

Vastuullinen markkinointi

Avaintulokset



Maailmaa ravisuttelevat merkittävät muutokset, jotka ovat haastaneet käsityksen siitä, mitä vastuullinen markkinointi oikeastaan tarkoittaa.

Digitalisaatio on tuonut mukanaan monia vastuullisuushaasteita, ja maapallon ekologisen kantokyvyn ylittyminen on kyseenalaistanut perinteisen kulutuskeskeisen tavan markkinoida. Lisäksi koronapandemian vaikutukset ulottuvat kaikkeen liiketoimintaan.

Näistä lähtökohdista FIBS ja Marketing Finland halusivat selvittää suomalaisyritysten vastuullisuusviestinnän tilaa: miten yritykset näkevät oman vastuunsa kestävän kuluttamisen edistäjänä, miksi yritykset panostavat vastuullisuusviestintään ja mitä vastuullisuusteemoja markkinoinnissa nostetaan esiin.

Tästä esityksestä löydät kyselymme avaintulokset.



Markkinoinnilla voi edistää kestäväää kuluttamista



**uskoo lähes
jokainen yritys**

Mutta kenellä on vastuu kestävästä kuluttamisesta?

84%

**"Yrityksillä on
vastuu valistaa
kuluttajia"**

41%

**"Kuluttajat ovat
päävastuussa
kestävästä
kuluttamisesta"**

Vastuullisuusviestinnän tärkeimpiä kannustimia ovat

96%

maineen rakennus
ja brändin arvon
kasvattaminen

91%

omat tai
yritykset arvot

91%

asiakkaiden
luottamuksen
vahvistaminen

Vastuullisuusviestintää suurin rajoittava tekijä



on resurssien puute
lähes joka toisessa
yrityksessä

Yritykset uskovat viestivänsä vastuullisuudesta hyvin

82%

"Viestintämme antaa todenmukaisen kuvan vastuullisuustoiminnastamme"



76%

"Markkinointimme on kokonaisuudessaan vastuullista"

Valtaosa kuitenkin arvioi, ettei viestinnässä hyödynnetä kaikkea yrityksen vastuullisuustoimintaa

Markkinoinnissa nostetaan esiin eniten ympäristöteemoja, paitsi...



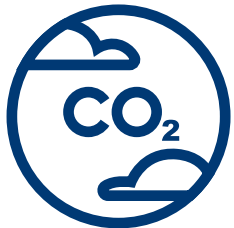
71%

**Ympäristö-
ystävällisyys**



68%

**Päästöjen vähennys
ja energiatehokkuus**



58%

Ilmastonmuutos

**...luonnon monimuotoisuutta,
jota käytetään toiseksi
vähiten**



15%

Luonnon monimuotoisuus



9%

Ihmisoikeusvaikutukset

Negatiivista julkisuutta vastuullisuustoiminnasta on saatu eniten kahdelta sidosryhmältä viimeisen kahden vuoden aikana



1/3 kuluttajien tai
asiakkaiden aloitteesta

1/4 median aloitteesta

Yli puolet kyselyyn osallistuneista yrityksistä ei ole saanut lainkaan negatiivista julkisuutta vastuullisuuden osalta samalla aikavälillä

Kyselystä

Vastuullinen markkinointi –kyselyn tavoitteena oli selvittää markkinoinnin, viestinnän ja yritys vastuun ammattilaisten näkemyksiä yrityksensä vastuullisuusviestinnästä ja markkinoinnista sekä näiden suhteesta kestäväan kuluttamiseen. Kysely tehtiin yhteistyössä Marketing Finlandin kanssa.

Tulosten tulkinassa on huomioitava rajallinen vastaajamäärä ja alhainen vastausprosentti: sähköinen kysely lähetettiin 2.-30.4.2020 välisenä aikana 2356 FIBSin ja Marketing Finlandin postituslistoilla olevalle yritysten vastuullisuusviestinnän parissa työskentelevää markkinoinnin, viestinnän ja yritys vastuun ammattilaiselle – kyselyyn vastasi kaikkiaan 100 henkilöä. Vastausprosentti oli 4,2. Tarkasteltujen kysymysten osalta vastauksia saatiin korkeintaan 68 vastaajalta. Vastausten määrää per organisaatio ei rajoitettu.

Haluatko lisätietoa?

FIBSin jäsenet voivat ladata käyttöönsä kyselyn laajan raportin uutishuoneestamme:
<https://www.fibsry.fi/uutiset/>

Lisätietoa kyselystä
saat osoitteella:
fibs@fibsry.fi





FIBS on Pohjoismaiden suurin yritysvastuuverkosto, johtava kestävän liiketoiminnan vauhdittaja ja asiantuntijuuden kehittäjä.

Tavoittemme on saada yhä useammat suomalaisyritykset innovoimaan tuottavia ratkaisuja paikallisiin ja maailmanlaajuisiin ongelmiin yhteistyössä muiden yritysten ja organisaatioiden kanssa, ja nousemaan näin kestävän liiketoiminnan huipulle globaalisti.

Tarjoamme räätälöityä palvelua eri jäsenryhmillemme, autamme yrityksiä pysymään kartalla yritysvastuussa, syventämään koko organisaation vastuullisuusosaamista sekä kasvattamaan mainetta yritysvastuun aktiivisena kehittäjänä ja huippuosaajana.

FIBSillä on jo yli 300 jäsentä. Jäseneksi voivat liittyä kaikki yritykset ja organisaatiot, jotka haluavat edistää kestävää ja vastuullista liiketoimintaa.

fibsry.fi

