



Verkkosivun vastuullisuusosion kehittäminen Emmy Clothing Companylle

Tarja Ylisirniö

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Verkkosivun vastuullisuusosion kehittäminen Emmy Clothing Companylle



Always something good
in your closet

Tarja Ylisirniö
Liiketalous
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2021

Tarja Ylisirniö

Verkkosivun vastuullisuusosion kehittäminen Emmy Clothing Companylle

Vuosi

2021

Sivumäärä

35

Opinnäytetyön tavoitteena on ollut kehittää ja laajentaa yrityksen verkkosivujen vastuullisuusosion sisältöä. Toimeksiantajana toimi secondhand-merkkivaatteiden verkkokauppa Emmy Clothing Company. Kehityskohteena oli tehdä toiminnallisena opinnäytetyönä uutta sisällöntuotantoa sivustolle, opinnäytetyön teoreettiseen viitekehukseen ja kilpailija-analyysiin pohjautuvien tietojen perusteella. Teoreettinen viitekehys rakentui kiertotalouden vastuullisen liiketoiminnan aihealueiden ympärille vaatetusala Suomessa. Teoreettisen viitekehksen keskeisinä käsitteinä olivat vastuullinen liiketoiminta, vastuullisuus vaatusektorilla, kiertotalous ja kestävä kehitys. Nykytila-analyysi ja vastuullisuusosioiden kilpailija-analyysi olivat myös tärkeänä osana kehitystyötä.

Yrityksen sivuilta valmiiksi löytyneen vastuullisuusosion lähtötilanteen huomioiden, ratkaisuksi kehittyi rakentaa verkkosivuston vastuullisuusosio uudelleen teoreettista ja yrityksen vastuullisuudesta kertovaa sisältöä hyödyntäen. Tuotoksena saatiin johdonmukaista, uudenlaista ja kuluttajaystävällistä sisältöä verkkosivuille kertomaan läpinäkyvämmiin yrityksen vastuullisuudesta, sekä tietoa kävijöille kiertotalouden vastuullisuuteen liittyvistä tutkimustiedoista, jota voidaan myös hyödyntää yrityksen markkinoinnissa tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi yrityksen vastuullisuuden tukipilari sivustolle, josta kävijät voivat saada arvokasta tietoa vastuullisuudesta vaatetusala ja auttaa ihmisiä valitsemaan vastuullisemman tavan toimia juuri Emmy Clothing Companyn avulla. Tuotos on merkittävä lisä vastuullisuuden läpiviennin kannalta, ja sen jatkokehitysmahdollisuudet ovat laajat. Kehitysehdotuksena yritykselle on useita. Potentiaalisimpana niistä olisi vastuullisena toimijana tuottaa laaja ja analyttinen vastuullisuusraportti yrityksen verkkosivuille.

Asiasanat: kiertotalous, vastuullisuus, kestävä kehitys, sisällöntuotanto, vaatetusala

Tarja Ylisirniö

Development of the responsibility section for Emmy Clothing Company's website

Year	2021	Pages	35
------	------	-------	----

The purpose of the thesis was to develop and expand the responsibility content for a client company's website. The client of the thesis was a secondhand brandcloth webstore Emmy Clothing Company. The development work in this practice-based thesis consisted of content providing, which required drawing on the relevant theoretical frameworks and competitor analysis. The theoretical framework was built around sustainable business in the circular economy of the clothing industry in Finland. The main aspects of the framework were; sustainable business, sustainability in the clothing industry sector, circular economy and sustainable development. A present state analysis and competitor analysis were also very important parts of the development work.

Taking the company's existing responsibility section as the solution was based on the starting point of view of the company responsibility page. It was considered that the best solution was to recreate it with the help of background literature and by drawing on existing information about the company's efforts in responsibility. As a result, logical, modernized and consumer friendly content was produced for the website to clarify the company's objectives relating to responsibility and communicate research-based findings on circular economy effectivity. The company can also make use of the content as part of marketing in the future.

The output of this thesis was the recreated responsibility section which now better highlights the company's aspirations. In its current form, the website offers its visitors valuable information about the importance of sustainability in the clothing industry. It also helps people make more conscious, responsible decisions in the circular economy that Emmy Clothing Company represents. This development work is a remarkable creation supporting both communicating and developing the company's responsibility goals, and there are many ways that this work could be continued. To reinforce the image of a responsible actor in the industry, a potential next step could be to provide a comprehensive and detailed sustainability report on the company's website.

Keywords: circular economy, responsibility, sustainable development, content providing, clothing industry

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Kiertotalouden ja vastuullisuuden tärkeimmät käsitteet	2
2.1	Vastuullinen liiketoiminta	3
2.2	Kiertotalous	5
2.3	Kestävä kehitys.....	6
2.4	Vastuullisuus vaatetusalan sektorilla	8
3	Vastuullisuus-sisällön kehitystyö Emmylle	9
3.1	Nykytila-analyysi yrityksen vastuullisuuden näkyvyydestä kuluttajille	9
3.2	Kilpailevien yritysten vastuullisuus	13
3.3	Vastuullisuus-osion kehittämissuunnitelma	15
3.4	Sisältö vastuullisuusosioon	18
3.4.1	Yhdessä olemme vastuullisempia	19
3.4.2	Kiertotalous mullistaa ihmisten pukeutumisperiaatteet	21
3.4.3	Kiertotalous on merkittävä osa maapallon kantokyvyn parantamista	23
3.4.4	Hyväntekeväisyys on Emmyn sydämen asia	24
3.4.5	Vähentämällä palautuksia, vähennämme päästöjä	26
3.4.6	Emmy tuo kortensa kekoon YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden onnistumiseksi	28
3.4.7	Yhteenvedo uuden vastuullisuusosion sisällöstä	29
4	Kehitysehdotukset.....	30
5	Arviointi	31
	Lähteet	32
	Kuviot	35
	Kuvat	35
	Videot	35

1 Johdanto

Opinnäytetyö on tehty Emmy Clothing Companylle vastuullisuusosion kehitystyönä. Emmy Clothing Company on Suomen suurin secondhand-merkkivaatteiden verkkokauppa. Toiminta ulottuu myös kansainväliselle tasolle, tällä hetkellä toiseksi suurena markkinapaikkanaan Viro. Emmy Clothing Companyn toiminnalliset tilat sijaitsevat Lohjalla ja hallinnolliset tilat Helsingissä. Emmyn palveluita voi käyttää missä vain ympäri Suomea. Emmy tarjoaa myyjille helpon avaimet käteen -palvelun, ja ostajille turvallisen merkkivaatteiden ja -asusteiden ostopaikan.

Opinnäytetyön tavoitteena on ollut etsiä tietoa ja perehtyä kiertotalouden moninaisuuteen ja vastuullisen liiketoiminnan periaatteisiin, ja tähän perustuen tuottaa sisältöä ja uudistaa yrityksen vastuullisuusosion rakennetta niin, että se on kävijäystävällisempää ja informatiivisempaa sisällöltään. Tavoitteena on ollut myös rakentaa sivuston vastuullisuusosio niin, että tietoa voi hyödyntää jatkossa yrityksen markkinoinnissa. Sisältö on rakennettu myös jatkosisällön rakentamisen kannalta loogisesti. Opinnäytetyön aihealueet on rajattu niin, että se käsittelee yrityksen kannalta olennaisia osia vastuullisuudesta ja kiertotaloudesta, tuoden mahdollisimman suuren hyödyn asiakasyritykselle.

Opinnäytetyö avaa lukijalle vastuullisen liiketoiminnan ja kiertotalouden vastuullisuuden tärkeimmät osa-alueet ja sen vaikutukset vaatetusalan sektorilla Suomessa. Tavoitteena on, että lukija ymmärtää kiertotalouden yrityksen tuomat positiiviset vaikutukset maapallon kantokyvyn parantamiseksi niin, että lukija innostuu itsekin toimimaan vastuullisemmin ja saa hyviä vinkkejä tehdäkseen ympäristön kannalta parempia valintoja tulevaisuudessa.

Itselleni halusin avartaa tietotaitoani kiertotalouden vastuullisuuden ymmärtämisessä, ja kehittyä sisällöntuottajana informatiivisemmaksi kirjoittajaksi. Vastuullisen liiketoiminnan käsitteiden haltuunotto ja Emmy Clothing Companyn toiminnan vastuullisuuteen syventyminen on ollut myös tärkeä osa oman ammatillisen kehitykseni kannalta. Jo olemassa olevaan tietoon viittaaminen sisällöntuotannossa on ollut mielenkiintoinen oppimisprosessi. Opinnäytetyö sai minut myös syventämään asiantuntijuuttani liiketoiminnan vastuullisuudesta ja kiertotaloudesta opinnäytetyön ulkopuolelle jääneissä aihealueissa.

2 Kiertotalouden ja vastuullisuuden tärkeimmät käsitteet

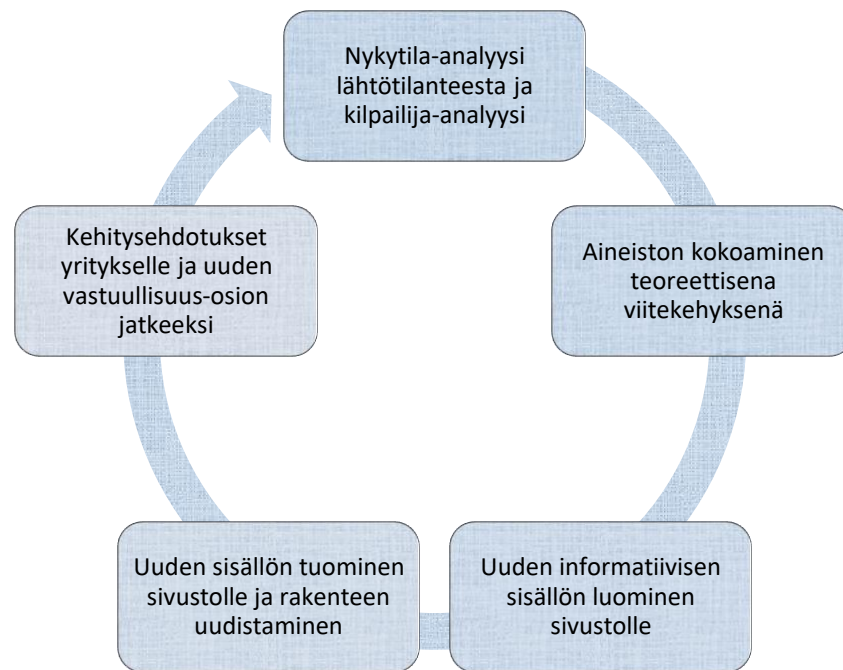
Opinnäytetyön tavoitteena on ollut luoda uudistettu sisältö yrityksen vastuullisuusosioon. Emmy Clothing Companyn vastuullisuusosion kehitystyön kannalta teoreettisen viitekehyksen keskeiset käsitteet ovat vastuullinen liiketoiminta, kiertotalous, kestävä kehitys ja vastuullisuus vaatetusalan sektorilla. Yritys harjoittaa kiertotaloutta liiketoimintana, ja on siksi käsitteenä tärkeä osa opinnäytetyön sisällön rakentamista. Kestävä kehitys ja ympäristön tulevaisuus ovat toiminnan kannalta tärkeässä roolissa käsitteenä, yrityksen toiminnan perustessa vastuullisiin ja ympäristön kannalta parempiin valintoihin. Opinnäytetyön tavoitteena on ollut myös avata käsitteenä ulkoista ja sisäistä vastuullisuutta, jotta toiminnan monipuolisuus vastuullisuuden eri osa-alueilta tulisi kokonaisvaltaisemmin ja läpinäkyvämmiin esille sivustolla. Vastuullisuus vaatetusalan sektorilla on olennainen osa opinnäytetyön käsitteitä, koska yritys toimii secondhand-merkkivaatteiden ja asusteiden parissa.

Opinnäytetyö on toiminnallinen, mikä tarkoittaa sitä, että opinnäytetyöprosessissa yhdistyvät käytännön toteutus ja sen raportointi tutkimusviestinnän avulla. On tärkeää, että toiminnallinen opinnäytetyö on työelämälähtöinen, käytännönläheinen, tutkimuksellisesti rakennettu, sekä riittävästi alan tietojen ja taitojen hallintaa osoittava. Työ on rakennettu teoreettiseen viitekehykseen, toimijaan, menetelmiin, materiaaleihin, aineistoihin sekä tuotokseen ja tulokseen pohjautuen. Toiminnallinen opinnäytetyö etenee loogisesti vieden asiaa eteenpäin aihevalinnan, rajauksen, suunnittelun ja organisoinnin sekä työstä saadun tuotoksen kautta arviointiin. Opinnäytetyö luokitellaan toiminnalliseksi, koska tavoitteena on ollut tuottaa ja kehittää sisältöä yrityksen verkkosivuille rajattuun alueeseen viitaten, ja teoreettiseen olemassa olevaan tietoon perustuen. (Vilka & Airaksinen 2003, 9-11; Salonen 2019, 6.)

Tämä opinnäytetyöprosessi sisältää laajalti teoreettista tutkimusviestintää.

Opinnäytetyöraportissa on mietitty tarkkarajaisesti käsitteitä ja termejä, jotka ovat olleet työn kannalta olennaisia. Valintoja ja ratkaisuja on perusteltu asiantuntevasti, sekä kerätyn tiedon lähteiden varmuus on perusteltua. Tarkoitus on, että raportin lukija pystyy perehtymään työprosessiin, sekä tulkitsemaan ja ymmärtämään prosessin eri vaiheet ja tarkoituksen. (Vilka & Airaksinen 2003, 65-66.)

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön työvaiheet rakentuivat seuraavan kuvion mukaisesti:



Kuvio 1: Opinnäytetyön vaiheet

2.1 Vastuullinen liiketoiminta

Vastuullinen liiketoiminta on merkittävä osa yrityksen menestystä. Toiminnan voitontuottamistavoitteen lisäksi merkityksellistä on se, mitä arvoa yritys tuo toiminnallaan yhteiskunnan hyväksi. Yrityksille, joiden liiketoimintaa innovoi esimerkiksi ympäristön kuormittamisen estävien ratkaisujen löytäminen, on kysyntää. Tämän hetken vahvistuvana trendinä ja oletusarvona on pyrkiä mahdollisimman avoimeen ja vastuulliseen liiketoimintaan. On tärkeää, että toiminnassa otetaan huomioon ilmastonmuutos, ehtyvät luonnonvarat, ympäristön saastuminen ja luonnon monimuotoisuuden vähenemisen huomioiminen. Yritysvastuun keskeinen tarkoitus on saada yritykset osaksi yhteiskunnallista vastuunottoa ympäristöön liittyvissä asioissa. Ilmastonmuutoksen hillintään on esimerkiksi ehdotettu ja tehtykin jo tavoitteita, niin Suomessa kuin kansainväliselläkin tasolla, kiertotaloutta ja jakamistaloutta hyödyntäen, jossa jo olemassa olevia materiaa hyödyntäen saadaan uusiokäyttöön jo olemassa olevaa materiaa ilman tarvetta valmistaa uutta. (Liappis, Pentikäinen & Vahala 2019, 1-2; Joutsenvirta, Halme, Jalas & Mäkinen 2011, 37-39.)

Ympäristö- ja kuluttajavastuullinen liiketoiminta voi saada myös aikaan kustannussäästöjä ja kilpailuetua markkinoilla. Tehostettaessa esimerkiksi materiaalien ja energian käyttöä syntyy kustannussäästöjä. Näitä vastuullisuuden osa-alueita hyödyntämällä saadaan kilpailuetua markkinoilla. Tätä keinoa hyödyntääkseen yrityksen tulee viestiä vastuullisuudesta. Vastuulliset teot ja faktat eivät välttämättä kulje käsi kädessä, eikä vastuullisuus näy

välttämättä tuotteesta päällepäin. Suomen yrityskulttuurissa markkinointi ja viestintä tulevat valitettavan usein tekniikan ja tuotekehityksen jälkeen tärkeysjärjestyksessä. Kuitenkin yrityksen viestintä ja markkinointi ovat niitä, joilla markkinaetua ja asiakkaita tuodaan. Etenkin vastuullisuudesta saatetaan ajatella niin, että vastuullinen toiminta havaitaan ilman siitä viestimistä ja vastuullisuuden avaamista. (Joutsenvirta ym. 2011, 253; Lampikoski & Sippo 2013, 120-125.)

Esimerkiksi yksi maailmanlaajuisesti tunnetuimpiin muotibrändeihin kuuluva yritys tajusi vastuullisuuden ja siitä viestimisen merkityksen vasta, kun yritys oli kuluttajien silmissä maailmanlaajuisesti menettänyt mainettaan ja tulostaan epäeettisten valmistusprosessin vaiheiden johdosta. Tästä viisastuneena, yritys loi koko brändinsä uudelleen vastuullisuus tärkeimpänä myyntivalttina, ja nousi takaisin maailmanlaajuisesti suosituimpien brändien joukkoon. Se rakensi merkittävällä tasolla uusia innovaatioita alalle, esimerkiksi suunnitellen uusiokäytön jokaiselle tuotteelle vielä varsinaisen käyttöiän jälkeen. Jokaisesta tuotteesta on myös tiedossa sen valmistamisen aiheuttamat ympäristövaikutukset. Tämä on hyvä esimerkki siitä, että vastuullisuudesta tulee viestiä avoimesti kuluttajille. Nämä vastuullisesta liiketoiminnasta esille tuotavat asiat ovat niitä, joilla yritys pystyy vaikuttamaan toiminnallaan yhteiskunnan kuluttajakäyttäytymiseen positiivisella tavalla ja tuomaan palveluidensa eettisyyden ja ympäristö vastuullisuuden avoimesti esille. (Joutsenvirta ym. 2011, 253; Lampikoski & Sippo 2013, 120-125.)

Emmy Clothing Companyn tavoite on saada muutettua ihmisten kulutustottumuksia kiertotaloudelliseksi niin, että jo olemassa olevaa materiaa hyödynnetään myynti- ja ostotarkoituksessa vaatesektorilla mahdollisimman paljon. Yrityksen kautta on mahdollista myydä ja ostaa laadukkaita merkkivaatteita ja asusteita, jolla varmistetaan, että yrityksessä myytävien tuotteiden elinkaaren pituus on pidempi kuin pikamuotiketjujen tuotteilla. Verkkokauppana toimiva Emmy on Suomen suurin secondhand-merkkivaatteiden sivusto. Sivustolta ostaminen on helppoa ja tuotteiden lähettäminen myyntiin ei vaadi myyjältä kuin tuotteiden listauksen myyntiläheteelle, ja niiden toimituksen valitsemallaan tavalla Emmyn varastotiloihin Lohjalle. Emmy hoitaa kaiken muun myyjän puolesta. Tarkoitus on, että toimintamalli on asiakaskokemuksena niin myyjille kuin ostajille mahdollisimman helppo.

Yritysvastuu on käsitteenä niin laaja, että kokonaisuudessaan sen haltuunotto voi olla erittäin haastavaa. Siksi yrityksen on viisainta keskittyä niihin asioihin, joihin on syytä panostaa, kuten Emmy Clothing Companylle kiertotalouden kehittämiseen ja sitä kautta maapallon kantokyvyn parantamiseen. Keskittyessä niihin aiheisiin, joihin yritys pystyy toiminnallaan eniten vaikuttamaan, on yrityksen toiminnan hyväksyntä ja sitouttaminen yhteiskunnan puolelta helpompaa. (Liappis, Pentikäinen & Vahala 2019, 15-25.)

Vastuullisuus on Emmy Clothing Companylle tärkeä periaate liiketoiminnan kannalta. Vastuullisuuden ollessa liiketoiminnan perustana, edellytetään yritystoiminnalta kolme asiaa. Ensiksikin, yrityksen johdon on näytettävä esimerkkien avulla, miten yrityksen missioon ja visioon perustuvia toimintamalleja sovelletaan. Heidän on myös näytettävä mallia, kuinka arvot muuntuvat toiminnaksi. Toiseksi, yrityksen arvojen on ohjattava kaikkea päätöksentekoa. Yrityksen pitää pystyä perustelemaan kaikki tekemänsä päätökset arvoihinsa perustuen. Kolmanneksi, yrityksen arvoja ja niiden toteutumista on mitattava ja niitä tulee jatkuvasti analysoida. (Malmelin & Wilenius 2008, 166.)

Emmy Clothing Companyn toiminta perustuu siihen, että kuluttajilla on helppoa myydä ja ostaa käytettyjä merkkivaatteita verkossa. Asiakaskokemuksen vahvistamiseksi olisi hyvä, jos yrityksen verkkosivuilta löytyisi yrityksen tuoma suora arvolupaus asiakkaille. Yritys kannustaa kuluttajia tulemaan mukaan ympäristötalkoisiin ja Emmy on suuri tekijä Suomen vastuullisten yritysten joukossa, joten tärkeiden arvomaailman kohtien olisi erittäin tärkeää löytyä sivuilta selkeästi.

2.2 Kiertotalous

Kiertotalous on noussut osaksi yhteiskunnan trendikkäimpiä muoti-ilmiöitä, ja nykyään saatetaan katsoa jopa paheksuen niitä, jotka toteavat, etteivät ostaisi missään nimessä kenenkään vanhaa vaan aina uutta. Tämä on muutoksen aikakautta, jossa yhteiskuntien hyvinvointi ei parane tuottamalla liukuhihnoilla lisää tavaroita, vaan pidentämällä tavaroiden käyttöikää maksimaaliselle tasolle. Kiertotaloudessa kulutus on sellaista, joka pohjautuu palveluiden käyttämiseen omistamisen sijasta. Materiaaleja ei hukata vaan niistä tehdään yhä uudelleen uusia tuotteita. Paras tuotteen uudelleenkäyttö on sellaista, jossa tuote pysyy alkuperäisessä muodossaan käytön alusta loppuun saakka. (Sitra 2020.)

Kiertotalouden saaminen osaksi suomalaisten päivittäisiä valintoja on avainasemassa päästöjen pienentämiselle. Noin 70 prosenttia Suomen ilmastopäästöistä tulee asumisesta, kulkemisesta ja ruoasta. Tämän hetkiset elintavat Suomessa vaatisivat neljän maapallon verran luonnonvaroja, joka on hälyttävä merkki saada kulutuskäyttäytymiseen muutoksia. Käyttämällä jo olemassa olevia kestäviä ratkaisuja päivittäin, voisi leikata arjen päästöjä jopa 37 prosenttia. (Sitra 2020.)

Kertakäyttö- ja pikamuodin kulutustuotteet ovat kuluttajalle kalliimpia kuin kestävät kilpailijat. Kun tietoisuus eri tuotteiden, palveluiden ja tekojen ympäristövaikutuksista kasvaa, tarve ja halu kaiken omistamiselle laskee. Kun ihmiset tietävät miten jokainen ympäristöteko vaikuttaa mihinkin niin yksilönä kuin isommassakin kuvassa, on suurempi todennäköisyys, että teot jäävät tavaksi. Emmy Clothing Companyn uudistunut

vastuullisuusosio avaa kuluttajakäyttäytymisen merkitystä yksilötasolla jo pienenkin teon vaikutustasolla niin, että lukijalle jää mieleenpainuva kuva siitä kuinka yhdenkin käytetyn vaateen ostamisella tai myymisellä on suuri merkitys. (Sitra 2020.)

Digitalisaation tuomat kiertotalouden ratkaisualustat ovat yleistyneet kovaa vauhtia. Yritysten toiminta on avainasemassa digitalisaation tuomien mahdollisuuksien näyttämiseen. Yritysten on toimittava niin, että kuluttajat tuntevat saavansa taloudellista ohjausta ja tekevänsä ympäristölle ystävällisempiä ratkaisuja. Tämä vaatii myös yritysten paneutumisen parempiin ratkaisuihin ohjaamalla toimintansa kiertotaloudelle tärkeisiin arvoihin kuten tekemällä kestävästä vaihtoehdoista edullisempia suhteessa haitallisimpiin kertakäyttötavaroihin. Yritysten pitäisi kannustaa ja ohjata ihmisiä uudelleenkäyttöön, jakamistalouteen ja korjauspalveluiden hyödyntämiseen. Emmy Clothing Companyn vastuullisuusosiossa voisi olla tietoa myös siitä, kuinka edullisemmin voi tehdä hyviä merkkivaatelöytöjä myös käytettynä, laadusta tinkimättä. Uuden omistamisen halun yhdistäminen hyvän tekemisen haluun, tuo tuplahyödyn kuluttajalle ostaessa Emmyltä, ja täten sen tulee olla myös osana yrityksen vastuullisuusosiota. (Sitra 2020.)

Kiertotalouteen vaatetussektorilla liittyy kuitenkin haasteita, sillä ei voida varmistaa, että vaatevalmistajat tuottavat varmuudella kestäviä vaatteita. Valmistajien tulisi ottaa heti suunnitteluvaiheessa huomioon tuotteen elinkaaren maksimointi niin, että se kestäisi käyttäjältä toiselle. Tyyliään vaatteiden tulisi olla myös ajattomia, eikä lyhyen ajan trendien mukaisia. Vaatevalmistajien tulisi myös kannustaa ihmisiä ostamaan vain tarvittavan ja valmistaa vaatteita vähemmän päästöjen vähentämiseksi. Emmy Clothing Companyn vastuullisuusosion tulisi avata ihmisten silmät motivoivalla ja positiivisella tavalla todellisuuteen, mikä saa sivuston kävijöiden avulla yhteiskunnan kehittymään parempaan suuntaan kiertotalouden avulla. Tieto täytyy saada ihmisten mieliin kiinnostavalla tavalla, ja niin että lukija jaksaa lukea sisällön, ja haluaa olla osa kiertotalouden ilmiötä. (Europarlament 2019.)

2.3 Kestävä kehitys

Kestävä kehitys on maailmanlaajuista kehitystä, jolla pyritään mahdollistamaan tulevien sukupolvien luonnonvarojen riittävyys ja minimoimaan köyhyyttä. Kestävä kehitys voidaan jakaa kolmeen osaan: ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen/kulttuurinen. Kestävän kehityksen tuominen osaksi liiketoimintaa, vaatii avointa vuorovaikutusta niin ulkoisten kuin sisäisten sidosryhmien kanssa. Sidosryhmiin kuuluvat myös luonnon ja tulevien sukupolvien ottaminen huomioon toiminnassa. (Kestävä kehitys 2020; Könnölä & Rinne 2001, 19-20.)

YK:n jäsenmaat sopivat vuonna 2015 kestävän kehityksen toimintaohjelmasta ja tavoitteista, jotka ohjaavat kestävän kehityksen edistämistä vuosina 2016-2030. Niiden pyrkimyksenä on poistaa äärimmäinen köyhyys maailmasta ja turvata hyvinvointi ympäristölle kestäväällä tavalla. Kestävään kehitykseen liittyy olennaisena osana planeetan rajat. Ihmisen toiminta tulisi sopeuttaa maapallon luonnon kantokykyyn. On tutkittu, että ihmisen toiminnan takia ilmasto muuttuu nopeasti, meret happamoituvat ja kokonaiset ekosysteemit katoavat. Toimintatapojen on muututtava myös yksilötasolla mahdollisimman nopeasti, sillä muuten maapallo ei ole pian hyvä koti ihmisellekään. (Suomen YK-liitto 2021.)



Kuvio 2: Kestävän kehityksen toimintasuunnitelman tavoitteiden pääkohdat (YK-liitto 2021)

Kestävän kehityksen toimintasuunnitelmassa on 17 pääkohtaa, joista eniten Emmy Clothing Companyn toiminta vaikuttaa kohtaan 12. Kohdan tavoitteena on varmistaa kulutus- ja tuotantotapojen kestävyys. Maailman väkiluvun uskotaan nousevan 9,6 miljardiin vuoteen 2050 mennessä. Jos tämä toteutuu, tarvitsemme käyttöömmme kolme maapalloa, jotta voisimme pitää nykyisen elämäntyyliämme ennallaan maailmanlaajuisella tasolla. Kohdan tavoitteena on, että taloudellinen toiminta tuottaa mahdollisimman paljon hyvinvointia, samalla kun luonnonvarojen käyttöä ja saastumista vähennetään. Alatavoitteista Emmy Clothing Companyn toimintaan soveltuvat käytännöt ovat:

1. Luonnonvarojen kestävä ja tehokas käyttö
2. Vähentää jätteen syntymistä merkittävästi ennaltaehkäisyn, kierrätyksen ja uudelleenkäytön keinoja käyttäen
3. Yritysten kestävien käytäntöjen omaksuminen

4. Varmistaa, että kestävästä kehityksestä ja luontoa suosivasta elämäntavasta tiedetään kaikkialla (Suomen YK-liitto 2021.)

Emmy Clothing Companylla on selkeä rooli kestävän kehityksen toimintasuunnitelman kyseisessä osiossa. On siis tärkeää tuoda vastuullisuusosioon tietoa ja esimerkkejä tästä aihealueesta, kertoen yrityksen toiminnan kestävän kehityksen kannalta jo toteen käyneitä aikaansaannoksia sekä vastuullisuudesta tulevaisuudessa.

2.4 Vastuullisuus vaatetusalan sektorilla

Jotta vaatetusalan sektorin toiminta olisi vastuullista, tulisi toteuttaa useita eri toiminnan muutoksia maailmalaajuisesti. On olemassa tiettyjä asioita, jotka auttavat kuluttajaa tekemään parempia valintoja, ja joita vastuullisemmat yritykset noudattavat valmistuksessa. Jotta vastuullisuus olisi maailmalaajuisesti kestävämpää, tulisi muutoksia tehdä radikaalisti muuttamalla vaatteiden suunnittelun ja valmistuksen prosesseja. Tämä tarkoittaa sitä, että esimerkiksi otettaisiin huomioon tuotteiden uusiokäyttömahdollisuus jo suunnitteluvaiheessa. Tällä hetkellä ei ole kuitenkaan tyypillistä, että vaatteita suunnitellaan ja valmistetaan ajatellen sitä, mitä vaatteelle tapahtuu sen elinkaaren päätyttyä. Kasvattamalla kierrätysperiaatteita olisi mahdollista, että enemmän kuin 100 biljoonaan dollarin arvosta materiaaleja ei menisi hukkaan vuositasolla. (Ellen MacArthur Foundation 2015.)

On kuitenkin valitettavaa, että tällä hetkellä vastuullinen muoti ajaa osan kuluttajista ei niin vastuullisiin valintoihin, sillä vastuullinen muoti on yleensä kalliimpaa kuin pikamuoti. Kuluttajia kannustetaan osittain tekemään nopeita ostopäätöksiä esimerkiksi alennusmyyneillä, kuitenkin niiden kestävyyttä ja laatua sen enempää pohtimatta. Poikkeuksena on ne kuluttajat, jotka ovat ympäristötietoisia ja ovat valmiita maksamaan enemmän vastuullisesta muodista. Näiden ympäristötietoisten kuluttajien määrä on onneksi nousussa. Pitkällä tähtäimellä pikamuoti ei kestä käytössä, ja kuluttajien tietouteen pitäisi saada yhä vahvemmin tuotua esille se fakta, että vastuullinen muoti kestää jopa käyttäjältä toiselle, ja jälleenmyyntiarvo pysyy sellaisena, ettei tuote ole kierrätykseen joutuvaa oman käytön jälkeen toisin kuin pikamuoti. Nämä asiat on hyvä tuoda esiin osana uudistunutta vastuullisuusosiota osana Emmy Clothing Companyn sivustolla. (Eu parlament 2019.)

Ympäristötietoiset kuluttajat voidaan segmentoida seuraavanlaisesti:

Sitoutuneet	Ristiriitaiset	Huolestuneet	Hämmentyneet	Kyyniset
<ul style="list-style-type: none"> Tietävät mitä tehdä ja toimivat usein sen mukaan 	<ul style="list-style-type: none"> Tietävät mitä tehdä, mutta eivät vaivaudu tekemään sen mukaisesti 	<ul style="list-style-type: none"> Haluavat tietää miten toimia, mutta eivät toimi sen edistämiseksi 	<ul style="list-style-type: none"> Eivät tiedä mitä pitää tehdä ja kuinka muutos luodaan 	<ul style="list-style-type: none"> Eivät tiedä mitä tehdä, eivätkä välitä

Kuvio 3: Vihreästi toimivien kuluttajien segmentointi (Lampikoski & Sippo 2013, 50.)

Kuvio on hyvä esimerkki siitä, kuinka vaatetusalallakin ympäristöystävällisiä valintoja tehdessä, voi olla vaikeaa tehdä ja sitoutua tekemään aina vastuullisia valintoja. Siksi vaatetusalalla toimiessa on erittäin tärkeää avata vastuullisten valintojen merkitystä. Kuluttajista löytyy myös segmenttejä yhdistämällä niin sanottuja hybridikuluttajia, jotka voivat esimerkiksi kuulua normaalitilanteessa sitoutuneisiin kuluttajiin, ja tehdä vaateostoksensa vastuullisimman mukaan. Sama kuluttaja saattaa muuttua hetkellisesti kyyniseksi kuluttajaksi, ostamalla pikamuotiketjun alennusmyynneistä muutaman euron t-paidan välittämättä sen ympäristövaikutuksista. Jotta kuluttajat olisivat enemmän sitoutuneita kuin kyynisiä, tarvitaan vahvaa ja läpinäkyvää vastuullisuuden merkityksen avaamista liiketoiminnassa viestinnän ja markkinoinnin avulla. (Lampikoski & Sippo 2013, 50-51.)

3 Vastuullisuus-sisällön kehitystyö Emmylle

Tässä kohdassa analysoidaan Emmy Clothing Companyn lähtötilannetta vastuullisuuden näkyvyydestä verkkosivuilla, sekä analysoidaan kilpailevien yritysten vastuullisuusosioita verrattuna toimeksiantajan vastuullisuusosioon. Osioista löytyy myös verkkosivuston vastuullisuusosion uudistamisen suunnitelma ja sisältö, joka on tuotettu opinnäytetyön aikaansaannoksena yrityksen verkkosivuille korvaamaan ja täydentämään jo aiemmin yrityksen sivuilta löytyvää tietoa vastuullisuudesta.

3.1 Nykytila-analyysi yrityksen vastuullisuuden näkyvyydestä kuluttajille

Emmy Clothing company on secondhand-merkkivaatteiden osto- ja myyntisivusto. Yrityksen kautta on mahdollista myydä ja ostaa merkkivaatteita ja -asusteita helposti. Yritys on suomalainen ja perustettu vuonna 2015, ja toiminta on kasvanut merkittävästi vuosien aikana.

Tällä hetkellä Emmyn verkkosivustolla on myynnissä yli 80 000 yksittäin käsin tarkistettua merkkivaatetta ja -asustetta naisille, miehille ja lapsille. Emmyn slogan on: Aina jotain hyvää kaapissasi.

Emmyn visio on, että ihmiset hankkisivat laadukkaita vaatteita, jotka kestävät käyttäjältä toiselle ja joilla on jälleenmyyntiarvoa. Miksi näin on? Tätä ohjenuoraa noudattamalla tarve tuottaa uutta vähenee, joka säästää luonnonvaroja ja vähentää päästöjä. Näin myös tekstiilijätteen määrä vähenee, koska tuotteet ovat pitkäikäisempiä. Emmy on luonut toimivan markkinan käytetyille vaatteille ja asusteille. Emmy uskoo, että laadukkaille vaatteille on kysyntää ja Emmy tekee niiden myymisen helpoksi oman käytön loputtua. Emmyn neljä tärkeintä markkina-arvoa tuovaa tekijää ovat helppous, laatu, laaja valikoima ja hyvä mieli. (Emmy 2021a.)

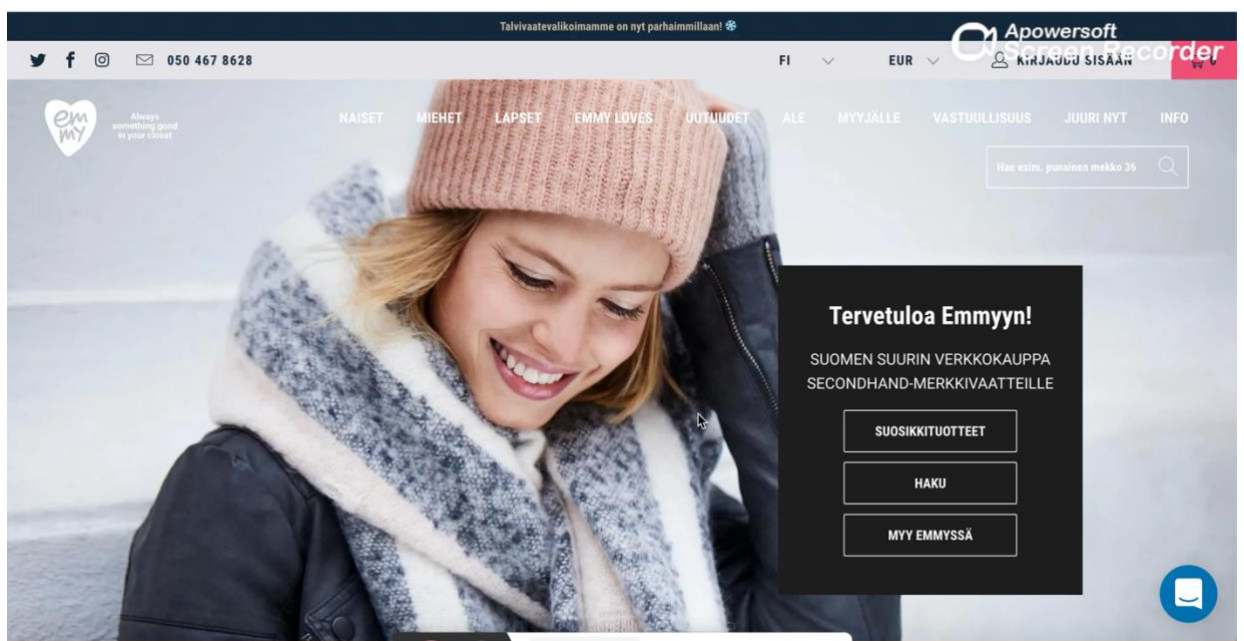
Emmy tekee paljon hyväntekeväisyysyhteistyötä eri tahojen kanssa. Emmy-myyjät voivat halutessaan lahjoittaa myyntituottonsa ja myymättä jääneet tuotteensa Emmyn kautta useille eri toimijoille. Näitä ovat muun muassa Hope ry., Vailla vakinaista asuntoa ry., SOS Lapsikylä, Unicef, Pelastakaa Lapset ry. Emmy oli myös osana vuoden 2020 Big Brother-ohjelman viikkotehtävää, jossa Emmy lahjoitti viikkotehtävää varten tuhansia myymättä jääneitä tuotteita asukkaiden siistittäväksi ja lajiteltavaksi ennen niiden lähettämistä niitä tarvitseville Asunnottomien Yö -tapahtumaan. (Emmy 2021b.)

Emmy-myyjänä, asiakas täyttää myyntilähetteen, lähettää myyntierän Emmylle valitsemallaan toimitustavalla ja Emmy hoitaa loput. Yritys hoitaa tuotteiden tarkistamisen, hintojen arvioinnin, tuotteiden kuvaamisen sekä säilyttämisen ja myymisen. Myyntiaika myyntierälle on puoli vuotta. Asiakas voi itse valita haluaako hän tuotteet itselleen takaisin myyntiajan päättymisen jälkeen, vai lahjoittaa ne hyväntekeväisyyteen. Emmyn laatikoita, joihin myyjä voi viedä myyntieränsä toimitettavaksi löytyy ympäri Suomea kauppakesuksista, Stockmann tavaratalosta Helsingissä ja Nanson, Reiman ja Espritin myymälöistä. Myyjä voi myös toimittaa myyntieränsä Matkahuollon, Postin tai Budbee-kotinoutoa käyttäen. (Emmy 2021c.)

Ostoksia helpottamaan, Emmy on pyrkinyt siihen, että ostaja voi löytää helpommin omaan tarpeeseensa löytyviä laadukkaita secondhand-tuotteita. Emmyn valikoimassa olevissa tuotteissa löytyvät kriittiset mitat, sekä esimerkiksi tieto siitä onko materiaali joustavaa. Jokaisen tuotteen kunto on myös arvioitu yksilöllisesti uudeksi, jossa laput kiinni, uudenveroiseksi, hyväksi tai käyttökuntoiseksi. Jos tuote on käyttökuntoinen, on tuotekuvauksessa kerrottu mitä mahdollisesti näkyviä käytön jälkiä tuotteessa on. Emmyllä on 14 päivän vaihto- ja palautusoikeus jokaiselle ostetulle tuotteelle. (Emmy 2021d.)

Emmyn verkkosivuilta löytyy jonkin verran tietoa yrityksen vastuullisuudesta. Verkkosivuilta löytyy oma vastuullisuussivu, jossa on kuitenkin vain pieni osa siitä, mitä kiertotaloudesta ja vastuullisuudesta voisi kävijöille kertoa. Yrityksen verkkosivut kannustavat kuluttajia hienosti vastuullisiin valintoihin. Sivustolta ei kuitenkaan löydy paljoa informatiivista tietoa siitä, miten kiertotalous ja vastuullinen liiketoiminta vaikuttavat ympäristön kantokyvyn parantamiseen, kestävään kehitykseen ja hiilijalanjäljen pienentämiseen. Myöskään faktatietoon liitettyä tietoa siitä, kuinka kuluttajat tietävät Emmyn valitessaan valitsevansa vastuullisen, ei löydy niin laajalti informaatiota kuin näin merkittävällä tasolla vastuullisesti toimiva yritys voisi mahdollisesti kertoa. Faktapohjaiseen tietouteen perustuvat tiedot puuttuvat, joka on laajin osio opinnäytetyötä rakentaessa. Opinnäytetyössä on hyvä pystyä yhdistämään jo verkkosivuilla olemassa oleva tietous ja taito yrityksen uudistuneeseen vastuullisuusosioon. Alkuperäisenä sisällöntuotannon suunnitelmana oli rakentaa uudistettu sisältö blogitekstien muodossa, mutta suunnitelma muuttui ja jokaisesta tuotetusta tekstistä tehtiin oma verkkokaupan sisältösivusto. Näin sisältö on vielä uskottavampaa, pitkäikäisempää ja isommassa roolissa sivustolla. Blogitekstit jäävät julkaisumuotona valitettavan usein kertaluontoisen oloiseksi ja tiettyyn julkaisuaikaan sitoutuneeksi.

Seuraavassa videossa esiteltynä Emmyn vastuullisuuden näkyminen nettisivuilla opinnäytetyön aloitusvaiheessa sekä analysointia lähtötilanteesta:



Video 1: Emmyn lähtötilanne ennen uuden vastuullisuusosion rakentamista

Ympäristöystävällinen valinta

CO₂-päästöjä vältetty

635

tonnia

Puhdasta vettä säästetty

1270

miljoonaa litraa

Hyväntekeväisyyteen lahjoitettu

301.192

vaatetta

Ostamalla käytetyn tuotteen:

1

Säästät päästöjä ja luonnonvaroja, koska tarve tuottaa uutta vähenee

2

Vähennät tekstiilijätteen määrää ja edistät kierrätystä parhaimmalla tavalla

3

Nostat laadukkaiden ja käyttäjältä toiselle kestävien merkkien kysyntää

Tiesitkö, että tuotteen käyttäminen uudelleen alkuperäisessä muodossaan on kaikkein paras tapa kierrättää?

Uusien vaatteiden valmistaminen kiihdyttää ilmastonmuutosta

Vaate- ja tekstiiliteollisuus on yksi suurimmista päästöjä tuottavista ja luonnonvaroja kuluttavista teollisuudenaloista. On laskettu, että pelkästään yhden uuden T-paidan valmistaminen kuluttaa jopa **2700 litraa puhdasta vettä** ja tuottaa yli 20 kertaa painonsa verran CO₂-päästöjä.

Tämän lisäksi tarpeettomaksi jääneiden vaatteiden hävittäminen tuottaa valtavan määrän jätettä joka ikinen minuutti. Pelkästään Suomessa käytöstä poistetaan n. 70 miljoonaa kiloa tekstiiliä vuosittain, mikä tarkoittaa noin **13 kg henkeä kohti**.

Käyttämällä Emmyä osallistut ilmastotalkoisiin

Emmyn tavoitteena on, että kuluttajat hankkivat vähintäänkin osan vaatteistaan käytettyinä. Jokainen käytettyä hankittu vaate vähentää tarvetta tuottaa uutta.

Lisäksi pyrimme siihen, että silloin kun ostavat uutta, kuluttajat valitsevat laadukkaita tuotteita ja brändejä, jotka kestävät käyttäjältä toiselle eli joilla on jälleenmyyntiarvoa.

Kaikki tämä saa aikaan sen, että **tuotteita käytetään pidempään ja näin tekstiilijätteen määrä vähenee merkittävästi**.

Lähteet:

Carbon Trustin raportti tekstiiliteollisuuden päästöistä

WWF: The impact of a cotton t-shirt

STJM: Kohti tekstiili- ja muotialan kestäväää kasvua

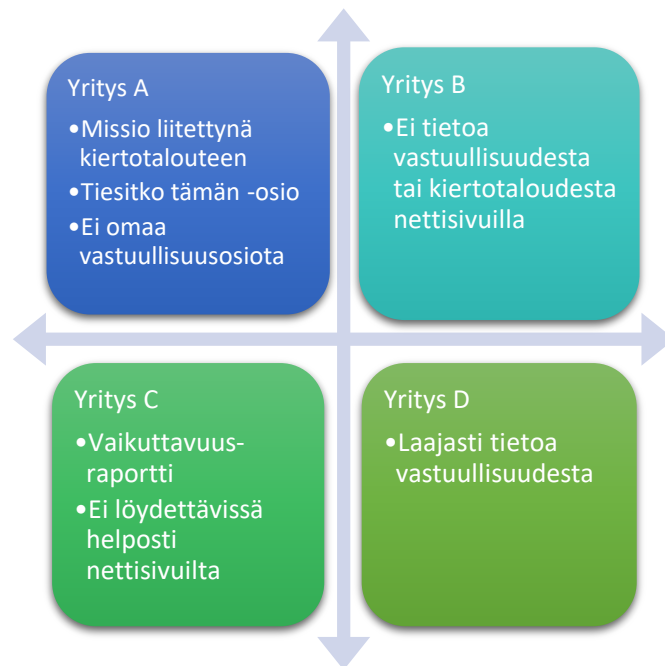
STJM: Kiertotalouden kärjessä II – Ratkaisuja tekstiilien kiertoon

Kuva 1: Emmyn verkkosivuston vastuullisuusosio ennen muutoksia

Lähtötilanteesta päätellen, vastuullisuusosioon on tehtävä paljon muutoksia, ja muotoilla sivu uudelleen. Opinnäytetyön tuotettu sisältö tulee selkeyttämään ja kokoamaan Emmyn vastuullisuusosion kuluttajille helpommin lähestyttäväksi informatiiviseksi paketiksi, joka kannustaa kuluttajia tekemään vastuullisia valintoja Emmyn kautta. Uudistuneelta vastuullisuusosioista välittyy myös Emmy Clothing Companyn ammattitaito ja vastuullisuuden merkitys toiminnassa isossa kuvassa ajatellen monista eri näkökulmista.

3.2 Kilpailevien yritysten vastuullisuus

Vertailussa käytettiin yritystoiminnaltaan mahdollisimman samalla toimintaperiaatteella toimivia yrityksiä verrattavaksi Emmy Clothing Companyn vastuullisuuden näkyvyydestä heidän verkkosivuillaan. Yritykset on nimetty Yritys A-Yritys D.



Kuvio 4: Kilpailevien yritysten vastuullisuuden näkyvyys sivustoilla

Yritys A

Yrityksen toimintamalli on lähimpänä Emmy Clothing Companyn toimintaa. Yrityksen toiminta on kuitenkin volyymiltaan pienempää kuin toimeksiantajan. Yrityksen sivustolla löytyy selkeästi kuvattuna missio, jonka tavoite on pidentää vaatteiden elinkaarta, jotta maailma olisi elinkelpoinen tulevaisuudessa. Yritys kannustaa ihmisiä tekemään kestävämpiä kulutusvalintoja tarjoten vaihtoehdon uuden ostamisen sijasta. Sivustolta löytyy, tiesitkö tämän -osio, jossa kerrotaan vaatteiden tuotannon tuplaantumisesta, sekä tietoa vaatteiden käytöstä Suomessa. Sivustolta löytyy myös kolmen kohdan osio yrityksen johtamisesta, jossa sosiaalinen vastuullisuus työyhteisössä tulee ilmi. Sivustolta ei löydy vastuullisuusosiota kuitenkaan ollenkaan, vaan sivuston tiedot on kerätty yrityksen esittelysivulle. Yritykseltä ei löydy hyväntekeväisyyttä käsittelevää osiota sivustolta.

Yritys B

Kivijalkakirppiksenä pääkaupunkiseudulla suosiota niittänyt yritys ei ole toiminut verkkokauppana kuin pienellä toimintamallilla (alle 20 tuotetta myynnissä verkkokaupassa). Yritys on valittu listattavaksi vertailuun sen ollessa sosiaalisessa mediassa hyvin suosittu yritys

vahvan brändin ansiosta. Tämän yrityksen myyntipaikat myydään hetkessä loppuun niiden vapautuessa. Yrityksen sivuilta ei löydy mitään tietoa yrityksen vastuullisuudesta. Yrityksen esittely on sivustolla tunteisiin vetoavaa fiilistelyä, ei niinkään faktatietoa.

Yritys C

Yrityksessä yksityishenkilöt myyvät pääasiassa itse tuotteita, mutta toimitukseen ja asiakaskontaktiin liittyvät asiat hoituvat yrityksen kautta. Yrityksen kautta voi myydä vaatteiden ja asusteiden lisäksi muutakin. Yritys tarjoaa nykyään myös avaimet käteen -myyntipalvelua. Yrityksen sivuilta löytyy erillinen vaikuttavuusraportti. Raportista käy ilmi ylikuluttamiseen liittyvät ongelmat, kiertotalouden periaatteet ja uudelleenkierron ja -käytön vaikutukset. Sisältöön on kiteytetty kiinnostavalla tavalla faktatietoa alan vastuullisuudesta ja vaikutuksista. Raportissa on myös käyty läpi miten kyseinen toiminta vaikuttaa YK:n asettamiin kestävän kehityksen tavoitteisiin viitaten. Sivulla on myös kerrottu erikseen, kuinka itse yritys, myyjä ja ostaja vaikuttavat positiivisesti ympäristöön. Raportin lopussa on kiinnostusta herättävä kohta, jossa näytetään kuinka paljon tekstiilijätettä on syntynyt sinä aikana, kun raportissa on viettänyt aikaa. Raporttia sai kuitenkin etsiä nettisivuilta, eikä sitä löytynyt kovin helposti nähtäväksi. Yrityksen sivuilta ei löydy osiota hyväntekeväisyydestä.

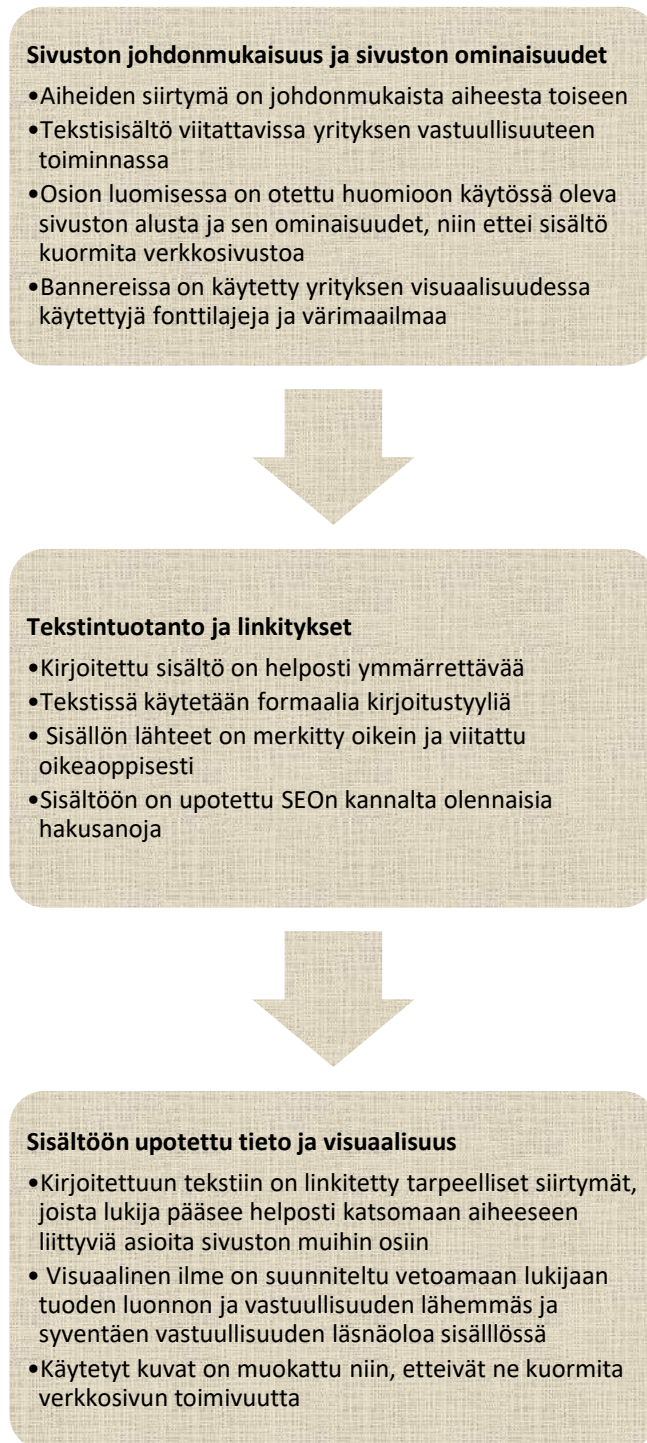
Yritys D

Yritys ei ole avaimet käteen -palvelu, vaan sivustolla yksityishenkilöt sekä yritykset myyvät omaisuuttaan suuremmassakin mittakaavassa ja hoitavat kaupankäynnin alusta loppuun itse. Yrityksen sivuilta löytyy laaja osio ympäristövaikutuksista, joita vertaiskauppa tuo ja konkreettisia esimerkkejä yrityksen tuomista positiivista ympäristövaikutuksista Suomessa. Yritys käyttää käyttäjistään sanaa ympäristösankarit, ja tuovat tämän alla esille, kuinka käyttäjät ovat toiminnallaan vaikuttaneet ympäristöön. Sivustolta pääsee myös laajempaan ympäristötutkimukseen, jonka yritys on toteuttanut.

Verrattuna vertailun kohteena olleisiin kotimaisiin yrityksiin, olisi tärkeää, että Emmy Clothing Company hyödyntäisi jo nyt olemassa olevaa vastuullisuusosiotaan sivustollaan paremmin. Muilla yrityksillä ei ole niin helppo löytää vastuullisuusosiota sivustolta kuin Emmy Clothing Companyn sivuilla. Joiltain vastuullisuusosio puuttui jopa kokonaan. Jotta yrityksen vastuullisuudesta saa kerrottua informatiivisesti ja kiinnostavasti, on tieto kuitenkin rajattava niin että sen jaksaa lukea. On tärkeää, ettei kiinnostus luettavaan sisältöön lopahda, jolloin kävijä poistuu sivulta helpommin. Muut yritykset eivät harjoita hyväntekeväisyyttä niin paljon kuin Emmy Clothing Company, tai eivät ainakaan tuo sitä esille. Tämä on tärkeä osa vastuullisuusosion kehittämistä. Kävijät tietävät tällöin, että yritys on sekä ympäristövastuullinen ja että palvelun käyttäjät tekevät myös hyvää Emmy Clothing Companyn kanssa asioidessaan.

3.3 Vastuullisuus-osion kehittämissuunnitelma

Nykytila-analyysiin ja teoreettiseen viitekehykseen viitaten, Emmy Clothing Companyn vastuullisuusosiota on syytä kehittää informatiivisemmaksi, käyttäjäystävällisemmäksi ja kiinnostavammaksi. Yrityksen toiminta perustuu vastuullisuudelle, joten toiminnan vastuullisuuteen liittyviä aihealueita löytyy myös jatkettavaksi opinnäytetyön jälkeiselle ajalle. Tulevia aiheita voisivat olla esimerkiksi vastuullisen vaateen kestävä elinkaari ja ympäristötietoisien kuluttajan ohjenuorat. Muutokset joita opinnäytetyön tuotoksena on tehty ovat kuusi vastuullisuuden eri aihealueista kirjoitettua sivua, jotka liitetään vastuullisuusosion alasivuiksi. Tämän lisäksi sivuston rakennetta on paranneltu käyttäjäystävällisemmäksi. Vastuullisuus-sivun alkuun on jätetty lyhyt informatiivinen laskuri, josta kävijä näkee miten paljon luonnonvaroja on säästetty ja vaatteita lahjoitettu hyväntekeväisyyteen. Vastuullisuuslaskurin alle on kirjoitettu esittelykuvaus vastuullisuusosioista, Emmyn sydän sykkii vastuullisuudelle, jolla viitataan myös yrityksen sydämenmuotoiseen logoon. Tämän alapuolelle on opinnäytetyön tuotoksena rakennettu esittelybannerit, joista vastuullisuusosion eri sisältösivuihin pääsee helposti. Ennen tuotosten rakentamista suunnitelmassa tuli ottaa huomioon seuraavat kohdat:



Kuvio 5: Vastuullisuusosion suunnittelu

Verkkomarkkinointi eli digitaalinen markkinointi tarkoittaa kaikkea verkossa tapahtuvaa tai verkkoa hyödyntävää markkinointia. Keskeisiä verkkomarkkinoinnin osa-alueita ovat tässä opinnäytetyössä sisältömarkkinointi ja hakukoneoptimointi (SEO). Sisältömarkkinointi kuvaa sisällön laatua, määrää ja ajantasaisuutta. Hakukoneoptimointia tulee hyödyntää sisältömarkkinointia tehdessä, tämän tarkoittaessa sisällön hakusanojen- ja lauseiden

miettimistä niin, että yrityksen sisältö nousee mahdollisimman korkealle verkon hakutuloksissa kuten Googlessa. (Uusyrittäkeskus 2017.)

Opinnäytetyön tekstintuotannon ja sisältö sivustojen rakentamisen jälkeen on tärkeää, että sisältöä markkinoidaan yrityksen sosiaalisen median kanavissa. Kyseessä on yrityksen toiminnan vastuullisuutta brändäävä kehitystyö. Tämän perusteella tuotettuun tekstiin ei etsitty uusia kuluttajien käyttämiä hakusanoja vastuullisuudesta. Tärkeää on käyttää hakusanoja, joilla on kaupallisesti merkitystä kiertotalouden vaatetusalan sektorilla. Näin yritys nousee hakutuloksissa korkeammalle, koska ne ovat sanoja, joita kuluttajat käyttävät etsiessään Emmy Clothing Companyn kaltaista yritystä. Hakukoneoptimoinnin tutkimustyö on tehty aiemmin tänä vuonna yrityksen muun kehitystyön yhteydessä, ja vastuullisuusosioon on poimittu kyseisestä raportista tärkeitä hakusanoja käytettäväksi upotettuina vastuullisuusosion URLeihin ja ALT-teksteihin.

Kiertotalouden vaatetusallalla tehtävää hakukoneoptimointia tämän alan palvelumuodon kannalta on suositeltavaa tehdä kaupallisessa tarkoituksessa, joten vastuullisuuteen liittyvillä sanavalinnoilla ei kävijäkäyttäytymistä ajatellen ole tämän kehitystyön kannalta merkitystä. Kuitenkin vastuullisuusosion ALT-teksteihin, kuten kuvien tietoihin ja linkkien kuvausteksteihin kannattaa piilottaa hakukoneoptimoinnin kannalta tärkeitä sanoja, joilla Emmyn kaltaisia kiertotalouden yrityksiä etsitään, kuten nettikirppis, kirppis, trendi, vastuullinen muoti, secondhand. Kun kyseessä ei ole kaupallisesti tuottoa tuottava kehitystyö, maksettua mainontaa ei vastuullisuusosioon tuotettujen tekstien mainontaan kannata käyttää. Tekstit käännetään mahdollisesti myös viron ja englannin kielille. Uudistettua vastuullisuusosiota voisi täten myös mainostaa Emmyn Viron sekä kansainvälisen sosiaalisen median kanavalla Facebookissa.

3.4 Sisältö vastuullisuusosioon

Vastuullisuusosion uudistettu sisältö on jaettu kuuteen eri vastuullisuuden aiheita käsittelevään osioon. Vastuullisuussivustolle mentäessä näkyy Emmyn reaaliajassa päivittyvä ekolaskuri sekä houkuttelevat siirtymäbannerit vastuullisuusosion eri kohtiin, joita klikkaamalla pääsee kokonaan kirjoitettuihin sisältöihin. Tuotettu sisältö ei ole suoraan yhdellä sivulla luettavissa, jottei se ole liian raskas. Sivusto on rakennettu lyhyestä esittelytekstistä päästäväksi vastuullisuusosion sisältöihin, josta avautuu koko teksti seuraavalla sivulla. Seuraavana kuva ja videoesittely uudesta vastuullisuusosiosta, sekä uusien sisältösivujen tekstit.



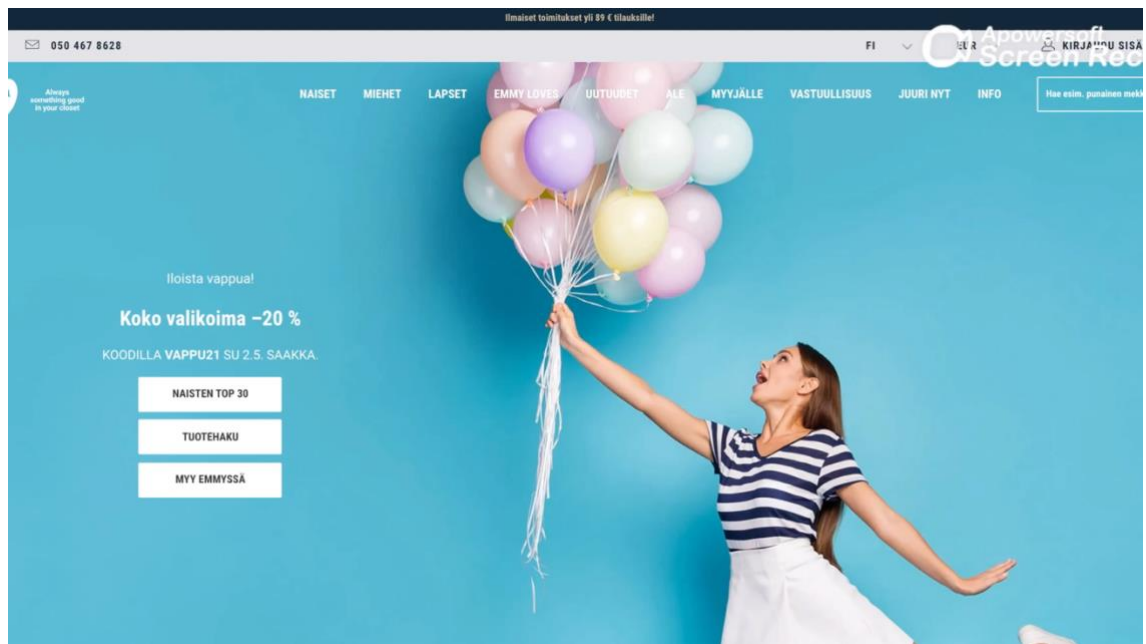
Lue lisää kiertotaloudesta ja Emmyn roolista osana vastuullisempaa tulevaisuutta:

	<p>Yhdessä olemme vastuullisempia</p> <p style="text-align: center;">Lue lisää</p>
	<p>Kiertotalous mullistaa ihmisten pukeutumisperiaatteet</p> <p style="text-align: center;">Lue lisää</p>
	<p>Kiertotalous on merkittävä osa maapallon kantokyvyn parantamista</p> <p style="text-align: center;">Lue lisää</p>
	<p>Hyväntekeväisyys on Emmyn sydämen asia</p> <p style="text-align: center;">Lue lisää</p>
	<p>Vähentämällä palautuksia, vähennämme päästöjä</p> <p style="text-align: center;">Lue lisää</p>
	<p>Emmy tuo kortensa kehoon YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden onnistumiseksi</p> <p style="text-align: center;">Lue lisää</p>

Tiesitkö, että tuotteen käyttäminen uudelleen alkuperäisessä muodossaan on kaikkein paras tapa kierrättää?

Kuva 2: Emmyn uuden vastuullisuusosion [pääsivun](#) rakenne

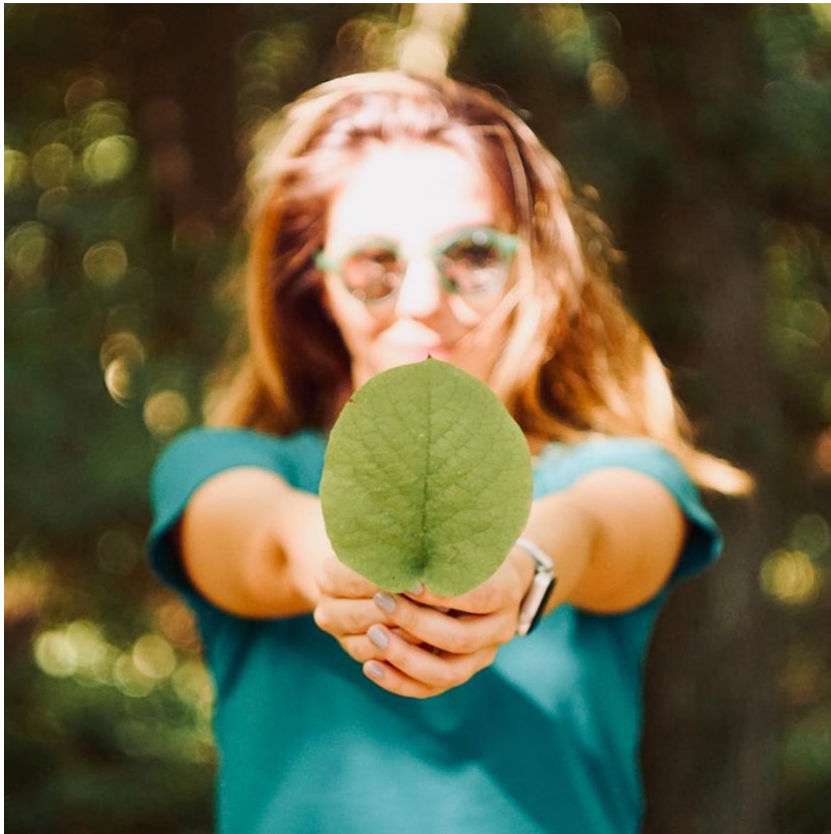
Ohessa video uudesta sisältörakenteesta ja sen toimivuudesta:



Video 2: Emmyn uuden vastuullisuusosion esittely

3.4.1 Yhdessä olemme vastuullisempia

Emmyn toiminnan tavoitteena on antaa jokaiselle mahdollisuus vaatekaappiin, joka on vastuullinen. Emmyn työntekijät ja asiakkaat ovat yhtä isossa roolissa vastuullisuuden läpiviennille kuluttajayhteisössä. Vastuullisin tapa toimia vaatetusalalla, on saada jokainen laadukas tuote kiertämään elinkaarensa alusta loppuun, sen alkuperäisessä muodossaan mahdollisimman pitkään.



Kuva 3: Unsplash 2021

Emmy mahdollistaa tämän kaiken:

- Myyjänä, voi kuka vain myydä tarpeettomaksi jääneitä laadukkaita tuotteitaan mahdollisimman pienellä vaivalla. Emmy haluaa antaa mahdollisuuden vaivattomaan luopumiseen, etsien käyttämättä jääneille tuotteille uuden kodin myyjän puolesta.
- Ostajana, kuka vain voi hankkia vaatteita ja asusteita vastuullisemmin, hankkien jonkun muun omistaman tuotteen secondhandina. Valitsemalla Emmyn, voi luotettavasti olla mukana vastuullisen muodin vallankumousta. Jokaisella secondhand-hankinnalla on merkitystä, ja vähennetään tarvetta valmistaa uutta.
- Emmyn työntekijät ja asiakkaat saavat mahdollisuuden tuoda äänensä kuuluviin, kehittäen yrityksen toimintaa entistä paremmaksi käyttökokemukseltaan ja vastuullisuudeltaan. Työntekijöillä on mahdollisuus kehittää yrityksen vastuullisuutta, esimerkiksi erilaisten työpajojen muodossa. Viimeisimmän työtyytyväisyyskyselyn mukaan, Emmyläiset ovat iloisia saadessaan työskennellä osana kiertotalouden edelläkävijyyttä Suomessa.

Emmy haluaa, että myymättä jääneet vaatteet sekä asusteet löytävät kodin myyntiajan päätyttyä. Siksi suurena osana toimintaa on hyväntekeväisyys. Myyjät voivat halutessaan aina lahjoittaa myymättä jääneet tuotteet niitä eniten tarvitseville. Useat eri

hyväntekeväisyystahot toimivat yhteistyössä Emmyn kanssa. Lue lisää hyväntekeväisyydestä täältä.

Emmyn markkinointijohtaja Taru Marjamaa kommentoi Emmyn vastuullisuutta näin:

”Vastuullisuus on toimintamme kulmakivi. Secondhand-alalla toimiminen on vastuullista liiketoimintaa ja koska Emmy on virittänyt prosessinsa edistyksellisiksi, edistää se itsessään kiertotalouden kasvua. Kun vaatteita ei tarvitse osata myydä itse, vaan kaiken hoitaa Emmy, lisää se kiertotalouden tasavertaisuutta kaikille.”

3.4.2 Kiertotalous mullistaa ihmisten pukeutumisperiaatteet

Aiemmin pukeutuminen ja vaatehankinnat perustuivat siihen, mikä on näyttänyt hyvältä sen enempää niiden alkuperää ajattelematta. Nykyään vaatevalmistajilta on vaadittua osata kertoa vaatteiden valmistusprosesseista niiden eri vaiheita peittelemättä. Kiinnostus alkuperää ja valmistusprosesseja kohtaan, on tuonut tätä kautta ihmiset lähemmäs kotimaisuuteen kannustamista. Kiertotalouden onnistumisen kannalta on tärkeää, että jo vaatteiden ja asusteiden suunnitteluvaiheessa on otettu huomioon se, että tuote kestää sen alkuperäisessä muodossa mahdollisimman pitkään. (Charter 2018, 249-250.)

Tehdessä hankinnan Emmyltä, tietää varmasti valinneensa vastuullisen. Valikoiman tuotteista ei tule ympäristöhaittoja, joita taas uuden valmistaminen aiheuttaa. Kaikki vaatteet ja asusteet ovat käsin tarkistettuja Emmyn toimitiloissa Lohjalla. Emmyn myyjänä ja ostajana:

- On annettu uusi mahdollisuus siihen, että vaate kiertää sen alkuperäisessä muodossa pidempään.
- Ei ole kulutettu luonnonvaroja tai aiheutettu saasteita, joita uuden vaateen tai asusteen valmistukseen olisi kulunut. Jokainen kierto on päässyt vaate tekee hyvää ympäristölle!



Kuva 4: Unsplash 2021

Kiertotalouden tuominen osaksi suomalaisten päivittäisiä valintoja, on avainasemassa päästöjen pienentämiselle. Tämän hetkiset elintavat Suomessa vaatisivat neljän maapallon verran luonnonvaroja, joka on hälyttävä merkki saada kulutuskäyttäytymiseen muutoksia. Käyttämällä jo olemassa olevia kestäviä ratkaisuja päivittäin, saisimme leikattua arjen päästöjä jopa 37 prosenttia. (Sitra 2020.)

Ympäristötietoisten kuluttajien määrä on onneksi nousussa, ja Emmyllä asioivat kuuluvat tähän joukkoon. Pitkällä tähtäimellä pikamuoti ei kestä käytössä, kun taas vastuullinen ja kestävä muoti kestää jopa käyttäjältä toiselle. Näillä tuotteilla myös jälleenmyyntiarvo pysyy sellaisena, ettei tuote joudu kierrätykseen oman käytön jälkeen. Pikamuoti on valitettavan usein laadultaan kierrätykseen joutuva lyhyen käyttöiän jälkeen.

Lisää kiertotalouden ajankohtaisista asioista löydät muun muassa Sitran sivuilta [täältä](#).

3.4.3 Kiertotalous on merkittävä osa maapallon kantokyvyn parantamista

Suomi on kuluttanut luonnonvarat, joiden pitäisi riittää koko vuodelle arviolta jo huhtikuussa. Tämä tarkoittaa sitä, että aiheutamme päästöjä sekä kulutamme luonnonvaroja jopa neljän maapallon edestä vuoden aikana. Jos luonnonvarojen ja päästöjen ylikulutusta ei saada kuriin, tulee tulevilla sukupolvilla olemaan hankalat olosuhteet elämiseen. Jos elintavat eivät muutu, on tulevaisuuden näkymänä jopa aavisteltu, ettei maapallo ole enää jossain vaiheessa elinkelpoinen. (WWF 2021.)

Ympäristöministeriön julkaisun mukaan Suomessa hankittiin vuonna 2012 noin 71 miljoonaa kiloa tekstiilejä ja vaatteita. Tekstiilejä poistettiin käytöstä vuonna 2012 arviolta 71 miljoonaa kiloa, eli hankintamäärän verran. Näistä arviolta viidesosa vietiin hyväntekeväisyyteen, ja loppuosa jätehuollon käsiteltäväksi. Tuontina tulleet vaatteet ja tekstiilit ovat pääosassa hankituista tuotteista. Vain 9 % kotimaan markkinoilla olevista vaatteista ovat Suomessa valmistettuja. Näin vaate- ja tekstiiliteollisuuden suorat kasvihuonepäästöt ovat Suomessa alhaisella tasolla. Tähän perustuen Suomen sisällä mahdollisuudet vähentää tekstiileihin liittyviä päästöjä, ovat vahvasti kiertotalouteen kietoutuneita. Karkean laskelman mukaan, noin 60 miljoonaa kiloa tekstiilejä ja jalkineita päätyy polttoon vuosittain kotitalouksien sekajätteen mukana. (Ympäristöministeriö 2021.)



Kuva 5: Unsplash 2021

Päästöjä saadaan vähennettyä ja luonnonvaroja säästettyä useilla eri kiertotalouden toimenpiteillä. Jo olemassa olevan tuotteen käyttöiän pidentäminen on näistä keinoista tehokkain. Vaatteen tai asusteen käyttöiän kaksinkertaistaminen vähentää hiilijalanjälkeä 49 %. Laadukkaimmilla vaatteilla käyttöikä voi olla vielä tästäkin moninkertainen. Kun myy, ostaa tai lahjoittaa hyväntekeväisyyteen jo kertaalleen valmistettua, ovat ympäristövaikutukset tehokkaimmat kiertotalouden vaihtoehtoisista toimenpiteistä maapallon kantokyvyn parantamiseksi. Muita, ei niin tehokkaita toimenpiteitä ovat vaatevuokraus, uudelleenvalmistaminen tekstiilijätteestä, tekstiilijätteen kuitujen ja uusien kuitumateriaalien hyödyntäminen.

Jotta vaatteiden ja asusteiden käyttöikä saataisiin maksimoitua vaatisi sen, että tuotteita käytettäisiin niiden alkuperäisessä muodossa mahdollisimman pitkään. Tämä edellyttää sitä, että muoti- ja vaateteollisuuden tuotteet on alun alkaenkin valmistettu kestävästi. (Ympäristöministeriö 2021.) Emmyn valikoima on rajattu merkkien ja tuotekategorioiden mukaan niin, että valikoimassa olisi mahdollisimman paljon laadukkaita ja kestäviä tuotteita. Täältä näet kuinka paljon Emmy ja Emmyn asiakkaat ovat säästäneet luonnonvaroja ja lahjoittanut hyväntekeväisyyteen reaaliajassa!

3.4.4 Hyväntekeväisyys on Emmyn sydämen asia

Hyväntekeväisyystoiminta on ollut tärkeässä roolissa Emmyn toiminnan alkumetreiltä saakka jo vuodesta 2015. Tällä toiminnalla esimerkiksi myymättä jääneet vaatteet ja asusteet saavat mahdollisuuden uuteen käyttöön niillä, jotka niitä eniten tarvitsevat. Yhteistyössä useiden eri hyväntekeväisyystahojen ja asiakkaiden kanssa, on tähän mennessä lahjoitettu yli 300 000 vaatetta niitä tarvitseville! Emmy-myyjät voivat halutessaan lahjoittaa myymättä jääneet vaatteet hyväntekeväisyyteen, ja myyntituottoensa valitsemalleen hyväntekeväisyystaholle.



Kuva 6: Unsplash 2021

Emmy tekee paljon hyväntekeväisyysyhteistyötä tunnettujen hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa. Näitä ovat muun muassa Hope ry., Vailla vakinaista asuntoa ry., SOS Lapsikylä, Unicef, Pelastakaa Lapset ry. Emmy oli myös osana vuoden 2020 Big Brother -ohjelman viikkotehtävää. Emmy lahjoitti viikkotehtävää varten tuhansia myymättä jääneitä tuotteita asukkaiden lajiteltavaksi, ennen niiden lähettämistä Asunnottomien Yö -tapahtumaan.

Emmyllä on usein myös myynnissä hyväntekeväisyyseriä yhteistyöyrityksiltä, joiden myyntituotto menee suoraan hyväntekeväisyysjärjestöille. Näistä eristä löytyy muun muassa vaatteiden tai asusteiden mallikappaleita edullisin secondhand-hinnoin, ja ne tunnistaa hyväntekeväisyysmerkistä tuotekortilla. Hyväntekeväisyyseriä on muun muassa lähettänyt tunnetut vaatealan toimijat kuten Reima, Nanso, Nosh, Globe Hope, Esprit ja Weekendbee.

Emmy sydän sykkii hyvän tekemiselle, ja on aina avoin uusille mahdollisuuksille tehdä hyvää!

3.4.5 Vähentämällä palautuksia, vähennämme päästöjä

Ylen dokumentin mukaan, jopa 33 % suomalaisista palauttaa verkosta tilaamiaan vaatteita. Dokumentissa myös arvioitiin, että pohjoismaista Suomessa palautetaan eniten verkkokaupoista tilaamia vaatteita ja asusteita. Monet suuremmat vaateteollisuuden yritykset tietävät, että ihmiset haluavat olla ympäristöystävällisiä, mutta kuljetuksiin sekä palautuksiin liittyvistä päästöistä vaietaan kuitenkin niiden todellisen elinkaaren ja päästöjen piilottamiseksi. (Yle areena 2021.)

Emmy myy vastuullista secondhand-muotia kuluttajille, vastaten kiertotalouden toimintamalleista parhaiten ympäristöä säästävään toimintatapaan. Tahtotilana on, että jokainen vaate tai asuste joka Emmyllä laitetaan myyntiin tai tilataan, saisi uuden kodin. Verkkokauppana toimiessa on kuitenkin tärkeää, että asiakkaalla on mahdollisuus palautukseen 14 vuorokauden kuluessa tilauksen vastaanottamisesta, kun vaatteen kokeilumahdollisuutta ei etukäteen ole.

Emmy pyrkii siihen, ettei kuljetuksista aiheutuvia päästöjä tulisi enempää kuin on välttämätöntä. Mahdollisimman tarkoilla tuotetiedoilla pyritään siihen, että asiakkaalla on mahdollisimman helppo löytää itselleen sopivia tuotteita. Tällä saadaan osittain vältettyä palautuksista aiheutuvia turhia päästöjä. Siksi jokainen Emmyllä myytävä tuote on käsin tarkistettu, kuvattu totuudenmukaisesti ja mitattu tarkasti. Näin asiakas saa mahdollisimman selkeän kuvan tuotteesta, tehden helpommaksi sopivuuden arvioinnin. Tilaaajan on hyvä myös mitata itsensä, jos ei ole varma vaatteen koon sopivuudesta. Ohjeet itsensä mittaamiseen löydät [täältä](#). Jokaisen Emmyn valikoiman tuotteen tiedoista löytyy:

- kuntoarvio, jolla asiakas voi arvioida onko tuotteella tarpeeksi käyttöikää jäljellä omaa käyttötarkoitusta ajatellen.
- Kriittiset mitat. Esimerkiksi kainalo-kainalo mitta paidoissa, jotta asiakas voi mitata samantyyppisestä paidasta tuleeko vaate sopimaan itselle.
- Materiaalitiedot ja tieto onko materiaali joustavaa materiaalia vai ei.
- Muut olennaiset tiedot, jos tuotteesta sellaisia löytyy. Esimerkiksi lasten ulkovaatteiden ominaisuudet kuten ulkohaalarissa mahdollisesti olevat teipatut saumat tai waterproof-merkintä.



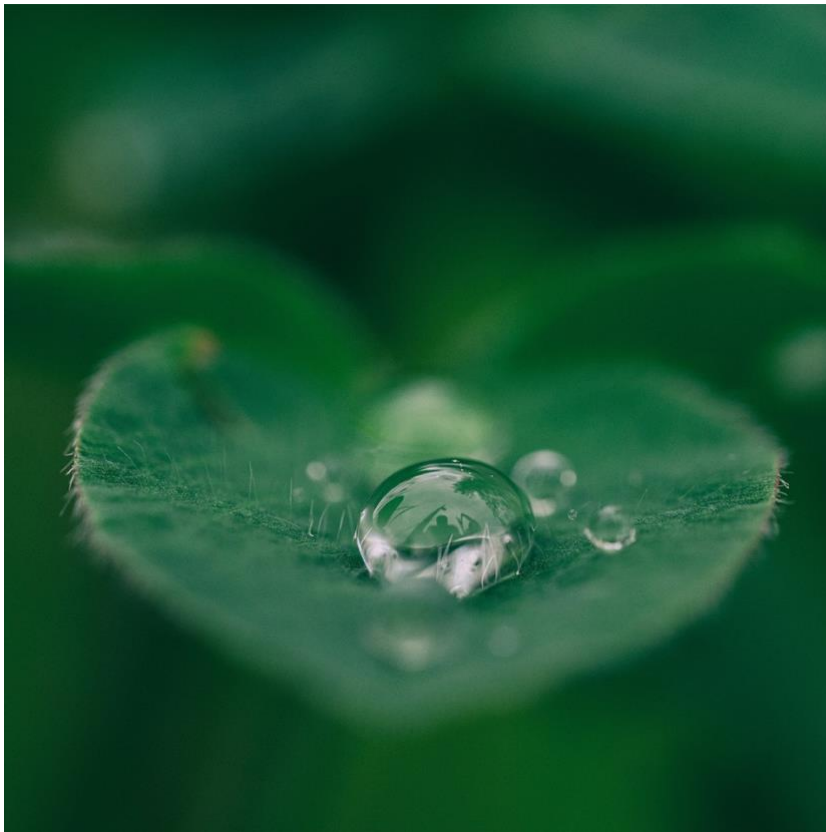
Kuva 7: Unsplash 2021

Emmyn palautusprosessissa tuotteet kuljetetaan takaisin Lohjan varastolle, palautus tarkistetaan ja tuote laitetaan takaisin myyntiin. Jos tuotteen myyntiaika on palautusvaiheessa päättynyt, vaate tai asuste toimitetaan myyjän valitsemana joko takaisin hänelle itselleen tai lahjoitetaan hyväntekeväisyyteen. Emmy voi läpinäkyvästi kertoa palautusprosessista, mutta tahtotilana ja jatkuvana kehitystyönä on se, että tilatut tuotteet saisivat uuden kodin heti, eikä niiden palautusprosessista tulisi uusia päästöjä maailmaan. Emmy pyrkii kehittämään jo olemassa olevaa vastuullista toimintamallia palautusten suhteen jatkuvasti. Kehitysehdotukset niin asiakkailta kuin henkilöstöltä ovat enemmän kuin tervetulleita.

Yhdessä Emmy ja sen asiakkaat voivat vähentää palautuksia ja niistä aiheutuvien päästöjen määrää!

3.4.6 Emmy tuo kortensa kehoon YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden onnistumiseksi

YK:n jäsenmaat sopivat vuonna 2015 kestävän kehityksen toimintaohjelmasta ja tavoitteista, jotka ohjaavat kestävän kehityksen edistämistä vuosina 2016-2030. Niiden pyrkimyksenä on poistaa äärimmäinen köyhyys maailmasta, ja turvata hyvinvointi ympäristölle kestäväällä tavalla. Kestävään kehitykseen liittyy olennaisena osana planeetan rajat. Ihmisen toiminta tulisi sopeuttaa maapallon luonnon kantokykyyn. On tutkittu, että ihmisen toiminnan takia ilmasto muuttuu nopeasti, meret happamoituvat ja kokonaiset ekosysteemit katoavat. Toimintatapojen on muututtava myös yksilötasolla mahdollisimman nopeasti, sillä muuten maapallo ei ole pian hyvä koti ihmisellekään. (Suomen YK-liitto 2021.)



Kuva 8: Unsplash 2021

Kestävän kehityksen toimintasuunnitelmassa on 17 pääkohtaa, joista eniten Emmyn toiminta vaikuttaa kohtaan 12. Kohdan tavoitteena on varmistaa kulutus- ja tuotantotapojen kestävyys. Maailman väkiluvun uskotaan nousevan 9,6 miljardiin vuoteen 2050 mennessä. Jos tämä toteutuu, tarvitsemme käyttöömmekolme maapalloa, jotta voisimme pitää nykyisen elämäntyyliemme ennallaan maailmanlaajuisella tasolla. Kohdan tavoitteena on, että taloudellinen toiminta tuottaa mahdollisimman paljon hyvinvointia, samalla kun luonnonvarojen käyttöä ja saastumista vähennetään. Alatavoitteista Emmyä koskevat toimintaan soveltuvat käytännöt ovat:

1. Luonnonvarojen kestävä ja tehokas käyttö
2. Vähentää jätteiden syntymistä merkittävästi ennaltaehkäisyä, kierrätyksen ja uudelleenkäytön keinoja käyttäen
3. Yritysten kestävien käytäntöjen omaksuminen
4. Varmistaa, että kestävästä kehityksestä ja luontoa suosiva elämäntapa tiedetään kaikkialla (Suomen YK-liitto 2021.)

Emmyllä on selkeä rooli kestävästä kehityksestä toimintasuunnitelmassa. Emmy pyrkii toiminnallaan ennaltaehkäisemään uuden tuottamisen tarvetta yhdessä asiakkaiden kanssa. Emmy pyrkii toiminnallaan vastuulliseen ja kestävästä toimintaan myös muun muassa palautusten minimoimisella, jolloin kuljetuksesta aiheutuvia päästöjä ei tulisi enempää kuin liiketoiminnan kannalta on pakko. Emmyllä myydessä ja Emmyltä ostaessa kantavat kaikki asiakkaat kortensa kehoon YK:n tavoitteiden onnistumiseksi kiertotalouden edistämisen kannalta.

3.4.7 Yhteenveto uuden vastuullisuusosion sisällöstä

Vastuullisuusosion kuusi uutta sisältösivua ja uudistettu pääsivu toimivat yhdessä mutkattomasti. Uudistettu sisältö on helposti luettavaa ja navigaatioltaan hyvin toimiva kokonaisuus, joka tuo mielenkiintoisen tutustumiskierroksen kävijälle Emmyn vastuullisuudesta. On tärkeää, että jokainen kirjoitettu sisältö liittyy olennaisesti vastuullisuuden eri osa-alueisiin niin, että kävijä voi itsekin samaistua ja osallistua vastuulliseen hyvänteekemiseen yhdessä Emmyn kanssa. Uusissa osioissa on otettu esiin perinteisiä vastuullisuuden kulmakohia ja uusia rohkeita asioita, kuten palautuksiin liittyvät päästövähennykset, joita kilpailijatkään eivät ole tuoneet kotimaan markkinoilla esille. Visuaalinen ilme on rakennettu Emmyn sääntöjen mukaisesti, jotta kokonaisuus sopii verkkokaupan muuhun sisältöön.

4 Kehitysehdotukset

Opinnäytetyön tuotokset ovat sellaisia, joista on mahdollista tuottaa jatkosisältöä yrityksen vastuullisuusosioon. Sisältö on tuotettu niin, että sitä voisi jatkaa syventyen kiertotalouden vastuullisuuden eri aihealueisiin. Sisältöä voi myös käyttää inspiraationa esimerkiksi sivuston blogikirjoituksiin ja linkittää toisiinsa luontevasti. Vastuullisuusosion sisältöä voisi kokonaisvaltaisesti linkittää lue myös tämä -tyyppisesti sivuston muihin osioihin. Näiden linkkien kuvausosioihin voisi myös käyttää linkin kuvausosiossa hakukoneoptimoinnin kannalta nostavia sanavalintoja. Seuraavana Emmy Clothing Companyn vastuullisuusosiossa tai blogitekstissä voisi olla täsmällisemmin tietoa myös siitä, kuinka edullisemmin voi tehdä hyviä merkkivaatelöytöjä myös käytettynä, laadusta tinkimättä.

Kehittäessä materiaalityöntuotantoa sivustolle, olisi yrityskuvan kannalta hienoa, jos sivustolla olisi omaa kuvamateriaalia käytettäväksi sisältöihin. Opinnäytetyössä käytettiin kuvapankkien tarjoamia ilmaiskuvia. Itse visualisoidut ympäristöön, luontoon ja pukeutumiseen liittyvät ammattikuvat tekisivät sivustosta vielä uniikimman ja mieleenpainuvan. Muodin ja luonnon yhdistäminen kuvien visualisoinnissa on aikaa vievää, mutta suunnitelmallisuudella ja tarkalla visioinnilla voisi tuoda materiaalia käytettäväksi pitkäksi aikaa eri käyttötarkoituksissa. Kuvapankkikuviin verrattuna kuvia voisi myös muokata kuvia yhdistämällä ja laajemmin eri käyttötarkoituksissa niin sivustolla kuin markkinoinnissa, kun tekijänoikeudet kuvista on yrityksellä.

Yrityksellä on paljon käytettävissä olevaa tietotaitoa ja tilastoja oman toimintansa vastuullisuudesta, josta voisi rakentaa vastuullisuusraportin niin sisäisistä kuin ulkoisista vastuullisuustekijöistä. Arvolupaus ja sen sisältämät vaatimukset ja toimenpiteet voisivat olla myös hyvä avata osana yrityksen prosessikerrontaa ja markkinointia. Yritys voisi myös hyödyntää opinnäytetyössä kerättyä tietoa vastuullisuusraportissa, sekä käyttää tuotettua sisältöä myös vastuullisuutta markkinoivissa kampanjoissa. Emmyllä voisi olla myös niin sanottu ansioluettelosivu, josta löytyisi kootusti kaikki Emmyn saavutukset ja yhteistyöt eri tahojen kanssa.

Kansainvälisten kilpailijoiden tullessa yhä vahvemmin Suomen markkinoille, Emmyllä olisi hyvä tilaisuus vahvistaa lisää kotimaisuuden tuomaa vastuullisuutta kuluttajille. Tätä voisi vahvistaa esimerkiksi tuomalla markkinoinnissa esille, kuinka keskittämällä secondhand-ostokset Suomen sisälle vähennät kuljetuspäästöjä. Kansainvälisten kilpailijoiden menestys näkyy Suomen ulkopuolella, joten Emmyn vahvuus kansainvälisiä kilpailijoita vastaan on kotimaisuus.

5 Arviointi

Opinnäytetyön aihe on ollut ajan hermoilla jatkuvasti kasvavan vastuullisuustrendin myötä. Tämä on maailmanlaajuisesti puhuttava aihe, joka on jatkuvasti esillä niin uutisissa kuin eri yritysten brändiä markkinoivissa materiaaleissa. Vaatetusalan suurien toimijoiden on nähty tekevän merkittäviä muutoksia vastuullisuuden tuomiseksi osaksi kuluttajien valintoja, joten kiertotalouden yritysten on nostettava päätään, ja panostettava faktatietoon ja oman vastuullisuuden läpiviemiselle kuluttajille. Suurien pikamuotiketjujen tuodessa vastuullisuutta tärkeimmäksi osaksi tuotteidensa mainontaa, kuluttajien on entistä hankalampi tunnistaa, onko uuden ostaminen vähemmän vastuullista kuin vaatteen hankkiminen secondhandina.

Työ on ollut merkityksellinen, koska sisältö, jota Emmy Clothing Companylle on opinnäytteessä tuotettu, edesauttaa kävijää ymmärtämään yrityksen verkkosivuihin tutuessa kuinka iso merkitys kiertotaloudella on ympäristön kannalta. Uusi sisältö myös kannustaa jokaista yksilötasolla vastuullisempiin valintoihin. Sisältö antaa yrityksen toiminnasta avoimen kuvan ja avaa niitä monia vastuullisuuden ulottuvuuksia, joita Emmy Clothing Company toiminnallaan tuo, ja kuinka alati kehittyvää yrityksen toiminta on. Työssä on avattu kiertotalouden vastuullisuutta niin pienessä kuin isossa kuvassa, mikä tuo lukijalle perspektiiviä lukemaansa laaja-alaisesti.

Toimeksiantaja on kommentoinut työtä suunnannäyttäjäksi uudistetun verkkokauppasisällön luomisessa verkkosivuille. Toimeksiantajan mukaan kansainväliset ja kotimaiset kilpailijat ovat vahvistaneet vastuullisuuden tuomista enemmän esille kuluttajille, joten Emmy on opinnäytetyössä tuotetun sisällön ansiosta aallonharjalla kiertotalouden sisällöntuotantotrendeissä juuri nyt.

Opinnäytetyön uskottavuus ja sen tekijän eettiset ratkaisut kulkevat käsi kädessä opinnäytetyöraporttia tehdessä. Opinnäytetyön uskottavuus perustuu siihen, että tekijä noudattaa hyvää tieteellistä käytäntöä, kuten tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä on noudatettu. Tämä tarkoittaa sitä, että opinnäytetyön sisältö on rehellistä, yleishuolellisesta ja tarkkaa, niin työvaiheiden aikana kuin tulosten arvioinnissa. Opinnäytetyössä on viitattu muiden tutkijoiden töihin ja saavutuksiin asianmukaisella tavalla kunnioittaen alkuperäistä tekijää, viitaten oikeaoppisesti sisällönlähteisiin niihin kuuluvan arvon ja merkityksen mukaisesti. Valintoja ja ratkaisuja on perusteltu asiantuntevasti, sekä kerätyn tiedon lähteiden varmuus on perusteltua. Työn aihealueina on käsitelty eettisesti kestävästä tutkimustietoa, jolla on merkitystä kestävästä kehityksestä, vastuullisen liiketoiminnan ja kestävien valintojen kannalta. Käsitellyt aiheet ja keinot ympäristön tilanteen parantamiseen ovat positiivisesti yhteiskuntaan vaikuttavia merkittävällä tasolla. (Tuomi 2007, 143-144; Vilka & Airaksinen 2003, 65-66; TENK 2021.)

Lähteet

Painetut

Charter, M. 2019. *Designing for the Circular Economy*. New York: Routledge.

Joutsenvirta, M., Halme, M., Jalas, M. & Mäkinen, J. 2011. *Vastuullinen liiketoiminta kansainvälisessä maailmassa*. Tallinna: Raamatutrükikoda.

Könnölä, T. & Rinne, P. 2001. *Elinehtona eettisyys - vastuullinen liiketoiminta kilpailuetuna*. Tampere: Tammer-Paino.

Lampikoski, T. & Sippo, J. 2013. *Vihreä Aalto*. Viro: Meedia Zone.

Liappis, H., Pentikäinen, M. & Vanhala, A. 2019. *Menesty yritysvastuulla*. Keuruu: Otavan Kirjapaino.

Malmelin, N. & Wilenius, M. *Välittäjät*. 2008. *Vastuullisuuden viestinnän tulevaisuus*. Helsinki: Yliopistopaino.

Salonen, K. 2013. *Näkökulmia tutkimukselliseen ja toiminnalliseen opinnäytetyöhön*. Tampere: Juvenes Print.

Tuomi, J. 2007. *Tutki ja lue*. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino.

Vilkkä, H. & Airaksinen, T. 2003. *Toiminnallinen opinnäytetyö*. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino.

Sähköiset

Ellen Mac Arthur Foundation. Julkaistu 2013. Viitattu 2.3.2021.

https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report.pdf

Emmy Clothing Company 2021a. Myyjäinfo. Viitattu 17.1.2021.

<https://store.emmy.fi/pages/myyjainfo>

Emmy Clothing Company 2021b. Lehdistötiedotteet. Viitattu 17.1.2021.

<https://store.emmy.fi/blogs/tiedotteet/asunottomille-tuhansia-vaatteita>

Emmy Clothing Company 2021c. Hyväntekeväisyys. Viitattu 17.1.2021.

<https://store.emmy.fi/pages/hyvantekevaisuus>

Emmy Clothing company 2021d. Tietoa meistä. Viitattu 17.1.2021.

<https://store.emmy.fi/pages/kaytettyjen-merkkivaatteiden-taivas>

Emmy Clothing Company 2021e. Emmyn sydän sykkii vastuullisuudelle. Viitattu 9.5.2021.

<https://store.emmy.fi/pages/emmy-sydan-sykkii-vastuullisuudelle>

Kestävakehitys.fi. 2020. Viitattu 1.11.2020.

<https://kestavakehitys.fi/kestava-kehitys>

Returskammen. Pakettirumban piilotetut päästöt. Yle areena spotlight dokumentti. 8.3.2021.

Viitattu 16.4.2021.

<https://areena.yle.fi/1-50677550>

Sitra 2021. Kiertotalous. Ajankohtaista. Viitattu 16.4.2021.

<https://www.sitra.fi/aiheet/kiertotalous/#ajankohtaista>

Tutkimuseettinen Neuvottelukunta 2018. Hyvä tieteellinen käytäntö (HTK). Viitattu

15.3.2021.

<https://tenk.fi/fi/tiedetilppi/hyva-tieteellinen-kaytanta-htk>

Uusyrittäjäkeskus. Verkkomarkkinoinnin opas. 2017. Viitattu 20.3.2021.

https://www.uusyrittajakeskus.fi/wp-content/uploads/2017/02/FonectaOy_Verkkomarkkinoinnin_opas_2_.pdf

WWF 2021. Ylikulutus. Viitattu 20.3.2021.

<https://wwf.fi/uhat/ylikulutus/>

Yk-liitto 2018. Kestävän kehityksen tavoitteet. Viitattu 15.3.2021.

<https://www.ykliitto.fi/vastuullista-kuluttamista>

Yk-liitto 2019. Kesävän kehityksen tavoitekortit. Viitattu 15.3.2021.

https://www.ykliitto.fi/sites/www.ykliitto.fi/files/kestavan_kehityksen_tavoitekortit_4_0.pdf

Ympäristöministeriö 2021. Kiertotalous vähähiilisyden edistäjänä ja luonnon monimuotoisuuden turvaajana. Viitattu 16.4.2021.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162901/YM_2021_6.pdf?sequence=1&isAllowed=y&fbclid=IwAR1Bx_nUkccH01w1fCLpEQKvV35-bmnKVRwWuHo8B_sddGs-8riYMwJ4x_Y

Youtube 2021a. Emmy lähtötilanneanalyysi. Viitattu 9.5.2021.

<https://youtu.be/I5qMpW5vHxU>

Youtube 2021b. Emmy uuden vastuullisuusosion esittely. Viitattu 9.5.2021.

https://youtu.be/_yVNAvS5WGE

Julkaisemattomat

Marjamaa T. 2021. Markkinointijohtajan kommentti 26.4.2021. Emmy Clothing Company. Helsinki.

Kuviot

Kuvio 1: Opinnäytetyön vaiheet.....	3
Kuvio 2: Kestävän kehityksen toimintasuunnitelman tavoitteiden pääkohdat (YK-liitto 2021)..	7
Kuvio 3: Vihreästi toimivien kuluttajien segmentointi (Lampikoski & Sippo 2013, 50.)	9
Kuvio 4: Kilpailevien yritysten vastuullisuuden näkyvyys sivustoilla	13
Kuvio 5: Vastuullisuusosion suunnittelu	16

Kuvat

Kuva 1: Emmyn verkkosivuston vastuullisuusosio ennen muutoksia	12
Kuva 2: Emmyn uuden vastuullisuusosion pääsivun rakenne	18
Kuva 3: Unsplash 2021	20
Kuva 4: Unsplash 2021	22
Kuva 5: Unsplash 2021	23
Kuva 6: Unsplash 2021	25
Kuva 7: Unsplash 2021	27
Kuva 8: Unsplash 2021	28

Videot

Video 1: Emmyn lähtötilanne ennen uuden vastuullisuusosion rakentamista	11
Video 2: Emmyn uuden vastuullisuusosion esittely	19