

Pk-yrityksen vastuullisuusväitteiden tarkistuslista

Tarkista, mitä voit sanoa yrityksesi vastuullisuudesta ja mitä viestinnässä kannattaa välttää.



Mikä on vastuullisuusväite?

Vastuullisuusväite voi olla paljon muutakin kuin pelkkä lause:

- sana tai lause, kuten “vastuullinen”, “ekologinen” tai “kestävä”
- väite pienemmästä ympäristövaikutuksesta
- väite hiilineutraaliudesta tai ilmastotavoitteesta
- palvelun, tuotteen tai valikoiman nimi
- oma merkki, ikoni, symboli tai muu visuaalinen elementti
- verkkosivun otsikko
- julkaisu sosiaalisessa mediassa

Jos viestistä syntyy vaikutelma, että tuotteella, palvelulla tai yrityksellä on myönteinen ympäristöön tai vastuullisuuteen liittyvä ominaisuus, kyse voi olla vastuullisuusväitteestä.

Miksi yrityksen vastuullisuusväitteet kannattaa tarkistaa?

- liian yleinen väite voi antaa liian laajan mielikuvan yrityksen vastuullisuudesta
- väitteiden pitää olla todennettavissa ja perusteltavissa
- epätarkka viestintä heikentää uskottavuutta
- vastuullisuusväitteitä koskeva sääntely on kiristymässä

Tarkista väitteet ennen julkaisemista, älä vasta jälkikäteen.



Missä vastuullisuusväitteitä voi olla?

- verkkosivuilla
- tuote- ja palvelukuvauksissa
- tarjouspohjissa
- esitteissä ja muissa myyntimateriaaleissa
- mainoksissa
- sosiaalisen median julkaisuissa
- pakkauksissa

Jos väite löytyy yhdestä paikasta, sitä on todennäköisesti muuallakin.

Millainen on hyvä vastuullisuusväite?

- täsmällinen
- olennainen
- oikein rajattu
- ymmärrettävä
- yksiselitteinen
- perusteltu
- todellisiin tekoihin perustuva

Mitä suurempi sana, sitä vahvemman perustelun se tarvitsee.

Mitä viestinnässä kannattaa välttää?

- yleiset sanat ja ilmaisut
- koko yritystä koskevat yleiset väitteet
- omat vastuullisuusmerkit
- väitteet, joita ei pystytä kunnolla perustelemaan
- viestit, jotka ovat suurempia kuin teot niiden takana
- vastuullisuuteen viittaava visuaalinen ilme, joka antaa liian vahvan tai väärän mielikuvan

Kysy itseltäsi, onko asia oikeasti niin kuin miltä viestintäsi saa sen näyttämään.

Testaa yrityksesi vastuullisuusväitteet kolmella kysymyksellä.

1. Mitä tässä oikeastaan väitetään?

Kirjoita väite auki omin sanoin.

2. Mitä väite koskee?

Koko yritystä, tuotetta, palvelua, pakkausta vai mitä?

3. Mihin tämä väite perustuu?

Onko väitteen tukena tieto, laskelma, dokumentti, suunnitelma vai mikä?

Jos et pysty vastaamaan näihin kysymyksiin selkeästi, väite tarvitsee tarkennusta.

Miten pk-yrityksen kannattaa edetä?

Käy yrityksesi viestintä läpi väite kerrallaan:

- mitä väitetään
- mitä väite koskee
- mihin väite perustuu
- pitääkö väitettä tarkentaa, rajata tai pitääkö se poistaa
- missä kaikkialla sama väite esiintyy



Kun vastuullisuusväitteet on tarkistettu, yrityksen viestintä on selkeämpää, uskottavampaa ja turvallisempaa.

Haluatko syventää osaamistasi?

Lisää näkökulmia ja käytännön esimerkkejä löydät kirjasta:
Vastuullisuustyö pk-yrityksissä – opas tuloksekkaaseen liiketoimintaan.

[Kauppakamari](#)