilla. Vertailin myös jo olemassa olevia materiaalioppaita, Nudgen ja Suomen tekstiili ja muoti -järjestön opasta.

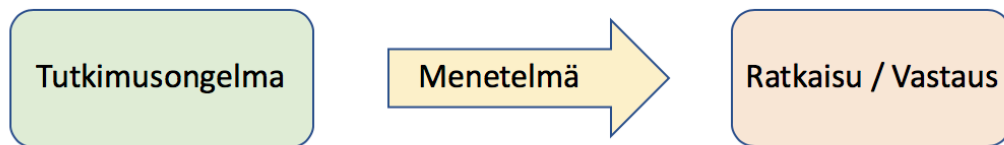
2.3 Tutkimusmenetelmät

Saadakseni vastauksen tutkimuskysymykseeni, tarvitsen tietoa kuluttajien tavoista ostaa vaatteita. Ostavatko he vaan tuotteen joka miellyttää, vai haluavatko he enemmän tietoa tuotteesta? Vaikuttaako materiaali ja sen hoitaminen ostopäätökseen? Opinnäytetyöni jakautuu kahteen osaan: ensimmäisessä tutkitaan materiaalioppaan tarvetta ja parasta mahdollista tapaa laatia se, ja toisessa lopputuloksena on itse materiaaliopas luonnokuiduista.

Tutkimusongelma pyritään selvittämään menetelmällä, jota kutsutaan lähestymistavaksi tai tutkimusotteeksi. Tutkijan tulee valita tutkimusote heti opinnäytetyön teon alussa. Valinnan tulee sopia ilmiöön ja tutkimusongelmaan, lisäksi tutkijan tulee pystyä perustelemaan valintansa. Menetelmän kautta pitää saada oikeaa tietoa ongelman ratkaisuun. (Kananen 2015, 63.)

Tutkimusongelma ratkaistaan tutkimusmenetelmällä (kuvio 1.) Oikean menetelmän valinta edellyttää hyvää ongelman tuntemusta. Tavoitteena on saada luotettavaa tietoa, jolle ratkaisu voidaan perustaa. Tutkimusongelma määrää tutkimusotteen eli lähesty-

mistavan aiheeseen. Tutkimusotteeksi kutsutaan kokonaisuutta, jolla ongelmaan saadaan ratkaistua ja se koostuu tiedonkeruu- ja analyysimenetelmistä. Vaihtoehtoina voidaan käyttää laadullista tai määrällistä lähestymistapaa. Ongelman luonne määrää tutkimusotteen valinnan. Valinta pitää perustella ja ratkaisun sopia ongelmaan. (Kananen 2015, 63–64.)



Kuvio 1. Ongelmanratkaisu

Tutkimukseni on tapaustutkimus eli case-tutkimus. Tapaustutkimus on empiirinen tutkimus, jossa käytetään monipuolista ja erilaisilla tavoilla hankittua tietoa analysoimaan tiettyä tapahtumaa tai toimintaa. Case-tutkimukset ovat syvätkutimuksia, joissa tutkitaan tarkoituksen mukaan joko joitain osatekijöitä tai kaikkia tekijöitä samanaikaisesti. Case-tutkimuksessa pyritään selvittämään rajattua kohdetta rajatulla aineistolla. Case-tutkimuksella saadaan hyödyllistä taustainformaatiota. Hyvä case-tutkija pyrkii ainoastaan kuvaamaan kohdettaan tarkasti. (Anttila 2005, 286–287.)

Case-tutkimus etenee seuraavanlaisesti: ensin määritellään tutkimuksen tavoitteet, sen jälkeen laaditaan tutkimussuunnitelma, kootaan aineisto, järjestellään aineisto niin että se kuvaa hyvin tutkimuskohdetta. Lopuksi raportoidaan ja tarkastellaan tuloksia. (Anttila 2005, 288.)

Opinnäytetyöni on siis case-tutkimus, joka on usein yhdistelmä laadullista ja määrällistä tutkimusta. Tutkimus on monimenetelmällinen. (Kananen 2015, 67.)

Laadullinen osuus käsittää Nudgen ja Suomen tekstiili ja muoti järjestön kuituoppaiden benchmarkingin ja määrällinen osuus käsittää asiakaskyselyn Weecosin verkkosivuilla. Tutkimuksessa voidaan käyttää kvantitatiivista ja kvalitatiivista lähestymistapaa tukemaan toisiaan, niitä voidaan käyttää peräkkäin tai rinnakkain. Kvantitatiivinen tutkimus antaa ryhtiä, kun taas kvalitatiivinen tutkimus on joustava. Laadullinen tutkimus on kovaa kenttätöitä. Aineistonkeruuvaihe vie eniten aikaa. (Kananen 2015, 71–72.)

Laadullisessa tutkimuksessa tavoitteena on ilmiön ymmärtäminen, selittäminen, tulkin-
ta ja soveltaminen. Tutkimuksen tulokseen vaikuttaa tutkijan mielenkiinto asiaan. Ai-
neisto tulee lukea monta kertaa keskittyneesti, jotta se hahmottuu lukijalle. Kaikki ulot-
tuvuudet tulee ottaa huomioon. Tavoitteena on ymmärtää sisältö. (Anttila 2005, 276.)

On myös tärkeää että tutkija on aidosti kiinnostunut, sekä ymmärtää ja tuntee ilmiön,
jota tutkii. Kontekstin ymmärtäminen, eli miten ilmiö liittyy ympäristöönsä, on olennaista
myöhemmille tulkinnoille. Tutkija myös lähtee siitä, että kaikki tiedot mitä hänelle on
annettu ovat tosia. Laadullista tutkimusta tehdessä onkin hyvä jos käyttää useita ai-
neistonkeruutapoja. Käytin omassa laadullisessa tutkimuksessani kirjallisuutta ja
benchmarkingia. Tutkimuksessa kannattaa käyttää kolmea periaatetta: monimenetel-
mällisyyttä, moniaistimuksellisuutta ja esteettisen etäisyyden periaatetta.
(Anttila 2005, 277.)

Monimenetelmällisyys tarkoittaa, että käytetään monia menetelmiä aineiston keruussa
kun tutkitaan samoja lähteitä. Jos jollain menetelmällä ei saada tarpeeksi tulosta, käy-
tetään toista täydentämään. Esimerkiksi haastattelussa käytetään havainnointia. Mo-
niaistillisuus tarkoittaa sitä että käytetään kaikkia aisteja aineistonkeruussa. Esteettinen
etäisyys taas tarkoittaa sitä, että tutkija muistaa olevansa tutkija, havainnoitsija ja osal-
listuja, joka pysyy tarpeeksi lähellä ja tarpeeksi kaukana ilmiöstä. Kvalitatiivisen aineis-
ton analysointi voi alkaa jo keräysvaiheessa, ja on hyvä että sen analysoi juuri aineis-
ton kerääjä itse. Aineistoa käytetään kunkin tutkimuksen kannalta parhaalla tavalla.
(Anttila 2005, 277–278.)

Laadullisen tutkimuksen ideana on kuvailla ilmiötä perusteellisesti, tulkita ilmiön sisäl-
töä, tehdä jokin asia ymmärrettäväksi, etsiä ilmiössä olevat merkitykset ja kehittää uut-
ta teoriaa (Anttila 2005, 280).

Määrällinen osuus tutkimuksessani oli asiakaskysely Weecosin asiakkaille, joka julkais-
tiin yrityksen verkkosivuilla. Määrällisen tutkimuksen yleisin aineistonkeruumuoto on
kysely, jolla aineisto kerätään. Tutkimus edellyttää asian tuntemista ja ymmärtämistä.
Näiden tietojen pohjalta pystytään laatimaan oikeat tutkimuskysymykset. Kyselyn ky-
symykset ovat usein strukturoituja, eli niille on annettu valmiiksi vastausvaihtoehdot.
(Kananen 2015, 73–74.)

Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus kohdistuu mitattaviin ja numeerisesti ilmaistaviin
ominaisuuksiin. Tutkimuksessa vertaillaan ja selitetään, mietitään syys-seuraus suhtei-
ta. Määrällisessä tutkimusotteessa ilmiöitä halutaan ja voidaan kuvata numeroin ja
määrin. (Anttila 2015, 233.)

Aineisto analysoidaan sille tyypillisellä analyysimenetelmällä. Joitain aineistoja voi analysoida vapaasti ja joitain rajoittavat hyvinkin tarkat rajat. (Kananen 2015, 83.)

Käytän laadullisessa tutkimuksessani sisällönanalyysia. Analyysin avulla voidaan saada uutta tietoa, näkemyksiä ja saada esiin piileviä tosiasioita. Tutkittava aineisto voi olla melkein mitä vain, kunhan se liittyy tutkittavaan ilmiöön ja sitä voi koota, havainnoida ja analysoida. Sisällönanalyysissa käytetään erilaisia tapoja, jotta aineistosta saadaan tehtyä havaintoja ja kerättyä tietoa. Onnistunut sisällönanalyysi saadaan kun analyysi on objektiivista, tavoitteena saada vastaus tutkimuskysymyksiin. Analyysi on järjestelmällistä, eikä ilmiön vastaista tietoa jätetä analyysin ulkopuolelle. Analyysin tavoite on saada kattava kuvaus ilmiöstä. (Anttila 2005, 292–293.)

Työni laadullisessa tutkimuksessa analysoin Nudgen ja Suomen tekstiili ja muoti-järjestön materiaalioppaiden sisältöä. Etsin niiden parhaat ja huonoimmat puolet. Vertailin kirjallista sisältöä. Määrällisessä osiossa tutkimus tarkoittaa lukujen vertailua kyselyyn vastanneiden kesken, kuinka moni on mitäkin mieltä? Työssäni se tapahtui vertailemalla kyselyyn vastanneiden valintoja.

2.4 Aineistonkeruumenetelmät

Aineistonkeruumenetelmillä kerätään opinnäytetyön aineisto. Laadullisessa tutkimusosassa käytin kirjallisuutta ja benchmarkingia, määrällisessä kyselyä.

Aineistoa keräsin alan kirjallisuudesta, asiakaskyselyllä ja benchmarkingilla. Tein benchmarking-tutkimusta muista vastaavista materiaalioppaista joita löytyy verkosta. Anu Hurmeen mukaan Weecos on käyttänyt verkkokauppa Nudgen ja Suomen tekstiili ja muoti sivustojen oppaita tarpeen tullen. Keskityin siis näihin kahteen oppaaseen. Benchmarkigilla tutkitaan esikuvia tai kilpailijoita. Menetelmällä saadaan hyvää tietoa jolla voidaan parantaa oman yrityksen toimintaa. Benchmarking on vertailua, arviointia, oppimista muilta hyviltä ja kokeneilta. Tavoitteena oman organisaation parempi tehokkuus, turvallisuus ja tuottavuus. (Hotanen, Laine & Pietiläinen 2001, 6.)

Saadakseni vastauksen tutkimuskysymykseeni tein Weecosille asiakaskyselyn. Sain Weecosin Anu Hurmeelta ohjeeksi että kyselyssä voisi olla noin kahdeksan monivalintakysymystä. Vastaajien kesken arvottiin 50€:n lahjakortti, joka varmasti lisäsi intoa vastata kyselyyni. Survey-tutkimuksella, eli kyselyllä on tarkoitus saada vastaus valikoidulta joukolta samoihin kysymyksiin (Anttila 2005, 260).

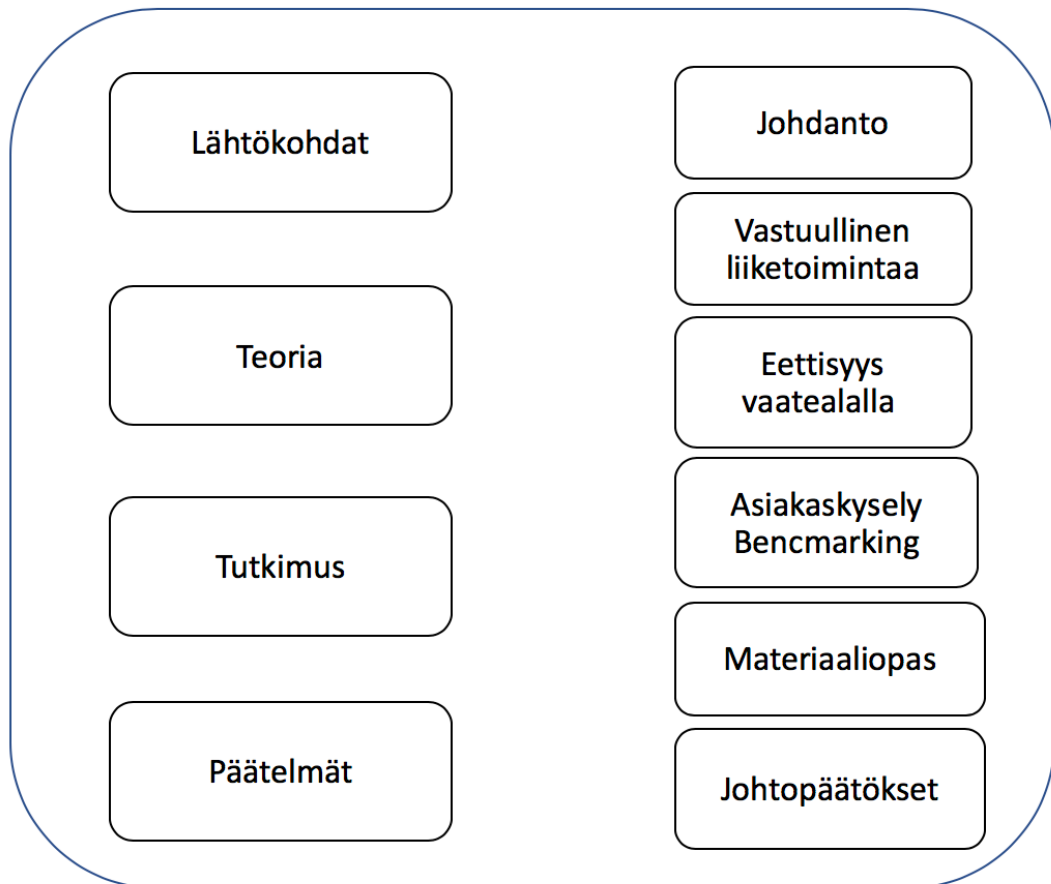
Kyselytutkimuksen avulla voidaan saada laaja tutkimusaineisto. Voidaan kysyä paljon kysymyksiä suurelta määrältä ihmisiä. Menetelmä on tehokas ja säästää tutkijalta paljon vaivannäköä. Lomake tulee suunnitella huolellisesti, jotta siitä saisi tiedon mahdollisimman tehokkaasti. Kyselytutkimuksen heikkoudet ovat onko vastattu rehellisesti, ymmärretäänkö kysymykset oikein, ovatko vastaajat perehtyneitä aiheeseen. Lisäksi lomakkeen laatiminen vie aikaa, eivätkä kaikki vastaa. Kyselyä tehdessä täytyy osata kysyä juuri oikeat kysymykset. Lomakkeiden avulla voidaan kerätä tietoja tosiasioista, käyttäytymisestä ja toiminnasta, tiedoista, arvoista, asenteista, uskomuksista, käsityksistä ja mielipiteistä. (Hirsjärvi, Remes, & Sajavaara 1997, 191–192.)

Teimme Weecosin kanssa yhteistyössä asiakaskyselyn, jossa tutkittiin, millaista materiaalitietoa kuluttajat kaipaavat, ovatko he kiinnostuneita ostamistaan tuotteista ja vaikuttaako tuotteen tausta ja materiaali ostopäätökseen. Kysymyksiin olin laatinut valmiit vastausvaihtoehdot. Kyselyssä oli myös kolme avointa kysymystä, joissa vastaaja pysyi kertomaan muuta aiheeseen liittyvää.

Luonnonkuiduista tein laajaa kirjallista tutkimusta perustuen kirjallisuuteen ja tietoon verkossa. Haasteena tiedon keruussa oli se, että eri materiaaleista oli saatavilla tietoa niin erilaiset määrät. Puuvilla- ja villaosioihin löytyi tietoa valtavasti, kun taas vähemmän käytetyistä materiaaleista löytyi vain vähän. Weecos toivoi saavansa selville kuitujen vahvuudet, heikkoudet ja ekologisuuden.

2.5 Opinnäytetyön rakenne

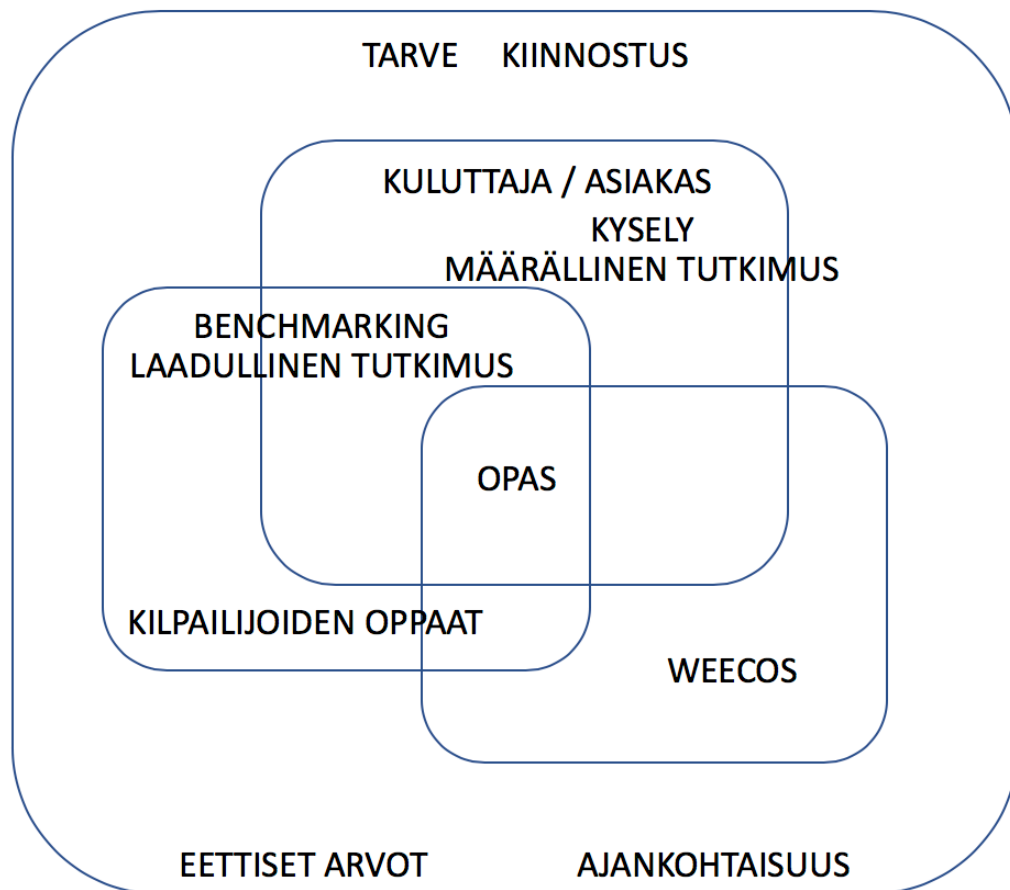
Opinnäytetyön alussa käsitellään työn lähtökohdat ja esitellään yhteistyöyritys, Weecos, jolle materiaaliopas valmistuu. Teoriana esitellään Weecosin ydinajatusta, vastuullista liiketoimintaa sekä tekstiili- ja vaatealan eettisiä ongelmia. Tutkimusosassa kuvataan asiakaskysely ja benchmarkaus muihin materiaalioppaisiin. Lopputuloksena syntyy materiaaliopas luonnonkuiduille, ja johtopäätöksissä tulkitaan tutkimuksessa saatuja tietoja. (Kuvio 2.)



Kuvio 2. Opinnäytetyön rakenne

2.6 Viitekehys

Tutkimuksen teoreettisen viitekehyksen keskiössä oli materiaaliopas luonnonkuiduille, joka oli myös opinnäytetyön lopputulos. Sen syntyyn vaikuttivat Weecos, työn tilaaja, kuluttajat ja asiakkaat, joille tein kyselyn. Kysely kattoi määrällisen tutkimuksen. Valmiina olevat materiaalioppaat tutkin benchmarkingilla, ja se osio kattoi laadullisen tutkimusosan. Nämä kolme muodostivat seuraavan kehän oppaan ympärille. Uloimmalta kehältä löytyi tarve, kiinnostus, eettiset arvot ja ajankohtaisuus. Nämä kaikki tekijät auttoivat ja auttoivat saamaan vastauksen tutkimuskysymykseen ja vaikuttivat lopputulokseen. (Kuvio 3.)



Kuvio 3. Teoreettinen viitekehys

3. Weecosin esittely

3.1 Weecos

Weecos (Kuva 1.) on suomalainen verkkokauppa-alusta, jossa myydään sekä kotimaisia että ulkomaisia vastuullisesti valmistettuja design-tuotteita. Weecos avattiin vuonna 2013, kun yrittäjät Anna Kurkela ja Hanna Lusila huomasivat, että ihmiset ovat kiinnostuneita yhä enenevässä määrin muun muassa ostamiensa tuotteiden alkuperästä. Tästä syntyi Weecos, yritys joka tarjoaa asiakkailleen vastuullisesti tuotettuja tuotteita ja vaihtoehdon kertakäyttö kulutukselle. Jotta yritys voi avata kauppansa Weecosissa,

sen on läpäistävä asiantuntijoiden kanssa kehitetty vastuullisuuskysely. Brändejä on jo lähes 250. (Weecos)

Weecos on verkossa toimiva kauppapaikka joka kokoaa vastuullisesti valmistetut tuotteet ”saman katon alle”. Weecosilla ei ole varastoa, vaan tilaukset menevät suoraan tuotemerkeille jonka asiakas ostaa. Kyseinen merkki lähettää paketin asiakkaalle. Tässä säästyy yksi turha kuljetus. Yrityksen tavoitteena on, että kaikki Weecosin tuotemerkit ottavat huomioon toiminnassaan ympäristön, ihmiset ja eläimet. Weecosissa toimivat brändit kertovat tuotteistaan mahdollisimman läpinäkyvästi. (Weecos)

Weecosin missio on torjua kertakäyttöistä ostoskulttuuria lisäämällä tietoisuutta ja auttaa tekemään tietoisia ja luotettavia ostopäätöksiä. Weecosin tyypillinen asiakas on 25-60-vuotias nainen. Asiakkaat voidaan jakaa kolmeen eri ryhmään. Merkkiuskollinen asiakas on trenditietoinen ja haluaa erottua joukosta ja on valmis maksamaan tietystä brändistä ja tuotteesta. Toinen ryhmä on asiakkaat, jotka haluavat kannattaa paikallisia yrityksiä. Laatu ja mukavuus ovat heille tärkeitä tuoteominaisuuksia. Kolmas ryhmä on tietoiset ostajat. He ovat tietoisia tuotannoista ja arvostavat kestävyyttä ja he ovat hyvin vaativia ja tekevät perusteltuja ostoksia. Tulevaisuudessa Weecos haluaa panostaa enemmän miesasiakkaisiin. (Weecos)

Weecos on yhteisö, jolla on paljon lojaaleja kanta-asiakkaita. Tulevaisuudessa Weecos pyrkii kasvattamaan kansainvälistä myyntiä. Sillä on paljon seuraajia myös sosiaalisessa mediassa, yli 20 000 Facebookissa ja yli 10 000 Instagramissa. (Weecos)



Kuva 1. Weecosin logo (Weecos)

3.2 Vastuullinen liiketoiminta

Vastuullisuus on Weecosin tärkeä arvo. Se näkyy kaikessa yrityksen toiminnassa, liittyen luontoon, kierrätykseen, ihmisoikeuksiin tai eläimiin. Tämä arvo yhdistää Weecoa ja sen asiakkaita. Weecos julkaisee blogia verkkosivuillaan, ja siellä käsitellään laajasti alan ongelmia. Yritys on ollut näkyvästi mukana pride-viikolla omalla kamppanjaltaan. ”Who made my clothes” on laajalle levinnyt ilmiö, jossa Weecos ja sen verkkosivuilla myyvät merkit ovat olleet näkyvästi mukana.

Fashion revolution (kuva 2.) on ympäri maailmaa levinnyt vaatevallankumous, joka haluaa vaateteollisuudelta läpinäkyvyyttä ja vastuullisuutta. Vallankumous lähti liikkeelle kun huhtikuussa 2013 Bangladeshissa romahti vaatetehdas, minkä seurauksena kuoli 1138 työntekijää ja yli 2000 loukkaantui. Kampanja toteutetaan joka huhtikuu, ja siihen osallistui viime keväänä kaksi miljoonaa ihmistä yli sadasta maasta. Siihen voi osallistua kuvaamalla itsensä sosiaalisessa mediassa ja liittää kuviin hastagin #whomademyclothes. (Korva 2018.)

Kampanja on saanut paljon hyvää aikaan. Se lähti liikkeelle, koska ihmiset havahtuivat tehdastyöntekijöiden työoloihin. Nyt yli 1300 tehtaan turvallisuus on tarkistettu Bangladeshissa ja työntekijöiden minimipalkkoja on nostettu Bangladeshissa ja Kambodzhassa. Valitettavasti silti onnettomuuksia tapahtuu ja minimipalkat eivät riitä kattamaan elinkustannuksia. (Korva 2018.)

Who
made
my
clothes?

#WHOMADEMYCLOTHES
FASHIONREVOLUTION.ORG

Kuva 2. Who made my clothes (fashionrevolution)

Kampanjan aikana sosiaalisen median eri kanavat täyttyvät kuluttajien ja vaatteita tekevien ihmisten kuvista. Näitä kuvia yhdistää se tekijä, että kaikilla on yhteiset arvot, vaatteiden tekijät ovat ylpeitä työstään, heillä on hyvät työolot ja kaikki hymyilevät. Samalla voi tutustua ihmisiin, jotka ovat omien lempimerkkien takana, ja siihen, kuka ne esimerkiksi ompelee. Kampanja on mielestäni hyvin onnistunut.

Kuluttajat ovat kiinnostuneita, millaisia yrityksiä he tukevat, ja he haluavat tietoa yrityksen tuotteista ja vaikutuksista luontoon ja yhteiskuntaan. Vaateteollisuudessa erityisesti lapsityövoiman käyttö, reilu kauppa, erilaiset standardit, työolot ja yritysten yhteiskunnalliset raportit vaikuttavat kuluttajien mielikuviin yrityksistä. Tietoa on nykyään helppo saada ja tiedostavat kuluttajat reagoivat nopeasti huonoihin uutisiin. (Könnölä & Rinne 2001, 11.)

Yrityksien haaste on saada toiminta taloudellisesti kannattavaksi ja samaan aikaan toimia vastuullisesti. Vastuullinen liiketoiminta vaatii uusien toimintamallien löytämisen esimerkiksi tuotesuunnittelussa, alihankinnassa, markkinoinnissa ja henkilöstöjohtamisessa. Kun näissä asioissa onnistutaan, erottuu yritys positiivisesti muista kilpailijoistaan. Kun yritys toimii vastuullisesti, se näkyy ihan kaikessa, mitä yritys tekee, ei vain jollain tietyllä saralla, ja se koskee kaikkia työntekijöitä. (Könnölä & Rinne 2001, 12–17.)

Yrityksen tuleekin luoda yhteiset pelisäännöt, joita kaikki työntekijät noudattavat. Näiden sääntöjen avulla koko henkilöstö tietää mitä arvojen mukainen toiminta tarkoittaa. Nämä arvot viestitään myös ulkopuolisille sidosryhmille, kuten sijoittajille, asiakkaille ja toimittajille. Usein myös yhteistyökumppanien odotetaan sitoutuvan samoihin arvoihin. (Ratsula 2016, 48–49.)

3.3 Vaatekaupat verkossa

Ennen lähdettiin shoppailemaan ulkomaille saadakseen jotain erilaista ja erikoista. Nykyään ei tarvitse poistua kotisohvalta, koska kaikki tuotteet ovat kaikkien saatavilla ja todella helposti. Verkkokauppoja on joka lähtöön ja joka makuun. Kauppoja selatessa voi tulla ähky, koska valikoimaa on niin paljon. Verkkokauppojen hyviä puolia on valikoimat, usein erittäin nopeat toimitusajat, monia eri maksutapoja, usein ilmaiset palautukset.

Huonoja puolia löytyy myös. Mistä tietää mikä on luotettava yritys? Kuluttajat ovat totuneet ilmaiseen palautukseen ja vaihtoon, joten turhat tilaukset kuormittavat luontoa

turhilla kuljetuksilla. Tuleeko kuluttajille turhia ostoksia, turhaa tavaraa kotiin jos niitä ei jaksakaan palauttaa. Mitä jos tilaat tuotteen ja saatkin halvan kopion? Vaatteissa erityisen tärkeää on materiaalin tuntu, verkkokaupassa sitä ei pääse koskettamaan, jos tuote ei vastaakaan omaa mielikuvaa, materiaali onkin huonoa. Onko tuotteissa kunnon materiaalitiedot, hoito-ohjeet? Vaatteen istuvuutta on myös vaikea arvioida verkosta ostaessa.

Verkkokauppoja valitessa voi myös tutustua yrityksen eettisiin arvoihin. Mitkä asiat ovat kuluttajille tärkeitä? Miten yritys pakkaa tuotteet, käyttääkö halpatyövoimaa, mitkä ovat työntekijöiden työolosuhteet, työturvallisuus, materiaalit ja niin edelleen? Pitäisikö suosia vain kotimaisia verkkokauppoja? Tietoinen kuluttaminen on kasvava ilmiö, ja ihmisiä kiinnostaa kokoajan enemmän minkälaisia yrityksiä he tukevat.

Verkkokaupat ovat ehdottomasti tulleet jäädäkseen. Palveluja tulee varmasti uusia ja vielä toimivampia tapoja toteuttaa kauppa. Miten verkkokaupat kehittyvät tulevaisuudessa? Tuleeko vartaloskannerit helpottamaan asiakasta vaatteiden valinnassa, tuleeko kivijalkakaupoista vain tuotteiden ja kankaiden näyttelytiloja, vai löytyykö aina niitä kuluttajia jotka haluavat sovittaa? Suomen mittakaavassa verkkokaupat ovat vielä suhteellisen pieniä, mutta maailmalla ne ovat jo sulkeneet kokonaisia ostoskeskuksia asiakkaiden siirryttyä verkkokauppoihin.

Suomesta löytyy muutamia vastaavia verkkokauppoja kuin Weecos, jotka haluavat toimia vastuullisesti. Kaarna Living keskittyy lähinnä sisustustuotteisiin, luonnonkosmeetiikkaan ja koruihin. Naistenvaatteita on tarjolla pieni valikoima ja suurempi second hand osasto. Käytettyjen vaatteiden valikoima on laajempi, eikä se ole välttämättä niin ekologinen.

Tamperelainen Seele toimii kivijalkakaupan lisäksi verkossa. Yritys panostaa kestävään kehitykseen ja he myyvät naisten vaatteita, asusteita ja koruja. Valikoimista löytyy suuri ja kattava valikoima suomalaisista merkeistä.

Katoko sijaitsee Porissa, ja sillä on myös verkkokauppa. Yritys ei mainosta erikseen kestäväen kehityksen ideologiaa, mutta valikoima puhuu puolestaan. Yritys myy kotimaisia pienmerkkejä, mutta myös suurempia kansainvälisiä sisustus- ja vaatemerkkejä.

Kaikki edellämainitut verkkokaupat myyvät melkein samoja tuotteita ja ovat kilpailijoita keskenään. Weecos ja Katoko ovat sosiaalisessa mediassa tunnetuimmat. Weecosilla Facebookissa 20 000 tykkääjää ja Instagramissa 10 000 seuraajaa. Katokolla Facebookissa 28 000 tykkääjää, ja Instagramissa 6842 seuraajaa.

4. Tekstiilit, eettiset arvot ja kuormitus

4.1 Vaatteet ja luonto

Tekstiili- ja vaatetusteollisuus kuormittaa luontoa todella paljon. Aihe on ajankohtainen ja siihen on vihdoin alettu kiinnittämään huomiota enemmän. Suomen Luonto-lehti valitsi vuonna 2017 vuoden turhakkeeksi fleecen. Fleecestä irtoaa mikromuovia pesussa, ja se taas on haitallista ympäristölle. Fleeceä käytetään paljon ulkoilu- ja retkeilyvarusteena, koska se on lämmin ja kuivuu nopeasti. Se on korvannut usein villan halpuutensa vuoksi. Arvion mukaan yhdellä pesukerralla flecestä irtoaa noin 2000 alle viiden millimetrin mikromuovipalaa. Luultavasti enemmänkin. (Mehtola 2017.)

Vielä fleeceäkin enemmän mikromuovia irtoaa shoftshell-kankaista ja teknisistä urheiluasuista. Vuosittain polyesterivaatteiden pesussa irtoaa noin 154 000 kiloa mikromuovia vain Suomessa. Suuri osa saadaan pois jätevedenpuhdistamoissa. Paljon sitä kuitenkin siirtyy puhdistamolietteen mukana pelloille ja viherrakennuskohteisiin. Vain yksi prosentti päättyy vesistöihin, mutta sekin on paljon. (Mehtola 2017.)

Greenpeacen mukaan vuosittain tuotetaan 80 miljardia vaatetta, ja ranskalaisen puuviljalayhdistys AFCOTin mukaan kuituja tuotettiin vuonna 2011 yli 10 kiloa henkeä kohti. Näillä määrillä se tarkoittaa yli kymmentä vaatetta jokaiselle maapallon asukkaalle yhden vuoden aikana. (Saramäki 2016, 14.)

Määrä on todella paljon. Kasvavalle lapselle luku kuulostaa realistiselle, mutta aikuiselle se tarkoittaa uutta vaatetta melkein joka kuukausi. Länsimaissa varmasti luku toteutuukin suurella osalla ihmisistä.

Puuvillaa käytetään eniten tekstiiliteollisuudessa. (Kuvio 4.) Viljelyyn menee valtavasti vettä ja viljelyalueiden vesivarat ovat hupenemassa. Tehotuotanto aiheuttaa myös muita eettisiä ja ekologisia ongelmia. Puuvillalle on kohta pakko keksiä toinen vaihtoehto. (Puukka 2017.)

"Yhden puuvillapaidan valmistaminen kuluttaa 2 700 litraa vettä. Se on keskimäärin yhtä paljon kuin ihminen juo vettä kahdessa ja puolessa vuodessa."

Kuvio 4. Puuvillan huono puoli (Asikainen 2018)

Jos t-paita maksaa alle 10€, niin ovatko kaikki sen tekoon osallistuneet saaneet kunnon palkkaa? Ensinnäkin, mistä puuvilla tulee?

Gunilla Ander toteaa: "T-paidan puuvilla voi tulla mistä tahansa maailman suurista viennimaista. Ehkä se on peräisin Länsi-Afrikasta, missä tuo pöyheä kasvi on pienviljelijöiden 'valkoista kultaa', mutta yhtä todennäköisesti Uzbekistanista tai jostain muusta kommunismin jälkeisestä Keski-Aasian diktatuurista, missä puuvilla on pienviljelijöiden kirous." (Ander 2011, 12.)

Todennäköisesti yhdessä t-paidassa on kuituja useammasta maasta. Se on sekoitus eri puuvillalajikkeita, jotta haluttu lopputulos on saatu. Sitten puuvilla kehrätään, värjätään langat ja kudotaan kankaaksi. Valmiit kankaat myydään tehtaille, joista valmistetaan valmiit tuotteet. Tämän takia kuidun alkuperä on hankala selvittää. (Ander 2011, 48.)

Puuvillatuotteita ostaessa kannattaa suosia reilun kaupan tuotteita. Kun vähän näkee vaivaa, niin niitä löytyy kyllä. Reilun kaupan puuvillaa tuottavien tilojen työntekijät saavat työstään palkkaa, joka riittää perheen elättämiseen ja lasten koulunkäyntiin. Reilun kaupan puuvillan viljelyn ei tarvitse olla ekologista, mutta siihen siirtymistä helpotetaan ja lapsityövoima on kielletty. (Ander 2011, 188–189.)

Vuodesta 2016 Suomessa ei olo enää saanut viedä kaatopaikalle tekstiilijätettä lain mukaan. Jotta lumpusta saataisiin uutta raaka-ainetta, täytyy kehitysmenetelmiä vielä kehittää. (Puukka 2017.)

4.2 Pikamuoti

Pikamuoti on uusi ilmiö. Vielä 1990-luvulla vaatteet olivat kalliimpia ja laadukkaampia. (Kuvio 5.) Tämä on opettanut meidät siihen, ettei vaatteesta enää makseta paljoa, toisaalta kalliskaan vaate ei valitettavasti ole aina laadukas. (Puukka 2017.)

Suuret muotitalot myyvät halvalla heikkolaatuista tavaraa ja kansa kuluttaa. Tästä ilmiöstä syntyy paljon vaatehävikkiä, josta jopa kaksi kolmasosaa päätyy kaatopaikalle, eikä kierrätykseen. Käytännössä vaate valmistetaan, ja se myydään tai sitä ei myydä. Myyjä vaatteita käytetään hetki, ja sen jälkeen se on jätettä, ja ne vaatteet, jotka eivät myy, ovat heti jätettä. Tämä ilmiö tekee sen että vaatetusala saastuttaa todella paljon. YK:n mukkaan vaatetusala on vastuussa kymmenestä prosentista maailman hiilidioksidipäästöistä. (Asikainen 2018.)

Ei ole mitään teknistä estettä sille, että kuiduista tehtäisiin kestäviä. Meillä voisi olla vaatteita, jotka kestäisivät vuosikausia.

Professori Minna Halme

Kuvio 5. Kestävät kuidut (Asikainen 12.8 2018)

Pikamuoti-ilmiö on nykyään siksi niin laaja, että se on todella tuottava. Tuotteet suunnitellaan vanhenemaan ja hajoamaan tietyn ajan kuluessa. Vaatteissa vanheneminen tarkoittaa lähinnä asiakkaan mielessä tapahtuvaa ilmiötä, vaate tuntuu vanhanaikaiselta tai siihen kyllästytään. Vaatteet ovat kertakäyttötavaraa. Tehokkain tapa tehdä rahaa on valmistaa tuote halvalla ja huonolaatuisesta materiaalista ja suunnitella sellainen malli, joka menee nopeasti pois muodista. Inditexin Jose Maria Castellanon kerrotaan sanoneen ”Muotibisneksessä vaatteet ovat kuin ruokaa. Ne pilaantuvat nopeasti.” (Saramäki 2016, 21–23.)

Muotitalo H&M:ltä jäi vuoden aikana myymättä 4,3 miljardin arvosta vaatteita. Todennäköisesti ne makaavat varastossa tai on poltettu. (Sykkö 2018.)

Pikamuoti myös työllistää suuren joukon ihmisiä ympäri maailmaa. Puuvillanviljelijät, kehrutehtaan työntekijät, kutomakoneen käyttäjät, leikkaajat, ompelijat ja monet muut ovat riippuvaisia tästä suuresta liiketoiminnasta. Mutta toisaalta työolot saattavat olla epäinhimillisiä ja palkka niin huono, ettei se riitä elämiseen. (Saramäki 2016, 24.)

4.3 Tulevaisuus

Suurin osa kuluttajista ei vielä ole ymmärtänyt vaatetusalan ympäristökuormaa tai heillä ei ole siitä tarpeeksi tietoa. Onneksi on jo pieni joukko, joka haluaa kuluttaa vastuullisesti. (Kuvio 6.) Tulevaisuudessa tulisi kierrättää paremmin. Kierrätyskankaista voitaisiin kehittää uusia materiaaleja suuremmassa mittakaavassa. Kierrätyslaitoksien matka on vasta alussa ja toistaiseksi toiminta on melko kallista. Mikromuoveja sisältävät tuotteita ei pitäisi enää valmistaa ollenkaan. Vaatteet tulisi tehdä niin että ne kestäisivät nykyistä pidempään. (Asikainen 2018.)

Tiedonsaantia tulisi helpottaa. Siihen tarpeeseen syntyy myös opinnäytetyöni lopputuloksena syntyvä materiaaliopas. Aiheesta kirjoittaa myös Anni Toukonen opinnäytetyössään *Kestääkö katseen? Vastuullinen liiketoiminta tekstiili ja vaatetusosalalla*, Lahden Ammattikorkeakoululle 2014: ”Kuluttajan syvä tuntemus luo perustan liiketoimintamallien siirtämiseen kestävämpään suuntaan ja esimerkiksi kestävät tuotepalvelujärjestelmät voivat täyttää tuotteen takana olevia asiakkaan todellisia tarpeita vähemmän materialistisella tavalla.” (Toukonen 2014, 50.)

Kestävän liiketoiminnan innovaatiot tekstiili ja vaatetusosalalla voivat syntyä teknologian kehityksestä tai innovaatiosta, taloudellisesta muutoksesta tai lainsäädännöstä. Lait voivat muuttaa tuottajan vastuuta koskevia vaatimuksia, estää jätteiden syntymisen tai johtaa kierrätykseen. Innovaatiot voivat myös liittyä brändin tai liiketoiminnan arvon turvaamiseen. (Toukonen 2014, 50.)

Toukonen toteaa: ”Kestävien innovaatioiden menestymiseen tarvitaan aina uudenlaista liiketoimintalogiikkaa. Kestävien innovaatioiden käyttöönottoon testausta ja luovaa ajattelua, sekä myös kuluttajien mielipiteitä ennen niiden laajempaa jakelua. Vastuullisesti toimivien yritysten välille on tärkeä luoda verkostoja, jotta yritysten omia arvopohjaisia toimintatapoja voidaan tukea ja päämääriin pääsemisessä voidaan auttaa toinen toistaan.” (Toukonen 2014, 50.)

"Kestävä vaatekulutus kasvaa kuin kasvissyönti."

Kuvio 6. Kestävä kulutus (Asikainen 2018)

Vaatteiden kierrätys on myös kasvava ilmiö. Ihmiset myyvät vanhoja vaatteitaan Facebook-kirpputoreilla, perinteisillä kirpputoreilla ja viime vuosina on avattu liikkeitä, jotka ovat erikoistuneet johonkin tiettyyn kuluttajakuntaan, esimerkiksi lapsille, merkkivaatteille, miehille tai naisille on omat kirpputorit. Nämä liikkeet ovat hyvin suunniteltuja ja edustavat erilaisia elämäntapoja. Tuotteet ovat kauniisti esillä, ja perinteistä kirpputori vaikutelmaa ei ole. Paljon ostetaan myös esimerkiksi lastenvaatteita niin että ennakoidaan tuotteen jälleenmyyntiarvo. Näin vaatteilla on pitkä elinkaari ja useampi käyttäjä. (Kuva 3.)



Kuva 3. Papun tuote on suunniteltu kestämään usealla eri käyttäjällä.

Lainaaminen on myös yksi vaihtoehto. Ympäri Suomea löytyy ns. vaatelainaamoita, joista saa jäsenmaksua vastaan lainaan vaatteita tietyksi ajaksi. Tämä konsepti toimii erityisen hyvin juhlavaatteiden osalta.

”Hyvästä kannattaa maksaa - tämä näkyy erityisesti vaateostoksissa. On myös tunnettu ilmiö, että kun käytetään rahaa laadukkaisiin palveluihin, on vähemmän rahaa muuhun tuhlaamiseen.” Näin kommentoi Suomen ympäristökeskuksen kehittämispäällikkö Ari Nissinen lokakuun 10. päivän Helsingin Sanomissa, juuri IPCC:n ilmastoraportin ilmestyttyä. (Ervasti 2018.)

Vastuullinen kuluttaja ostaa vain tarpeeseen, laadukasta ja kestävää. Huoltaa vaatteita oikein. Omasta kokemuksesta tiedän, että kun on maksanut tuotteesta vähän enem-

män, arvostaa tuotetta ihan erilailla. Jos 5€:n t-paitaan tulee tahra, en välitä siitä, vaan paita siirtyy yöpaidaksi tai urheiluun. Mutta kun arvokkaampaan vaatteeseen tulee tahra, teen kaikkeni että saan sen taas puhtaaksi ja jatkan sen käyttöä normaalisti. Arvokkaampi ja laadukkaampi vaate on pitkäaikaisempi laadun ja oman arvostuksen vuoksi. Korkea hinta tosin ei aina tarkoita laadukasta.

Miten laadun tunnistaa? Laadukas vaate on tehty hyvästä materiaalista, sen ompeleet kestävät ja sen muotoilu kestää aikaa. Laadukkaan materiaalin tunnistaminen voi olla hankalaa ja kuluttajan pitää oppia tunnistamaan sen itse. Laatu lähtee kuidusta. Parhaasta kuidusta tehdään laadukas ja asianmukaisesti kehrätty lanka, josta kudotaan laadukas kangas, ja kankaasta ommellaan laadukas vaate, joka on kaavoitettu hyvin. Vaatteen tekijän pitää myös valita vaatteeseen juuri oikeanlainen kangas: kaikki kangaiden ominaisuudet eivät sovellu joka käyttöön. (Saramäki 2016, 222–227.)

5. Asiakaskysely

5.1 Kyselyn taustaa

Tein Weecosin viikkokirjeen tilaajille asiakaskyselyn (liite 1.). Kysely toteutettiin Metropolian e-lomakkeen avulla. Kyselyyn tuli useita monivalintakysymyksiä ja kolme avointakysymystä, jossa sai kommentoida omin sanoin. Kyselylomakkeen laadinta on tehtävä tarkasti, että saa kysyttyä juuri oikeat kysymykset. Kyselyssä kannattaa suosia selkeitä ja lyhyitä kysymyksiä, jotta ne ovat helposti ymmärrettävissä. Erityiset kysymykset ovat parempia kuin yleiset, niitä on oltava sopiva määrä ja kannattaa laittaa vaihtoehto ”ei mielipidettä”. (Hirsjärvi 1997, 198–199.)

Kysely eli survey-tutkimuksessa pyritään saamaan tietyltä joukolta vastauksia samoihin kysymyksiin (Anttila 2015, 260). Tutkimuksen kohteena on jokin tietty ryhmä, tässä tutkimuksessa Weecosin viikkokirjeen tilaajat.

Tutkijan on helppo vertailla, analysoida ja tutkia monivalintakysymyksien vastauksia. Kyselyyn on myös vaivattomampi vastata. Avoimet kysymykset ovat työläämpiä tutkijalle, mutta niistä saa enemmän tietoa. Vastaaja voi ilmaista itseään omin sanoin. He voivat kertoa mitkä asiat ovat keskeisiä ja tärkeitä. (Hirsjärvi 1997, 197.)

Kyselyn suunnittelin osaksi yhteistyössä Weecosin Anu Hurmeen kanssa. Sain häneltä muutamia asiakkailta ennakoon saatuja kommentteja ja hyviä mielipiteitä. Kysymysten määrä kannattaa rajata, jotta vastaaja jaksaa tehdä kyselyn loppuun asti. Avoimien kysymyksien määrä on syytä olla mahdollisimman pieni analysoinnin kannalta.

Kysely julkaistiin Weecosin viikkokirjeen yhteydessä ja se oli avoinna 18.-24.6 2018. Vastauksia tuli viikon aikana 638. Sain suuren määrän tietoa ja paljon vastauksia. Kysely alkoi taustakysymyksillä. Kysyimme vastaajan sukupuolta, ikää, sijaintia ja ostotottumuksia.

5.2 Vastaajien taustatiedot

Taustatiedoilla kartoitetaan minkälainen ihminen vastaaja on. Näillä tiedoilla on merkityksensä, ja antavat hyvän pohjan tutkimukselle. Taustatiedot saattavat kertoa paljon myös Weecosin asiakkaista ja tukevat myös aikaisemmin saamiani tietoja. Ensin kysyttiin sukupuolta. Yli 97 % vastaajista oli naisia. 638 vastaajasta 11 oli miehiä ja loput eivät halunneet asiaa kertoa. (Taulukko 1.) Weecosin asiakkista onkin 90 % naisia, joten tämä luku tukee myös tätä asiaa.

Taulukko 1. Sukupuoli?

SUKUPUOLI?

Mies	11 kpl	1,7 %
Nainen	620 kpl	97,2 %
Muu	4 kpl	0,6 %

Ei ole halunnut vastata 3 kpl / 0,5%

lältään osallistujat olivat kaikenikäisiä, mutta eniten oli 26-35 vuotiaita, noin 45 % vastaajista. (Taulukko 2.) Selvästi nuoret eivät olleet niin aktiivisia vastaamaan. Weecos arvioikin asiakkaidensa olevan 25-60- vuotiaita, mitä kyselyn tulos tukee.

Taulukko 2. Ikä?

IKÄ?

IKÄ?	ALLE 20V	20–25V	26–35V	36–45V	46–55V	YLI 56V
KPL	4	43	286	175	61	70
%	0,6 %	6,7 %	44,7 %	27,4 %	9,6 %	11 %

Eniten vastauksia tuli Uudenmaan alueelta, toiseksi eniten Pirkanmaalta ja kolmanneksi Varsinais-Suomesta. (Taulukko 3.) Luvut voidaan suhteuttaa suoraan alueiden asu-

kasmäärään. Muutenkin suuremmista kaupungeista tuli enemmän vastauksia kuin pikkupaikkakunneilta. Se kertoo varmasti myös eri alueiden ostotottumuksista. Ahvenanmaalta ei saatu yhtään vastausta.

Taulukko 3. Sijainti

Uusimaa	242 kpl	37,9 %
Varsinais-Suomi	80 kpl	12,6 %
Satakunta	14 kpl	2,2 %
Kanta-Häme	18 kpl	2,8 %
Pirkanmaa	124 kpl	19,4 %
Päijät-Häme	19 kpl	3 %
Kymeenlaakso	11 kpl	1,7 %
Etelä-Karjala	12 kpl	1,9 %
Etelä-Savo	11 kpl	1,7 %
Pohjois-Karjala	6 kpl	0,9 %
Keski-Suomi	23 kpl	3,6 %
Etelä-Pohjanmaa	8 kpl	1,3 %
Pohjanmaa	9 kpl	1,4 %
Keski-Pohjanmaa	3 kpl	0,5 %
Pohjois-Pohjanmaa	43 kpl	6,8 %
Kainuu	4 kpl	0,6 %
Lappi	11 kpl	1,7 %
Ahvenanmaa -Åland	0 kpl	0 %

Ostotottumus kysymyksessä näkyy nykyajan trendi: vastaajista 86,7 % vastasi ostavansa verkkokaupasta, mutta 64,6 % käyttää kivijalkakauppoja, ja 49,8 % ilmoitti ostavansa Weecosin verkkokaupasta. (Taulukko 4.) Tässä kysymyksessä sai valita monta kohtaa, tuskin kukaan ostaa aina vain esimerkiksi verkkokaupasta. Vastaukseen on varmasti vaikuttanut esimerkiksi asuinpaikkakunta. Kaikissa pienemmissä kaupungeissa kun ei löydy muuta kuin ne suomalaisten ykkösvaateostopaikat Prisma ja Citymarket.

Taulukko 4. Ostotottumus?

OSTOTOTTUMUS	VERKKOKAUPPA	KIVIJALKAKAUPPA	WEECOS
KPL	553	412	318
%	86,7 %	64,6 %	49,8 %

5.3 Materiaalitieto ja luonnonkuidut

Seuraavassa kohdassa kyselin asiakkaiden ostotavoista liittyen materiaaliin, tuotteen taustaan, huolto-ohjeisiin ja erilaisiin materiaalin ominaisuuksiin. Suurin osa kuluttajista tarkistaa ennen ostopäätöksen tekoa, mitä materiaalia tuote sisältää, 55 % vastaajista tarkistaa aina ja 38 % usein. (Taulukko 5.) Todella pieni joukko ihmisiä jättää tämän useimmiten tekemättä. Vain yksi vastasi ettei koskaan katso tuotteen materiaaleja. Vastauksiin ovat saattaneet vaikuttaa monet eri tekijät. Esimerkiksi jos ostaa tutuilta brändeiltä ja tietää että ne käyttävät vain vaikka villaa, ei tarvitse erikseen tarkistaa materiaaleja.

Taulukko 5. Mitä materiaaleja?

TUOTETTA OSTAESSASI, TUTKITKO MITÄ MATERIAALEJA TUOTE SISÄLTÄÄ?

	AINA	USEIN	HARVOIN	EN KOSKAAN
KPL	352	246	39	1
%	55,2 %	38,6 %	6,1 %	0,1 %

Tuotteen materiaali on vaikuttanut suurella osalla vastaajista lopulliseen ostopäätökseen. (Taulukko 6.) Kysymyksen vastaus saattaa tietenkin myös vaihdella tilanteen mukaan. Lopullisen ostopäätöksen tekoon vaikuttaa varmasti myös tuotteen ulkonäkö. Jos se miellyttää kuluttajaa todella paljon, saattaa välillä materiaaleissakin joustaa ja ostaa sellaista mitä muuten yrittää välttää.

Taulukko 6. Jääkö kauppa tekemättä?

TUOTETTA OSTESSASI, KUINKA USEIN KAUPPA ON JÄÄNYT TEKEMÄTTÄ MATERIAALIN TAKIA?

	USEIN	HARVOIN	EI KOSKAAN
KPL	414	217	7
%	64,9 %	34 %	1,1 %

Seuraavaan kysymykseen yli puolet vastasi ennen lopullista ostopäätöstä usein tutkivansa, missä tuote on tehty. (Taulukko 7.) Tähän kysymykseen saattaa tulla heittoja, koska aina esimerkiksi verkkokaupassa ei ole ilmoitettu tuotteen valmistusmaata. Työssäni olen huomannut kuinka tärkeää valmistusmaan tieto kuluttajille on, erityisesti toivotaan kotimaista valmistajaa. Valitettavasti niitä on enää hyvin vähän. Usein asiak-

kaat kuitenkin ostavat tuotteen, oli valmistusmaa sitten mikä tahansa. Kotimaisuus on kyllä ehdoton myyntivaltti.

Taulukko 7. Missä on tehty?

TUOTETTA OSTAESSASI, TUTKITKO MISSÄ TUOTE ON TEHTY?

	AINA	USEIN	HARVOIN	EN KOSKAAN
KPL	175	350	110	3
%	27,4 %	54,9 %	17,2 %	0,5 %

Suurin osa vastaajista ilmoitti myös tutkivansa pesu- ja hoito-ohjeen ennen ostopäätöksen tekoa. (Taulukko 8.) Kyselyn muissa osioissa nousi esiin se, että tuotteen help-pohoitaisuus on yksi merkittävimmistä asioista, joita kuluttajat arvostavat vaatteissaan. Moni arvostaa myös tuotetta, jonka voi itse pestä.

Taulukko 8. Pesu- ja hoito-ohje?

TUOTETTA OSTAESSASI, TUTKITKO TUOTTEEN PESU- JA HOITO-OHJEEN?

	AINA	USEIN	HARVOIN	EN KOSKAAN
KPL	276	245	105	12
%	43,3 %	38,4 %	16,4 %	1,9 %

Seuraavassa osiossa kyselyä mietittiin tuotteiden erilaisia ominaisuuksia, mikä on tärkeää ja mikä ei. (Taulukko 9.) Listalla oli materiaali, helppohoitaisuus, eettisyys, hinta, design, väri, trendi, käyttömukavuus, laatu ja brändi. Ehdottomasti tärkeimmäksi nousi käyttömukavuus: 75,2 % vastasi sen olevan erittäin tärkeää. Toiseksi tärkein (70,2 %) oli laatu. Korkealle nousivat myös materiaali (67,1 %) ja väri (65,4 %). Kohtaan ”melko tärkeää” nousivat seuraavat asiat: eettisyys (63 %), hinta (62,4 %) ja helppohoitaisuus (56,4 %). Trendit ja brändit eivät olleet tärkeitä kyselyyn vastanneille. Vastaukset kertovat paljon Weecosin asiakkaista. He arvostavat mukavaa laadukasta elämää, jossa arvostetaan hyviä ja käyttömukavia materiaaleja, laadukkaita, ekologisia ja aikaa kestäviä vaatteita, joita on helppo hoitaa.

Taulukko 9. Ominaisuudet?

SEURAAVASSA ON LISTA TUOTTEIDEN OMINAISUUKSISTA. MITEN SEURAAVAT ASIAT VAIKUTTAVAT OSTOPÄÄTÖKSESI TEKOON? MITÄ OMINAISUUKSIA PIDÄT TÄRKEÄNÄ?

	ERITTÄIN TÄRKEÄÄ	MELKO TÄRKEÄÄ	EI OLLENKAAN TÄRKEÄÄ	EN OSAA SANOA
MATERIAALI	67,1 %	31,8 %	1,1 %	0 %
HELPPHOITOI SUUS	40,4 %	56,4 %	2,7 %	0,5 %
EETTISYYS	32,1 %	63 %	2,5 %	2,4 %
HINTA	31,6 %	62,4 %	4,4 %	1,6 %
DESIGN	38,1 %	43,7 %	15,2 %	3 %
VÄRI	65,4 %	32 %	2 %	0,6 %
TRENDI	0,8 %	33,4 %	59,4 %	6,4 %
KÄYTTÖMUKAV UUS	75,2 %	24,1 %	0,5 %	0,2 %
LAATU	70,2 %	29,5 %	0,15 %	0,15 %
BRÄNDI	2,5 %	37,6 %	53,6 %	6,3 %

Kyselyssä oli myös kohta ”joku muu”, ja siihen sain pitkän listan ominaisuuksista (Liite 2). Ajattomuus ja kotimaisuus nousivat selvästi esiin listalta. Myös istuvuus, malli, kaa-voitus, leikkaus, ekologisuus ja valmistusmaa saivat kannatusta.

Perusteluja sain myös paljon. Tässä yleisimmät ja osuvimmat:

”Vaate ei vanhene ja mene pois muodista heti.”

”Kotimainen tuote on mukavin ostaa.”

”Haluan tukea suomalaista työtä.”

”Tärkeintä on käyttömukavuus, värilläkin on väliä. Eettisyys tuotetta valikoidessa kiinnostaa myös, mutta myönnän, että olen liian laiska ottamaan selvää, mikäli tieto ei ole helposti tarjolla.”

”Jonkun tutun merkin vaatteet vain tietää sopivan omalle vartalolle.”

”Haaveissani on laadukas, ajaton vaatekaappi, mutta välillä sorrun myös trendeihin.”

”Olen täysin kyllästynyt halpatuotettuihin retkuihin, jotka eivät kestä käytössä, eivät pidä muotoansa, väriänsä eivätkä kestä pesua. Jos vain rahani riittävät tuen kotimaisuutta niin valmistuksen kuin suunnittelun osalta.”

”Etsin tyyliini ja budjettiini sopivia vaatteita, jotka kestävät normaalia pesua ja käyttöä arjessa. En ole brändiuskollinen tai oletta, että merkkituote on automaattisesti parempi.”

Seuraavana oli kysymys kuluttajien kiinnostuksesta luonnonkuituihin ja materiaalitietoon, millaisia asioita he haluaisivat materiaalioppaassa olevan. (Taulukko 10.) Kysymys oli muotoiltu niin, että vastaaja sai valita useamman vaihtoehdon. Yksi nousi yli muiden: yli 90 % vastaajista toivoi hoito-ohjeita. Ne ovatkin todella oleellinen osa tuotetta ja niitä seuraten saa vaatteen kestävämmän mahdollisimman pitkäaikaisena ja toimivana. Myös huolto-ohjeet, joka on hyvin lähellä hoito-ohjeita, koettiin tärkeäksi (60,6 %). Pesunkesto oli toiseksi tärkein vastaajille. Se että vaatteiden saa itse pestyä kotiloissa on todella suuri merkitys käyttäjille. Kommenteissa kerrottiin vaatteiden jäävän lojumaan käyttämättömänä, jos sen joutuu viemään pesulaan tai mahdollisesti jopa käsinpesun takia. Ekologisuus sai myös suuren määrän valinnoista (69,9 %). Kierrätys (66,6 %), värinkesto (62,5 %) ja kuidun kestävyys nousivat myös korkealle listalla. Kommenteissa kaikki nämä nousivat esiin selvästi. Vähiten vastaajia kiinnosti kuitujen tausta. Historiallinen tieto kuiduista sai vähintään kannatusta (16,9 %). Myöskään kuitukasvien viljely tai matka kuidusta langaksi ei kiinnostanut vastaajia.

Taulukko 10. Luonnonkuidut?

**JOS OLET KIINNOSTUNUT LUONNONKUIDUISTA, MILLAISIA ASIOITA TOIVOISIT
OPPAASSA OLEVAN?**

	KPL	%
HOITO-OHJEET	597	93,3 %
HUOLTO-OHJEET	387	60,6 %
KASVIEN VIJELYSTÄ	125	19,6 %
ELÄINTEN HOIDOSTA	144	22,6 %
MITEN KASVISTA TAI ELÄIMEN KARVASTA SAADAAN LANKAA	127	19,9 %
EKOLOGISUUDESTA	446	69,9 %
KUIDUN KESTÄVYYDESTÄ	368	57,7 %
KIERRÄTYS	425	66,6 %
HISTORIA	108	16,9 %
PESUNKESTO	477	74,8 %
VÄRINKESTO	399	62,5 %

Seuraavaksi kyselyssä oli avoinkysymys: ”Onko materiaalitieto sinulle tärkeää? Perustele lyhyesti.” Sain laajasti vastauksia (liite 3). Materiaalitieto kiinnostaa ja on vastaajien mukaan todella tärkeää tietoa. Tässä parhaimpia kommentteja:

"Kyllä se on tärkeää. Erityisesti materiaalin ekologisuus ja hoito kiinnostavat, myös uudet materiaalit!"

"On, vaikuttaa käyttömukavuuteen sekä kestävyys olennaisesti."

"Kyllä, suosin luonnon materiaaleja. Voisin maksaa enemmän niistä."

"On tärkeää, materiaalien tuotanto on olennainen osa kiertotaloutta."

"En halua käyttää muovia."

"On, haluan että ostamani tuote on kestävä ja eettinen ja materiaalilla on siinä suuri merkitys."

"Materiaalitieto on sikäli tärkeää, etten omista silitysrautaa, joten en käytännössä osta mitään, mikä vaatii silitystä."

"Melko tärkeää, Asia saisi olla enemmän esillä, jolloin siitä tulisi tärkeämpi ihmisille. Usein mietin jos ostan puuvillaa, olisiko ollut ekologisempaa ostaa hyvälaatuista viskoosia."

"Opas kiireisille idiooteille olisi paikallaan, jotta pystyisi avartamaan tietoisuuttaan luotettavasta lähteestä ilman villiä googletusta."

"Kyllä. Allergiat ja eettisyys vaikuttavat."

"On, hoitamalla oikein vaatteita, voi vaikuttaa merkittävästi käyttöikää."

"Pitäisin tietoa hyvänä palveluna ja mielenkiintoisena lisäinformaationa tuotteen valinnassa."

"On, koska varsinkin verkosta ostaessa ei pääse "hipelöimään" kangasta liveinä ja tällöin materiaalitieto korostuu."

"Ei kovin tärkeää, mutta toisaalta kiinnostavaa."

"Täytyy olla tiiviissä muodossa, oleelliset. Ei runoiluja."

"Tieto lisää kunnioitusta vaatekappaletta kohtaan."

"On, koska en tiedä materiaaleista paljoakaan enkä jaksakaan itse selvittää."

Loppuun oli sijoitettu vielä kysymys "Suositko luonnonkuituja?", johon 93,3% vastasi kyllä (Taulukko 11).

Taulukko 11. Suositko luonnonkuituja?

SUOSITKO LUONNONKUITUJA?

	KPL	%
KYLLÄ	595	93,3 %
EN	43	6,7 %

Kyselystä sain paljon tärkeää tietoa ja olen iloinen että sain myös sanallisia vastauksia niin paljon. Oli mukava lukea kirjoituksia ja huomata kuinka paljon ihmiset kuitenkin välittävät ekologisista arvoista. E-lomake myös toimi hienosti ja loppuraportointi oli selkeä ja helppolukuinen.

6. Benchmarking

Benchmarking on menetelmä, jossa opitaan hyviltä esikuvilta ja parannetaan omaa toimintaa. Siinä vertaillaan, arvioidaan, opitaan, kyseenalaistetaan omia menetelmiä. Sen tavoitteena on hyödyntää toisen onnistumista omissa toimissa, mahdollistaa oppimaan toisilta. (Hotanen 2001, 7–8.)

Tein benchmarkkausta Nudgen ja Suomen tekstiili ja muoti -järjestön materiaalipankeista. Weecosin Anu Hurme kertoi että he ovat aikaisemmin käyttäneet juuri edellä mainittujen yritysten materiaalipankkeja hyväkseen kun he ovat tarvinneet tietoja.

6.1 Suomen tekstiili ja muoti

Suomen tekstiili ja muoti on tekstiili-, vaate- ja muotialan yritysten järjestö. Järjestö auttaa yrittäjiä työelämässä, liiketoiminnassa, antaa neuvontaa, koulutusta ja erilaisia tapahtumia. Jäsenenä on kattava osa suomalaisista tekstiili- ja muotialan yrityksistä. (Auvinen 2018.)

Suomen tekstiili ja muoti sivujen kuituopas on jaettu luonnonkuituihin ja tekokuituihin, luonnonkuidut vielä eläin- ja kasvikuituihin (Kuva 4). Kuituja oli muutama vähemmän kuin tulevaan Weecosiin oppaaseen on tulossa. Itse opas on mielestäni hyvin selkeä ja visuaalisesti miellyttävä. Jokaisella kuidulla on omat sivunsa, joista löytyy selkeästi kuitun vahvuudet ja heikkoudet. Pesu- ja hoito-ohjeet löytyvät selkeästi perinteisin graafisin kuvioin. Loppuun on vielä jaoteltu lisää vahvuuksia ja heikkouksia. Vasemmalla on myös linkit toisiin kuituihin, joista voi nopeasti vaihtaa toiseen kuituun. Tekstiilitietojen lähteet pystyy myös helposti tarkastamaan siihen tarkoitettu linkistä. Opas on selkeä ja yksinkertainen, ja miellyttävä käyttää. Opas ei juuri keskity kuitujen ekologisiin puoliin, mikä on ehkä ainut miinus kokonaisuudessa. Kuluttajat ovat kiinnostuneita tietämään enemmän aiheesta.

SUOMEN TEKSTIILI & MUOTI

Kuva 4. Suomen Tekstiili ja muoti järjestön logo (Stjm)

6.2 Nudge

Nudge on yritys, joka myy ekologisesti ja vastuullisesti tuotettuja tuotteita, kuten naisten ja miesten vaatteita, asusteita, koruja ja kosmetiikkaa (kuva 5). Sillä on kivijalkakauppa Yrjönkadulla Helsingissä ja verkkokauppa. Nudgen verkkosivuilta löytyy hyviä vinkkejä ekologiseen ja eettiseen kulutukseen. He neuvovat kuluttajia ostamaan ajatonta ja kestävää, ostamaan vain sitä mitä tarvitaan, kierrättämään, huoltamaan tuotteita hyvin ja ohjeiden mukaan, miettimään, mitä materiaaleja hankkii ja selvittämään missä ja miten vaatteet on valmistettu. Materiaalioppaan lisäksi sivustolla käsitellään vaateoikeellisuuden sertifikaatteja. Sertifikaatit kertovat kuluttajalle, että vaate on tehty kestävästi. Nudgen verkkosivuilla esitellään GOTS, Öko-tex, Reilu kauppa ja Fair Wear Foundation. Jos tuotteesta puuttuu sertifikaatti, ei se silloin automaattisesti tarkoita, että tuote ei olisi tehty kestävästi. Pienillä vaatemerkeillä ei ole varaa maksaa sertifikaattia. (Nudge 2018.)

Nudgen opas materiaaleista on täysin erilainen kuin Stjm:n. Jokainen kuitu on esitelty pitkällä tekstillä, jota kiireisempi ei välttämättä jaksaa lukea läpi. Myös sisällöltään teksti on hyvin erilaista kuin edellisessä. Tässä keskitytään hyvin paljon kuitujen ympäristöystävällisyyteen, kasvien ja eläinten hoitoon, kuidun vahvuuksiin ja heikkouksiin. Tässä oppaassa ei ole hoito- eikä pesuohjeita. Kuituja esiteltiin määrällisesti vähemmän kuin Weecosin tulevassa.



Kuva 5. Nudgen logo

6.3 Yhteenveto benchmarkingista

Suomen tekstiili ja muoti -järjestön ja Nudgen materiaalioppaat olivat hyviin erilaiset. Jos molemmista ottaa parhaat puolet, laatisin uuden oppaan yhtä selkeäksi ja pääominaisuudet helposti ja nopeasti löydettäviksi kuin Suomen tekstiili ja muoti järjestön opas on. Nudgen sivuilta taas löytyi hyvin ekologisia tietoja, joita kuluttajat kyselyn mukaan kaipaavat. Oppaassa olisi siis kattava ekologinen osio. Kyselyssä nousi erään vastajan ehdotus eettisyysinfosta, joka mielestäni on todella hyvä idea. Yhdessä kommentissa myös toivottiin ettei opas olisi liian pitkästi kirjoitettu, sillä jää muuten lukematta, eli asia esitettäisiin lyhyesti ja ytimekkäästi, ja ehkä linkin takaa saisi lisää tietoa.

7. Luonnonkuidut

Luonnonkuidut jaetaan kasvi- ja eläinkuituihin. Kasvikuitujen kuidut saadaan nimensä mukaisesti kasveista, ja ne ovat pääosassa selluloosaa. (Markula 1999, 43.)

Eläinkuidut taas saadaan eläinten villasta ja karvasta sekä hyönteisten valmistamasta langasta. Eläinkuidut ovat proteiinia. Kasvi- ja eläinkuidut erottaa toisistaan polttokokeella. Eläinkuidut palavat vaikeasti ja niillä on tunnusomainen haju, kasvikuidut palaa nopeasti. (Markula 1999, 63–64.)

Maailmassa kasvaa noin 2300 kasvilajia, joista pystytään valmistamaan kasvikuituja tekstiilitarkoituksiin. Tärkein niistä on puuvillakuitu. Sen tuotanto on ehdottomasti suurinta. Suomen luonnosta saadaan tekstiilikäyttöön pellavaa, hamppua, tupasvillaa ja nokkosta. (Räisänen, Rissanen, Parviainen & Suonsilta 2017, 26.)

Opinnäytetyön lopputuloksena syntyy materiaaliopas luonnonkuiduista Weecosille. Yritys halusi oppaaseen kattavan määrän kuituja ja ne ovat seuraavat:

- puuvilla, ekopuuvilla, luomupuuvilla, green Cotton tekstiilituote, reilunkaupan puuvilla, kierrätetty puuvilla
- pellava
- hamppu
- lampaanvilla, merinovilla, kierrätetty villa
- alpukka
- kasmir
- angora
- mohair

- silkki
- rami
- kapokki
- juutti
- sisal
- kookos
- manilla
- nahka, kierrätetty nahka
- nokkonen
- turkis

Tutuimmista kuiduista löytyi paljon materiaalia, kun taas vähemmän käytetyistä ei niinkään paljon.

7.1 Kasvikuidut

Kasvikuidut jaetaan siemenkuituihin (puuvilla, kapokki), runkokuituihin (pellava, hamppu, juutti, rami, nokkonen), lehtikuituihin (sisal, manilla) ja hedelmäkuituihin (kookos). (Markula 2003, 9.)

7.2 Siemenkuidut, puuvilla ja kapokki

Puuvilla

Puuvilla on siemenkuitu. Kuitu saadaan puuvillakasvin siemenkarvasta. Puuvillan varhaisimmat hautalöydökset ovat ajalta 5000 eKr ja ne on löydetty Intiasta. Puuvilla on yksi tärkeimmistä luonnosta saatavista kuiduista: sitä viljellään 90 maassa ja se on merkittävä tulonlähde. Puuvillan hinta on noussut merkittävästi 2000-luvun lopulla. Eniten puuvillaa viljellään Intiassa, Kiinassa, Yhdysvalloissa ja Pakistanissa. (Boncamper 2011, 97-99.)

Puuvilla on luja kuitu. (Taulukko 12.) Sen hankaus- ja taivutuslujuudet ovat hyvät. Puuvilla ei ole altis nyppyyntymään. Puuvilla kestää hyvin lämpöä. Kuitu syttyy ja palaa helposti. Puuvilla on selluloosaa. Kuidulla on hyvä säänkesto. (Boncamper 2011, 107–109.)

Puuvillan ominaisuuksia: huono lämmöneriste, kuivuu hitaasti, sitoo kosteutta runsaasti, ei sähköisty. Puuvillaa käytetään paljon sekoitteena muiden kuitujen kanssa erilaisien ominaisuuksien takia. Puuvillaa käytetään kuituna, lankana ja kudottuna kankaana,

neuleina, muina tekstiilitasorakenteina, esim pitsi, verkko. Pesu on 60 °C vesipesu: liian alhaiset pesulämpötilat voivat olla haitallisia joillain väreillä, sillä ne saattavat lähteä valumaan. Asia korjaantuu oikeanlaisella pesulla. Puuvilla kestää kloorivalkaisua. Silitys 200 °C:ssa. Puuvilla tulee säilyttää kuivassa tilassa, sillä se saattaa muodostaa hometta. (Boncamper 2011, 112–114.)

Puuvilla on biohajoava ja uusiutuva materiaali, joka voidaan kompostoida, jos kaikki kemikaalit joita sen käsittelyyn on käytetty ovat biohajoavia. Harvoin näin on. (Räisänen 2017, 33.)

Puuvillan viljelystä tulee ympäristöhaittoja liittyen viljelyyn, viimeistelyyn ja värjäykseen. Puuvillan kanssa työskentelevät ovat alttiita terveysriskeille. Puuvillapölyn hengittäminen voi aiheuttaa sairauksia. Puuvillan käsittelyssä käytettävät viimeistelyaineet ja värit voivat aiheuttaa allergioita. Nykyään erilaisten viljely- ja prosessiaineiden käyttöä pyritään rajoittamaan, mistä kertovat erilaiset puuvillan ympäristömerkit. (Boncamper 2011, 114–115.)

Kasvatuksessa käytetään paljon hyönteismyrkkyjä ja kasvinsuojeluaineita, välttämään tuhohyönteiset ja kasvisairaudet. Viljelyyn käytetään paljon enemmän hyönteismyrkkyjä ja kasvinsuojeluaineita kuin muiden kasvien viljelyyn. Kemikaalien käyttö saa aikaan monia ongelmia viljelyalueella: maanviljelijöille aiheutuu terveysongelmia, se saastuttaa ilmaa ja vesistöjä, syntyy hyönteisiä ja rikkaruohoja, jotka ovat vastustuskykyisiä kemikaaleille, maaperä köyhtyy ja luonnon monimuotoisuus vähenee. Sen lisäksi keinokastelu aiheuttaa ympäristöongelmia. Puuvilla tarvitsee vettä 4000–29 000 litraa tuotettua puuvillakiloa kohden. Esikäsittely, värjäys ja viimeistely vaativat paljon vettä, koska puuvilla imee vettä itseensä. Puuvillan käsittelyyn tarvitaan enemmän vettä kuin synteettisten kuitujen käsittelyyn. Alueilla, jossa sataa paljon, voi riittää pelkkä sadevesi. (Räisänen, Rissanen, Parviainen, Suonsilta 2017, 33–34.)

Puuvillaan voidaan istuttaa *Bocillus thuringiensis* bakteeria, jonka seurauksena kasvi kestää paremmin tuhohyönteisiä. Toimenpide vähentää hyönteismyrkkien käyttöä. Tällaista puuvillaa kutsutaan siirtogeeniseksi puuvillaksi. Toinen siirtogeeninen puuvilla kestää rikkaruohomyrkkyjä, jolloin tällaisilta puuvillapelloilta voidaan tuhota kaikki rikkaruohot. Silloin lisääntyy rikkaruohomyrkkyjen käyttö. Viljelyssä käytettävien kemikaalien määrään voidaan vaikuttaa kiinnittämällä huomiota parempaan viljelytekniikkaan: tarkkaillaan viljelyksiä, torjutaan tuhohyönteisiä biologisesti ja käytetään kemikaaleja vain tarpeeseen. (Räisänen 2017, 33–34.)

Taulukko 12. Puuvilla

PUUVILLA	
VAHVUUDET	- EI NYPPYYNNY - HYVÄ SÄÄNKESTO - IMEE HYVIN KOSTEUTTA - EI SÄHKÖISTY
HEIKKOUEDET	- HUONO LÄMMÖNERISTE - YMPÄRISTÖHAITAT - KUIVUU HITAASTI - ALTIS HOMEELLE
EKOLOGISUUS	- VIILJELYSTÄ, VIIMEISTELYSTÄ JA VÄRJÄYKSESTÄ YMPÄRISTÖHAITTOJA - VEDENKULUTUS

Ekopuuvilla

Ekopuuvilla ei tarkoita vain yhtä asiaa, vaan se on eri yrityksille vähän eri asioita. Se voi tarkoittaa:

- Käsinoimittu puuvilla, ei tarvita korjuukoneita, säästyy energiaa, kuitu on puhtaampaa ja puuvillaan ei tarvitse ruiskuttaa vihreitä osia kuivattavia aineita
- Luonnonmukainen viljely osin tai kokonaan, maaperä säilyy viljelyskelpoisena ja luontoon ei joudu haitallisia kemikallioita
- Puuvillan valkaisu, ei käytetä aineita joissa on klooria
- Puuvillan viimeistely, ei käytetä formaldehydiä, vaan vaihtoehtoisia mittapysyvyyskemikallioita ja mekaanista kutistuskäsittelyä
- Puuvillan värjääminen, ei käytetä haitallisia väriaineita
- Taataan hyvä värinkesto

(Boncamper 2011, 116.)

Luomupuuvilla (organic cotton)

Luonnonmukaisesti viljelty puuvilla kattaa vain 0,7% kaikesta puuvillan tuotannosta. Suurimmat tuottajamaat ovat Intia ja Turkki. Luonnonmukaisessa viljelyssä siirtogeenisten siementen ja synteettisten maatalouskemikaalien käyttö on kielletty. Biologisia keinoja käytetään tuhohyönteisten ja kasvitautien torjuntaan. (Räisänen 2017, 34.)

Luomupuuvillaksi voidaan kutsua sellaista puuvillaa, joka on kasvanut pellolla, joka on kolmen vuoden ajan täyttänyt luomuviljelysertifikaatin vaatimukset (Boncamper 2011, 116).

Luomupuuvilla vaatii melkein yhtä paljon vettä kuin tavallinenkin puuvilla. Keinokastelu muuttaa luonnon vesitasapainoa ja kuivattaa alueita. Luomupuuvilla on kuitenkin turvallisempi vaihtoehto niin käyttäjille kuin sen tuotannon kanssa työskenteleville. Siinä ei käytetä haitallisia kemikaaleja, ja se on miellyttävämpi luonnolle, vesistöille ja eläimille. (Nurmi 2017.)

Transition Cotton on luomuviljelyohjelman mukainen puuvilla, joka on kasvatettu luomuviljelyohjeiden mukaisesti pellolla, joka ei täytä luomusertifikaatin ehtoja. Green Cotton tekstiilituote on puuvilla, jota ei ole valkaistu, värjätty tai käsitelty viimeistelykemikaaleilla. Ekologisuus liittyy prosessointiin, ei kasvatukseen. Perinteinen Puuvilla on ”parhaalla mahdollisella teknologialla vastuuntuntoisesti kasvatettu puuvilla”. (Boncamper 2011, 116–117.)

Reilun kaupan puuvilla

Reilun kaupan puuvillan tuottajat saavat minimihinnan puuvillasta ja tuottajayhteisöt saavat projekteihinsa investointirahaa. Järjestö kieltää tietyt maatalouskemikaalit kestävän kehityksen mukaan. (Räisänen 2017. 35.)

Reilu kauppa on sertifikaatti, joka takaa raaka-aineiden viljelyn eettisyyden. Se on tällä hetkellä käytetyin sertifikaatti. Suurtilojen työntekijät saavat lainmukaista palkkaa, hyvät työolot ja oikeuden liittyä ammattiyhdistyksiin. Reilun kaupan sertifikaatti tuotteessa tarkoittaa, että tuotteessa on käytetty 100% Reilun kaupan puuvillaa. Puuvillan tulee olla täysin jäljitettävissä, viljelyn kannalta, ei koko tuotantoprosessia. (Nurmi 2017.)

Kierrätetty puuvilla (mm. Käsittely, värjääminen, merserointitietoa jne)

Kierrätetyn puuvillan raaka-aineet saadaan esimerkiksi käytetyistä vaatteista ja teollisuuden ylijäämästä. Tällä hetkellä myytävät kierrätyspuuvillatuotteet on valmistettu teollisuuden ylijäämistä. Kierrätetyistä vaatteista saatu puuvillan prosessointi ei ole tehokasta vielä. (Nurmi 2017.)

Puuvilla kierrätetään mekaanisesti repimällä ja kuiduttamalla, jolloin kuitujen pituus lyhenee. Hyvälaatuisesta tekstiilijätteestä voidaan saada kierrätettyä kangasta. Kankaan

joukkoon voidaan lisätä uutta puuvillaa tai muita kuituja vahvistamaan materiaalia. Puuvillan kierrätys vähentää merkittävästi luonnonvarojen ja veden kulutusta, koska uutta raaka-ainetta ei tarvitse kasvatua. Kierrätetty puuvilla on ekologisempi vaihtoehto kuin tavallinen puuvilla. Käytettyjen vaatteiden kierrätys ja ei vielä tuota kierrätys-puuvillatuotteita, vaan ne valmistetaan teollisuuden ylijäämästä. (Nurmi 2017.)

Kapokki

Nimeä Kapokki, käytetään puumaisista Bombaea-heimon kasveista, joita on useita eri lajikkeita. (taulukko 13.) Niitä kasvaa ympäri maailmaa, trooppisilla alueilla. Kapokin lujuus on alhainen, ja sitä ei pysty kehräämään. Se ei ime juurikaan vettä, on kevyt ja eikä homehdu. Kapokkia käytetään tyynyjen, peitojen ja huonekalujen täytteisiin. (Boncamper 2011, 117–118.)

Kapok kuitu on täydellisesti biohajoavaa, tulen arkaa ja kelluu hyvin. Kuitu on ekologista. Puuta ei tarvitse kastella, eikä suojella tuhohyönteisiä vastaan. (Wikipedia.)

Taulukko 13. Kapokki

KAPOKKI	
VAHVUUDET	- KEVYT - EI HOMEHDU
HEIKKOUDET	- ALHAINEN LUJUUS - EI PYSTYTÄ KEHRÄÄMÄÄN - EI IME VETTÄ
EKOLOGISUUS	- BIOHAJOAVA - EI TARVITSE KASTELUA - EI TARVITSE SUOJAUTUA TUHOHYÖNTEISILTÄ - EKOLOGINEN

7.3 Runkokuidut, pellava, hamppu, juutti, rami ja nokkonen

Pellava

Pellavan käyttö vaatetustekstiileissä on kasvanut viime aikoina. Luonnonkuituja arvostetaan taas enemmän. Pellavan jalostusta on kehitetty ja viljely on kasvanut esimerkiksi Suomessa ja Ruotsissa. Pellavakasvi on kotoisin Vähä-Aasiasta. Kuitupellava on 70–170cm pitkä, eikä se haaraudu. Pellavan kukka on vaaleansininen. Kuitupellava kylvetään keväällä tiheästi. Kasvu-aika on 100–120 vuorokautta. Sen jälkeen

kasvit nyhdetään maasta ja varsista poistetaan siemenkodat, haarat ja lehdet. Kuidut sijaitsevat pellavan varressa. Varret nyhdetään ja ne kerätään nipuiksi jatkojalostusta varten. Kuitujen irrottamista varten pellavaa liotetaan 3–8 viikkoa. Liotetut pellavat kuivatetaan. Kuivattuaan kuidut irtoavat puumaisesta aineesta, ja siihen käytetään loukusta ja lihtausta. Pellava häkilöidään eli kammataan ja sen jälkeen siitä kehrätään lankaa (Boncamper 2011, 121–125.)

Pellavan ominaisuuksia

- Kiilto
- Väri on valkaisemattomana harmaanruskea
- Puhtaus
- Lujuus ja venymä, erittäin lujaa. Joustamaton ja jäykkä, mikä aiheuttaa rypistymisen
- Tiheää ja painavaa
- Voi silitellä korkeissa lämpötiloissa, hyvä lämmönjohtokyky
- Kosteuden imukyky, imee hyvin kosteutta, kuivuu nopeasti
- Peruskuidun pääosa on selluloosaa, lujempaa kuin puuvilla
- Huokoinen ja imee kosteutta
- Kestää auringonvaloa

(Boncamper 2011, 127–130.)

- Syttyy ja palaa helposti
- Vesipesu: valkoiset 95°C, värilliset 40–60°C
- Silitys: 200°C, mankeloinnilla kuidulle ominainen kiilto

(Räisänen 2017, 40.)

Pellava on luja, imee kosteutta, joustamaton ja viileä materiaali. (Taulukko 14.) Sitä käytetään joko 100-prosenttisena pellavana tai sekoitteena. Pellava voidaan pestä vesipesussa, ja tavallisesti sille suositellaan kirjo- tai hienopesua. Pellava rypistyy helposti pesussa, koska se ei kestä mekaanista rasitusta. Mankelointi ja silitys auttaa asiaan. Pellava ei likaannu kovinkaan helposti sen sileän pinnan ansiosta ja lika irtoaa pinnalta vaivatta. (Boncamper 2011, 131.)

Pellavan viljelyssä käytetään jonkin verran lannoitteita, mutta ei yhtään rikkaruohomyrkkijä. Liotuksella on pellavan tuotannon kannalta suurin ympäristövaikutus. Ketoliuotus on luonnolle paras vaihtoehto. Jos pellavaa liotetaan luonnonvesissä, irtoaa vesistöihin rehevöittäviä aineita. Allasliuotus on paras vaihtoehto, kunhan jätevedet käsitellään kunnolla. (Räisänen 2017, 41.)

Taulukko 14. Pellava

PELLAVA

VAHVUUDET	<ul style="list-style-type: none"> - HYVÄ KOSTEUDEN IMUKYKY - KUIVUU NOPEASTI - KESTÄÄ HYVIN AURINGONVALOA - EI LIKAANNU HELPOSTI
HEIKKOUEDET	<ul style="list-style-type: none"> - RYPISTYY HELPOSTI - EI KESTÄ MEKAANISTA RASITUSTA
EKOLOGISUUS	<ul style="list-style-type: none"> - TUOTANNOSSA EI TARVITA RIKKARUOHOMYRKKYJÄ - SUURIN YMPÄRISTÖVAIKUTUS LIITTYY LIOTUKSEEN

Hamppu

Hamppua on viljelty kauan ja se onkin yksi maailman vanhimpia viljelykasveja. Vanhimmat löydöt hamppukasveista ovat noin 8000 eKr. Suomessa hamppua on viljelty varhaiselta rautakaudelta. Kaarle Suuri kehoitti suomalaisia viljelemään hamppua ja teki siitä jopa lain 800-luvulla. Eniten sitä Suomessa viljeltiin 1700-luvulla. Hampun tuotanto on ollut kokoajan vähenemässä ja sitä on rasittanut viljelykiellot huumaavien alkaloidipitoisuuksien takia. Kuitenkin uutta innostusta kuitua kohtaan on herännyt laajalti ja uusia koeviljelyjä on aloitettu ympäri maailmaa jo pitkään. Hamppua käytetään tekstiili-, paperi-, köysi-teollisuudessa, öljyyn. (Boncamper 2011, 132–134.)

Hamppu on (*Cannabis sativa*) kaksineuvoinen kasvi. Pensasmainen kasvi kasvaa 1-3 metriä korkeaksi. Hamppua on kolmea eri lajia jota viljellään: kuituhamppu, öljyhamppu ja lääkehamppu. Kuituhamppu kasvaa kaikissa ilmastoissa. Hampulla on samanlainen rakenne kuin pellavalla ja siksi se myös käsitellään samoilla metodeilla. (Boncamper 2011, 134–135.)

Kuituhamppu on ympäristöystävällinen kasvi ja kasvaa hyvin karussakin ympäristössä. Se ei tarvitse paljoakaan vettä, ja sen juuret ehkäisevät eroosiota; myöskään lannoitteita tai torjunta-aineita ei juuri tarvita. Hamppu ja pellava prosessoidaan samalla tavalla, ja liotuksella on suuremmat ympäristövaikutukset vesistöihin. Nykyään usein liotetaan altaissa entsyymien avulla. Ympäristövaikutukset riippuvat vedenpuhdistuksen tasosta. (Nurmi 2017.)

Hamppu kestää hyvin hometta ja kosteita olosuhteita. (Taulukko 15) Sitä käytetään usein valkaisemattomana, koska käsittely heikentää huomattavasti sen lujuutta. Hamppua käytetään paljon telttoihin, purjeisiin, mattoihin, säkkeihin, suojapeitteisiin. Hamppua hoidetaan samoin kuin pellavaa. (Boncamper 2011, 136.)

Taulukko 15. Hamppu

HAMPPU

VAHVUUDET	- HOMEENKESTO - KOSTEUDENKESTO
HEIKKOUEDET	- VALKAISU HEIKENTÄÄ
EKOLOGISUUS	- KUITUHAMPPU ON YMPÄRISTÖYSTÄVÄLLINEN KASVI - EI TARVITSE SUURIA VESIMÄÄRIÄ, LANNOITTEITA TAI TORJUNTA-AINEITA

Rami

Rami on kasvin varresta saatava kuitu. Sitä on käytetty jo Egyptin muumioiden kääri-
liinoissa ajalla 5000-330 eKr. Rami eli kiinanruoho on monivuotinen nokkoskasvi, jota
esiintyy niin villinä kuin viljeltynäkin. Siitä saadaan kolme satoa vuodessa. Se viihtyy
ravinnepitoisessa ja kosteassa maaperässä, kosteassa ilmastossa ja kasvaa noin 2–3
metriä korkeaksi. Kuidun irrottaminen kasvista on vaikea prosessi ja siihen on käytössä
erilaisia menetelmiä. Työtä tehdään usein käsin, mutta myös koneellisesti. Työvaiheita
ovat irrotus, liotus, huuhtelu, öljyäminen ja kuivatus. 100kg:sta jää 1–3kg itse kuitua.
Vaikeuden vuoksi rami on erittäin arvokas kuitu. (Taulukko 16.) Rami on pitkä, luja,
jäykkä kuitu. Se kestää hyvin bakteerit, homeen, auringon ja sään vaikutukset.
(Boncamper 2011, 139–140.)

Rami on lujin kasvikuitu. Langat tuntuvat karvaisilta, koska kuitu on karkea ja jäykkä.
Kuitu imee hyvin vettä. (Räisänen 2017,45.)

Taulukko 16. Rami

RAMI

VAHVUUDET	- PITKÄ JA LUJA KUITU - KESTÄÄ HYVIN BAKTEERIT, HOMEEN JA AURINGON - IMEE HYVIN VETTÄ
HEIKKOUEDET	- TYÖLÄS KUITU - ARVOKAS

Juutti

Juuttia on viljelty jo kauan Intiassa, sitä on käytetty kuitukasvina ja vihanneksena. Eu-
rooppaan se saapui vasta 1800-luvulla. Juuttia kasvatetaan toiseksi eniten maailmassa
luonnonkuiduista. Siitä valmistetaan säkkikankaita ja pakkausmateriaaleja. Juutti on
säänkestoltaan heikko, mutta sillä on hyvät venymäominaisuudet, taivutuskesto ja se

on halpaa. (Taulukko 17.) Juuttia käytetään pakkausmateriaalina, mattojen pohjakudoksina ja köysinä. Juutille sopii kuivapesu. (Boncamper 2011, 137–138.)

Juutti on biohajoava ja uusiutuva luonnonkuitu, sekä hinnaltaan edullinen, (Vuorela 2013).

Taulukko 17. Juutti

JUUTTI

VAHVUUDET	- HYVÄT VENYMÄOMINAISUUDET - EDULLINEN MATERIAALI
HEIKKOUEDET	- HEIKKO SÄÄNKESTO
EKOLOGISUUS	- BIOHAJOAVA - UUSIUTUVA

Nokkonen

Nokkosta on käytetty kasvikuituna jo kivikaudella, siitä on tehty kalaverkkoja ja tekstiilejä. Kuidut ovat valkoisia, silkkimäisiä, taipuisia, erittäin hienoa ja lujia. (Taulukko 18.) Lujuus paranee kastuessa. Aasiassa, Afrikassa ja Amerikassa nokkonen kasvaa lähes kolmimetriseksi, leveydeltään jopa 10cm. Kuitua on siis paljon yhdessä kasvissa. Muokkaus on työlästä, mutta lopputulos on kaunis. Nokkosesta voidaan käyttää melkein koko kasvi hyödyksi. Maailmansotien aikana Euroopassa nokkosta käytettiin korvaamaan puuvillalankaa. (Kulttuurikeskus Tarvo.)

Nokkosta on kutsuttu pohjolan silkiksi. Siinä on himmeä kaunis kiilto ja hieman tahmea tuntu. Kuituna se on puuvillan ja pellavan välimaastossa. Nokkoskuitu on pehmeämpi ja joustavampi kuin pellava, eikä se rypisty niin herkästi. Se on yhtä lämmin kuin villa, mutta ei kutita. Nokkosen viljelyssä ei tarvita niin paljon torjunta-aineita kuin esimerkiksi puuvillan kanssa. Sama pelto voi myös tuottaa satoa kymmenenkin vuotta ilman mitään muokkauksia. (Artikkeliarkisto Yle 2003.)

Taulukko 18. Nokkonen

NOKKONEN

VAHVUUDET	- SILKKIMÄINEN - HIENO - LUJA - LÄMMIN
HEIKKOUEDET	- KUIDUN MUOKKAUS TYÖLÄSTÄ
EKOLOGISUUS	- KASVISTA VOIDAAN HYÖDYNTÄÄ MELKEIN KAIKKI OSAT - VILJELYSSÄ EI TARVITA PALJON TORJUNTA-AINEITA - SAMASTA PELLOSTA VOI SAADA KYMMENENKIN VUOTTA SATOA ILMAN SUUREMPIA MUOKKAUKSIA

7.4 Lehtikuidut: manilla, sisal

Sisal

Sisalkuitua saadaan *Agave sisalana* lajiin kuuluvan kasvin lehdistä. Kuidut erotetaan lehdistä rouhimalla ja jakamalla ainekset kuituihin ja ei-kuituihin. Kuidut huuhdellaan ja kuivataan auringossa. Kuitu on karkeaa ja jäykkää. Sisalia käytetään enimmäkseen köysiin, naruihin, mattoihin ja säkkeihin. (Räisänen, Rissanen 2017, 46.)

Manilla

Manillaa saadaan banaanikasveihin kuuluvasta *Musa textilis* -kasvin lehtiruodista. Manilla kuitu on saanut nimensä päätuottajamaan pääkaupungin mukaan. Kuitu erotellaan lehdestä murskaamalla ja kaapimalla, huuhdellaan ja kuivataan. Manilla kuidut ovat karkeita, pitkiä, lujia ja joustavia. (Taulukko 19.) Manillasta tehdään köysiä, naruja ja säkkejä. (Räisänen, Rissanen, Parviainen, Suonsilta 2017, 46.) Manilla on vahvin luonnonkuitu. Kestää hyvin merivettä, ei homehdu tai mätäne helposti. (Wikipedia 2018.)

Taulukko 19. Manilla

MANILLA

VAHVUUDET

- LUJA JA VAHVA KUITU
- JOUSTAVA
- HYVÄ MERIVEDENKESTO
- EI HOMEHDU TAI MÄTÄNE HELPOSTI

7.5 Hedelmäkuidut: kookos

Kookos

Kookospähkinän ulkokuoresta saa kookoskuitua. Pähkinän ulkopinta irroitetaan koneellisesti tai käsin. Kuitua liotetaan 2–6 viikkoa, se pehmenee ja kuidut on helpompi irrottaa. Kookoskuidulla on korkea murtovenymä. (Taulukko 20.) Väri on ruskeaa tai valkoista, riippuen onko kookospähkinät kypsiä vai raakoja. Ruskeaa saadaan kypsistä ja valkoista raaoista pähkinöistä. Ruskea kuitu on karkeaa ja jäykkää, ja siitä tehdään

peitteiden ja huonekalujen täytteitä, harjoja ja luutia. Valkoinen on hienoa ja taipuisaa, siitä voidaan kehrätä lankoja ja köysiä. Kookoskuidulla on erinomainen merivedenkestö. (Räisänen 2017, 47.)

Taulukko 20. Kookos

KOOKOSKUITU

VAHVUUDET	- KORKEA MURTOVENYMÄ - ERINOMAINEN MERIVEDENKESTO
-----------	--

7.6 Eläinkuidut: lampaanvilla, alpakka, kasmir, angora, mohair, silkki, nahka ja turkis

Lampaanvilla

”Lammas on koiran jälkeen vanhin kotieläimemme” (Boncamper 2011, 155).

Lampaanvilla on vanhin eläimestä saatu tekstiilikuitu, Turkista on tehty löytöjä villakudonnaisista 6500 eKr. Lammas tunnettiin Suomessa jo rautakaudella (Boncamper 2011, 157).

Maailmassa lampaita on noin 1,1 miljardia. Erilaisia villaa tuottavia lammasrotuja on noin 200. Lampaat ovat usein monituhapäisissä laumoissa. Austraaliassa lampaat voivat olla ulkona melkein koko vuoden. Lampailla on tärkeää saada tasapainoista ravintoa ja ettei ne sairastuisi tai saa syöpäläisiä. Lampaan hyvinvointi vaikuttaa myös villan laatuun. (Boncamper 2011, 160.)

Lampaat keritään 6kk:n tai vuoden välein. Taitava keritsijä kerii villan yhtenä kokonaisuutena. Turkki painaa rodusta riippuen 1–6 kiloa. Seuraava vaihe on lajittelu. Turkki pysyy kiharuutensa takia kokonaisuutena ja se helpottaa lajittelua. Lampaan turkissa laatu vaihtelee kovasti. Hienointa villaa on etulavoissa. Yhdessä lampaan turkissa saattaa olla kuusi eri villalajia. Lajitteluun vaikuttavat eri asiat: rotu, hienous, kiharuus, puhtaus, pituus, lujuus, väri ja kuituviat. Lajittelun jälkeen villa pestään. (Boncamper 2011, 161–163.)

Villa eristää hyvin lämpöä, se ei rypisty ja oikenee nopeasti. (Taulukko 21.) Villaa on helppo muokata lämmön ja kosteuden yhteisvaikutuksesta, esim prässätä housuja, huopahattujen muokkaus. Villa myös vanuttuu. (Boncamper 2011, 169–172.)

Villa voidaan silittää 140-170°C:ssa. Se on luonnostaan paloturvallinen, kestää hyvin bakteereja ja homeita. Säilytetään kuivassa ja viileässä. Villan tuhoksi voi koitua koi-

perhosen toukat ja turkiskuoriaiset. Ne syövät villan keratiinia. Näihin tuholaisiin on kehitetty suoja-aineita. Villalla on huono auringonvalon sieto. (Boncamper 2011, 173–176.)

”Villan hyviä ominaisuuksia käytön kannalta ovat lämmöneristävyyys, hyvä kosteudenimukyky, rypistymättömyys ja oikenevuus, pehmeys, joustavuus ja kimmoisuus sekä paloturvallisuus. Lisäksi villa on helposti puhdistettavissa ja myös helposti värjättävissä haluttuihin väreihin.” (Boncamper 2011, 180.)

Villa tulisi pestä korkeintaan 40°C:ssa vanumisvaaran vuoksi villanpesuaineilla. Välttää myös kovaa mekaanista muokkausta. Kuivaus mielellään tasossa ja muotoilua kosteana. Villaa ei tarvitse pestä niin usein, tuuletus saattaa riittää. Säilytys kuivassa, ilmastavassa ja viileässä tilassa.

Villan karheus saattaa kutittaa joitakin ihmisiä. (Boncamper 2011, 181–182.)

Villa on uusiutuva ja biohajoava luonnonkuitu. Lampaiden laiduntaminen voi johtaa maaperän eroosioon. Lampaiden ulosteet voivat aiheuttaa vesistöjen rehevöitymistä. Kun lampaita kasvatetaan luonnonmukaisesti, ei käytetä kiellettyjä kemikaaleja, eläimet ruokitaan luonnonmukaisesti ja lammasmäärät pidetään rajattuna. Raakavillan pesu kuormittaa jätevesiä. Villaa käytetään uudelleen, koska kuitu on arvokas materiaali niin ominaisuuksiltaan kuin hinnaltaankin. (Räisänen 2017, 56).

Suuri osa tuotetusta villasta tulee suurista villantuottajamaista, joissa lampaiden kasvatusta on teollista tehotuotantoa. Se vaatii paljon maapinta-alaa, luonnonvaroja, vettä ja energiaa. Suurilla eläintiloilla eläinten olosuhteet eivät välttämättä ole hyvät. (Nurmi 2017.)

Taulukko 21. Lampaanvilla

LAMPAANVILLA

VAHVUUDET	<ul style="list-style-type: none"> - ERISTÄÄ HYVIN LÄMPÖÄ - EI RYPISTY, OIKENEE HELPOSTI - LUONNOSTAAN PALOTURVALLINEN - KESTÄÄ HYVIN BAKTEEREJA JA HOMETTA - IMEE HYVIN KOSTEUTTA - VÄRJÄYTYY HELPOSTI
HEIKKOUEDET	<ul style="list-style-type: none"> - ALTIS KOIPERHOSILLE JA TURKISKUORIAISILLE - HUONO AURINGONVALON SIETO - HUONO VETOLUJUUS
EKOLOGISUUS	<ul style="list-style-type: none"> - UUSIUTUVA JA BIOHAJOAVA KUITU - LAMPAIDEN LAIDUNTAMINEN VOI AIHEUTTAA EROOSIOTA - ELÄINTEN ULOSTEET VOIVAT AIHEUTTAA VESISTÖJEN REHEVÖITYMISTÄ - ELÄINTEN OLOSUHTEET VOIVAT OLLA HUONOT

Merinovilla

”1700-luvun alkupuolella Espanjalla oli lähes monopoli merinolampaisiin, joita oli huolellisesti jalostettu tuottamaan hienoa villaa” (Boncamper 2011, 157).

Australia on suuri merinovillan tuottaja (Boncamper 2011, 160).

”Merinolampaat ovat villan tuotantoon pitkälle jalostettuja eläimiä, jolloin villan tuotanto voi ajaa eläinten hyvinvoinnin edelle” (Räisänen 2017, 55).

Merinovillalampaiden iho on jalostettu poimuiseksi, jotta villaa saataisiin enemmän. Villaa on paljon, ja eläimen olo voi olla tukala. Poimuihin tulee myös helposti loisia. Loiseläinten takia eläimille tehdään mulesing-toimenpide. Se on kivulias eläimelle, siinä leikataan ihoa pois peräaukon ympäriltä. Toimenpiteen pitäisi estää loisten muniminen peräaukon alueella. Tämä on kiellettyä monissa maissa, mutta ei Australiassa, joka on yksi suurimmista villantuottajamaista. (Nurmi 2017.)

Kierrätetty villa

Villan teollisuusjätettä on pyritty uusiokäyttämään, koska villa on arvokas tekstiilikuitu. Puhdasta villajätettä saadaan kutomoista, kehräämöistä sekä ompelimoista. Puhdas villajäte revitään kuiduiksi ja kehrätään uudestaan langaksi. Myös käytettyjä tuotteita prosessoidaan uudeksi tuotteeksi. (Boncamper 2011, 182.)

Uusi villa sopii siihen mistä se on kierrätettykin. Huovista tulevasta materiaalista tehdään taas huopia. Kaikki villatuotteet voidaan kierrättää. Villalla on hyvä öjlyn imukyky, kosteudenimukyky, lämpimyys ja eristyskyky. Uusiovillasta saadaan teknisiä tuotteita, vaatteita ja sisustustuotteita. (Boncamper 2011, 183–183.)

Alpakka

Laamauroksia käytetään kuormajuhtina ja naaraista saadaan tekstiileihin tarkoitettu karva. Niitä kasvatetaan lähinnä Etelä-Amerikassa. Laamat elelee vuoristoissa ja ylängöillä. Niiden karvat keritään joka toinen vuosi joulukuussa. Karva on joko karkeaa, joustamatonta ja kiillotonta peitinkarvaa, tai pehmeää ja hienoa aluskarvaa. Laaman karvan vetolujuus on korkea, se on lämmin, kevyt ja luja. (Taulukko 22.) Siitä valmistetaan paksuja voimakasnukkaisia tuotteita, lähinnä ponchoja, mattoja ja huopia. Tuotteita käsitellään villan tapaan. (Boncamper 2011, 194–195.)

”Alpakan karvaa kutsutaan alpakaksi tai pakovillaksi” (Boncamper 2011, 195).

”Alpakka elää puoliksi villinä ja paimentamatta. Inkakaudella alpakkaa pidettiin myös kotieläimenä sekä karjansa että erinomaisen lihansa vuoksi. Nykyään alpakkaa myös tarhataan. Vapaana kasvavat vangitaan vain keritsemistä varten, joka tehdään joka toinen vuosi. Tarhatut eläimet voidaan keriä kahdesti vuodessa.” (Boncamper 2011, 196.)

Alpakka on kamelieläinten tuottamasta kasvasta arvokkain. Kuitu on pitkää, joustavaa ja sillä on hyvä lämmöneristys, parempi kuin villan. Alpakan langasta tehdään huiveja, alusvaatteita, ponchoja, pääähineitä ja käsineitä. Tuotteita hoidetaan samoin kuin villa-tuotteita. (Boncamper 2011, 196–197).

Alpakka ei aiheuta eroosiota niinkuin lampaat ja vuohet. Sillä on pehmeät tassut ja se ei syö kasveja juurineen. Alpakka on muleshing-vapaata. (Alpa.)

Taulukko 22. Alpakka

ALPAKKA

VAHVUUDET	- HYVÄ LÄMMÖNERISTE
HEIKKOUEDET	- ARVOKAS KUITU
EKOLOGISUUS	- EI AIHEUTA EROOSIOTA NIIN KUIN LAMPAAT JA VUOHET - AINA MULESHING-VAPAATA - VOIDAAN KASVATTAA PUOLIVILLEINÄ

Kasmir

Kasmir on erittäin hienoa kuitua, alle 19 mikronia. Kasmirvuohi on kotoisin Tiibetistä ja se on kotieläin. Nykyään eläintä kasvatetaan eniten Kiinassa. Kuidut kammataan vuohesta keväällä karvanlähdönaikaan. Kuidut lajitellaan karkeisiin peitinkarvoihin ja hienoihin aluskarvoihin. Vuoden aikana vuohesta saa vain noin 400–500 g kuituja. Kaikkein hienoimpia kuituja tuottava eläin saattaa tuottaa vain muutamia kymmeniä grammoja. (Boncamper 2011, 189–190.)

Kasmir on todella hieno kuitu, joka muistuttaa kemialliselta käyttäytymiseltään villaa. Se vanuu herkemmin ja imee kosteutta enemmän kuin villa. (Taulukko 23.) Se on pehmeä, lämmin ja hyvin laskeutuva materiaali. Kasmir on kallista, joten sitä käytetään vain kor-

kealuokkaksiin tuotteisiin. Kasmiria tulee hoitaa hyvin hellävaraisesti. (Boncamper 2011, 191.)

Perinteinen kasmirvuohen kasvatus on suhteellisen ekologista, mutta kasmirin hintojen alentuessa ja samalla kysynnän kasvaessa myös vuohien laumat suurenevät. Ylilaiduntaminen aiheuttaa aavikoitumista ja luonnon monimuotoisuuden vähenemistä. Suuret laumat syövät kasvillisuuden ja tallaavat maan. Villan pesuun menee paljon vettä ja kemikaaleja, jotka saattavat kuormittaa vesistöjä huonon puhdistuksen vuoksi. (Nurmi 2017.)

Taulukko 23. Kasmir

KASMIR	
VAHVUUDET	- IMEE HYVIN KOSTEUTTA - PEHMEÄ, LÄMMIN JA HYVIN LASKEUTUVA MATERIAALI
HEIKKOUDET	- HYVIN ARVOKAS KUITU - VANUU HERKÄSTI
EKOLOGISUUS	- YLILAUDUNTAMINEN AIHEUTTAA AAVIKOITUMISTA JA LUONNON MONIMUOTOISUUDEN VÄHENEMISTÄ

Angora

Angorakani elää tarhoissa ja sen hoito ja ruokinta on vaativaa. Eläintä jalostetaan jatkuvasti laadun parantamiseksi. Kuitua yksi eläin tuottaa vuodessa 300–500 g ja se keritään 3–4 kertaa vuodessa. (Boncamper 2011, 201.)

Kiinasta on saatu raportteja eläinsuojelujärjestöiltä kanien kaltoinkohtelusta. Karvaa on revitty irti ihosta ja näin aiheutettu turhaa kipua eläimille. (Räisänen 2017, 61.)

Angorakanin karva on erittäin ohutta, se on erinomainen lämmöneriste, imee hyvin kosteutta tuntumatta märältä, se on pehmeä ja kevyt. (Taulukko 24.) Se on altis koiperhosien toukille ja vanuu helposti. Angoraa tulisi hoitaa tarkasti hoito-ohjeen mukaan, se kannattaa pestä maksimissaan 30°C ja välttää mekaanista hankausta vanumisen takia. Angorakuidut myös liukuvat helposti pois tuotteesta hankauksessa. (Boncamper 2011, 202.)

Taulukko 24. Angora

ANGORA

VAHVUUDET	- ERINOMAINEN LÄMMÖNERISTE - IMEE HYVIN KOSTEUTTA - PEHMEÄ JA KEVYT
HEIKKOUEDET	- ALTIS KOIPERHOSILLE - VANUU HELPOSTI - KUIDUT LIUKUVAT HELPOSTI TUOTTEESTA HANKAUKSESSA
EKOLOGISUUS	- ELÄIMIÄ SAATETAAN KOHDELLA KALTOIN TARHAUKSESSA - KARVAA ON REVITTY IRTI ELÄIMESTÄ

Mohair

Mohair saadaan mohairvuohista, jota kutsutaa myös angora- ja kamelivuoheksi. Eläin on vaativa kasvuympäristönsä suhteen, se vaatii kesällä kuivaa ja kuumaa, talvella kylmää, laitumen tulee olla puhdas ja tarjolla juomavettä. Se laiduntaa korkeilla tasangoilla. Kerintä tapahtuu kaksi kertaa vuodessa. Mohair on arvokasta. (Boncamper 2011, 187.)

Mohair muistuttaa villaa, mutta on sileämpi kuitu. (Taulukko 25.) Se on liukas ja kiiltävä, hyvin oikeneva, sähköistymätön, luja sekä helposti puhdistettavissa. (Boncamper 2011, 188.)

Mohairilla saadua pehmoinen ja pörröinen tuntu. Sekoitteissa riittää 15-25% mohairia saamaan sille ominaiset piirteet tuotteeseen. Mohairia hoidetaan kuten villaa, pesu haaleassa vedessä, kuivaus tasossa. (Boncamper 2011, 188.)

Ympäristön kannalta mohairin negatiivinen asia on kemikaalit, joita käytetään loisten häätämiseen, jotka saattavat kulkeutua jätevesiin. Haitallisimpien kemikaalien käyttö on kielletty tai rajoitettu suurimmissa tuotantomaisissa. (Räisänen 2017, 57.)

Taulukko 25. Mohair

MOHAIR

VAHVUUDET	- OIKENEE HYVIN - EI SÄHKÖISTY - PUHDISTUU HELPOSTI
HEIKKOUEDET	- ARVOKAS MATERIAALI
EKOLOGISUUS	- KEMIKAALEJA PÄÄTTY VESISTÖIHIN

Silkki

Silkki on kehrääjähyönteisten kehräämä kuitu. Aitona silkinä pidetään mulperiperhosen kehräämää kuitua. Silkin tarina sai perimätiedon mukaan alkunsa siitä, kun kiinalainen keisarinna vuonna 2640 eKr. pudotti vahingossa silkkiperhosen kokongin, eli kotelokopan teehen ja siitä irtosi ohut silkkisäie. Tämän vuoksi hänet julistettiin jumalattareksi. Silkki oli Kiinan keisarillisen hovin salaisuus noin 3000 vuotta. Eurooppaan silkkiä kuljetettiin silkkitietä pitkin kameleilla. (Boncamper 2011, 205–207.)

Kiina tuottaa noin 80% maailman silkistä. Silkin tuotto vaatii tietynlaista ilmastoa, että silkkiperhosen toukat ja mulperipuu kasvaa. Viljelty silkki saadaan kotelosta, jonka mulperiperhosen toukka on kehrännyt, villisilkki saadaan luonnossa elävien toukkien koteloista. (Boncamper 2011, 209.)

Munien tuotanto pidetään erillään kotelokoppien tuotannosta, jotta niihin ei tarttuisi loisien aiheuttamia sairauksia. Kokongissa olevan toukan annetaan kuoriutua perhoseksi, pariutua ja munia. Naarasperhonen munii 350-500 munaa. Munat viedään silkin viljelijöille. (Räisänen 2017, 63.)

Toukat käyttävät Mulperipuun lehtiä ravintonaan. Perhoset ovat alttiita sairauksille. Tuotanto aloitetaan kun mulperipuun lehdet alkavat kasvaa keväällä. Munat haudotaan, toukat kuoriutuvat noin 10 vuorokaudessa, kun ne ovat kasvaneet täysmittaan alkavat ne kehrätä kokongia. Kun kokongi on valmis, jähmettyy toukka sen sisään. Toukan ei anneta kasvaa perhoseksi, vaan prosessi keskeytetään 10 vuorokautta sen jälkeen kun toukka ei enää kehrää. Kokongit käsitellään kuumalla ilmalla tai höyryllä ja toukka kuolee. Silkki kerätään ja toukat hyödynnetään ravintona. (Boncamper 2011, 210–211.)

Tussah– silkki on toukan kannalta miellyttävämpi silkki laatu. Perhosen toukat jättää kokongin toisen pään auki kehruun ajaksi ja sulkee sen lopuksi serisiinillä. Tästä serisiinikohdasta kuoriutuu perhonen vahingoittamatta varsinaista kokongia. Tämän jälkeen kerätään tussah–silkikokongit ilman että perhosta tapetaan. (Räisänen 2017, 63.)

”Silkkikuidun pituus on yhtäjaksoisena säikeenä 300-1000 metriä laadusta riippuen” (Boncamper 2011, 213).

Silkki voidaan silittää 150°C, Kosteana ja nurjalta puolelta. Silkki on herkkä lialle ja hiele, siksi se kannattaa pitää puhtaana. (Taulukko 26.) Säilyttää ilmastossa ja kannattaa seurata hoito-ohjeita. Materiaalina se vaatii vähän enemmän huomiota kuin muut tekstiilit. Silkki on hyvin lämmin, pehmeä, joustava, eli siliää helposti, tarttuu hel-

posti esimerkiksi ihoon. Silkki on arvokas kuitu, ja sitä käytetään lähinnä vaatetustar-koituksiin. (Boncamper 2011, 215–219.)

- Silkkikangas rypistyy helposti
- Syttyy helposti, mutta sammuu
- Vesipesu: käsinpesu tai hellävarainen konepesu 40°C
- Tasokuivaus

Silkki on uusiutuva ja biologisesti hajoava. Ympäristöä kuormittaa mulperipuiden kas-vatus, koska puita lannoitetaan ja käsitellään kasvinsuojeluaineilla. Mulperisilkkiperho-sen toukat tapetaan ennen kuin ne kuoriutuvat kuumalla ilmalla tai höyryllä. (Räisänen 2017, 66.)

Taulukko 26. Silkki

SILKKI	
VAHVUUDET	- LÄMMIN - JOUSTAVA - SILIÄÄ HELPOSTI
HEIKKOUEDET	- HERKKÄ LIALLE JA HIELLE
EKOLOGISUUS	- MULPERIPUUN KASVATUS KUORMITTAA YMPÄRISTÖÄ - TOUKAT TAPETAAN ENNEN KUIN NE KUORIUTUVAT KUUMALLA ILMALLA TAI HÖYRYLLÄ

Nahka + kierrätetty nahka

Vaatteissa ja kengissä käytetty nahka on yleensä lehmännahkaa, myös poron, lam-paan, sian ja vuohennahkaa käytetään. Suurin osa nahasta tuotetaan Aasiassa.

Lehmät elää suurissa tiloissa, tehomaaatalous aiheuttaa eroosiota, vesistöt rehevöityy ja luonnon monimuotoisuus kärsii. (Taulukko 27.) Karjan kasvatuksessa syntyy metaania, joka edistää ilmastonmuutosta. Eläinten olosuhteet eivät useinkaan ole kunnossa ja niitä kohdellaan epäinhimillisesti. Nahkaa käsitellään kemikaaleilla, jotka useimmiten päätyvät vesistöihin. Nahka on maatuva luonnonmateriaali, mutta kemikaalit hidastavat maatumista. Ympäristöystävällisempi vaihtoehto on kasviparkitseminen, joka on hi-taampi prosessi. Nahka on laadukas ja pitkäaikainen materiaali. Kierrätetty tai suoma-lainen poronnahka on ekologisin vaihtoehto. (Nurmi 2017.)

Kierrätetty nahka saadaan suurimmaksi osaksi teollisuuden ylijäämistä ja kierrätetyistä nahkavaatteista. Nahkaa voidaan muokata mekaanisesti rouhimalla ja puristamalla uu-

deksi nahanomaiseksi materiaaliksi. Kierrätetty nahka on ekologinen vaihtoehto, koska eläintä ei tarvitse kasvattaa uutta nahkaa varten ja silloin säästyy vettä, energiaa, luonnonvaroja ja kemikaaleja. (Nurmi 2017.)

Taulukko 27. Nahka

NAHKA

VAHVUUDET	- LAADUKAS - PITKÄAIKAINEN
HEIKKOUEDET	- ELÄINTEN HUONOT OLOT
EKOLOGISUUS	- ELÄIMIÄ KOHDELLAAN EPÄINHIMILLISESTI - TEHOMAATALOUS AIHEUTTAA EROOSIOTA - VESISTÖT REHEVÖITYY

Turkis

Tarhatut turkiseläimet elävät vain turkkinsa vuoksi, ne elävät ahtaissa häkeissä, eivätkö pysty elämään niille luontaista elämää. Kun eläimet kuolevat, niistä otetaan vain turkki, muita osia ei käytetä hyväksi. Tarhaus vaatii paljon rehua, vettä ja energiaa. Tilojen fosfori- ja typpipäästöt rehevöittävät vesistöjä. Suurin osa turkiksista tuotetaan halvantyön maissa, kuten Kiinassa ja siellä ei juurikaan eläinten oikeuksista tai ympäristön vaikutuksista välitetä. Turkis on biohajoava materiaali, mutta erilaiset käsittelyt hidastavat maatumista. Villiturkis on ekologisempi kuin tarhattu. (Nurmi 2017.)

7.7 Vaateiden hoito-opas

Oikeanlainen vaateen huolto vaikuttaa paljon vaateen käyttöikään. Pesun osuus vaateen energiankulutuksesta on usein suurempi kuin sen tuottamisen, kuljettamisen ja hävittämisen osuudet. Kuluttajat pesevät vaatteitaan liikaa. Usein tuulettaminen riittää, varsinkin pakkasella. Tahrat kannattaa pestä käsinpesulla. Kuivausrumpua ei kannata käyttää, se lyhentää vaateen käyttöikää ja kuluttaa energiaa todella paljon. (Saramäki 2016, 269–270.)

Pesupussi kannattaa hankkia. Se suojaa vaatteita pesukoneessa ja näin ne kuluvat vähemmän. Jos kaupasta ei löydy sopivia, voi sellaisia tehdä itsekin vanhoista polyamidista verkoista. (Saramäki 2016, 271–272.)

Seuraa pesulämpötiloja varauksin. Vaatemerkit merkitsevät pesulappuun alempia lämpötiloja kuin mitä tuote oikeasti kestää. Esimerkiksi puuvilla kestää 60 asteen pesun, mutta melkein aina puuvillavaatteissa on merkitty 40 asteen pesu. Tuote voidaan pestä

60, jos tuotteessa ei ole erikoiskäsittelyjä tai herkkiä yksityiskohtia. (Saramäki 2016, 272–273.)

1. Ripusta vaatteet henkarille käytön jälkeen.
 2. Tuuleta ennen kuin peset.
 3. Pienet tahrat voi pestä käsin.
 4. Pese vain täysiä koneellisia.
 5. Pese viileässä lämpötilassa, jos vaatteet ovat vain kevyesti likaantuneita
- (Saramäki 2016, 274.)

Vaatteen oikeanlainen säilytys on myös tärkeää. Kangasvaatteet viihtyvät oikean levyisillä henkareilla. Neuleet ja trikoovaatteet viikataan hyllyille.

Parsi ja korjaa rikkimenneet vaatteet. Ompele irronneet napit. Kunnioita vaatteitasi. (Saramäki 2016, 274–276.)

8. Tutkimuksen tulokset

Opinnäytetyöni lähti liikkeelle Weecosin tarpeesta saada materiaaliopas verkkosivuilleen. Sain aiheekseni luonnonkuidut. Yhteistyön alkaessa Weecos toivoi materiaalioppaan materiaalien olevan valmiina elokuun alussa 2018. Ennen tekstiosan valmistamista tein asiakaskyselyn, joka julkaistiin Weecosin viikkotiedotteen mukana sitä tilanneille kuluttajille. Kysely oli auki 18–24 kesäkuuta 2018, juhannusviikolla. Sain suuren määrän vastauksia, 638.

Kyselyssä keskityttiin saamaan vastaus tutkimuskysymykseeni, millaista materiaalitietoa kuluttajat kaipaavat?

Taustakysymysten jälkeen käytiin läpi sitä, miten asiakas valitsee ostamansa tuotteen, mitä hän ottaa selvää ennen ostopäätöksen tekoa, materiaalia, miten materiaali on vaikuttanut lopulliseen ostopäätökseen, tutkiiko kuluttaja missä tuote on tehty tai katsooko hoito- ja pesuohjeen. Näihin kysymyksiin vastaukset jakautuvat tasaisesti, Suurin osa tutkii materiaalin, ja jos materiaali on väärä, se jää ostamatta myös suurimmalla osalla. Usein tarkastetaan, missä tuote on tehty, pesu- ja hoito-ohjekin tutkitaan mutta harvemmin.

Kyselin tuotteiden ominaisuuksia jotka vaikuttavat ostopäätöksen tekoon. Listalla oli materiaali, helppohoitoisuus, eettisyys, hinta, design, väri, trendi, käyttömukavuus, laatu ja brändi.

Kävi ilmi, että kuluttajat arvostavat tuotteessa käyttömukavuutta ja laatua. Näitä kahta ominaisuutta yli 70 % piti erittäin tärkeää. Materiaali ja väri tulivat toisena: yli 60 % piti näitä ominaisuuksia erittäin tärkeinä. Vähiten tärkeitä ovat trendit ja brändi, vain alle 3 % vastasi näiden olevan erittäin tärkeitä ja yli 50 % vastasi tähän kohtaan ”ei ollenkaan tärkeää”.

Tähän kohtaan sai myös antaa oman vaihtoehdon. Sieltä nousi selkeästi esiin muutama ominaisuus. Kotimaisuus mainittiin useimmiten, minkä lisäksi myös ajattomuus, ekologisuus, istuvuus, kaavoitus, mitoitus tulivat esille.

Omaa vaihtoehtoa sai myös perustella ja sain paljon hyviä vastauksia. Ydinajatuksena vastauksissa oli, että unelmavaatekaapin sisältö olisi ajaton, laadukas, kotimainen ja vaatteet istuisivat hyvin. Hinnat myös tietenkin vaikuttavat, ostetaan ehkä vähemmän, mutta laadukasta. Vastaajat välttävät halpatuotettuja kertakäyttövaatteita ja turhaa ostelua.

Näiden vastausten perusteella kuluttajien ostotottumukset kuulostaa todella hyvälle. Uskon kuitenkin, että vastaajat ovat olleet tavallista enemmän eettisiä arvoja kannattavia kuin ehkä jonkun muun kaupan vastaavassa kyselyssä. Weecos myy vain vastuullisesti tuotettuja merkkejä, joten on itsestään selvää, että asiakkailta on suurinpiirtein samat arvot.

Seuraavassa kyselyn osioissa keskityttiin luonnonkuituihin ja materiaalitietoon. Kysyin millaista tietoa kuluttajat kaipaavat. Sain vastaukseksi seuraavanlaisen järjestyksen: hoito-ohjeet 93,3 %, pesunkesto 74,8 %, ekologisuus 69,9 %, kierrätys 66,6 %, värinkesto 62,5 %, huolto-ohjeet 60,6 %, kuidun kestävyys, 57,7 %, eläinten hoito 22,6 %, miten kasvista tai eläimen karvasta saadaan lankaa 19,9 %, kasvien viljely 19,6 %, historia 16,9 %.

Vaateen hoito ja se miten tuote saadaan pysymään hyvänä mahdollisimman kauan kiinnostaa kuluttajia. Kuidun matka langaksi tai historia ei juuri ole kuluttajille oleellinen asia vaatteessa.

Seuraavaksi oli avoin kysymys: ”Onko materiaalitieto sinulle tärkeää? Perustele lyhyesti”. Siihen sain todella paljon vastuksia ja melkein kaikki, ihan muutamaa lukuunottamatta vastasivat kyllä, materiaalitieto on tärkeää. Kuluttajat haluavat tuotteiden kestävän pitkään mahdollisimman hyvänä, siihen materiaalitieto on oleellinen asia. Joukko kuluttajia jättää tuotteen ostamatta, jos he kokevat materiaalin olevan vääränlainen hoito-ohjeiltaan, esimerkiksi pesun tai silityksen kannalta.

Vastauksista tuli esiin myös toive materiaalien vertailusta, mikä olisi paras mihinkin tilanteeseen, mikä olisi ekologisin, eettisin, laadukkain tai kestävin. Monet kertoivat luonnonkuitujen olevan tuttuja, mutta keinokuiduista kaivattiin lisää tietoa. Allergiat myös lisäävät tarvetta materiaalitietoon, jotta osaa katsoa tuotteesta oikeat tiedot. Eräs vastaaja kokee materiaalioppaan myös hyvänä palveluna yritykseltä.

Lopuksi kysyin vielä: ”Suositko luonnonkuituja”? Tähän 93 % vastasi kyllä.

Kyselyn perusteella voimme päätellä, että kuluttajat ovat kiinnostuneita materiaalitiedosta. He haluavat osata hoitaa vaatteitaan, jotta ne kestäisivät kauemmin mahdollisimman hyvänä. Kuitujen ja valmiiden vaatteiden eettisyys kiinnostaa kovasti kuluttajia.

Tutkin Nudgen ja Suomen tekstiili ja muoti järjestön materiaalioppaita. Oppaat ovat hyvin erilaiset, ja paras lopputulos olisi mielestäni näiden kahden oppaan välimuoto. Nudgen oppaasta eettiset tiedot ja Suomen tekstiili ja muoti -järjestön oppaasta selkeän esitystavan. Oppaassa voisi olla lyhyet ja ytimekkään infot, mutta myös pidempää tekstiä niille jotka haluavat aiheesta tietää enemmän. Kyselyssä myös eräs vastaaja toivoi lyhyttä ja ytimekästä opasta, jolloin kiireisemmät saavat tiedon nopeasti.

9. Pohdinta

Yksi tämän ajan kuumien uutisaihe on ilmastonmuutos. Näemme jatkuvasti epämiellyttäviä uutiskuvia maailmalta, kuinka maapallomme täyttyy roskista ja turhasta tavarasta. Luonto ei vaan enää kestä ihmisten kulutusta niin paljon kuin luonnonkin kannalta. Vaateteollisuus on yksi suuri saastuttaja. Luonto kärsii kuitujen viljelystä ja käsittelyistä, ja energiaa kuluu. Vaatteita tuotetaan liikaa kulutuksen verrattuna. Halpoja kertakäyttötuotteita ovat muotitalojen varastot täynnä.

Ilmiö on suhteellisen uusi. Halpatuotteita on tehty vasta 1990-luvulta asti. Sitä ennen vaatteet maksoivat enemmän, kestivät pidempään ja niitä pidettiin niin kauan, kunnes ne oikeasti hajosivat käsiin. Muistan isoäitini, kuinka hänellä oli sama hame koko lapsuuteni ajan. Vanhoja valokuvia katsellessa huomasin että se oli hänellä jo kauan ennenkuin olin syntynyt. Hän teki vaatteet itse ja todella käytti loppuun. Jos vaatteeseen tuli reikä, hän korjasi sen kauniisti. Nykyään ajatellaan ettei kymmenen vuotta vanhaa takkia voi enää käyttää, koska se on jo niin kulunut.

Ilokseni huomasin kyselyä läpi käydessäni, että onneksi on kuitenkin aina ihmisiä, jotka haluavat muutosta. Vastaajista suurin osa arvosti laatua, kotimaisuutta, eettisiä ja eko-

logisia arvoja. He eivät halua hankkia pikamuotia, vaan haluavat hoitaa ostamiaan vaatteita niin, että ne kestävät. Kulutustottumuksiin pitää tulla muutos, tällaista vauhtia ei maapallo kestä.

Weecos on yritys, joka haluaa toimia vastuullisesti. Eettiset arvot ovat sille tärkeitä ja siksi myös he myyvät vain sellaisten yritysten tuotteita, jotka ajattelevat ja toimivat samojen arvojen takana. Asiakaskyselystä tuli selkeästi esiin, että suurin osa heidän asiakkaistaan myös ajattelee samoin. Kotimaisuus, kestäväkehitys, kierrätys ja luonnonsuojelu kiinnostavat kuluttajia. Uutiset pistävät miettimään omaa tapaa kuluttaa ja halua tehdä muutosta. Aletaan kasvissyöjiksi, päätetään ettei enää osteta kuin tarpeeseen ja muovin käyttöä vältetään. Aiheesta varmasti käydään keskusteluja jokaisessa taloudessa ja ruokapöydässä. Miten itse voisın muuttaa tapojani?

Materiaaliopas auttaa kuluttajaa valitsemaan sellaisia materiaaleja, jotka kokee itselleen oikeaksi. Tietoinen kuluttaja tutkii materiaalin eettisyyden ennen ostoa. Toisaalta suurin osa ihmisistä käyttää puuvillaisia vaatteita, vaikka se on todella epäekologinen kuitu. Allergiset haluaa tietää mitä kemikaaleja tai väriaineita vaatteesta löytyy. Opas on tarpeellinen, jotta kuluttaja osaa hoitaa vaatteitaan niin että ne kestävät mahdollisimman pitkään. Tieto myös lisää kunnioitusta tuotetta kohtaan, ja se taas lisää tuotteen käyttöikä.

Materiaalitieto kiinnosti suurinta osaa kyselyyn vastanneista. He kokivat sen oleelliseksi vaateen hoitoa ajatellen. On hienoa huomata että kuluttajat välittää niin paljon eettisistä asioista. Vaate ei ole vain joku mikä puetaan, vaan sillä on myös eettisesti tärkeä osa heidän arvojaan.

Tulevan materiaalioppaan olisi mielestäni hyvä olla lyhyt ja ytimekäs, mutta silti laajalla tiedolla varustettu. Kyselyssä tuli toiveita, etteivät tekstit olisi liian pitkiä, vaan sellaisia, joita laiskimmatkin lukijat jaksaisivat lukea. Lopputuloksen päättää Weecos. Olen antanut heille materiaaleista tekstit joita he sitten muokkaavat haluamallaan tavalla. Yhteistyön aikana he eivät vielä olleet päättäneet lopullista muotoa, miten opas toteutetaan.

Jatkoa tutkimukselle voisi olla laajempi eettinen info, jota itseasiassa eräs kyselyn vastaajista toivoi. Siinä voitaisiin käydä läpi tarkemmin sertifikaatteja, kemikaaleja, lapsityövoimaa, ympäristömyrkyjä ja tuotantoa yleensä. Kaikkea vaatetusteollisuuteen liittyviä eettisiä epäkohtia.

Tutkimuksen luotettavuus riippuu täysin kyselyn vastaajista. Uskon, että lopputulos olisi aivan toisenlainen, jos kysely olisi tehty jonkun suuren pikamuotia myyvän muotitalon asiakkaiden kesken. Nyt sain loistavia ja tulevaisuuden kannalta rohkaisevia vastauk-

sia, joissa rehellisesti haluttiin muutosta kulutustottumuksiin. Valitettavasti suuret ihmismassat eivät näin ajattele. Täytyy vaan toivoa että suunta muuttuisi ja me kaikki alkaisimme toimia vastuullisemmin ja saisimme nauttia rakkaasta maapallostamme vielä pitkään puhtaana ja raikkaana.

Lähteet

Alpakka - kuninkaiden kuitu. <https://alpa.fi/alpa-alkakka/> (luettu 1.11.2018)

Ander, Gunilla 2011. Puuvillan likainen tarina. Helsinki: Like.

Artikkeliarkisto Yle. Nokkonen tekee paluuta kuitukasviksi Yle Uutiset 22.1.2003.
<https://yle.fi/uutiset/3-5126221> (luettu 8.7.2018)

Asikainen, Jaro 12.8.2018. Harva tietää halpavaatteen todellisen hinnan: Pikamuoti saatuttaa enemmän kuin lento- ja laivaliikenne, koska vaatteita ei tehdä kestäväksi.
<https://yle.fi/uutiset/3-10309581> (luettu 14.9.2018)

Auvinen Anna-Kaisa 2018. <https://www.stjm.fi/liitto/liiton-yleiskuvaus/> (Luettu 10.9.2018)

Boncamper, Irma 2011. Tekstiilioppi kuituraaka-aineet. Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu.

Boncamper, Irma 2000. Vaatetusalan materiaalit. Helsinki: Wsoy.

Ervasti, Anu-Elina 2018. Kansalaisilta kaivataan ilmastotekoja. Helsingin sanomat. 10.10.2018.

Hotainen Jorma, Laine Risto O & Pietiläinen Seppo 2001. Benchmarkingopas. Helsinki: Laatu keskus.

Kananen, Jorma 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas : Näin kirjoitat opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Korva, Heidi. Fashion revolution Finland, Tule mukaan tekemään Vaatevallankumousta! <https://www.fashionrevolution.org/europe/finland/> (luettu 10.10.2018)

Kulttuurikeskus Tarvo. Nokkoskangas, Suomessa kasvaa luonnonvararaisena kaksi nokkoslajia. www.sirina-design.fi/index.php/ekokankaat/kankaat-ja-langat/nokkoskangas (luettu 8.7.2018)

Könnölä Totti & Rinne Pasi 2001. Elinehtona eettisyys vastuullinen liiketoiminta kilpailuetuna. Helsinki: Kauppakaari.

Markula, Raija 1999. Tekstiilitieto. Helsinki: Wsoy.

Mehtola, Johanna. 14.12.2017. Vuoden 2017 turhake on fleece <http://suomenluonto.fi/uutiset/vuoden-2017-turhake-on-fleece/> (luettu 14.9.2018)

Nudge. Eettiset ja ekologiset valinnat vaateostoksilla. <https://www.nudge.fi/page/6/eettiset-ja-ekologiset-valinnat-vaateostoksilla> (luettu 10.9.2018)

Nurmi, Anniina 25.5.2017. Materiaaliopas. Kierrätetty puuvilla. Vihreät vaatteet. <http://www.vihreatvaatteet.com/materiaaliopas/kierratetty-puuvilla> (luettu 9.8.2018)

Nurmi, Anniina 25.5.2017. Materiaaliopas. Hamppu. Vihreät vaatteet. www.vihreatvaatteet.com/materiaaliopas/hamppu (luettu 9.8.2018)

Nurmi, Anniina 25.5.2017. Materiaaliopas. Lampaanvilla ja merinovilla. Vihreät vaatteet. www.vihreatvaatteet.com/materiaaliopas/lampaanvilla-ja-merinovilla (luettu 10.7.2018)

Nurmi, Anniina 25.5.2017. Materiaaliopas. Luomupuuvilla. Vihreät vaatteet. www.vihreatvaatteet.com/materiaaliopas/luomupuuvilla (luettu 10.7.2018)

Nurmi, Anniina 25.5.2017. Materiaaliopas. Reilun kaupan puuvilla. Vihreät vaatteet. www.vihreatvaatteet.com/materiaaliopas/reilunkaupanpuuvilla (luettu 11.7.2018)

Nurmi, Anniina 25.5.2017. Materiaaliopas. Turkis. Vihreät vaatteet. www.vihreatvaatteet.com/materiaaliopas/turkis (luettu 10.7.2018)

Nurmi, Anniina 28.8.2011. Tekstiilit kiertoon: kierrätys puuvilla ja kierrätys polyesteri. Vihreät vaatteet. www.vihreatvaatteet.com/tekstiilit-kiertoon-kierratyspuuvilla-ja-kierratyspolyesteri (14.9.2018)

Puukka, Päivi 13.10.2017. Puuvilla loppuu - vaateollisuuden on pakko keksiä uusia vaihtoehtoja tilalle. <https://yle.fi/uutiset/3-9875690> (luettu 14.9.2018)

Ratsula, Niina 2016. Compliance - Eettinen ja vastuullinen liiketoiminta. Helsinki: Talentum.

Räisänen Riikka, Rissanen Marja, Parviainen Erja & Suonsilta Helena 2017. Tekstiilien materiaalit. Helsinki: Finn Lectura.

Suomen tekstiili ja muoti. Kuituopas. Luonnonkuidut. <https://www.stjm.fi/kuituopas/#/luonnonkuidut> (luettu 10.9.2018)

Sykkö, Sami 2018. Muoti tuhoaa tai pelastaa maailmaa. Helsingin Sanomien Kuukausiliite. Marraskuu 2018.

Toukonen Anni 2014. Kestääkö katseen? Vastuullinen liiketoiminta tekstiili- ja vaate-
tusalalla. Opinnäytetyö. Lahti: Lahden ammattikorkeakoulu. http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/92001/Toukonen_Anni.pdf?sequence=2&isAllowed=y (luettu 15.10.2018)

Weecos esite

Ervasti, Anu-Elina 2018. Kansalaisilta kaivataan ilmastotekoja. Helsingin Sanomat. 10.10.2018.

Vuorela, Ulla 17.2.2013. ”Ekolangat” arvioinnissa - onko ekompaa kuin suomenlammas? <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2013/02/17/ekolangat-arvioinnissa-onko-ekompaa-kuin-suomenlammas> (luettu 1.11 2018)

Wikipedia 26.11.2017. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Kapokki> (luettu 31.10.2018)

Wikipedia 24.4.2018. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Manilla> (luettu 1.11.2018)

Asiakaskysely

Luonnonkuidut ja materiaaliopas

Olen Milla Lento ja opiskelen Metropolia Ammattikorkeakoulussa vaatetusalan tutkinto-ohjelmaa Vestonomiksi (YAMK). Teen opinnäytetyötä yhteistyössä Weecosin kanssa ja aiheena on luonnonkuidut. Opinnäytetyön lopputuloksena valmistuu materiaaliopas luonnonkuiduista Weecosille. Tutkin myös kuluttajien tarvetta materiaalioppaalle, miten se voisi parhaiten palvella ja minkälaisia asioita toivoisitte siinä olevan. Vastaamalla lyhyeen kyselyyn voit osallistua 50€ lahjakortin arvontaan Weecosille. Kiitos osallistumisesta!

Vastaajan tiedot

Sukupuoli?

- ☐ Mies
☐ Nainen
☐ Muu

Ikä?

- ☐ Alle 20
☐ 20-25
☐ 26-35
☐ 36-45
☐ 46-55
☐ Yli 56

Sijainti?

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

Ostotottumukset?

- ☐ Verkkokauppa
☐ Kivijalkakauppa
☐ Weecos

Luonnonkuidut

Seuraavassa osiossa mietitään ostotilanteita ja luonnonkuituja.

Tuotetta ostessasi, tutkitko mitä materiaaleja tuote sisältää?

- ☐ Aina
☐ Usein
☐ Harvoin
☐ En koskaan

Tuotetta ostaessasi, kuinka usein kauppa on jäänyt tekemättä materiaalin takia?

- ☐ Usein

Liite 1
2(3)

- ☐
- Harvoin
-
- ☐
- Ei koskaan

Tuotetta ostaessasi, tutkitko missä tuote on tehty?

- ☐
- Aina
-
- ☐
- Usein
-
- ☐
- Harvoin
-
- ☐
- En koskaan

Tuotetta ostaessasi, tutkitko tuotteen pesu- ja hoito-ohjeen?

- ☐
- Aina
-
- ☐
- Usein
-
- ☐
- Harvoin
-
- ☐
- En koskaan

Seuraavassa on lista tuotteiden ominaisuuksista. Miten seuraavat asiat vaikuttavat ostopäätöksesi tekoon? Mitä ominaisuuksia pidät tärkeänä?

Materiaali?

- ☐
- Erittäin tärkeää
-
- ☐
- Melko tärkeää
-
- ☐
- Ei ollenkaan tärkeää
-
- ☐
- En osaa sanoa

Helppohoitoisuus?

- ☐
- Erittäin tärkeää
-
- ☐
- Melko tärkeää
-
- ☐
- Ei ollenkaan tärkeää
-
- ☐
- En osaa sanoa

Eettisyys?

- ☐
- Erittäin tärkeää
-
- ☐
- Melko tärkeää
-
- ☐
- Ei ollenkaan tärkeää
-
- ☐
- En osaa sanoa

Hinta?

- ☐
- Erittäin tärkeää
-
- ☐
- Melko tärkeää
-
- ☐
- Ei ollenkaan tärkeää
-
- ☐
- En osaa sanoa

Design?

- ☐
- Erittäin tärkeää
-
- ☐
- Melko tärkeää
-
- ☐
- Ei ollenkaan tärkeää
-
- ☐
- En osaa sanoa

Väri?

- ☐
- Erittäin tärkeää
-
- ☐
- Melko tärkeää
-
- ☐
- Ei ollenkaan tärkeää
-
- ☐
- En osaa sanoa

Trendi?

- ☐
- Erittäin tärkeää
-
- ☐
- Melko tärkeää
-
- ☐
- Ei ollenkaan tärkeää
-
- ☐
- En osaa sanoa

Käyttömukavuus?

- ☐ Erittäin tärkeää
- ☐ Melko tärkeää
- ☐ Ei ollenkaan tärkeää
- ☐ En osaa sanoa

Laatu?

- ☐ Erittäin tärkeää
- ☐ Melko tärkeää
- ☐ Ei ollenkaan tärkeää
- ☐ En osaa sanoa

Brändi?

- ☐ Erittäin tärkeää
- ☐ Melko tärkeää
- ☐ Ei ollenkaan tärkeää
- ☐ En osaa sanoa

Joku muu?

Perustele lyhyesti

Luonnonkuidut

Jos olet kiinnostunut materiaalitiedoista, millaisia asioita toivoisit oppaassa olevan?

- ☐ Hoito-ohjeet
- ☐ Huolto-ohjeet
- ☐ Kasvien viljelystä
- ☐ Eläinten hoidosta
- ☐ Miten kasvista tai eläimen karvasta saadaan lankaa
- ☐ Ekologisuudesta
- ☐ Kuidun kestävydestä
- ☐ Kierrätys
- ☐ Historia
- ☐ Pesunkesto
- ☐ Värinkesto

Onko materiaalitieto sinulle tärkeää? Perustele lyhyesti.

Suositko luonnonkuituja?

- ☐ Kyllä
- ☐ En

Kiitos!

Kiitos osallistumisesta! Voit jättää halutessasi sähköpostiosoitteesi arvontaa varten.

Tietojen lähetyk

Kyselyn avoimen kysymyksen vastauksia

Liite 2. Kyselyn vastauksia kysymykseen: Seuraavassa on lista tuotteiden ominaisuuksista. Miten seuraavat asiat vaikuttavat ostopäätöksesi tekoon? Mitä ominaisuuksia pidät tärkeänä? Joku muu? Perustele lyhyesti.

"Vaate ei vanhene ja mene pois muodista heti."

"Haluan ostaa kotimaista, silloin voin jo aika automaattisesti luottaa laatuun, kun tunnen brändin jo ennalta."

"Kotimainen tuote on mukavin ostaa."

"Haluan pienentää hiilijalanjälkeäni ostamalla mahdollisimman vähän uutta. Uuden ostossa haluan kiinnittää huomiota vaatteiden ja sen materiaalin eettisyyteen, ekologisuuteen ja vastuullisuuteen. Myös laatu on tärkeää, mikä tekee tästä hankalaa, sillä harvoin nämä kaikki kriteerit vaatteiden kohdalla täyttyvät. Vaatteiden täytyy kestää käyttöä, materiaalin olla mahdollisimman myrkytön esim luomupuuvilla mieluummin kuin tavallinen puuvilla. Hamppu olisi kai ekologisuudeltaan vielä parempi, mutta huonoimmin saatavilla ainakaan käytettynä."

"Pääasia on tuotteen design ja materiaali. Brändistä välitän vain siinä tapauksessa, että tunnen sen hyvin ja voin luottaa sen tuotteiden laatuun ja valmistuksen eettisyyteen yms."

"Eettisyys, hinta ja materiaali ovat tärkeitä mutta joudun tekemään kompromisseja sekä budjetin että haastavan koon (pituus) takia."

"Yleensä on kiva että on joku yksityiskohta joka helpottaa käyttöä sekä tekee vaatteesta monikäyttöisen."

"Haluan tukea suomalaista työtä."

"Hankin yleensä tarpeeseen, en mielijohteesta tai "shoppailun ilosta" (vaikka tätäkin tulee joskus harvoin tehtyä)."

"Riippuu vähän tuotteesta ja käyttötarpeesta ja ajasta."

"Tärkeintä on käyttömukavuus. Värilläkin on väliä. Eettisyys tuotetta valikoidessa kiinnostaa myös, mutta myönnän, että olen liian laiska ottamaan selvää, mikäli tieto ei ole helposti tarjolla."

"Ei muodin, vaan käytännöllisyyden vuoksi."

"Ostan eettisiä ja ekologisia, laadukkaita ja ajattomia luonnonkuituvaatteita. Sellaisia ei halvalla saa, mutta joaasin kulkee raja kuinka paljon olen valmis maksamaan. Esim lasten 30-40€, omasta tunikasta 70€ on vielä sopivia hintoja."

Liite 2

2(3)

"Lastenvaatteissa suosin eettisempiä merkkejä. Itselle ostaessa ei aina löydy sopivia tuotteita paitsi vähemmän ekologisilta merkeiltä."

"Jonkun tutun merkin vaatteet vain tietää sopivan omalle vartalolle."

"Haluan tukea kotimaisia suunnittelijoita ja tekijöitä. Kotimaisista on myös huomattavasti helpompi selvittää tuotantoketju, eettisyys ja ekologisuus."

"Tiettyihin tuotemerkkeihin oppii luottamaan niin, ettei vaatteiden taustoja enää tarvii joka kerta selvittää."

"Suosin suomalaista työtä ja ympäristöystävällistä tuotantotapaa."

"Haaveissani on laadukas, ajaton vaatekaappi, mutta välillä sorrun myös hetken trendeihin."

"En voi ostaa kovin kalliita tuotteita."

"Jos mitoitus on ihan päin mäntyä ja /tai oikean kokoista vaatetta ei löydy, jää tuote ostamatta."

"Arvostan korkealaatuisia materiaaleja, mutta ne ovat valmisvaatteina monesti niin kalliita, että joko ompelen vaatteet itse tai ostan käytettynä."

"En osta tekokuituisia vaatteita."

"Seuraan tuttuja brändejä, mutta brändit sinänsä eivät ole minulle tärkeitä."

"Ostaisin mielelläni vaatteita, joista näkisi heti jotenkin, että ne ovat eettisesti valmistetuja ja kannustavat kestävään kehitykseen."

"Vai tarkoitettiinko Design-kohdalla juuri tätä? Tunnen oman vartaloni ja tiedän minkä leikkauksiset vaatteet sopivat minulle. Eli vaikka materiaali/väri olisivat täydelliset, väärässä paikassa oleva poikkisauma jätättää mekon kauppaan."

"Brändi on tärkeää vain sen takia, että tietää onko kyseessä vastuullinen tuotemerkki. Suosin kotimaisia valmistajia."

"Ajattomat asialliset ja hyvin istuvat laadukkaat ja mukavat vaatteet ovat parhaita"

"Entisenä vaatetusalan ammattilaisena en voi ummistaa silmiäni epäkohdista."

"Monikäyttöisyys"

"Suosin ensisijaisesti suomalaista, toissijaisesti eurooppalaista tuotantoa."

"Vaatteen pitää sopia ylle ja näyttää hyvältä + kestää aikaa."

"Vaihtoehtoista puuttuu kokonaan vaihtoehto "ei kovinkaan tärkeää"."

"Haluan tukea kotimaista tuotantoa ja myös pienyrityksiä sekä lähellä tehtyä."

"Ajattelen niin, että pitäisin mielelläni ostamaani vaatetta mahdollisimman pitkään, joten ei ole hyvä, jos kyllästyn siihen nopeasti."

"Kaatopaikat ja kirpputorit ovat jo täynnä kertakäyttövaatteita, huonolaatuisia.."

"Suomessa tehdään nykyään niin hienoja ja laadukkaita vaatteita että ostan aina kotimaista, tai ainakin kotimaisilta merkeiltä jos mahdollista."

"Kurvikaalle, isommalle naiselle on vaikea löytää vaatteita joten jokainen kauppa joka myy kaikkia kokoja kaiken kokoisille on isossa arvostuksessa (ja värejä saa käyttää;))."

"Tärkeintä minulle on, että vaate istuu just eikä melkein :) "

"Ostaessani tuotteen haluan, että se näyttää ja tuntuu hyvältä päällä. En myöskään osta "kertakäyttötuotteita". On joitakin brändejä mitä en suostu ostamaan."

"Tuen mielelläni sellaisia yrityksiä, joista rahat tulevat Suomeen ja työllistävät suomalaisia. Eniten pidän pienistä yksityisyrityksistä."

"Mietin miten vaate sopii muiden vaatteiden kanssa ja arvostan ajattomuutta."

"Olen täysin kyllästynyt halpatuotettuihin retkuihin, jotka eivät kestä käytössä, eivät pidä muotoansa, väriänsä eivätkä kestä pesuja. Jos vain rahani riittävät tuen kotimaista niin valmistuksen kuin suunnittelun osalta. Isot brändit alkaa myös kyllästyttää, kaikilla on samaa tuotetta tarjolla ja kaikki sopulilauman tavoin vielä ostaa niitä. "

"Haluan ostaa sellaiselta valmistajalta, joka todella hyötyy itse kun ostan. En siis mielelläni osta ketjuliikkeistä."

"Jos ostan vaatteita uutena, mietin miten saan ne myydyksi eteenpäin/jatkamaan kiertokulkua (ekologiselta kannalta) eli voisiko sanoa laatu ja kestävyys (erityisesti lastenvaatteissa). Aikuisten vaatteissa en niinkään ajattele jälleenmyyntiä/antamista seuraavalle vaan sitä miten ne kestäisivät itsellä mahdollisimman pitkään."

"Hankkisin mielellään vaatteita, joiden valmistuksen tärkeimmät arvot eivät olisi rahan tekeminen ja mielivaltaisen muotivillitysten ulkonäköihanteiden täyttäminen. Toki vaatteiden ulkonäkökin on tärkeää, mutta jos vain suinkin tarjontaa on, niin mielelläni valitsisin kalliimman, mutta kokonaisvaltaisesti vastuullisesti tehdyn vaatteen (esim ympäristöasiat ja kyseenalaiset kemikaalijäämät). Edellä on lueteltu arvo-tyyppisiä asioita ostoksiin ja niistä herää ilmeinen kysymys, että miten lopppukäyttäjä pystyy arvioimaan esim eettisyyttä? Sertifikaattien (esim öko-tex, GOTS, luomu/reilunkaupan puuvilla) olessa yksi tapa, arviointi voi monelta osin päätyä näiden sertifikaattien olemassa olon tutkailuun."

"Etsin tyyliini ja budjettiini sopivia vaatteita, jotka kestävät normaalia pesua ja käyttöä arjessa. En ole brändiuskollinen tai oletta, että merkkituote on automaattisesti parempi."

"Ostan vaatteita, joita voi käyttää erilaisissa tilanteissa. Ostan yhdisteltäviä kappaleita jotka sopisivat jo minulla olevien vaatteiden kanssa."

Onko materiaalitieto sinulle tärkeää? Perustele lyhyesti.

"Kyllä on, suosin luonnonmateriaaleja."

"On tärkeää, on hyvä tietää tuotteen hoidosta ja eettisyydestäkin.

käytän vain luonnonmateriaaleja; puuvilla, villa, silkki, pellava"

"Oleellista on, että vaate kestää kulutusta."

"On. Pestessä samaa materiaalia olevat helppo pestä samassa koneellisessa, lapsiperheessä täysi koneellinen on taloudellisesti kannattavampaa kuin monta puolikasta / käsinpesu"

"Hyvä laatu perustuu laadukkaaseen materiaaliin, esim. luonnonkuidut"

"On tärkeää, koska materiaali vaikuttaa käyttömukavuuteen, kestävyys ja pesutottumuksiin"

"Haluan vaatteiden kestävästä käytöstä ja pääsevän mahdollisesti seuraavalle käyttäjälle. Erittäin tärkeää mm. seuraavien syiden takia (vaateostosten näkökulmasta katsoen): - Pyykkipesu on keskeinen osa vaatteiden helppokäyttöisyyttä ja ekologista jalanjälkeä ja itsellä mm. seuraavat tekijät käytännössä estävät hankinnan (paitsi mahdollisesti sekalaisissa harvoinpestävissä asusteissa kuten vaikka pipo tai kaulaliina): -"pesu erikseen"-ohje -Merinovilla ja muut erikoispesuaineita vaativat materiaalit -Rajoitetut pesulämpötilat; mm. pyykkiteknisistä syistä vaadin tietyille vaatetyypeille 60 C pesulämpötilaa, ja käytännössä tämä voi tarkoittaa, että enemmistö koko markkinoiden tarjonnasta tippuu pois (esim. sukat)."

"Haluan ostamani vaatteiden olevan käyttökelpoinen pitkään, joten pesuohjeet ovat tärkeitä. Haluan vaatteiden olevan myös helppohoitoinen ettei se jää ensimmäisen käytön jälkeen pyykkikoriin lojumaan."

"Kyllä se on tärkeää. Erityisesti materiaalin ekologisuus ja hoito kiinnostavat, myös uudet materiaalit!"

"On, vaikuttaa käyttömukavuuteen sekä kestävyys olennaisesti."

"Koko ajan enemmän ihmiset kiinnostuvat tuotteiden syntyperästä, eettisyydestä jne. Materiaaleissa ekologisuus, kestävyys ja turvallisuus (esim. värien myrkyttömyys) ovat minulle tärkeitä asioita."

"Onko kotimaassa kasvatettu esim pellava, missä sitten ommeltu/tehty kangas, missä värjätty .. miten huoltaa kotona ja miksi? Nykypäivän nuoret eivät ymmärrä kangaseroja olen huomannut."

"Kyllä, suosin luonnon materiaaleja. Voisin maksaa enemmän niistä."

"On. Kaipaan lisätietoja etenkin erilaisista synteettisistä kuiduista."

"On tärkeää, materiaalien tuotanto on olennainen osa kiertotaloutta"

"On. Suosin luonnonkuituja ja vältän esim. akryyliä."

"On, koska se kertoo paljon hinta-laatusuhteesta."

"Materiaalitieto on tärkeää, sillä oikea hoito pidentää käyttöikää."

"Kyllä, erittäin oleellista."

"On. En halua, että vaatteiden tuotanto tuhoaa ympäristöä tai että vaate hajoaa huonon materiaalin takia aivan liian nopeasti."

"Kyllä. Arvostan luonnonkuitujen käyttöä ja kierrätystä."

"Kyllä on. Vertailutietoa kaipaisin esim eri materiaalien laadusta, kestävydestä, eettisyydestä ja ekologisuudesta, mutta kuitenkin suhteessa käyttöön(käyttöikään).

Sitä harvemmin tulee katsottua, mikä on ehkä omaa laiskuutta. Lisätieto kehittäisi materiaalitarkkuudessa."

"En halua käyttää muovia"

"On, haluan että ostamani tuote on kestävä ja eettinen ja materiaalilla on siinä suuri merkitys."

"On. Perinteiset luonnonkuidut on toki tuttuja, mutta keinokuituja on nykyään niin paljon, ettei niiden ominaisuuksia millään muista. Itse suosin hiostamattomia, kestäviä ja ekologisia materiaaleja"

"Tuotteiden materiaalia pidän siinä mielessä tärkeänä, että Arvostan ekologisuutta ja laadukkuutta vaatteiden ja muiden tuotteiden kohdalla. Myös helppo hoitoisuus on melko tärkeää, ettei tuote vaadi esim. pesuohjeiden osalta mitään kovin erikoista. Myös kierrätysmateriaalien käyttö tuotteiden kohdalla on plussaa."

hoitoisuus on melko tärkeää, ettei tuote vaadi esim. pesuohjeiden osalta mitään kovin erikoista. Myös kierrätysmateriaalien käyttö tuotteiden kohdalla on plussaa.”

”Käsityöläisenä arvostan laadukkaita materiaaleja, mutta en orjallisesti kannata vain tiettyjä materiaaleja.”

”Kyllä, erityisesti silloin kunhankkii kallimpaa laatutuotetta ja haluaa sen myös kestävän käytössä”

”Läpinäkyvyys on kyllä lisääntynyt mutta tärkeimmistä asioista; kuidun alkuperä, kierrätysmateriaalit ja sekä kankaan että vaatteiden valmistusmaasta pitäisi tiedon olla paljon helpommin saatavilla. Minusta liikaa painotetaan ompelumaan asemaa, vaikka itse kangas olisi sitten valmistettu epäeettisesti jossain orjatehtaalla.”

”Kyllä. Mahdollistaa tuotteiden oikeaoppisen käytön ja huoltamisen.”

”Kyllä. Toivon vaatteitteni kestävän.”

”On tärkeää. Ostin jokunen vuosi sitten ulkomaisesta verkkokaupasta t-paitoja. Kun tarvitsin hiljattain uusia, tilasin samasta paikasta uudestaan. Jokin oli kuitenkin muuttunut tilauskertojen välillä. Vanhat t-paidat ovat olleet ahkerassa käytössä ja kestäneet sileinä ja hyvinä tähän asti lukuun ottamatta värjäymiä kainaloissa. Uusi t-paita oli samaa materiaalia, 100 % puuvillaa, mutta nyppyyntyi selästä pian käyttöön oton jälkeen (käyttö oli tosin tavallista kuormittavampaa, sillä olin kahden viikon kiertomatalla ulkomailla ja pidin rinkkaa selässä paljon). Tuntuu tuskastuttavalta, sillä en tiedä, mistä tällaisen eron saisi selville ennen ostopäätöstä, kun materiaalitiedot vanhoissa hyvissä paidoissa ja uudessa nyppääntyvässä ovat kuitenkin samat. En ole kovin suuripalkkaisessa työssä, mutta olen kuitenkin valmis panostamaan istuviin ja ekologisiin vaatteisiin -- ne ovat loppujen lopuksi myös edullisia, jos niiden kestävyys vain voisi selvittää jotenkin etukäteen. Tällä hetkellä tuntuu, että tietoa ostopäätösten tueksi on vaikea saada. Ilmastomuutoksen hillitsemiseksi haluaisin kuitenkin ostaa entistä vähemmän ja parempaa. Suosin kierrätettyjä vaatteita ja luonnonkuituja, mutta ostopäätöksiä on vaikea tehdä. Aiheuttaako esimerkiksi puuvillan viljely kohdemaassa kuivuutta, entä irtoaako keinokuidusta mikro muovina pesussa tai jälkikäytössä esimerkiksi matonkuutena, pinttyykö lika tai hiki pahemmin keinokuituun kuin luonnonkuituun, pystyykö sekoitekuituisia tai keinokuituisia vaatteita kierrättämään mitenkään järkevästi, onko vaate tehty ympäristöarvoja ja ihmisoikeuksia kunnioittaen...”

muovia pesussa tai jälkikäytössä esimerkiksi matonkuteena, pinttyykö lika tai hiki pahemmin keinokuituun kuin luonnonkuituun, pystyykö sekoitekuituisia tai

keinokuituisia vaatteita kierrättämään mitenkään järkevästi, onko vaate tehty ympäristöarvoja ja ihmisoikeuksia kunnioittaen..."

"Vaikuttaa käyttöön, mukavuuteen ja keston"

"Materiaalitieto on sikäli tärkeää, etten omista silityslautaa, joten en käytännössä osta mitään, mikä vaatii silitystä."

"Melko tärkeää. Asia saisi olla enemmän esillä, jolloin siitä tulisi tärkeämpi ihmisille.

Usein mietin jos ostan puuvillaa, olisiko ollut ekologisempaa ostaa hyvälaatuista viskoosia..."

"varsinkin nyt, kun on tullu esiin suoranaista eläinrääkkäystä jne tuotteita valmistettaessa" "On erittäin tärkeää, sillä haluaisin tietää yksityiskohtia materiaalien ominaisuuksista, hyvistä ja huonoista puolista, kestävydestä, ekologisuudesta jne."

"On. Usein kuitenkin tajuaa oöevansa todella pihalla vaateen materiaaleista tai ekologisuudesta. Opas kiireisille idioteille olisi paikallaan, jotta pystyisi avartamaan tietoisuuttaan luotettavasta lähteestä ilman villiä googletusta."

"Myrkyttömyys, kestävyys, luonnonmukaisuus"

"Materiaalitieto on tärkeää varsinkin tuotteen hoidon takia. Pitkäikäisyys varsinkin arvokkaimmissa vaatteissa on tärkeää."

"Kyllä. Allergiat ja eettisyys vaikuttavat."

"On, hoitamalla oikein vaatteita, voi vaikuttaa merkittävästi käyttöikään."

"On, sillä haluan suosia luonnonmateriaaleja ja niissäkin mahdollisuuksien mukaan luomua, esim. puuvillassa ja villassa. Myös hamppu ja pellava kiinnostavat."

"Kyllä. Vegaanina en käytä eläinperäisiä tuotteita."

"Kyllä. Omat tiedot ei ole kovin kattavat, joten olisi hyvä että tuotteessa olisi tarpeelliset tiedot ja ohjeet."

"On. Materiaalin laatu ja eettisyys vaikuttavat suurimpaan osaan ostoistani. Suosin luonnonkuituja, niiden kestävyysden vuoksi."

"On. Materiaalin laatu ja eettisyys vaikuttavat suurimpaan osaan ostoistani. Suosin luonnonkuituja, niiden kestävyysden vuoksi."

"Kyllä. Etenkin ekologisuuteen liittyvät kysymykset kiinnostavat (niin se, kuinka ekologista materiaalia on valmistaa/kasvattaa kuin se, kuinka millaista hoitoa ja puhdistusta materiaali tarvitsee pysyäkseen hyvänä)."

"Erityisesti hoito- ja huolto-ohjeet pidentää käyttöikää, ja arvostan näiden tietoja. Tuotteen historiasta/valmistuksesta saa hyvän mielen, lisää tuotteen persoonallisuutta"

"Olen kouluttautunut alalle, joten tiedän monia juttuja jo valmiiksi. Eettiset ja ekologiset brändit on vain mielestäni vaikea löytää. Myös nuoren ihmisen budjetti on rajallinen. Usein Suomessa tehty on liian kallis (puhun vaatteista), mutta panostan sitten korkeaan laatuun ja täten pitkään käyttöikään. Joten materiaali on vaateen ulkonäön lisäksi tärkein juttu. Shoppaan enemmän liveinä kun nettikaupoissa ja tuntuu että silloin pitää valita massaketjun tai korkeahintaisen design iikkeen välillä."

"On ehdottoman tärkeää. haluan maksaa enemmän laadukkaasta materiaalista , mielellään ekologisesti kestävästi valmistetusta kuin luontoa kuluttavasta, epäekologisesta kertakäyttöt tuotteesta. Nykyään vain hinta ja laatu eivät oikein kulje käsi kädessä. Alla olevaan kommentti: suosin villaa, puuvillaa, silkkiä, jopa nahkaa, mutta toivoisin, että olisi laadukasta, vähemmän rypistyvää pellavaa (Vuokolla oli aikanaan). Nykypellavaisia tuotteita en osta."

"Vältän keinokuituja, sillä ne tuntuvat usein hiostavilta tai muuten epämiellyttäviltä (ulkoilu- ja urheiluvaatteissa on joitakin poikkeuksia)"

"Kyllä. Ostan ekologisista korkealaatuisista materiaaleista eettisesti tehtyjä tuotteita. Perusasiat, jotta voi tehdä fiksuja valintoja."

"Hyvillä ohjeilla ja materiaalin kuvauksella sekä perustelulla tiettyjen materiaalien käyttöön sekä niiden ominaisuuksien kuvaamisella on vaikutusta siihen miten tuote pysyy hyvänä ja käytössä pitkään. Pitäisin tietoa hyvänä palveluna ja mielenkiintoisena lisätinformaationa tuotteen valinnassa."

"Tärkeää, varsinkin tuntemattomampien materiaalien kannalta. Periaatteena saada vaate pysymään ykköskunnossa pitkään."

"Tiettyyn pisteeseen asti on, mutta ostan lähinnä materiaalin mukavuuden perusteella (esim. polyesteri on OK, jos materiaali on päällä mukavan pehmeä)."

"Useat kuidut tunnen hyvin, eli tiedän miten ne toimii tai miten niitä käsitellään, mutta materiaalitieto olisi silti mielenkiintoinen ja auttaisi siihen ettei hoito-ohjeita tarvitsisi lähteä etsimään muualta. Toisaalta myös käytetyn kuidun ekologisuus ja tausta kiinnostavat."

"On tärkeää. Käyttömukavuus, ekologisuus ja eettisyys ovat itselleni yhä tärkeämpiä kriteereitä vaatetta ostaessa. Luonnon materiaalit siis kiinnostavat yhä enemmän ja synteettiset yhä vähemmän. Tietoa niistä on vain mielestäni liian vähän."

"On tärkeää. Puuvilla on luonnonkuitu, joka on miellyttävää päällä, mutta jonka viljely kuluttaa melkoisesti luonnonvaroja. Ilahtuisin eettisestä (kierrätys)materiaalista, joka on tuotettu kestävästi."

"Haluan ostaa kestävästi tuotettuja ja käytössä kestäviä eli kokonaisekologisia tuotteita" "On, sillä se vaikuttaa herkkäihoisena ostopäätökseeni."

"Kyllä se on. Liitän tietyt materiaalit kestävyYTEEN, joten yleensä jos vaate on yhtään kalliimpi, vaadin siltä kestävyYTEä ja näin olleen materiaali on tärkeä tekijä."

"On tärkeää, mutta usein en pysty ostamaan korkean hinnan vuoksi eettisesti tuotettuja vaaatteita. Eettisesti tuotettuja asusteita pystyn ostamaan joitakin kappaleita."

"kyllä, esimerkiksi akryylineuleita en osta, materiaalitietoa etsiessäni arvioin myös tuotteen laadukkuutta eli miten pitkään se kestää käyttökelpoisena, siihen vaikuttaa myös miltä materiaali tuntuu, miten se on ommeltu, vaikka liian vähän tutkin ja ymmärrän asiasta." "On, koska varsinkin verkosta ostaessa ei pääse "hipelöimään" kangasta liveinä ja tällöin materiaalitieto korostuu."

"On, ehdottomasti! Vaikuttaa olennaisesti ostopäätökseen"

"Ei kovin tärkeää, mutta toisaalta kiinnostavaa."

"Käytetyt väriaineet, ovatko turvallisia myös maatumisen kannalta."

"Ostan hyviä, kestäviä ja itse pestäviä materiaaleja."

"Oikeastaan kaikki yllämainitut asiat olisivat kiinnostavia tietää. Nykyisin vaateketjut ovat niin pitkiä, ettei ostamastaan vaatteesta tiedä juuri mitään. Mitä enemmän tietäisi sitä helpompi olisi tehdä oikea valinta. Lisäksi tuotteen materuaalitiedot antaisivat siitä luotettavamman ja läpinäkyvämmän kuvan."

"On. Se auttaa arvioimaan tuotteen laadukkuutta"

"Materiaali kertoo mukavuudesta"

"Yritän sulkea pois vaatevasrastosta kaikki tuotteet, jotka sisältävät tai josta irtoaa mikromuovia."

"On ja ei. Hinta-laatu tulee olla kohdallaan: nahka vs. tekonahka (en käytä tekonahkaa), villa vs. huonolaatuinen tekokuitu (en voi sietää huonolaatuisia neuletuotteita), silkki vs. joku epämääräinen, jne. Angoravillaa en osta eettisistä syistä."

"Kyllä, tekokuituinen vaate kestää käytössäkin eri tavalla kuin luonnonkuitu."

"Se on tärkeätä tuotteen kestämissä vuoksi. Jos ostaa vitosen t-paidan, ei sillä ole väliä, mutta jos itselleen vaatteen, soisi sen kestävän mahdollisimman kauan hyvänä, ehyenä ja siistinä."

"Kyllähän se kiinnostaa. Herkälle iholle ei ihan kaikki materiaalit ja niiden käsittelyt sovi.." "Täytyy olla tiiviissä muodossa, oleelliset. Ei runoiluja."

"On. Tuotteiden eettisyydestä toivoisi lisää tietoa, usein vain mainitaan tuotteen olevan "organic". Mikromuovien välttäminen on myös tärkeää."

"On, sillä pyrin ostamaan ainoastaan 100 % luonnonkuitumateriaalista valmistettuja tuotteita."

"Kyllä, haluan ostaa kestäviä ja laadukkaita vaatteita joiden toivon olevan valmistettu mahdollisimman ympäristöystävällisesti. Myös se mietityttää, miten paljon vaatteiden hävitys kuluttaa ympäristöä ja miten se kannattaisi tehdä vaatteen elinkaaren tullessa päätökseen."

"On, erityisesti materiaalin ja esim. neuloksen kestävyys niin, ettei tuote kulahda/ nyp-pyyntä käyttökelpottomaksi nopeasti."

"Materiaalitieto on mielestäni keskeisin asia, mikä kaikista myytävistä vaatteista pitäisi jokaisen tietää. Weecosilla on jo nykyään varsin hyvin kerrottu tuotteiden materiaalista, mutta jotkut jutut jäävät silti vain kokemuksella selvitettäväksi. Esimerkiksi trikoovaatteen kestävyys. Miten sen käyttöikä ja siten ekologisuutta voisi nostaa? Viskoosi ja muut muuntokuidut ovat usein miellyttäviä päällä mutta käyttäytyvät pesussa tai kastuneina kummallisesti. Jotkut viskoosit myös kuluvat/rikkoontuvat liian nopeasti."

"On. Suosin luonnonkuituja, erityisesti kesällä. Toki aina ne eivät ole ekologisimpia, esim kierrätetty polyesteri voi olla parempi vaihtoehto, mutta polyesteria en voi käyttää kuumuuden takia kesällä."

"Kyllä. Oikea tieto heijastuu tuotteen elinikään kun sitä hoidetaan oikein."

"Tunnen materiaalit hyvin itse, sekä niiden pesuohjeistukset."

"Kyllä, koska haluan tietää mitä pistän päälleni. Usein saan väriaineista esim. allergiaa."

"kyllä on, yritän välttää hutlostoksia ja turhaa kuluttamista. Silti välillä menee vikaan."

"On, mistä materiaali on kotoisin, miten paljon resursseja se on vienyt, miten paljon sen käyttö vahingoittaa luontoa jne"

"Ei vastaus tähän kysymykseen, mutta harmi kun lomakkeessa ei ollut vaihtoehtoa "melko tärkeää" ja "ei ollenkaan tärkeää välissä"."

"Iän karttuessa se on jatkuvasti tullut tärkeämmäksi."

"Kyllä. Riippuu käyttötarkoituksesta, mutta yleensä suosin luonnonkuituja. Haluan ainakin tietää mitä materiaali on."

"Tieto lisää kunnioitusta vaatekappaletta kohtaan"

"Kyllä. En halua ostaa epäeettisiksi tiedettyjä eläinkuituja (merinovilla, angora) enkä helposti nyppyyntyviä kuituja."

"Ekologisuus tärkeä arvo minulle"

"Kyllä on. Erityisesti kestävyys ja kierrätettävyyden kannalta."

"On, puuvilla on paras materiaali on käyttömukavuuden kannalta oleellista (hengittävyys ja lämpö talvella) ja soisin että materiaali olisi myös ekologista eli myrkytöntä. Eläinten hyvinvointi on erityisen tärkeää."

"On. Erityisesti eri puukuidut mietityttävät. Biotalous - uhka vai mahdollisuus?

Olen viime aikoina ollut aina vain kiinnostuneempi materiaaleista. Oli järkytys kuulla, kuinka esim. fleece rasittaa ympäristöä. Polyesteri on ehdottomasti kieltolistalla. Suosin luomupuuvillaa, pellavaa ja bambua (jota näkee vaatteissa todella vähän)."

"Merkitsee lähinnä tuotteen käyttötarkoituksen kanssa, kestääkö esimerkiksi kovaa käyttöä vai satunnaista juhlapukeutumista"

"Kyllä, valitsen mielummin luonnonmateriaalit. Maailma hukkuu muoviin ja keinotekoi-siin materiaaleihin"

"Toivon läpinäkyvyyden vielä jonakin päivänä ulottuvan koko tuotantoketjun läpi (toivossa on hyvä elää)"

"On, koska en tiedä materiaaleista paljoakaan enkä jaksakaan itse selvittää"

"On. Hyvästä materiaalista tehdyt vaatteet ovan kokemuksieni mukaan mukavampia käyttää sekä pitkäkestoisenä."

"On. Lähinnä eettisyyden takia, en halua että vaatteen tekijää, luontoa tai eläintä kohdellaan kaltoin."

"Ei kovin tärkeää, ostan vaatteen jos se näyttää kivalta, vaikka se ei olisikaan valmistettu luonnonkuidusta."

"On melko tärkeää. Se on osa aiempaa ammattiani tekstiilien parissa ja siksi kulkee elämässä mukana automaattisesti. Hienoa, että opas aiheesta on tekeillä!"

"Aiheeseen tutustuessa enemmän ja enemmän. Nykyään osaa jo silmämääräisesti ohittaa "huonot"."

"En voi käyttää tekokuituisia tuotteita, saan sähköiskuja ja tulen levottomaksi tekokuiduista."

"Herkkä iho ja allergiat pakottavat ehdottomasti kiinnittämään huomiota tuotteiden materiaaleihin."

"Olennainen osa tuotteesta!"

"On tärkeää, että tieto on helposti saatavissa, vaikka en ole siitä erityisen kiinnostunut."