



# **FIBSin Yritysvastuupulssi 1/2022**

**Onko urheilusponsorointi osa vastuullista liiketoimintaa?**

**Kyselyn yhteenveto**

# Kyselyn tausta ja toteutus

- Yritysvastuuverkosto FIBSin Yritysvastuupulssi-kyselyiden tarkoituksena on tarjota medialle ja muille sidosryhmille FIBSin suurten jäsenyritysten näkemys ajankohtaisiin yritysvastuukysymyksiin.
- Kyselyitä tehdään 4-5 kertaa vuodessa uutisissa ja julkisessa keskustelussa esille nousevista yritysten vastuullisuuteen liittyvistä teemoista. Lisäksi mukana on muita yleisesti kiinnostavia vastuullisuuskysymyksiä, esimerkiksi uusimpien tutkimusten tai innovaatioiden valossa.
- Kyselyn vastaajaraadissa on mukana kaikkiaan 43 FIBSin suurten jäsenyritysten vastuullisuusjohtajaa ja –asiantuntijaa:

Ahlstrom-Munksjö Oyj, Algol Oy, Alko Oy, Berner Oy, Caruna Networks Oy, Citycon Oyj, Fazer Group Oy Ab, Gasum Oy, Huhtamäki Oyj, Ilmarinen, Kesko Oyj, Kotipizza Group, Kuntarahoitus Oyj, Lassila & Tikanoja Oyj, Lidl Suomi, Mehiläinen, Meira Oy, Metso Outotec Oyj, Metsä Group, Neste Oyj, Nokian Renkaat Oyj, Nordea Pankki Oyj, OP Ryhmä, Orion Oyj, Paulig Group Oy, Posti Group Oyj, PwC Suomi, Raisio Oyj, Reima Oy, Saint-Gobain Finland Oy, Sanoma Oyj, Sitowise Oy, SOK, SOL Palvelut, Stora Enso Oyj, Suominen Oyj, Tamro Oyj, Telia Company, Tokmanni Group Oyj, Transmeri Oy Ab, Työeläkeyhtiö Elo, Valio Oy, Veikkaus Oy

- Yritysvastuupulssin suunnittelussa ja viestinnässä FIBSin yhteistyökumppanina on Avidly.

**AVIDLY**

# FIBSin Yritysvastuupulssi 1/2022

- Yritysvastuupulssi-kysely tehtiin sähköisenä kyselynä Survey Monkey -työkalulla 8.2.2022. Tulokset julkaistiin 10.2.2022
- Kyselyn aiheena oli yritysten urheilusponsorointi. Kysymyksiä oli kolme:
  - Sponsoroiako yrityksenne tällä hetkellä urheilua? (Jos kyllä, niin millä perusteella ja mitä urheilua? Jos ei, niin miksi ei?)
  - Huomioidaanko urheilusponsorointi eettisessä ohjeistossanne tai muissa vastaavissa vastuullisuuslinjauksissanne? (Jos kyllä, niin miten?)
  - Mitkä ovat mielestäsi parhaat keinot, joilla yritykset voivat edistää eettisyyttä, vastuullisuutta ja kestäväää kehitystä Suomessa ja muualla maailmassa urheilusponsoroinnin avulla?
  - Kyselyyn vastasi 16 FIBSin suurten jäsenyritysten vastuullisuusjohtajaa ja –asiantuntijaa
- Vastauksia ei yksilöidä yrityskohtaisesti, mutta raatilaiset voivat kunkin kyselyn yhteydessä ilmoittautua kommentaattoriksi median suuntaan.

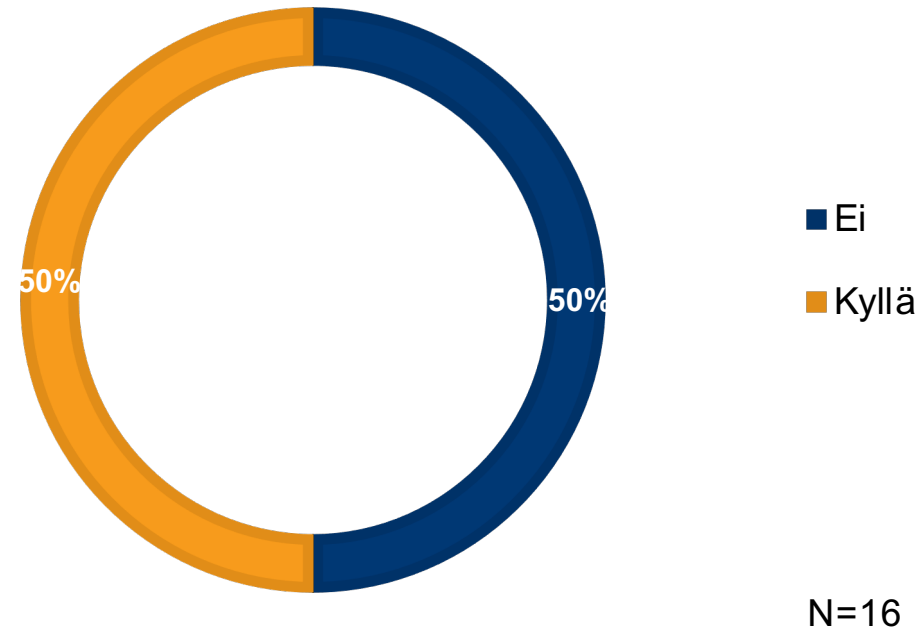
# 50%

**vastaajayrityksistä sponsoroi tällä  
hetkellä urheilua**

N=16

---

# 1. Sponsoroiako yrityksenne tällä hetkellä urheilua?



# Millä perustein yritykset sponsoroivat urheilua ja mitä urheilua?

- Millä perustein yritykset sponsoroivat urheilua?
  - Markkinointiviestinnälliset lähtökohdat (sponsorointi voidaan nostaa esiin viestinnässä)
  - Sponsoroidaan urheilua, joka tukee oman yrityksen liiketoimintaa
  - Halu tukea lasten ja nuorten urheilua (esim. stipendien kautta)
  - Sponsorointi on yrityksen johtajatason päätös

*”Yhteiset arvot ja yhteisiä teemoja, joita voidaan nostaa esiin viestinnässä (esim. nuorten syrjäytymisen ehkäisy, maahanmuuttajien kotoutuminen, työllisyys ja työkyky). Sponsoriyhteistyötä voidaan hyödyntää myös asiakastyössä”*

- Mitä urheilua sponsoroidaan?
  - Jääkiekko, hiihtolajit, jalkapallo, eSport, yksittäiset tapahtumat (esim. MM-kisat)

N=8

# Jos yritys ei sponsoroi urheilua, niin miksi ei?

- Ei sponsoroida suoraan urheilua, mutta annetaan yksittäisiä lahjoituksia, tehdään urheilijayhteistyötä (esim. brändilähettiläät) ja tuetaan esimerkiksi kouluikäisten urheilupäiviä
- Yritys on valinnut muita, omille arvoille paremmin sopivia kohteita (esim. järjestöt)
- Yritys toimii alalla, jossa urheilu ei ole relevantti kumppanuuksien ala (esim. ei edistäisi yrityksen omia vastuullisuustavoitteita)

N=6

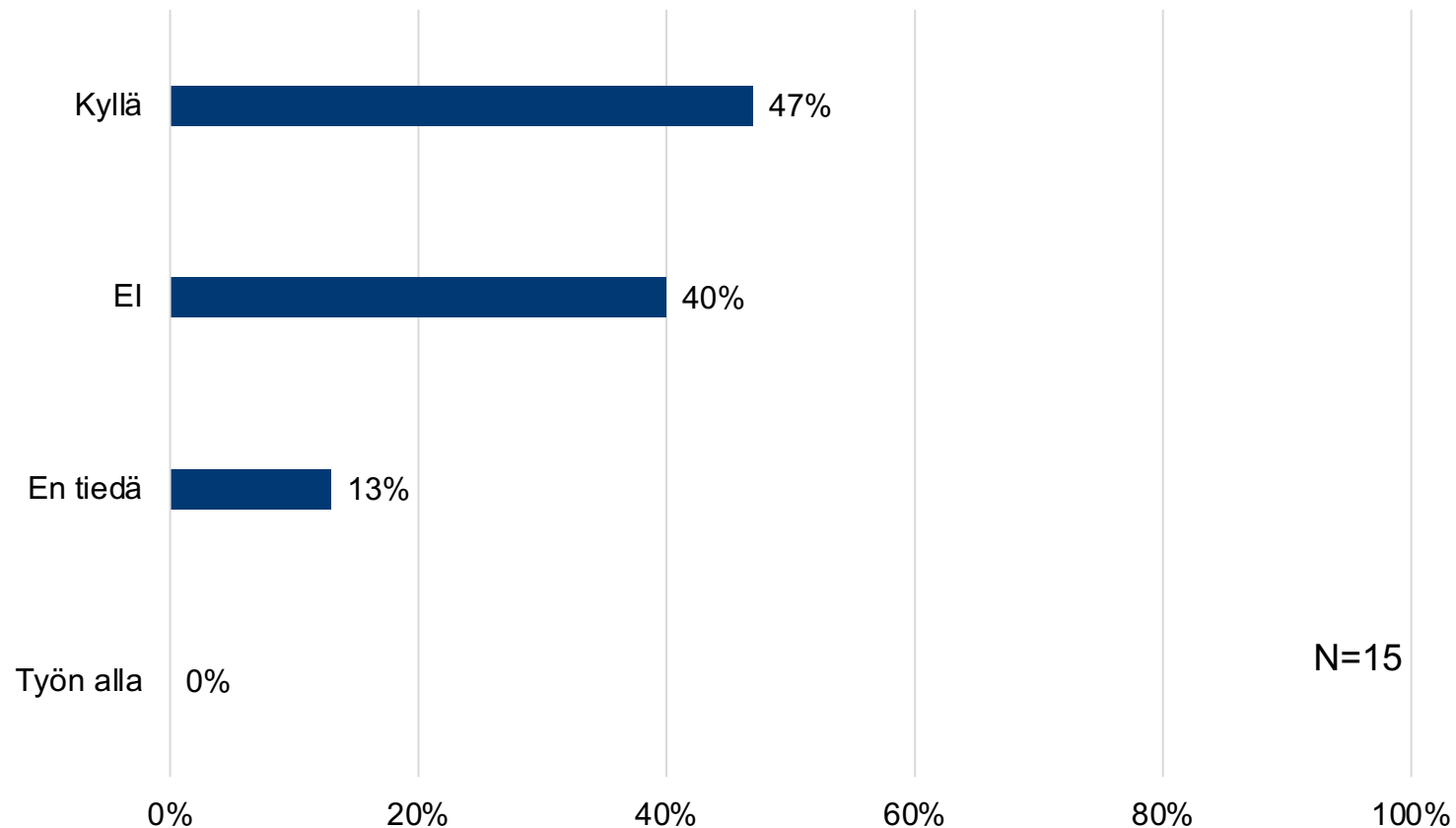
# 47%

**vastaajista toteaa, että urheilusponsorointi  
huomioidaan yritysten eettisessä ohjeistossa tai  
muissa vastaavissa vastuullisuuslinjauksissa**

N=15



## 2. Huomioidaanko urheilusponsorointi eettisessä ohjeistossanne tai muissa vastaavissa vastuullisuuslinjauksissanne?



# Miten urheilusponsorointi huomioidaan eettisessä ohjeistossa tai muissa vastuullisuuslinjauksissa?

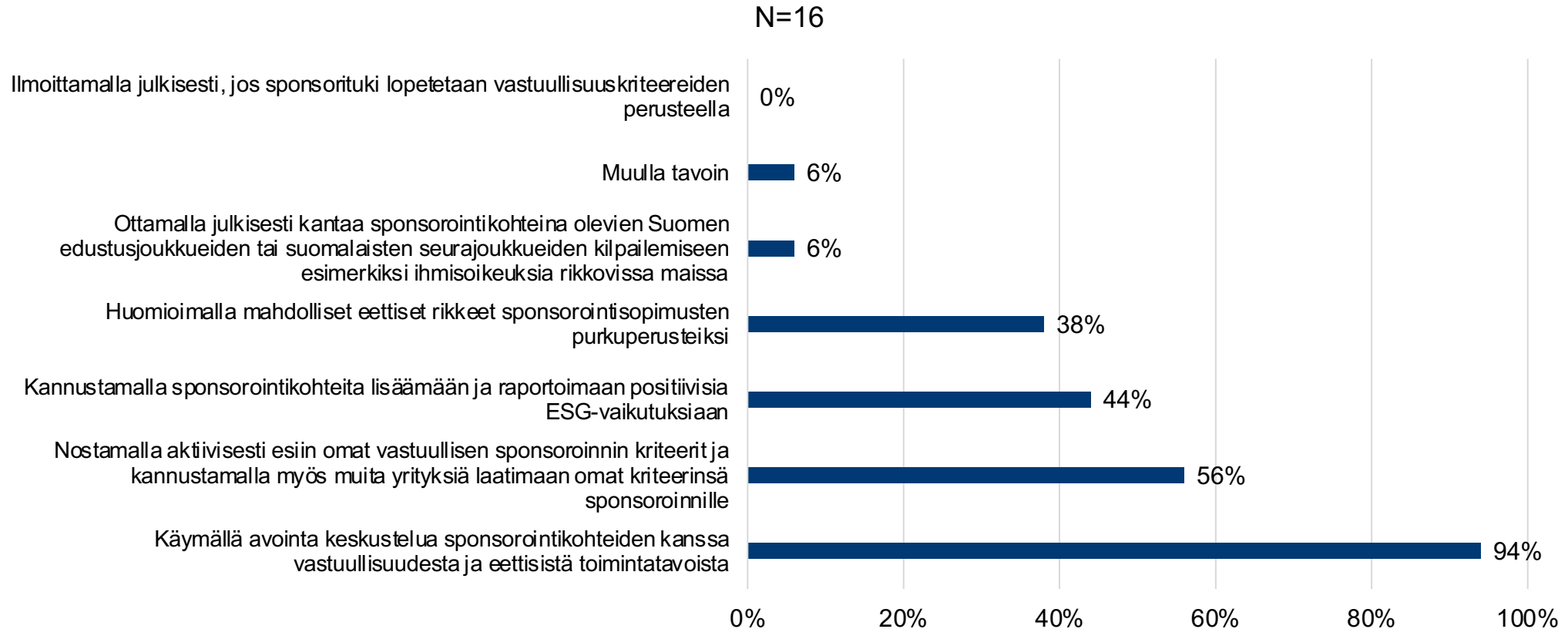
- Urheilusponsorointi on osa vastuullisuusohjelmaa / sponsorointi- ja lahjoitusperiaatteet ovat osa eettistä toimintaohjetta tai compliance-politiikkaa
- Linjaukset siitä miten urheilua sponsoroidaan, kaikki sponsorointi käy läpi eettisen arvioinnin sekä DD-prosessin
- Selkeät toimintaohjeet, miten toimia ja varmistua puolin ja toisin vastuullisuudesta

N=7

**Avoin keskustelu sponsorikohteiden kanssa vastuullisuudesta ja eettisistä toimintatavoista nähdään parhaana (94%) keinona, jolla yritykset voivat edistää eettisyyttä, vastuullisuutta ja kestäväää kehitystä urheilusponsoroinnin avulla.**

N=16

### 3. Mitkä ovat mielestäsi parhaat keinot, joilla yritykset voivat edistää eettisyyttä, vastuullisuutta ja kestäväää kehitystä Suomessa ja muualla maailmassa urheilusponsoroinnin avulla? (Valitse 3 tärkeintä keinoa)



\*Muulla tavoin: Urheilun rooli ilmasto ja ympäristö-näkökulmasta ja alan kanta aiheeseen. Tällä hetkellä toimet ovat hyvin pieniä.



## Lisätietoa

Kimmo Lipponen, toimitusjohtaja, FIBS  
040 758 7247, kimmo.lipponen@fibsry.fi

**fibsry.fi**