

Aliina Niemi

# **KESTÄVYYDEN ULOTTUVUUDET YRITYSMAAILMASSA**

UPM:n, Stora Enson ja Metsä Groupin työntekijöiden  
kokemuksia kestävydestä ja vihreistä arvoista

Johtamisen ja talouden tiedekunta

Pro Gradu -tutkielma

Tammikuu 2023

# TIIVISTELMÄ

Aliina Niemi: Kestävyyden ulottuvuudet yritysmaailmassa. UPM:n, Stora Enson ja Metsä Groupin työntekijöiden kokemuksia kestävydestä ja vihreistä arvoista  
Pro gradu -tutkielma  
Tampereen yliopisto  
Ympäristöpolitiikka ja aluetiede  
Tammikuu 2023

---

Tutkimuksessani pyrin selkeyttämään ja tuomaan esiin, mitä kestävyiden ulottuvuuksia sekä tasoja metsäteollisuus pitää sisällään. Suomalaisen metsäteollisuuden osallisuus CO<sub>2</sub>-päästöihin sekä suomalaisen biodiversiteetin heikentymiseen on huomattava. Metsäteollisuus on merkittävä osa suomalaista talousrakennetta sekä monessa mielessä merkittävä ja laaja-alaisesti vaikuttava teollisuuden ala. Metsäteollisuuden kestävyiden sekä viherpesuilmion dialogia tarkastelen kolmen suuren suomalaisen yrityksen avulla. Tapauksena toimivat UPM, Metsä Group ja Stora Enso.

Tutkimuksen teoreettinen pohja kiteytyy vahvan ja heikon kestävyiden diskurssiin. Vahvalla kestävydellä tarkoitetaan toimintaa, jossa ekologia, ympäristö ja luonto eivät ole alisteisia taloudelliselle tai sosiaaliselle kestävydelle. Heikko kestävyys tai hyvin heikko kestävyys tarkoittaa kestävyttä, jossa kestävyiden ulottuvuudet ovat joko tasa-arvoisia tai hierarkiaa, jossa ympäristö on muita kestävyiden ulottuvuuksia alempiarvoisessa asemassa. Tieteellisesti vaikeasti määriteltävää viherpesua tarkastelen sen empiirisen ilmentymän kautta. Viherpesun ilmiössä keskeistä on sen tarkoituksenmukaisuus ja mahdolliset katalyytit viherpesun taustalla. Keskeisessä osassa kestävämmyyden ja metsäteollisuuden suhdetta ovat kansainväliset ilmasto- ja ympäristöhankkeet sekä alaa määrittävät sertifiointi- ja auditointijärjestelmät. Yrityksiä tarkastellaan potentiaalisen viherpesun sekä siihen liittyvän kommunikoinnin ja optisen ulottuvuuden kautta. Viherpesua harjoittava yritys luokitellaan kommunikoinniltaan äänekkääksi ruskeaksi yritykseksi ja siihen syyllystymätön taas vihreäksi yritykseksi, joka on joko hiljainen tai äänekkäs kommunikoinniltaan. Kestävyiden sekä viherpesun ulottuvuuksia määritetään tutkimuksessa eksogeenisten ja endogeenisten ohjureiden, eli vaikutustekijöiden kautta. Tutkimuksen metodologina on kvalitatiivinen sisällönanalyysi. Primääriaineistona toimii puolistrukturoidun haastattelurungon avulla toteutetut esimiesasemassa olevien työntekijöiden yksilöhaastattelut kolmesta metsäteollisuuden yrityksestä. Jokaisesta yrityksestä on kerätty kolme haastattelua. Sekundääriseen aineistona toimii yritysten tuottamat dokumentit ja yritysten verkkosivuilta kerätty tieto.

Tutkimuksen perusteella metsäteollisuuden toiminnan keskiössä on heikko kestävyys. Yritykset pääsääntöisesti näyttäytyvät kuitenkin ulospäin vihreinä. Metsäteollisuuden työntekijät kokevat edustamansa yritykset sekä metsäteollisuuden yleisesti vihreyden ja kestävyiden pioneereina liiketoiminnan sektorilla. Metsäteollisuuden potentiaalisen viherpesun toimintakulttuurin taustalla ja sen katalyytteina näyttäisi olevan ulkoinen paine sekä alaan kohdistuva kritiikki ja sitä kautta nouseva legitimiuden hakeminen. Tutkimukseni perusteella kestävämmyyden ja negatiivisten lieveilmiöiden vähättelyllä on nähtävissä tietynasteinen sosiaalisyhteiskunnallisesti konstruoitu kulttuuri, joka toteutuessaan luo hedelmällisen maaperän myös yritystasoiselle viherpesulle.

Avainsanat: Kestävyys, viherpesu, yritykset, liiketoiminta, vahva ja heikko kestävyys, metsäteollisuus

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin OriginalityCheck –ohjelmalla.

# SISÄLLYSLUETTELO

<b>1 Johdanto</b> .....	1
<b>2 Tutkimusasetelma ja tutkimuskysymykset</b> .....	3
<b>3 Teoria</b> .....	5
3.1 Kestävä kehitys ja kestävyiden tasot.....	5
3.2 Viherpesu.....	8
3.3 Yritysvastuusta kestävyteen.....	13
3.4 Kuka valvoo valvojaa.....	15
<b>4 Käsitteellinen ja historiallinen ankkurointi</b> .....	19
<b>5 Menetelmät ja tapausesittely</b> .....	25
5.1 Haastatteluaineisto ja sen keräämisen haasteet.....	25
5.2 Kolme metsäteollisuusjättiä.....	26
5.2.1 UPM.....	26
5.2.2 Metsä Group.....	27
5.2.3 Stora Enso.....	28
<b>6 Sisällönanalyysi - vihertävä metsäteollisuus</b> .....	30
6.1 Vihreät arvot.....	30
6.2 Heikko ja vahva kestävyys.....	34
6.3 Endogeeniset ja eksogeeniset ohjurit.....	37
6.4 Liiketoiminnalliset lainalaisuudet.....	41
6.5 Viherpesu.....	46
<b>7 Tulosten tarkastelu</b> .....	51
7.1 Narratiivi kestävyiden edelläkävijyydestä.....	51
7.2 Kestämättömyyden ja viherpesun monet ilmentymät.....	55
7.3 Yhteiskunnalliset rakenteet suunnannäyttäjinä.....	58
<b>8 "Eihän pörssiyritykset tai mikään yritys sisäsyntyisesti pyri parantamaan maailmaa"</b> .....	59
<b>Lähteet</b> .....	61
<b>Liitteet</b> .....	67

## **KUVALUETTELO**

Kuva 1 Kestävyyden kaksijako .....	7
Kuva 2 Viherpesun matriisi.....	12
Kuva 3 Kestävyyden kenttä organisaatioissa .....	54

# 1 JOHDANTO

Yksityisen sektorin liiketoimintaa harjoittavien yritysten pääasiallinen ja usein ensisijainen tavoite on liikevoitto. Ilmaston lämpeneminen nykyisessä tahdissa ja sen aiheuttamat lieveilmiöt tuskin jättävät tulevaisuudessa kuitenkaan enää tilaa liiketoiminnalle. Pariisin ilmastopimuksen jäsenvaltiot ovat sitoutuneet rajaamaan maapallon keskilämpötilan nousemisen alle kahteen celsiusasteeseen (76/2016, Fin-lex). Tuoreimmat ennusteet kertovat hälyttävästä pahimmasta mahdollisesta skenaariosta, jossa keskilämpötila nousee jopa neljä tai viisi celsiusastetta vuosisadan loppuun mennessä. Tämänkaltainen nousu olisi maapallolle ja nykyiselle ihmiskunnallemme katastrofaalinen. (Coloradon yliopisto, 2022)

Kohtaamme siis jokseenkin paradoksaalisen yhtälön; voivatko organisaatiot toimia tosiasiallisesti kestävästi ja mikä oikeastaan lopulta on kestävyiden taso organisaatioissa? 2000-luvun yhteiskunnassa on korostunut paine toimia kestäväällä ja ekologisella tavalla: lainsäätäjät, kuluttajat ja sijoittajat painottavat valinnoissaan ja päätöksissään entistä enemmän kestävyttä ja vastuullisuutta. Tämä paine eittämättä näkyy monin tavoin yritysmaailmassa.

Euroopan parlamentti määritteli syyskuussa 2022 osana uusiutuvan van energian direktiiviään metsistä saatavan biomassan rajaamisen ja muuttamisen kestävästä kestävämmäksi (Yle, 2022; Eur-lex, 2021). Tämä ei ole vielä lopullista lainsäädäntöä, mutta antaa selkeän suunnan ja viesti myös metsäteollisuuden epäkohdista vihreän siirtymän ja kestävä kehityksen diskurssissa. Tämä tulee läpi mennessään tarkoittamaan monen muun vaikutuksen lisäksi metsäteollisuuden sektorin toimijoille mittavia tukien menettämistä, kun puubiomassan käyttö poistetaan uusiutuvan energian listalta.

YK:n Kestävän kehityksen ohjelman tavoitteiden (SDG, Sustainable Development Goals) indeksin mukaan vuonna 2021 Suomi oli Euroopan kestävin valtio. Perässä tulevat kärkiviisikon loput valtiot Ruotsi, Tanska, Itävalta ja Norja (Sustainable Development Report, 2021). Metsäteollisuus ja niin sanottu agrikulttuuri on ollut pitkään merkittävä osa suomalaista talouden ja teollisuuden rakennetta. Näihin kuuluvat sellun tuotanto ja puiden hakkuu kuitenkin aiheuttavat suuria päästöjä. Metsäteollisuudella on laaja vaikutus myös suomalaiseen biodiversiteettiin ja ekosysteemiin. Suomen CO<sub>2</sub>/asukasluku on 8,04 tonnia. Suomi on suurimpien hiilidioksidipäästöjen 27. sijalla näiden 193 suvereeniksi tunnettujen valtioiden joukossa.

Metsäteollisuuden osuus tästä on merkittävä; metsäteollisuudesta aiheutuu noin seitsemän miljoonan hiilidioksidiekvivalenttitonin kasvihuonepäästöt, kun taas esimerkiksi liikenteen aiheuttama vastaava luku on 11 miljoonaa (SYKE, 2019).

Tutkimuksessani tarkastelen miten metsäteollisuuden työntekijöiden kokemukset ja havainnot yrityksensä ja yleisesti ottaen liiketoiminnan kestävyiden ulottuvuudet näkyvät vihreiden arvojen ja toisaalta myös viherpesun diskurssissa. Pyrin siis selkeyttämään ja tuomaan näkyvämmiin ilmi, miten yritysten kestävyys rakentuu, mitä se pitää sisällään ja mitä tekijöitä sekä motiiveja voidaan löytää kestävyiden tavoittelun taustalta. Tutkimukseni toinen tarkastelukohde on viherpesu tieteellisenä ja pragmaattisena ilmiönä. Tutkimukseni tarkoituksena ei ole esittää yrityksiä absoluuttisesti kestävinä tai kestäättöminä, vaan ennen kaikkea ymmärtää kestävyiden ja vastuullisuuden eri tasoja ja ulottuvuuksia liiketoiminnallisissa kontekstissa.

Kestävyiden ja liiketoiminnan diskurssin tarkastelun kohteeksi valitsin kolme metsäteollisuuden organisaatiota, jotka työllistävät tuhansia suomalaisia. Yritykset UPM, Stora Enso sekä Metsä Group muodostavat yhdessä suomalaisen metsäteollisuuden kärjen. Nämä kyseiset suuryritykset valikoituivat pro gradu- tutkielmani tarkastelun kohteeksi näiden toimijoiden vaikuttavuuden ja yhteiskunnallisen asemansa vuoksi. (Seppälä ym. 2019).

Kolmesta valikoidusta yrityksestä UPM:n historia suomalaisena metsäjättinä on alkanut jo 1800-luvun lopulta, ensimmäisten tehtaiden aloitettua toimintansa jo vuonna 1870 (Yhtiön historia, UPM, 2022). UPM on myös Suomen suuri sellun- ja paperintuottaja ulkomaanviennissä. Stora Enson historia on alkanut paljon myöhemmin, vasta 1998 kun kaksi yritystä, suomalainen Enso yhdistyi ruotsalaisen STORA-yrityksen kanssa (Historia, Stora Enso, 2022). Metsä Group, joka tällä hetkellä omistaa lähes puolet suomalaisista yksityisistä metsistä, perustettiin virallisesti 1947. Entinen Metsäliitto, nykyisessä muodossaan Metsä Group osuuskunta, taas aloitti toimintansa jo 1934 (Historia, Metsä Group, 2022).

## 2 TUTKIMUSASETELMA JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tutkimukseni keskiössä oli aluksi ja ensisijaisesti kestävyiden tarkastelu metsäteollisuudessa. Pidemmälle päästessäni tutkimuksessa ja etenkin liiketoimintaa kestävyiden diskurssia tarkastellessani kävi kuitenkin selkeämmäksi, että myös viherpesun tieteellistä tarkastelua tarvitaan koherentin ja relevantin tutkimuksen rakentamiseksi. Tarkastelen myös viherpesua ilmiönä; mistä ja miten se voi saada alkunsa organisaatioissa sekä spesifimmin myös vielä tutkimuksen empiirisessä kontekstissa eli metsäteollisuudessa.

Kvalitatiivisen tutkimukseni tarkoitus on selvittää mitä ovat vihreät arvot ja kestävyys yksityisen sektorin toimijoiden kohdalla. Pyrkimykseni on tarkentaa ja auki tuoda, miten ne näyttäytyvät ja miten ne syntyvät sekä mitä ulottuvuuksia viherpesulla on ja mikä ilmiön saa aikaan. Tutkimuskysymykseni kuuluvat seuraavasti; *mikä on metsäteollisuuden yritysten rooli vihreiden arvojen ja kestävyiden rakentumisessa liiketoiminnallisessa ja yhteiskunnallisessa kontekstissa?* Tarkastelen tutkimuksessani myös seuraavaa: *mitkä tekijät UPM:ssä, Stora Ensossa ja Metsä Groupissa koetaan vaikuttavan kestävyiden tavoitteluun ja miten viherpesun ilmiö saattaa syntyä metsäteollisuuden yrityksissä.*

Yritystutkimuksessa ja journalistisessa tutkimuksessa, nimenomaan kestävyiden tutkimuksen kentällä, on usea toimija niin sanotusti jäänyt kiinni viherpesusta tai tällaista on ainakin vähintään epäilty. Tästä hyvänä esimerkkinä Volkswagenin autojen päästöhuijaustapaus (mm. BBC, 2015) tai vaikkapa pikaruokajätti McDonald's ja yrityksen väitteet uusista, ekologisista paperipilleistä, joita ei kuitenkaan tosiasiaassa pystynyt kierrättämään (BBC, 2019). Toisin sanoen, yrityksen julkilausuttu tai esille tuotu kestävyiden ja vihreyden taso, on ollut esitettyä vähäisempää. Pahimmillaan yritykset ovat päätyneet manipuloimaan raporttejaan ja dokumenttejaan, jotta yrityksen toiminta näyttäytyisi eettisemmältä ja kestävämmältä kuin mitä se todellisuudessa on.

Tulen tutkimuksessani käymään läpi mitä ekologisen kestävyiden ulottuvuus sekä vihreät arvot tai niin kutsuttu vihreys ovat organisaatioissa. Tämän aiheen tarkastelussa keskeistä on myös tarkastella, mistä vihreiden arvojen kulttuuri ja kestävyiden tavoittelu organisaatioissa oikeastaan johtuu. Kestävyiden ilmiötä tarkastelen muun muassa kaksijaon kautta, jossa kestävyys mielletään joko vahvana tai heikkona kestävyidenä sekä tarkastelen kumpi näistä, näyttäytyy vahvempana kolmen valitun metsäteollisuuden yrityksen työntekijöiden kokemuksissa. Tutkimuksessani

pohdin mitä merkitystä on endogeenisella ja eksogeenisella ohjauksella tai *ohjureilla* sekä painotuksilla ja miten esimerkiksi viherpesu ilmiönä näyttäytyy juuri tässä ohjauksen ja vaikuttimien kontekstissa. Endogeeniset ohjurit ovat sisäsyntyisiä organisaatiosta kumpuavia tai organisaation sisällä jo olevia vaikuttimia. Eksogeeniset ohjurit taas ovat ulkopäin tulevia vaikuttimia kuten lainsäädäntö tai markkinoiden asettama paine.

Kestävän liiketoiminnan kenttä on myös verrattain hajanainen ja usein suorastaan epäselkeä niin toimijoille kuin kuluttajillekin. Jatkuvasti tiukentuva lainsäädäntö, lukuisat sertifiointit, mittarit ja indeksit luovat helposti sekavan kentän, jonka kokonaisvaltainen ymmärtäminen saattaa olla haastavaa asiantuntijallekin. Ympäristömerkkien ja sertifikaattien tai CSR:stä eli yritysvastuullisuudesta kertovien luokitusten (corporate social responsible) muodostama kokonaisuus näyttäytyy abstraktilta kirjainyhdistelmien joukolta: GRI (Global Reporting Initiative), ESG (Environment, Social & Governance), KPI (Key performance index), TBL (Triple Bottom Line) ja niin edelleen. Tarkoitukseni on myös tutkimuksessani tarkastella, miten nämä metsäteollisuutta tai yritystoimintaa yleisesti ohjaavat merkit, sertifikaatit ja auditointijärjestelmät vaikuttavat kestävyuden toteutumiseen.

Tutkimustani olen rajannut ensisijaisesti jättämällä tarkastelusta pois julkisen sektorin yritykset. Tämä on ehdoton raja juuri siinä mielessä, että julkisen sektorin organisaatioiden toiminta- ja rahoitusperiaatteet ovat erilaiset kuin yksityisen tai kolmannen sektorin. Keskiössä tutkimuksessani tuleekin olemaan kestävyuden ja vihreiden arvojen peilaaminen taloudellisen hyödyn tavoitteluun ja miten nämä esiintyvät samassa todellisuudessa. Aineistossani olen käyttänyt rajaavana tekijänä työntekijän asemaa toisin sanoen, haastateltavat ovat kaikki jossakin johtoasemassa omassa organisaatiossaan. Sekundäärisenä aineistona ja peilaustaustana toimivat yritysten verkkosivut sekä näillä yritysten itse tarjoamat dokumentit kuten vuosikertomukset. Seuraavassa luvussa esittelen tutkimuksen teoreettisen osuuden, jonka jälkeen tarkastelen vielä teorian käsitteellistä puolta ja etymologiaa.



## 3 TEORIA

### 3.1 KESTÄVÄ KEHITYS JA KESTÄVYYDEN TASOT

Kestävä kehitys ja kestävyiden ulottuvuudet ovat olleet osa yhteiskunnallista ja poliittista keskustelua jo pitkään. Kestävyys jaotellaan perinteisesti kolmeen tai tulkintatavan mukaan neljään ulottuvuuteen; 1. ekologinen kestävyys, 2. taloudellinen kestävyys ja 3. sosiaalinen kestävyys (alakategoriana kulttuurinen kestävyys). Sosiaaliseen kestävyteen keskeisenä osana kuuluvat esimerkiksi ihmisoikeus ja tasa-arvot asiat. Tämän ilmiön alkulähdettä pidetään yleisesti Brundtlandin komission raporttia *Our Common Future* (1987).

Perinteisellä kestävyiden kolmijaolla pyritään huomioimaan yhteiskunnan ja maailman niin ikään keskeiset osa-alueet, joiden katsotaan usein täydentävän toisiaan. Kaikissa kolmessa keskeistä on näiden säilyttäminen ja ylläpitäminen juuri niin, että sukupolvien välinen tasa-arvo tähän maailmaan ja yhteiskunnan resursseihin olisi mahdollista säilyttää. *Ekologisella* kestävyidellä tarkoitetaan yhteiskuntaa, jossa ympäristö ja sen kantokyky huomioidaan kaikessa toiminnassa kuten luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen, ilmaston lämpenemisen ja sen lieveilmiöiden ehkäiseminen ja hidastaminen. *Taloudellisella* kestävyidellä taas pyritään turvaamaan ja säilyttämään taloudellisesti eheä yhteiskunta, jossa vältetään radikaaleja negatiivisia muutoksen suuntia kuten velkaantumista. *Sosiaalisella ja kulttuurisella* kestävyidellä viitataan taas ihmiseen ja ihmisten välisiin tekijöihin. Toisin sanoen, pyritään siis turvaamaan ihmis- ja perusoikeuksia nyt sekä tulevaisuudessa ja pienentämään sosiaalisia eroja yksilöiden välillä. Tähän usein ajatellaan kuuluvan myös esimerkiksi koulutusasiat. Kulttuurisella kestävyidellä tarkoitetaan kulttuurin, taiteen ja perinteiden säilyttämistä ja turvaamista myös tuleville sukupolville (mm. Portney, 2015).

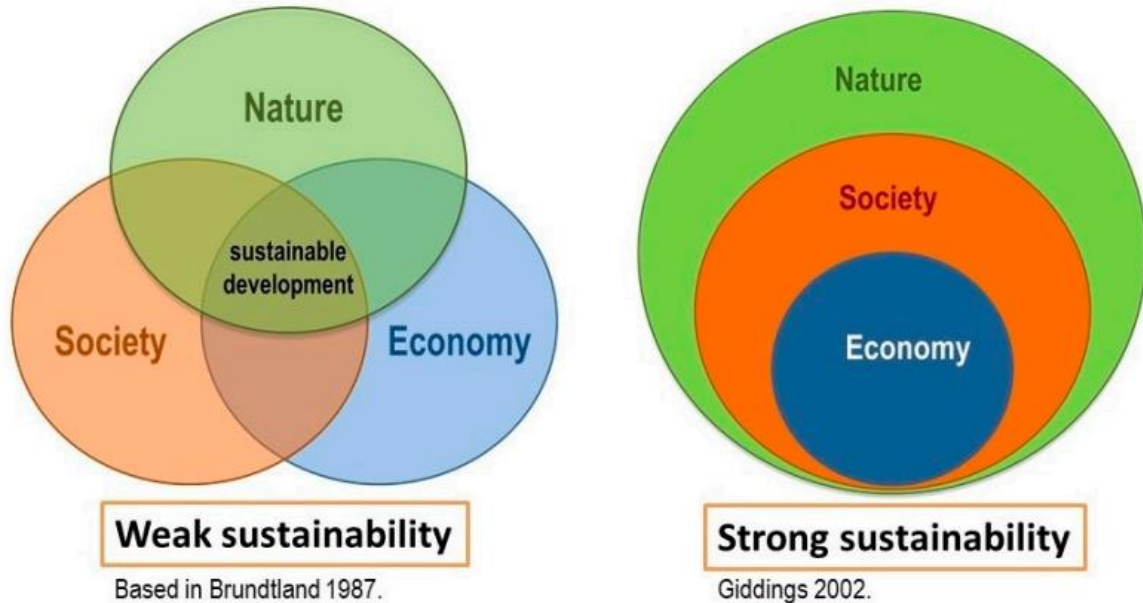
Keskustelussa käsitteitä kestävä kehitys ja kestävyys käytetään usein synonyymeina toisilleen. Kestävyidessä itsessään ei ole kuitenkaan samalla tapaa alleviivattu kehittymisen ja kasvamisen ominaisuutta, kun taas kestävässä *kehityksessä* on. Kestävä kehitys on itsessään paradoksaalinen ilmiö. Kehitys tarkoittaa monessa mielessä usein kulutusta, mutta ympäristöllinen ja ekologinen näkökulma ohjaa ajattelua ja kulttuuria juuri kulutuksen vähentämiseen. Tässä mallissa kuitenkin pyritään jollain tapaa saavuttamaan nuo molemmat tavoitteet, tai ainakin pyrkimys näiden ilmiöiden yhdistämiseen. Werner Hediger tekstissään (1999) nostaakin esiin tiettyjä ongelmia kestävä kehityksen tematiikassa. Toisin kuin mahdollisesti esimerkiksi yleisessä keskustelussa

usein on nähtävissä, Hedigerin mukaan näitä kestävän kehityksen ulottuvuuksia ei ole mahdollista tosiasiallisesti saavuttaa samanaikaisesti, vaan myönnytyksiä tapahtuu aina jonkun ulottuvuuden kohdalla kestävyyttä tavoiteltaessa.

Kestävyiden ja etenkin vastakkain asetellun vahvan ja heikon kestävyiden dialogissa voidaan tunnistaa myös niin sanottuja aste-eroja. Voidaan siis puhua hyvin heikosta kestävydestä, heikosta kestävydestä, vahvasta kestävydestä tai hyvin vahvasta kestävydestä kuten Landrum ja Ohsowski julkaisussaan esittävät (2018). Tällä asteisiin tai voimakkuuteen viittaavalla jaolla tarkoitetaan eri kestävyiden osa-alueiden painottamista. Teoria heikosta kestävydestä on katsottu olevan lähtöisin Robert Solowin teoksista, etenkin vuonna 1974 julkaisusta teoksesta ”*Intergenerational Equity and Exhaustible Resources*”, jossa hän käsittelee talouden ja yhteiskunnan resursseja ja näiden vaikutuksia toisiinsa.

Esimerkiksi Nasrollahi ynnä muut käyvät julkaisussaan (2018) kestävyiden diskurssia uudenlaisen jaottelun kautta, jossa tarkasteluun otetaan perinteisen kolmen kestävyiden ulottuvuuden lisäksi *teollisuus* (industry) sekä *teknologia* (technology). Riippumatta jaottelun tyylistä tai ulottuvuuksien määrästä, yleisesti ottaen vahvaan kestävyteen kuuluu tunnistus luonnon arvokkuudesta ja usein sen olemuksesta jonain sellaisena, mitä ei voida uudelleen rakentaa tai uudelleen kehittää, etenkin sellaiseksi kuin se on joskus ollut. Tämä lyhykäisyydessään pitää sisällään kaiken ekologisen ulottuvuuden tekijät aina biodiversiteetistä ilman saastumiseen.

Kestävän kehityksen kaksijako heikkoon ja vahvaan kestävyteen on esitetty erinomaisesti Morandín-Ahuerman ynnä muiden laatimassa seuraavaksi esitetyssä kuvassa (2019, s.7). Tätä kuvaa tarkastelemalla voidaan myös koko ilmiötä ymmärtää laajemmin; heikossa kestävydessä kaikki tasot ovat niin ikään näennäisesti tasa-arvoisia, vaikka todellisuudessa usein ekologisesta ulottuvuudesta ollaan valmiita tinkimään taloudellisen ja yhteiskunnallisen kehityksen saavuttamiseksi.



Kuva 1 Kestävyyden kaksijako (Morandín-Ahuerma, Conteras-Hernández, Ayal & Peérez- Maqueon, 2019, s.7)

Brundtlandin komission (1987) ajatuksiin kestävästä kehityksestä pohjaa myös myöhemmin esitelty malli heikosta kestävydestä; kestävä kehitys onkin siis tietyllä tapaa uudelleen nimetty heikoksi kestävyudeksi. Tässä keskeistä onkin, että yhden ulottuvuuden puuttumista ei pidetä ongelmallisena. Ajatuksen vahvasta kestävydestä ovat puolestaan esittäneet Giddings ynnä muut (2002). Erottelussa heikkoon ja vahvaan kestävyteen tiivistyy koko tutkimusaiheeni sisässä oleva vahva paradoksaalinen dilemma; voiko kulutukseen perustuva liiketoiminta olla ekologisesti kestävä, tai tässä tapauksessa vahvaa kestävyttä.

Perinteisestä kestävä kehityksen tematiikasta siirryttäessä nimenomaan kohti yritysten ja organisaatioiden kestävyttä, tulee ottaa huomioon tietyt liiketoiminnan lainalaisuudet. Kuten esimerkiksi Kallio ja Nurmi (2005) toteavat, yritykset eivät varsinaisesti ole moraalisia tai moraalittomia, vaan amoraalisia ja jonkinlaisen muun henkisen tai humanin luonteen yritykselle antaminen on irrelevanttia. Yrityksissä myöskään tosiasiallisesti erittäin harvoin ympäristöasiat ovat itseisarvo tai perimmäinen liiketoiminnan tarkoitus, vaan lähes aina ne ovat alisteisia jollekin muulle (mm. Bansal & Roth 2000; Kallio & Nurmi 2005). Ajat ovat toki muuttumassa ja jo pelkästään viimeisen 10–20 vuoden aikana myös yritysmaailmassa asenteet ja toimintatavat ovat

olleet isojen muutosten alaisia. Onkin olennaista tarkastella mikä tästä muutoksesta on ollut vapaaehtoista sekä niin sanotusti tarkoitusperäistä, että omaehtoista ja mikä ulkoisen, poliittisen sekä lainsäädännöllisen ohjauksen ja pakotteiden kautta tapahtunutta.

Kestävän kehityksen ja vihreiden arvojen ja yritystoiminnan kohtaamista sekä läpileikkaavuutta ovat tutkineet myös Bansal ja Roth (2000) ja eritelleet kolme motivaation lähdettä sille, miksi yritykset ylipäättään mahdollisesti lähtevät muokkaamaan toimintaansa vihreämpään suuntaan. Keskeiset motivaation lähteet ovat Bansalin ja Rothin (2000) mukaan 1. ekologinen vastuu, 2. kilpailukyvyyn parantaminen ja 3. toiminnan legitimointi. Motivaation lähteiden ja toisaalta kestävyteen tai sen kokemukseen vaikuttavat tekijät, olivat ne sitten eksogeenisiä tai endogeenisiä, ovat merkityksellinen ulottuvuus myös tutkimuksessani.

## 3.2 VIHERPESU

Olen aiemmin tutkimuksessani avannut jo hieman käsitettä *viherpesu* sekä sen luonnetta etenkin valtamediassa ja kuluttajien keskuudessa. Vaikka termi viherpesu on käytössä yleistynyt vasta 2000-luvulla, on viherpesun historia todellisuudessa paljon laajempi. Journalisti, tutkija ja kirjailija Bruce Watson on muun muassa luonnehtinut viherpesun historiaa artikkelissaan seuraavasti:

*“But greenwashing dates back even earlier. American electrical behemoth Westinghouse’s nuclear power division was a greenwashing pioneer. Threatened by the 1960’s anti-nuclear movement, which raised questions about its safety and environmental impact, it fought back with a series of ads proclaiming the cleanliness and safety of nuclear power plants.”* (Guardian, 2016).

Osa tiedeyhteisöstä ajattelee, että ympäristötieteilijä Jay Westerveld on ollut ensimmäinen, tai ainakin ensimmäisiä, viherpesun käsitettä tieteellisessä kontekstissa käyttäneitä tutkijoita vuonna 1986 kirjoittamassaan esseessä (mm. Aggarwal & Kadyan, 2014). Esseessään Westerveld tarkasteli hotellialan epäkohtia ja tapauksia, jossa hotelli- ja majoitusyritykset markkinoivat itseään valheellisesti ekologisina ja vastuullisina käyttäen esimerkiksi hotellihuoneiden pyyhkeiden uudelleenkäyttöä tässä välineenä. Vaikka yleinen konsensus tuntuukin olevan, että sanan etymologia pohjautuu Westerveldin esseeseen, ei tämän alkuperäisiä julkaisuja ole

löydettävissä juuri missään muodossa. *Yritysvastuu* tai CSR (corporate social responsibility) tarkoittaa yrityksen niin sanottua velvollisuutta vastuuseen suhteessa muihin yrityksiin, kuluttajiin ja eri sidosryhmiin. Tulen myöhemmin tutkimuksessani avaamaan yritysvastuuseen liittyvää käsitteellistä murrosta, tässä kohtaa tarkastelen kuitenkin viherpesun suhdetta ja yhteyttä yritysvastuuseen. Tutkijat Aggarwal ja Kadyan (2014) tarkastelevat artikkelissaan yritysvastuun ja viherpesun korrelaatiota tarkastelemalla joukkoa yleisesti tunnettuja suuryrityksiä. Tutkijat tuovat esiin yhden isoimmista ongelmista viherpesun ilmiössä; yritysten toimintaa määrittävät ja tarkastelevat tekijät ja tahot eivät ole universaaleja tai yhdenmukaisia. Erilaiset esimerkiksi markkinointia koskevat lait vaihtelevat radikaalistikin valtioiden välillä, samoin erilaiset vastuullisuudesta tai ympäristöystävällisyydestä kertovat merkit ja niiden kriteeristö ovat usein hyvin toisistaan poikkeavia. Tässä edellä mainitussa teoksessa nostettiin esiin erinomaisesti myös mielenkiintoinen havainto siitä, miten yritykset ovat äärimmäisillään valmiita käyttämään aikaa, energiaa ja resursseja tehdäkseen yrityksestään vihreän näköisen sen sijaan, että tuo panostus käytettäisiin tosi asiallisesti ympäristöasioiden parantamiseen ja kehittämiseen.

Yritysvastuuseen kuuluu vahvasti erilaisten toimintojen mittaaminen ja datan kerääminen yrityksestä. Viherpesuun onkin vahvasti liitetty tutkijoiden ja asiantuntijoiden toimesta juuri mittareiden ja merkkien luotettavuus tai pikemminkin niiden puute. (mm. de Freitas Netto ym., 2020) Viherpesun tieteellinen eksakti määrittely on koettu tiedeyhteisössä vaikeaksi tehtäväksi. Näyttää siltä, että tämän käsitteen tarkempi ja rajaavampi tieteellinen määrittely on tähän asti rakennettu ja tullaan rakentamaan nimenomaan ilmiön empiirisen ja pragmaattisen ulottuvuuden kautta. Pyrin tutkimuksessani valottamaan tätä ilmiötä ja jatkamaan ilmiön olemuksen selvittämistä.

Viherpesua voidaan kuitenkin tieteellisestä perspektiivistä tarkastella esimerkiksi kahdenlaisena kohdistumana; 1. yritystasoisena viherpesuna ja 2. tuotetasoisena viherpesuna (Delmas & Burbano, 2011). Tutkijat kuvailevat dualistista viherpesun ilmiötä seuraavin esimerkein (emt.) julkaisussaan:

*“An example of firm-level greenwashing is General Electric’s “Ecomagination” campaign, which advertised the company’s work in the environmental arena while it simultaneously lobbied to fight new clean air EPA requirements. An example of productlevel greenwashing is that of LG Electronics and its mis-certified Energy Star refrigerators. Energy Star, a government-backed*

*third party eco-label indicating that a product meets a set of energy efficiency guidelines, certified many of LG Electronics' refrigerator models.” (emt., s.66).*

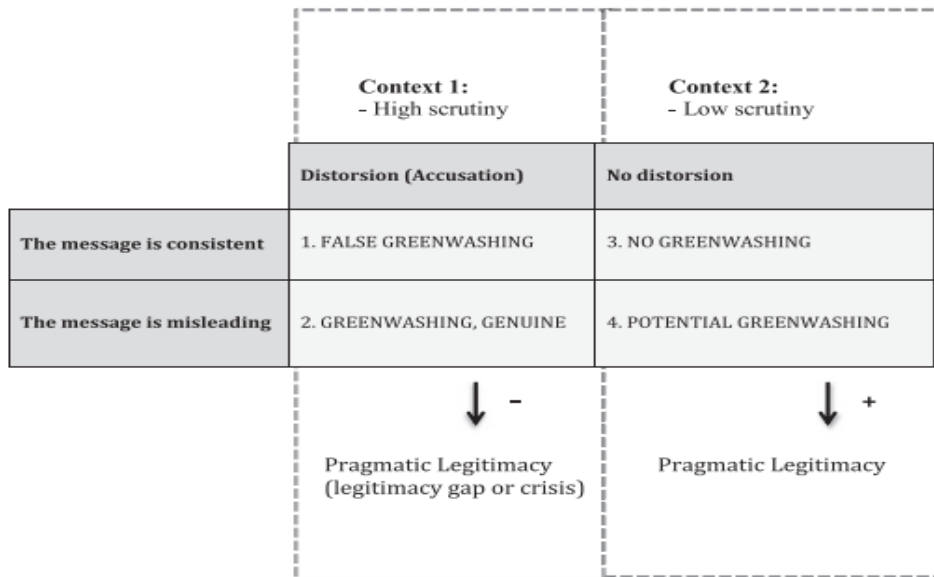
Tämän edellä esitetyn ajatuksen lisäksi Delmas ja Burbano ovat esittäneet ajatuksen *vihreistä* tai *ruskeista yrityksistä*. Heidän mukaansa nämä vihreät ja ruskeat yritykset voivat olla joko *hiljaisia* tai *äänekkäitä*. Vihreät yritykset ovat tosiasiallisesti kestäviä ja niin sanotusti ympäristöystävällisiä (vrt. teoksessa: environmental performance) organisaatioita ja tällaiset voivat kommunikoida ja markkinoida sitä äänekkäästi, tai vastaavasti olla hiljaisempia tästä vihreydestään. Ruskeat yritykset taas ovat ympäristön kannalta kestävämpiä yrityksiä. Tällaisen yrityksen positiivisesta kestävydestä tai ekologisuudesta viestiminen on silloin valheellista, eli yritys näin viestiessään harjoittaa viherpesua ja onkin *äänekäs ruskea yritys*. Ruskea yritys ei kuitenkaan itseisarvoisesti vielä harjoita viherpesua vaan voi olla yksinkertaisuudessaan vain kestävä ja epäekologinen, kun ei tässä tapauksessa myös markkinoi itseään kestäväksi. Organisaatio on tällöin siis *hiljainen ruskea yritys*.

Niinkin yleistynyt ja yleisesti tunnistettu ilmiö kuten viherpesu on, käsite ja ilmiö itsessään on verrattain suppeasti tieteellisesti ja akateemisesti määritelty ilmiö ja asettaakin tutkimukselle mielenkiintoisen haasteen. Aihe on toki esillä monissa tutkimuksissa, mutta vartenotettavia ja vertaisarvioituja julkaisuja on yllättävän vaikea löytää. Myöskään yhtä eksaktia ja tiedeyhteisön enemmistön hyväksymää määritelmää ilmiölle ei olla määritelty (mm. Seele & Gatti, 2017). Tämä tietystä mielessä siis kertoo juuri tuon ilmiön populaarisuudesta ja toisaalta sen olemuksesta vaikeasti realisoitavana ilmiönä. Niin sanotusti ”mustan väittäminen valkoiseksi” taas ei suinkaan ole mikään uusi tai moderni ilmiö, ja tätä on etenkin yrityspuolella harjoitettu jo monessa mittakaavassa. Muoti- ja vaateteollisuudesta on esimerkiksi pelkästään 2000-luvulla noussut esiin useita kohuja, kun yleisesti eettisinä ja luotettavina pidetyt merkit jäävät kiinni esimerkiksi lapsityön käyttämisestä tai epäinhimillisistä työskentelyoloista sekä ihmisoikeusrikkomuksista tuotteiden valmistuksessa tehtaillaan (vrt. sinipesu, valkopesu).

Viherpesu ilmiönä on monen tekijän ja toimijan summa, jossa osallisina ovat niin yritykset, kuluttajat kuin erilaiset kolmannen osapuolen auditoijat ja sertifioijat. Viherpesun leima voi olla nykyisessä poliittisessa ja yhteiskunnallisessa tilanteessa pahimmillaan kuolinisku yritykselle ja tuo leima saatetaan myös antaa ilman valideja perusteita. Toisin sanoen, vaikka useiden selvitysten ja tutkimusten perusteella voidaan viherpesua pitää suoranaisten pandemiana, voidaan

tuota käsitettä myös käyttää hyväksi esimerkiksi kuluttajan tai kilpailijan toimesta väärin motiivein. Toimijan oletettu ”kestämättömyys” ei myös vielä itseisarvoisesti tarkoita sitä, etteikö yritys toisaalta voisi näitä asioita toiminnassaan pyrkiä korjaamaan tai yrityksenä vastuullisuus- ja kestävyysasioissa kehittymään (mm. Seele & Gatti, 2017).

Julkaisussaan Seele ja Gatti (2017) tarkastelevat viherpesun historiaa, mitä viherpesu on ja miksi yritykset tekevät sitä. Seele ja Gatti tarkastelevat viherpesun ilmiötä muun muassa legitiimiyden kautta, nelijakoisen diskurssin tai matriisin kautta (Kuva 2), jossa viherpesu voi olla a) valheellista, b) todellista viherpesua, c) mahdollista viherpesua tai d) ei viherpesua lainkaan. Etenkin tämä jälkimmäinen ajatus tukee myös omia havaintojani, viherpesu ei yksinomaan ja absoluuttisesti ole aina todellista, vaan se voi olla jonkun muun ulkoisen tahon perusteeton syytös tai leima ilman tietoperäistä taustaa. Yksi tekijä, mitä tutkijat kuitenkin alleviivaavat tutkimuksissaan, on viherpesun tarkoituksellisuus. Viherpesu aktiivisena tekona ei riipu tai vaihtelee sitä tarkastelevasta tahosta tai ole subjektiivista, vaan viherpesu on aina jotain jota *päätetään tarkoituksellisesti tehdä*.



Kuva 2, Viherpesun matriisi (Seele & Gatti, 2017, s. 245)

Tämän Seelen ja Gatin (2017) esittelemän matriisin tai taulukon kautta viherpesua voidaan siis tulkita monisyisesti. Yrityksen syyllistyessä viherpesuun ei puhuta vahingosta tai asioiden hienovaraisesta muokkaamisesta, vaan tarkoituksenmukaisesta todellisuuden vääristämisestä.

Viherpesu ei kuitenkaan ilmiönä ole täysin mustavalkoinen asetelma, jossa ovat ainoastaan vaihtoehdot ovat a. absoluuttinen viherpesu tai b. ei viherpesua lainkaan. Matriisissa esitellään myös esimerkiksi tapauksen tai toiminnan tarkastelun merkitys. Tällä tarkoitetaan siis esimerkiksi kuluttajan, auditoijan tai luonnonsuojelujärjestön luomaa selvitystä tai tarkastelua. Olennaista tässä skeemassa on myös niin sanotun viherpesu leiman jälkipyykki; seuraukset viherpesun harjoittamisesta yritykselle voivat olla käytännössä samat, vaikka yritys ei syyllistyisikään viherpesuun.

Tarkastelen tutkimuksessani sekä aineistoa analysoidessani, mikä oikeastaan viherpesuilmiön taustalla on, mitkä tekijät tähän vaikuttavat ja miksi ylipäätään yritykset saattavat viherpesuun sortua. Markkinat vaativat yhä selkeämmin yritysten panostusta vihreisiin arvoihin ja kestäviin ratkaisuihin; ajaako siis paine legitimeinkin pidetyt yritykset epätoivoisiin yrityksiin näyttäytyä vihreämmiltä kuin ovatkaan, vaikka toiminnassa ei edes radikaalisti laiminlyötäisi ympäristö- ja yritys vastuuta. Juuri tämä itseasiassa on keskeistä ymmärtää viherpesun ilmiössä, että vaikka yritys toimisi vastuuttomasti ja epäekologisestikin – ei tämä itsessään ole kuitenkaan viherpesua. Epäeettistä kyllä, mutta viherpesuksi se voidaan laskea vasta siinä kohtaa kuin väitetään toisin kuin todellisuudessa on (vrt. näyttö- ja käyttöetiikka).

Seelen ja Gattin (emt.) tutkimuksen pohdintojen kaltaisesti koen viherpesun ilmiössä olevan myös yhden sekavuutta lisäävän tekijän; eli itse viherpesun aukoton varmentaminen ja todentaminen. Tämä tematiikka näkyy myös vahvasti tutkimuksessani muutenkin. Viherpesun harjoittamista voidaan epäillä, osaksi tuoda ilmi ja ilmiötä itsessään voidaan tutkia ja pyrkiä ymmärtämään, mutta koko ilmiön kenttää varjostaa täydellisen varmuuden saamisen mahdottomuus. Toisin sanoen, viherpesua voidaan hyvin harvoin esimerkiksi todistaa todeksi; verifiointi, auditoijat ja toisaalta yritysten itsensä tuottamat todisteet ja data eivät ole koskaan täysin aukottomia. Kääntöpuolena tässä onkin se, että vaikka viherpesua on vaikea todistaa absoluuttisesti todella tapahtuvan, niin väärin perustein viherpesusta syytetyn toimijan on vaikea jälkikäteen varmentaa tätä enää epätodeksi.



### 3.3 YRITYSVASTUUSTA KESTÄVYYTEEN

Kestävyys ja kestävä kehitys on ollut pitkään vahvasti osa esimerkiksi julkisen sektorin toimintaa sekä myöhemmin myös yritysmaailmaa, josta siitä on tullut verrattain arkinen asia myös kuluttajien keskuudessa. Olkkosen ja Quarshien kirjoituksissa (2019) tuodaan esiin mielenkiintoinen käsitteelliskulttuurinen murros. Aiemmin organisaatiotutkimuksessa ja yritysten omassa terminologiassa on ensisijaisesti käytetty käsitettä *yritysvastuu* tai *yhteiskuntavastuu* (corporate social responsibility, CSR). Tämä on ikään kuin toiminut kaiken sisältävänä kattoterminä, mutta tutkimuksessa ja yrityksissä on ainakin jossain määrin siirrytty käyttämään alakäsitteitä kuten vastuullisuus (responsibility) ja kestävyys (sustainability). Esimerkiksi yritysten verkkosivuja tarkastellessa toimialasta riippumatta harvemmin kohtaa käsitteitä yritysvastuu tai CSR. Tämä käsitteellinen muutos kuvastaa myös tietynlaista toiminnallisen kulttuurin muutosta. Olkkosen ja Quarshien mukaan suomalaiset yritykset kaiken kaikkiaan tuntuvat toimivan vastuullisesti ja kestävästi. (emt.)

*“[--] the practice of CSR in Finland has become increasingly professional, and the rankings of Finnish firms on global responsibility and sustainability ranking lists have increased steadily. Especially in large firms, responsibility and sustainability are increasingly viewed as strategic priorities [--] (Olkkonen & Quarshie, 2019, s.103).”*

Olkkonen ja Quarshie näkevät, että suomalaisen yrityskulttuurin kestävydestä ja vastuullisuudesta kertoo esimerkiksi SDG-tavoitteiden integroiminen yritystoimintaan sekä näiden strategiaan.

Viherpesun diskurssissa nostan seuraavaksi esiin verrattain uuden *nettopositiivisuuden* (net positivity) trendin. Yksinkertaisuudessaan tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen jättämä jälki yhteiskuntaan ja etenkin ympäristöön on vaikutuksia summatessa positiivisempi, kuin negatiivisempi. Tämä käsite, tai ilmiö, on tyypillisesti yhdistetty nimenomaan kestävä kehityksen ja ekologisuuden skeemaan, mutta pitää sisällään myös muita vastuullisuuden ulottuvuuksia. Nettopositiivisuus on siis ennen kaikkea vahvasti yritysmaailmaan sidoksissa oleva ilmiö ja käsite.

Nettopositiivisuutta ja nimenomaan yritysten väitteitä toiminnan nettopositiivisuudesta ovat tarkastelleet de Silva ynnä muut (2019). He tutkivat nettopositiivisuusväitteitä 66 yrityksen kohdalla ja miten näitä tavoiteltiin ja oliko väitteille todellista tiedeperustaista pohjaa:

*” Between 2001 and 2016, 66 companies had made NNL/NPI environmental commitments. Thirty three of these 66 companies made specific biodiversity commitments. The numbers of companies making commitments increased in that period. However, some commitments were retracted, or their status became unclear, leaving only 18 companies with active NNL/NPI biodiversity commitments in 2016. Added to this, many of the commitments are lacking science-based criteria that would allow more transparent and systematic assessment of corporate activities.”* (emt., s.1481).

Hyvin radikaali ero näkyi edellä mainitussa tutkimuksessa yritysten välillä, jotka olivat sitoutuneet aluksi nettopositiiviseen toimintaan suhteessa niihin yrityksiin, joita voitiin loppu viimein pitää myös nettopositiivisinä liiketoiminnaltaan. Toisin sanoen, lupauksista huolimatta kestävyys konkreettinen toteuttaminen jäi huomattavan suurella osalla olemattomaksi.

Voidaan siis pohtia, johtuvatko toteutumien epäkohdat liian suurista tavoitteista, haluttomuudesta viedä prosessia läpi vai ovatko ne resurssien puutteista johtuvia. Siispä, jos yritys on jo prosessin alkutekijöillään tunnistanut tavoitteen saavuttamisen mahdottomuuden, miksi kyseiset yritykset edes näennäisesti pyrkivät sitä tavoittelemaan. Ajatellaanko tällä mahdollisesti olevan esimerkiksi markkinoilla sekä yrityskuvan kannalta positiivinen vaikutus, vaikka tavoitetta ei ikinä saavutettaisikaan (vrt. äänekäs ruskea yritys)?

Olkosen ja Quarshien (2019) julkaisussa käsitellään suomalaisen yhteiskuntavastuun historiaa ja kehitystä. Olkkosen mukaan suomalaiset yritykset pääsääntöisesti toimivat vastuullisesti, joka taas toisin sanoen tarkoittaisi sitä, että yritysten kestävyys tai vastuullisuuden taso vastaisi todellista tilannetta. Niin sanottua täydellistä yritystä ei olekaan, mistä päästäänkin Kallio ja Nurmen (2005) esittämään teoriaan organisaatioiden *näyttöetiikasta* ja *käyttöetiikasta*. Tätä kaksijakoa organisaatio ei itse ominaisuudessaan luo tai määritä, vaan ne ikään kuin ovat ja syntyvät itsestään; organisaatiot ja yritykset ovatkin Kallion ja Nurmen mukaisesti amoraalisia luonteeltaan. Yritykset eivät siis yleisessä mielessä pahoja tai sen puolen hyviäkään. Näyttöetiikalla kuvataan etiikan, tai tässä tapauksessa vastuullisuuden julkilausuttua, toivottua tai haluttua tasoa.

Käyttöetiikka kuvaa tuota vastuullisuuden todellista tilannetta ja tasoa. Nämä kaksi harvoin vastaavat täydellisesti toisiaan, vaan painopiste usein on toisessa.

Ei ole sattumaa tai täysin perusteetonta, miksi kuluttajilla yhä useammin nousee epäilyt erilaisten toimijoiden kestävyiden paikkansa pitävyydestä. Kuluttajaliiton suorittaman (2022) tuoreen tutkimuksen mukaan epäilyt ja kyseenalaistaminen toimijoita kohtaan näkyy kuluttajissa yllättäen vahvasti. Vuoden 2022 tammikuussa julkaistuu tutkimukseen osallistui yli 1000 vastaajaa. Tutkimuksessa selvitettiin kuluttajien luottamusta ja tietämystä esimerkiksi yritysten ympäristöväitteistä sekä erilaisista ympäristömerkeistä. Tutkiessani yritystoimintaa sekä kestävyiden ja vihreiden arvojen esiintymistä juuri kyseisellä kentällä, on erityisen olennaista myös tarkastella millä tavoin ympäristömerkit ja sertifikaatit näyttäytyvät tässä skeemassa. Kuluttajaliiton tutkimuksessa kysymys ”*Mikä saa sinut epäilemään tuotteeseen tai palveluun liitetyn ympäristöväitteen tai -merkin asianmukaisuutta?*” eniten vastauksia eli 47 % sai vaihtoehto ”*Väitteen todenperäisyydestä ei ole saatavissa lisätietoja*” (emt., s.18).

### 3.4 KUKA VALVOO VALVOJAA

Yksilöiden tiedostamisen taso viherpesun mahdollisuudesta vaikuttanee myös kuluttajien lisääntyneeseen yritysten kriittiseen tarkasteluun ja näiden uskottavuuden kyseenalaistamiseen; ja tämä ilmiö näkyy myös esimerkiksi kauppojen ostokäyttäytymistä seuraavissa tilastoissa. Voidaan jopa ajatella, että kestävämmyyden mahdollisuus ja viherpesu yrityksissä on nyt luonut eräänlaisen epäilyksien kokonaisuuden, josta on vaikea saada todellista selkeyttä, kuka on syyllinen ja mihin oikeastaan edes syyllistytään. Ympäristömerkkien ja sertifikaattien tulisikin selkeyttää tätä sekavaa toimialaa ja kenttää, auttaa kuluttajia ja esimerkiksi sijoittajia tekemään valvutuneita ja vastuullisia päätöksiä. Todellinen tilanne ei kuitenkaan ole aivan tämä. Tästä päästäänkin tematiikkaan ohjauksen ja regulaation vaikutuksesta organisaatioiden kestävyiden ja vihreiden arvojen tavoittelussa. Tutkimukseni yhtenä merkittävänä osa-alueena ovat kestävyteen ja viherpesuun vaikuttavat sisäsyntyiset ja ulkosyntyiset *ohjurit*, joita käsitellenkin ja tarkastellenkin tässä osassa tarkemmin.

Tällä hetkellä mahdollisesti suurimmat lainsäädännölliset vaikuttajat myös liiketoiminnallisessa kontekstissa löytyvät Euroopan komission aloittamasta Green Deal-ohjelmasta. Toinen yleisesti

vaikuttava kokonaisuus on taas YK:n Kestävän kehityksen ohjelma (SDG) ja sen 17 tavoitetta lukuisine alatavoitteineen. Kumpakaan näistä kansainvälisistä ympäristöohjelmista ei olla otettu ongelmitta ja kritiikittä vastaan. Johdantokappaleessa mainitsinkin jo selkeästä ristiriidasta siitä, miten esimerkiksi SDG-indeksi tulkitsee kestävyyttä valtiotasolla. Sama ongelma on myös Vihreän kehityksen ohjelmassa. Ohjelmassa on korostettu Euroopan alueen taloudellisen kasvun painottamista, joka de facto on ekologisesti kestäväntöntä. (mm. Guardian, 2020)

Greenpeace:n EU-asioiden edustaja Franziska Achterberg kommentoi muun muassa Green deal-ohjelmaa seuraavasti: *“A 50-55 percent emission cut by 2030 is not sufficient. Nature doesn’t negotiate. The longer we wait to make the necessary changes in our economy, the more damage will be caused and the more difficult and expensive it will be. [--]”* (Greenpeace, 2019) Tässä lainauksessa Achterberg siis viittaa kansainvälisiin ympäristö- ja ilmastohankkeisiin ja näiden riittämättömyyteen ongelmien todellisessa ratkaisemisessa.

Edellä mainittujen lisäksi vahvoja *eksogeenisia* eli ulkosyntyisiä vaikuttajia ovat kotimaiset sekä kansainväliset ympäristömerkit. Virallisia, viranomaisten luomia ympäristömerkkejä on kymmeniä ja tämän lisäksi on kymmeniä, ellei satoja epävirallisia sertifikaatteja ja merkkejä eri toimialoille. Esimerkiksi suomalaista metsäteollisuutta koskevat merkit ovat PEFC ja FSC. Maa- ja metsäministeriö kertoo verkkosivuillaan näistä sertifioinneista seuraavasti: *”Metsänomistaja voi halutessaan liittää metsänsä metsäsertifointiin, jonka kriteerit asettavat lainsäädäntöä laajempia vaatimuksia metsien hoidolle ja käytölle. Metsäsertifointi on vapaaehtoinen ja markkinaehtoinen järjestelmä näiden vaatimusten todentamiseksi.”* (MMM) Vaikka noin 90 % suomalaisista talousmetsistä on PEFC- sertifioituja, on taas FSC- sertifioituja metsiä on suomessa ainoastaan vain noin 10 %. (MMM)

Yritysten legitiimisyys ja uskottavuuteen vihreinä ja vastuullisina toimijoina liittyy vahvasti myös *optinen ulottuvuus*. Valveutumaton kuluttaja saattaa luottaa lähes mihin tahansa vihreään symboliin, joilla pyritään viestimään yrityksen ekologisuudesta tai ympäristövastuullisuudesta. Valheellisella markkinoinnilla saattaa olla muitakin kuin niin sanottuja imagollisia seurauksia, riippuen muun muassa kyseessä olevasta toimimaasta ja sen lainsäädännöstä tai itse toimialasta. On myös verrattain paljon vaadittu kuluttajalta tuntea ja ymmärtää kymmenien eri merkkien ja sertifikaattien tausta ja kriteeristö. Tuolla optisella ulottuvuudella, ja symboleilla tähän usein juuri

pyritäänkin; vakuutetaan kuluttaja ja asiakas tuotteen tai yrityksen vastuullisuudesta ja kestävydestä pelkän ulkoasun avulla.

Ympäristömerkkejä ja erilaisia sertifikaatteja on kymmeniä, ellei satoja, kotimaisia ja kansainvälisiä, ja jokaisella näistä on oma kriteeristö. Kestävydestä ja vastuullisuudesta kertovia merkkejä ja sertifikaatteja tulkittaessa ja arvioitaessa on hyvä muistaa, että nämä eivät ole irrallisia markkinoista tai niiden lainalaisuuksista. Hyvä tarkoitus ei poista sitä, että rahaa tehdään myös merkkejä ja sertifikaatteja antamalla ja määrittelemällä; sertifiointi, standardointi ja auditointi ja näiden takana toimivat yritykset eivät ole hyväntekeväisyisyhdistyksiä. Myöskään mikään merkki tai leima ulkoisista ja niin ikään riippumattomista auditoinneista huolimatta ole aukoton, joten toisin sanoen tätäkin kenttää voidaan kyseenalaistaa myös ”Kuka valvoo valvojaa?”-sanonnan antaman merkityksen kautta.

Suomalaiselle metsäteollisuudelle keskeisimmät sertifikaatit ovat FSC ja PEFC. PEFC-kriteerin yksinkertaistettu määritelmä kuuluu seuraavasti: ” [-] *osoittaa, että metsien hoito on ekologisesti, sosiaalisesti ja taloudellisesti kestävä*” (PEFC). FSC määritellään seuraavasti: ”*FSC-sertifikaatti varmistaa, että metsiämme hyödynnetään ympäristöä ja ihmisoikeuksia kunnioittaen. Sertifikaatin perusta on metsänhoidon standardi [-] Standardissa on määritelty, millä keinoilla vastuullinen metsänhoito toteutuu Suomessa käytännössä. (FSC-standardi)*”. Monen muunkaan laatu- tai ympäristömerkin tavoin, myöskään nämä sertifikaatit eivät ole jääneet ilman kritiikkiä. Muun muassa ELY-keskus on irtautunut PEFC-sertifioinnista sen puutteiden vuoksi. ELY:n mukaan Suomen Punainen kirja uhanalaisista lajeista Suomessa kertoo hälyttävästä tilanteesta; merkittävä osa uhanalaisten lajien tilanteesta voidaan katsoa muun muassa metsäteollisuuden metsänhakkuiden aiheuttamiksi (ELY, 2021).

Metsäteollisuuden omien sertifiointijärjestelmien lisäksi monille puubiotuotteille haetaan ja annetaan muita merkkejä ja sertifikaatteja. Globaaleja ympäristömerkkejä, joista muutama myös tutkimukseen valikoiduista yrityksistä on saanut, on esimerkiksi EU:n *Ecolabel*, saksalainen *Blue Angel* ja niin edelleen. Myös erinäiset kolmannet osapuolet tekevät niin ikään yritysrankingia (corporate ranking) eli listauksia yrityksistä esimerkiksi päästöjen ja ympäristöinvestointien perusteella, markkinoille kuluttajia ja sijoittajia pääasiassa palvellen. Tällaisia ovat muun muassa CDP (Carbon Disclosure Project) ja Dow Jones Sustainability Indices. Yksi isoimmista, myös metsäalaa, määrittävistä ympäristösertifikaateista on ISO-14001 ympäristöjärjestelmästandardi

(mm. EUR-Lex, 2022). Tähän läheisesti kuuluu EMAS-ympäristöhallintojärjestelmä (Eco-Management and Audit Scheme), jonka tarkoitus on integroida ekologia, kestävyys ja ympäristötietoisuus koko organisaatioon sekä mitata, tarkastella ja myös paikan tullen korjata puutteita, olivatpa ne järjestelmän mukaan lieviä tai vakavia.

Endogeenisina eli sisäsyntyisinä vaikuttimina kestävyuden rakentumiseen ja syntymiseen yrityksessä katson olevan esimerkiksi asenteet ja uskomukset kestävyydestä ja vihreydestä liiketoiminnallisessa kontekstissa sekä yrityksen mahdolliset kestävyyttä ja ekologisuutta ajavat toimintatavat sekä motivaation lähteet tähän. Ympäristöjohtamista tutkinut Fineman (1996) on tutkimuksissaan tarkastellut vihreiden liiketoimintojen motivaation lähteitä. Finemanin mukaan ympäristöasiat yrityksissä voidaan nähdä tunneperäisinä asioina, jolloin lähestymistapa on selkeästi erilainen kuin vaikkapa puhtaasti yrityksen tuotantoasioihin. (emt.)

Edellä esitetystä tematiikasta voidaan ammentaa myös perustelua rajaukselleni haastatella tutkimukseen johtotason henkilöitä sen sijaan, että olisin esimerkiksi haastatellut metsänomistajia tai tehdastyöntekijöitä. Ollakseen aidosti toimivaa, kestävyuden ja vihreyden kulttuuri vaatii koko organisaation läpileikkaavan panostuksen lähtien johtotasolta ja ideaalitulanteessa liikkuen organisaation läpi niin horisontaalisesti kuin vertikaalisesti. Jos esimiesten ja johtotason asenteet esimerkiksi hiilineutraaliuuteen pyrkimisestä olisivat negatiiviset tai yhdentekevät on riskinä, että tämänkaltainen asenne ja suhtautuminen leviää koko organisaatioon. (mm. Fineman, 1998; Bansal & Roth, 2000)

Puhuttaessa johtamismalleista on kuitenkin suuri riski, ettei kestävyuden tavoittelu, ylläpitäminen tai sen rakentaminen ole aitoa tai sen onnistuminen on epävarmaa, jos ympäristöasiat mielletään jonain ”oikeasta” liiketoiminnasta irrallisina asioina tai toimintoina. Tämä sama pätee siis jossain mielessä myös käsitteeseen ympäristöjohtaminen; johtamiseen pitäisi itseisarvoisesti kuulua ympäristö, kestävyys ja ekologisuus.

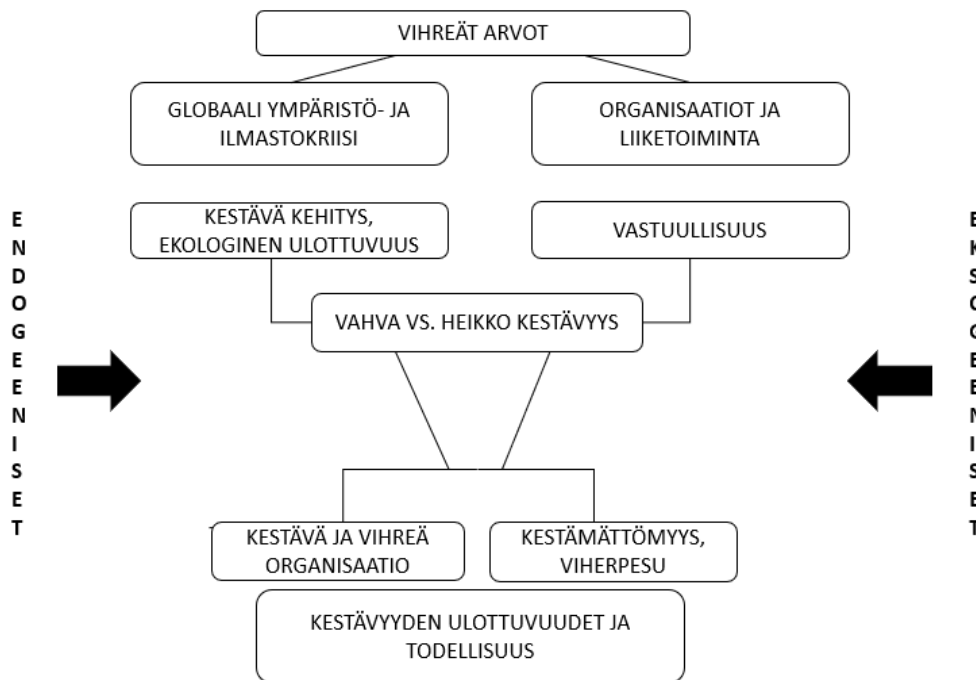
## 4 KÄSITTEELLINEN JA HISTORIALLINEN ANKKUROINTI

Tässä luvussa tarkastelen tutkimukseni aihetta käsitteellisen diskurssin kautta. Tarkastelen myös tutkimuksen ja teorian historiallisia ja etymologisia puolia. Tutkimukselleni keskeisten käsitteiden avaaminen on ensisijaisen tärkeää, sillä vaikka monet keskeiset käsitteet ja ilmiöt ovat viime vuosikymmenten ajan esiintyneet sekä politisoituneessa että populaarissa kontekstissa, on tutkimuksen tosiasiallisen ymmärtämisen kannalta tärkeää ymmärtää käytetty kieli, kuin historiallinen tausta näille käsitteille ja ilmiöille.

Tutkimukseni tarkastelee kolmea metsäteollisuuden yritystä ja mitä oikeastaan vihreät arvot, ja kestävyys näiden toimijoiden kohdalla tarkoittavat, ja miltä ne ulkopuolelta tarkastellessa vaikuttavat. Tulen seuraavaksi esittelemään tarkemmin keskeiset käsitteet ja tutkimuksen niin sanotut avainsanat; *vihreät arvot*, *kestävyys ja kestävä kehitys*, *vastuullisuus* ja *viherpesu*. Tutkimuksessa organisaatioiden toiminnan tarkastelun kattoterminä toimii niin ikään *vihreät arvot*; tällä käsitteellä viitataan kokonaisvaltaiseen organisaation ja sen sidosryhmät tosi asiallisesti läpileikkaavaan arvoon ja pyrkimykseen toimia kestävästi, ekologisesti ja vastuullisesti. Tämä ehkä pikemminkin eräänlainen abstrakti arvo- ja toimintakulttuuri pitää taas sisällään muut tutkimukselle tärkeät käsitteet, eikä siis ole sellaista, jota eksaktisti voidaan mitata. Tämän erityisen luonteensa vuoksi vihreät arvot voidaan mieltää jonain sisäisenä ominaisuutena, jota yrityksellä voidaan katsoa olevan tai toisaalta todeta sellaisen ominaisuuden puuttuvan. Vihreät arvot organisaatiossa siis voivat tarkoittaa yleisesti ympäristöasioiden arvottamista toiminnassa, hiilineutraaliuuteen pyrkimistä ja esimerkiksi työntekijöiden kesken vallitsevasta konsensuksesta ympäristöasioiden ja ekologisuuteen pyrkimisen merkityksestä. Vihreät arvot eivät tässä tapauksessa esimerkiksi tarkoita puhtaasti yrityksen harjoittamaa hiilikompensointia saastuttavan liiketoiminnan korvaamiseksi (mm. Miller & Maxwell, 2017).

Seuraavaksi esitetyn kuvan olen suunnitellut tutkimuksen teoreettisen ja käsitteellisen tematiikan avaamiseksi. Vihreät arvot, kuten ylempänä olen avannut, merkitsee koko tutkimuksen keskeistä lähtökohtaa ja selvitetävää tutkimusongelmaa ja sijaitsee siten kuvan ensimmäisellä tasolla. Tämä sen jälkeen jakautuu kahteen haaraan; ensimmäinen haara on teoreettinen, tutkimuksellinen tausta ilmiöstä ja toinen on tutkimuksen keskeinen kysymyksen asettaja eli yksityisen sektorin organisaatiot ja liiketoiminta. Kehikkoa ympäröi koko kenttää ohjaavat vaikuttimet tai niin sanotut

ohjurit, eli sisäsyntyiset (endogeeniset) ja ulkosyntyiset (eksogeeniset) vaikuttimet ja ohjaavat tekijät. Näillä tarkoitetaan esimerkiksi organisaation sisäisiä toimia, asenteita ja uskomuksia sekä ulkoisia vaikuttimia kuten muun muassa lainsäädäntö ja markkinat. Kolmannelta tasolta päästään vahvaan tai heikkoon kestävyYTEEN, joka taas vuorostaan johtaa erilaisiin lopputulemiin, joista yhdessä voidaan tulkita, mikä on vihreiden ja kestävyYTEEN ulottuvuuksien kokemus.



Kuva 3, KestävyYTEEN kenttä organisaatioissa (Tutkielman kirjoittaja, 2022)

*KestävyYTEEN ja kestävä kehitys*, jotka ovat jo taas verrattain helpommin realisoitavia termejä kuin viherpesu, ovat yleisen konsensuksen mukaan johdettava Brundtlandin komission ”*Our Common Future*” raporttiin (1987), jossa kestävä kehitys on ensimmäisen kerran täsmällisesti määritelty. Brundtlandin komission mukaan kestävä kehitys on sellaista toimintaa, jossa myös tulevilla sukupolvilla on samat mahdollisuudet ja resurssit tyydyttää tarpeensa. Toisin sanoen, kestävä kehitys itsessään ei vielä tarkoita asioiden suoranaista parantamista vaan sitä, ettemme tämän sukupolven aikana tuhoa seuraavilta sukupolvilta mahdollisuuksia elää ja toimia (emt.). Tähän määrittelyyn ja itse käsitteisiin *kestävyYTEEN* ja *kestävä kehitys* liittyy myös tietynlainen



terminologinen määrittelyongelma. Vaikka nuo kaksi käsitettä ovat näennäisesti täysin eri sanoja, puhutaan niistä usein samoina asioina. Koska tutkimukseni tarkoitus ei ole kuitenkaan lähtee syventyvästi tarkastelemaan tai ratkaisemaan niin sanottuja retorisia ja kielellisiä dilemmoja, joita näihin käsitteisiin liitetään, käytän tutkimuksessa itsekkin molempia termejä (mm. Stefańska, 2021).

Kestävän kehityksen käsitteen sisälle saadaan vielä kaksijakoinen ajatus *heikosta vs. vahvasta* kestävydestä. Heikolla kestävydellä (weak sustainability) tarkoitetaan tietyssä mielessä ilmiötä, josta oikeastaan juuri Brundtlandin raportissa puhutaan; toimitaan kestävästi mutta niin, että taloudellinen kasvaminen säilytetään. Joissakin tapauksissa puhutaan myös niin sanotusta hitaasta kestävydestä (slow sustainability). Sen sijaan vahvassa (strong sustainability) kestävydessä painotetaan taloudellisen kasvun ja kehityksen sijaan nimenomaan ekologista painoarvoa; ympäristön säilymistä ja suojelemista yli taloudellisen kasvun ja kulutuksen (mm. Hediger, 1999). Eli kysymys on niin sanotusti siitä roolista tai asemasta, mikä ekologisuudelle annetaan suhteessa muihin kestävyden ulottuvuuksiin.

Kestävä kehitys tai kestävyys on ympäristöpolitiikan kentällä paljon käytetty sekä eittämättä laajasti tutkittu ilmiö. Kestävästä kehityksestä on ollut puhetta jo pitkään ja osalta se on jo varmasti unohtunutkin uusien ja trendikkäämpien suuntauksien ja ilmiöiden myötä. Kestävän kehityksen ulottuvuuksia on tulkintatavasta riippuen kolme tai neljä ja näiden katsotaan olevan; 1. ekologinen kestävyys, 2. taloudellinen kestävyys, 3. sosiaalinen kestävyys ja 4. kulttuurillinen kestävyys. Kuten voidaan ymmärtää, kun tutkimusta kestävydestä ja sen ulottuvuuksista on tehty lähes 40 vuotta, on tarkastelutapoja ja erilaisia tulkintoja aiheesta paljon. Vaikka nuo eri ulottuvuudet toki tukevat toisiaan ja ovat kaikki tärkeitä tekijöitä yhteiskunnallisessa kehityksessä ja muutoksessa, tulen kuitenkin tässä tutkimuksessa painottamaan pääasiallisesti ekologista kestävyden ulottuvuutta (vrt. vahva kestävyys).

Kestävän kehityksen käsitteen avaamisen jälkeen on hyvä ottaa esiin kestävyden kanssa usein samaan yhteyteen nivottava termi *vastuullisuus* (responsibility). Kestävyttä ja vastuullisuutta jäsennetään verrattain usein yhtenä samana kokonaisuutena. Tämä juontanee osin yritysvastuun ja yhteiskuntavastuun diskurssista ja dialogista. Tutkimuksessa on kuitenkin edetty pidemmälle, eikä mielestäni kestävyttä ja vastuullisuutta ole mielekästä tai edes tarkoituksenmukaista mieltää synonyymeiksi toisilleen. Kaikki kestävyys on vastuullista, mutta kaikki vastuullisuus ei ole

kestävää. Vastuullisuus voidaan siis ikään kuin nähdä taas jonain kattoterminä, joka koostuu useista osista, joista yksi on kestävä kehitys ja sen huomioiminen. Hyvänä esimerkkinä tästä vastuullisuuden ja kestävyuden ilmiöiden käsitteellisestä eroavaisuudesta löytyy suoraan yritysmaailmasta. Tämä lainaus on suoraan Neste Oyj:n verkkosivuilta: ”Neste on sijoittunut neljänneksi Corporate Knightsin maailman vastuullisimpien yritysten Global 100 -listalla. Yhtiö on nyt 15. kertaa peräkkäin mukana Global 100 -listalla. Mikään muu energiayhtiö ei ole yltänyt listalle yhtä monta kertaa peräkkäin.” (Lehdistötiedote, Neste Oyj, 2018). Neste voi hyvinkin olla tulkintatavan mukaan vastuullinen toimija. Kun yrityksen toiminta perustuu fossiilisiin polttoaineisiin ei tällöin voida ainakaan kovin mielekkäästi puhua kestävästä toimijasta.

Tutkimuksessani, eikä myöskään tutkimuksen aiheen kentällä ole ehkä kuitenkaan keskeisintä pyrkiä nimeämään toimijoita kestäviksi tai kestäättömiksi, vaan ymmärtää ilmiön eri ulottuvuudet ja tasot sekä vaikutussuhteet. Tässä kohdin voisikin siis paremmin puhua kestävyuden eri toteutumisen tasoista yrityksessä; esimerkiksi *vahvasta* tai *heikosta kestävyydestä*. Heikon kestävyuden mallia tai teoriaa kutsutaan toisinaan myös Solowin kestävyutenä; tällä viitataan tutkija Robert Solowin ajatuksiin kestävyuden toteutumisen tasosta. Solowin vuoden 1974 ”*Intergenerational Equity and Exhaustible Resources*” julkaisu on ensimmäisiä heikkoa kestävyyttä käsitteleviä tutkimuksia.

Heikon ja vahvan kestävyuden kautta päästään myös hyvin Kallion ja Nurmen (2005) esittämään ajatukseen yritysten vastuullisuudesta ja niin kutsuttuun *näyttö-* ja *käyttöetiikkaan*, joita avaam tutkimukseni eri vaiheissa. Tämä analogia nivoutuu yhteen ajatuksen kanssa vihreistä arvoista liiketoiminnassa sekä toisaalta viherpesusta yrityksen negatiivisen toimintakulttuurin kuiluna. Lyhyesti kiteytettynä, näyttöetiikka ja sen taso on jotain miltä organisaatio mahdollisesti haluaa toimintansa näyttävän, tai ehkä pikemminkin uskoo sen näyttävän ja olevan. Käyttöetiikka on taas sitä, mitä tuo toiminta todellisuudessa on.

Yksi hyvinkin vapaasti mediassa viljelty 2000-luvun trendisanoista, *viherpesu*, on yrityksille ja toimijoille suoranainen punainen vaate tai stigma, jota kukaan ei halua yritykselleen annettavan tai edes mainittavan samassa yhteydessä. Tätä voidaan mieltää myös niin sanottuna kuiluna näyttö- ja käyttöetiikan välillä yrityksissä. Viherpesu on yksinkertaistettuna jonkin toimijan väitteitä, mainoksia tai markkinointia ekologisuudesta, kestävyydestä tai muusta vastaavasta, jotka eivät joko pidä osaksi paikkaansa tai ovat täysin perusteettomia. Tyypillinen esimerkki viherpesua

harjoittavasta yrityksestä on yritys, joka verkkosivuillaan kertoo toimintansa tai tuotantonsa olevan hiilineutraalia vastoin oikeaa tilannetta tai yritys, jonka verkkosivuilla esitetään jokin ympäristömerkki, jonka käyttöä ei ole validoitu tai merkki on jopa täysin keksitty. Haluan tuoda tutkimukseeni vahvan tieteellisen taustoituksen ja pohjan *viherpesun* käsitteelle sekä aiheen diskurssiin. Viherpesun käsitettä ja ilmiötä on tarkasteltu laajasti ja voidaan sanoa, että se on suurelle osalle väestöstä ainakin jossain määrin tuttu käsite. Käsitettä on kuitenkin yllättävän vähän tieteellisesti tutkittu. Kuluttajat ovat kuitenkin nykyään aikaisempaa tietoisempia ja tietyssä määrin myös vaativampia vihreiden arvojen ja kestävyys-suhteen; kulutuksen tavat ja motiivit ovat jokseenkin muuttuneet verrattuna niitä esimerkiksi aikaan ennen 1990-lamaa tai 2000-luvun kertakäyttökulutukseen. (Tilastokeskus, 2009).

Kuluttajaliiton 2022 tammikuussa julkaiseman tutkimuksen mukaan vain 1 % tutkimukseen osallistuneista uskoo ehdottomasti yritysten esittämiin ympäristöväitteisiin (Kuluttajaliitto, 2022). Kun tätä peilaa EU:n luomaan tutkimukseen, jonka mukaan noin 42 % EU-alueella toimivista yrityksistä syyllistyy jonkinasteiseen viherpesuun (Euroopan komissio, 2021), on kuluttajia helppo ymmärtää.

Avasin tutkimuksessa jo aiemmin kestävä kehityksen tieteellistä kenttää sekä tuon käsitteen alkuperää. Ympäristötutkimuksessa kestävä kehityksen painotus on ollut siis tutkimuksen kohteena. Ymmärrys ympäristön ja maapallon rajallisesta kantokyvystä on ollut tieteentekijöiden keskuudessa iso huoli jo pitkään, kuitenkin vasta tultaessa 2000-luvulle on tuo huoli todella politisoitunut sekä saanut myös tavallisten kansalaisten ja kuluttajien huomion arjessa sekä mediassa (vrt. ilmastoahdistus). Ymmärtääkseen tutkimukseni tarkoitusta ja koko kestävä kehityksen ja niin sanotun vihreän siirtymän diskurssia, tulee myös ympäristöpoliittishistoriallinen tausta aiheesta tuntea. Ympäristökiistat ja konfliktit ovat vahvasti myös historiasidonnallisia sekä merkityksensä ajassa ja tilassa saavia: siksi historian tapahtumia ja merkitystä ei tule väheksyä.

Ympäristöpoliitikalla on moneen muuhun tutkimushaaraan verrattuna suhteellisen lyhyt historia. Ympäristökäsitys oli pitkään vallitsevasti lähinnä hyötysuhteinen; ympäristö ja luonto olivat yleiskäytettäviä ja vapaasti ihmisen tarpeisiin hyödynnettäviä resursseja. Kärjistettynä, pitkälle vielä 1900-luvullekin tultaessa; jos tehtaan vierestä löytyi vesistö, nähtiin se ensisijaisesti jätteiden loppusijoituskohteena enemmän kuin luonnonvarana, jota suojella ja kunnioittaa. Monen muunkin kansalaisaateen ja niin sanotusti isomman väestön herääminen tapahtui vasta toisen

maailman sodan jälkeen. Sotakoneistosta, teollistumisesta ja modernisaatiosta johtuvaa saasteiden, jätteiden ja päästöjen määrää sekä näiden haitallisuutta ruvettiin verrattain hitaasti pitämään ei vain pelkästään ihmiselle vaan myös nimenomaan ympäristölle haitallisena. Muutos on ollut selkeä; ympäristö ei ole enää ihmiselle vain jotain, jota käyttää ja kuluttaa, vaan se yleisesti ottaen koetaan jonain arvokkaana, jota pyritään suojelemaan ja säilyttämään. Ihmisen kaikkivoipaisuus suhteessa ympäristöön on häviävä ajattelutapa. (mm. BBC, 2020)

Ensimmäinen Suomen luonnonsuojelulaki on asetettu voimaan 1923 (Luonnonsuojelulaki 71/1923, Fin-lex). Lait vesistöjen suojelusta ja ympäristön pilaantumisesta ovat astuneet voimaan vasta 1900-luvun loppupuolella, tarkemmin ottaen vasta 1960-luvulla ja sen jälkeen (mm. Vuori & Korjonen-Kuusipuro, 2018). Yleisessä keskustelussa niin Suomessa kuin muualla maailmassakin tuntuu elävän vahva narratiivi Suomesta puhtaan luonnon ja luonnon suojelun ihanteena. Tehtäessä kuitenkin tarkempaa tutkimusta esimerkiksi Suomen järvistä, näkyy järvien sedimenteistä eli maakerrostumista, mitä ja milloin ajan saatossa historiassa on vesistöihin täysin epäilyttä ja hyväksytysti hävitetty; vaarallista, ja maatumatonta jätettä aina aseista kemikaaleihin. (emt.) Samanlaisesta ihmisen ja luonnon hyötysuhteen korostamisesta ja negatiivisesta konnotaatiosta luonnosta puhuttaessa ei olla kuitenkaan ehkä vielä 2000-luvullakaan päästy täysin eroon (ks. ekosysteemipalvelut).

Seuraavassa luvussa siirryn tarkastelemaan tutkimusmenetelmiä sekä tutkimuksen empiiristä osuutta sekä esittelen tutkimuksen haastatteluaineiston keruuta sekä haasteita aineiston saamisessa. Esittelen tarkemmin myös itse tutkimuksen tapauksena olevaa kolmea metsäteollisuuden yritystä. Tutkimuksen primääriaineistoa eli haastattelumateriaalia analysoin luvussa kuusi.

## 5 MENETELMÄT JA TAPAUSESITTELY

### 5.1 HAASTATTELUAINEISTO JA SEN KERÄÄMISEN HAASTEET

Tutkimusmetodini on kvalitatiivinen sisällönanalyysi. Tutkimuksen pääaineistona toimivat puolistrukturoidut haastattelut kolmesta metsäteollisuuden yrityksestä. Tarkastelukohteina ovat UPM, Stora Enso ja Metsä Group. Jokaisesta yrityksestä haastateltaviksi on otettu henkilöitä keskijohdosta aina ylempään johtoon. Haastateltaviksi valikoitui henkilöitä, jotka olivat halukkaita osallistumaan tutkimukseen. Yhteyttä haastateltaviin olen pääsääntöisesti ottanut sähköpostitse. Sekundäärisenä aineistona tutkimukselleni toimivat yritysten itse tarjoamat dokumentit ja verkkosivut materiaaleineen.

UPM:n kohdalla ensikontakti yritykseen tapahtui yrityksessä aluetasolla työskentelevän kaukaisemman sukulaisen kautta, joka suositteli mahdollisia haastateltavia, osallistumatta kuitenkaan itse haastatteluun. Yksilöhaastatteluja tutkimukseen tuli kolme jokaisesta yrityksestä, haastattelujen kesto vaihteli puolesta tunnista noin 1,5 tuntiin. Haastattelumateriaalien saaminen oli verrattain vaikeaa, etenkin UPM:n kohdalla oli havaittavissa vaikeasti avautuvaa ilmapiiriä.

Aivan alkuun haastattelujen saaminen näyttäytyi paikoitellen suorastaan mahdottomalta ja tutkimusprosessin alussa jouduinkin pohtimaan tutkimuksen asettelua ja koko aineistoa sen varalta, ettei yksikään näistä yrityksistä vastaisi yhteydenottoihini. Useisiin yhteydenottoihini yrityksestä riippumatta ei joko vastattu lainkaan tai minua niin ikään siirrettiin ihmiseltä ihmiselle. Jokaisen yrityksen kohdalla oli myös havaittavissa haluttomuutta osallistua haastateltavaksi; etenkin jos haastateltava koki, ettei ole tarpeeksi tietoinen haastateltavasta aiheesta tai ei työssään ensisijaisesti aiheen kaltaisista alueista vastaa. Nämä edellä mainitut tekijät jo itsessään rajasivat tutkimustani.

Analysoin saatua haastatteluaineistoa teemoittain ja tutkimuksen teoriaosuuden kautta. Tätä tukee yritysten itse tuottama materiaali ja informaatio. Jokainen haastatteluun osallistuva on saanut saman taustoituksen tutkimuskohteestani. Olen haastateltaville yleisellä tasolla kertonut tutkimuksestani sekä mahdollisista aihepiireistä haastatteluissa. Suoria haastattelukysymyksiä tiedusteltiin etukäteen luettavaksi, mutta varmistaakseni haastattelujen relevanttiuden ja uskottavuuden, en luovuttanut kysymyksiä haastateltaville etukäteen. Haastattelumateriaalin olen

kerännyt vuoden 2022 kevään ja kesän aikana. Analysoin haastatteluaineistoa seuraavien teoriaohjatuin teemojen kautta: *vihreät arvot, heikko ja vahva kestävyys, endogeeniset ja eksogeeniset ohjurit, liiketoiminnalliset lainalaisuudet* sekä *viherpesu*.

## 5.2 KOLME METSÄTEOLLISUUSJÄTTIÄ

Tutkimukseni empiirinen osuus koostuu kolmen metsäteollisuuden yrityksen tarkastelusta kestävyiden, niin sanotun kokonaisvaltaisen vihreiden arvojen sekä viherpesun skeemassa. Metsäteollisuus ja sitä kautta kolme yritystä UPM, Metsä Group ja Stora Enso valikoituivat tutkimukseen näiden ympäristöön sekä yhteiskuntaan vaikuttavuuden ja kattavuuden vuoksi. Metsäteollisuus on huomattava osa suomalaista talouskulttuuria ja merkittävä vientituotteiden toimiala sekä työllistää tuhansia suomalaisia. Vaikutukset ympäristöön ja ilmastoon ovat kuitenkin kiistattomat. Biodiversiteettivaikutukset, metsähakkuut ja päästövaikutukset ovat yleisesti tiedossa ja siksi koen tärkeäksi tarkastella, mikä näiden yritysten rooli vihreiden arvojen kokonaisuudessa on ja miten yritysten työntekijät kokevat kestävyiden tason ja oman roolinsa tässä kokonaisuudessa. Tässä osuudessa esittelen hieman näitä kolmea metsäteollisuuden yritystä, niiden keskeisiä liiketoiminnallisia puolia sekä jokaisen yrityksen kestävyys- ja vastuullisuusasioita. Tässä osuudessa käyn läpi siis tutkimuksen sekundääristä, kevyempää ja täydentävää aineisto-osuutta, jonka jälkeen pureudun ensisijaiseen aineistoon eli haastatteluihin. Yrityksestä seuraavaksi esitettävä tieto on pääasiassa kerätty jokaisen yrityksen omilta verkkosivuilta.

### 5.2.1 UPM

UPM, tai tarkemmin sanoen UPM-Kymmene Oyj, on aloittanut toimintansa vuonna 1996 kolmen paperitehtaan fuusioituessa. Nykyään UPM on ylikansallinen yritys, jolla on tuotantolaitoksia 54 ja toimintaa 46 maassa (UPM, vuosikertomus 2021). UPM listaa verkkosivuillaan kaksitoista liiketoimintansa, joita ovat muun muassa selluntuotanto, energiantuotanto ja biokomposiitit (Yhtiön historia, UPM, 2022).

Kolmesta yrityksestä UPM on ainoa, jolla vuosikertomukset ja tilinpäätökset ovat nähtävänä yrityksen verkkosivuilta vuoteen 2009 tähän päivään asti. Vuonna 2021 UPM:n liikevaihto oli 9814 miljoonaa euroa (UPM, vuosikertomus 2021). Yritys kertoo verkkosivuillaan niin vastuullisuus- kuin kestävyystavoitteistaan verrattain laajasti. Kestävyystavoitteet on summattu yrityksen verkkosivuilla seuraavasti;

*”Me olemme sitoutuneet YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin ja tunnistaneet niistä ne tavoitteet ja alatavoitteet, joihin toiminnallamme, tuotteillamme ja ratkaisuillamme on suurin vaikutus – joko positiivinen tai negatiivinen. Meille on tärkeää nähdä nykyisen toimintamme ja globaalien tavoitteiden välinen strateginen yhteys. Olemme myös tunnistaneet ne liiketoimintariskit, joita syntyy, mikäli emme tartu tavoitteiden osoittamiin haasteisiin. Turvalliset ja kestävät tuotteet ovat myös tärkeässä roolissa, kun mietimme mahdollisuuksiamme vaikuttaa.”* (Kestävän kehityksen tavoitteet, UPM, 2022)

UPM kertoo verkkosivuillaan sitoutuvansa YK:n Kestävän kehityksen ohjelman tavoitteisiin sekä YK:n Global Compact yritysaloitteeseen. SDG tavoitteista UPM mainitsee erityisesti seuraavat: 6. Puhdas vesi ja sanitaatio, 7. Edullinen ja puhdas energia, 8. Ihmisarvoinen työ ja talouskasvu, 12. Vastuullinen kuluttaminen, 13. Ilmastoteot, 15. Maanpäällinen elämä (emt.)

## 5.2.2 METSÄ GROUP

Nykyinen Metsä Group aloitti toimintansa 1900-luvun alkupuoliskolla Metsäliittona. Osuuskunnaksi yritys muuttui 1947 ja Metsä Groupiksi vasta vuonna 2012. 2000-luvulle tultaessa toiminta oli saanut kansainvälisen toimijan aseman; työntekijöitä Metsä Group kertoo olleen tuolloin jo 25 000 työntekijää ja toimintaa kymmenissä maissa. Vuoden 2021 liikevaihdokseen yritys on ilmoittanut 6017 miljoonaa euroa. Metsä Group tai Metsäliitto Osuuskunta jakaa toimintojaan seuraaviin jaostoihin; Puunhankinta ja metsäpalvelut, Metsä Wood (puutuotteet), Metsä Fibre (Sellu- ja sahateollisuus), Metsä Board (Kartonki), Metsä Tissue (Pehmo- ja tiivispaperit) ja Metsä Spring (Innovaatioyhtiö). (Historia, Metsä Group, 2022)

Kestävydestä ja vastuullisuudesta kertoo Metsä Group verkkosivuillaan ”vastuullisuus”-välisivulla tyypillisen jaottelun mukaisesti, jossa vastuullisuus on yläkategoria ja kestävä kehitys,

ympäristö ynnä muu ovat tämän alakategorioita. Metsä Group ei ilmoita verkkosivuillaan suoranaisesti kestävän kehityksen arvolupausta tai sellaiseen sitoutumista, mutta sen sijaan kertoo esimerkiksi vahvan sitoutumisen YK:n Kestävän kehityksen ohjelman tavoitteisiin, joista he mainitsevat seuraavat tavoitteet: 6. Puhdas vesi ja sanitaatio, 7. Edullista ja puhdasta energiaa, 8. Ihmisarvoista työtä ja talouskasvua, 9. Kestävää teollisuutta, innovaatioita ja infrastruktuuria, 12. Vastuullista kuluttamista, 13. Ilmastotekoja ja 15. Maanpäällinen elämä. (Vastuullisuus, Metsä Group, 2022)

Myös Metsä Group on sitoutunut Global Compact aloitteeseen. Ympäristösertifioinnista ja auditoinnista löytyy verrattain vähän tietoa Metsä Groupin pääsivulta, mutta mentäessä eri jaostojen alasivuille löytyy sertifikaateistakin tietoa. Suurin osa sertifikaateista, joista Metsä Group verkkosivuillaan kertoo, koskee nimenomaan metsänhoitoa (PEFC ja FSC). Verkkosivuilta löytyy myös ISO- standardointijärjestelmän mukaisia sertifikaatteja, kuten ympäristösertifikaatti ISO - 14001. (emt.)

### 5.2.3 STORA ENSO

Stora Enso kertoo verkkosivuillaan yrityksen historian alkaneen jo 1300- luvulta. Itse Stora Enso sen nykyisessä muodossaan sai alkunsa vuonna 1998; suomalaisen Enso Oyj ja ruotsalaisen Stora Kopparbergs Bergslags Aktiebolagen (STORA) yhdistyessä. Enson toiminta käynnistyi 1872 Kotkaan perustetun sahan myötä. Stora Enso huomattavasti aiemmin käynnistynyt toiminta siirtyi kaivostoiminnasta pääasiassa metsätalouteen keskittyvään liiketoimintaan vuonna 1970 (Historia, Stora Enso, 2022). Vuonna 2021 Stora Enso ilmoitti liikevaihdokseen 10 164 miljoonaa euroa (Osavuosikatsaus, Stora Enso, 2022).

Stora Enso myös tutkimuksessa mukana olevien yritysten mukaisesti mainitsee verkkosivuillaan YK:n Kestävän kehityksen ohjelman tavoitteet, näistä yritys on nimennyt kolme: 12. Vastuullista kuluttamista, 13. Ilmastotekoja ja 15. Maanpäällinen elämä. (Vastuullisuus, Stora Enso, 2022)

Kaikista kolmesta yrityksestä Stora Ensolla on vaikeaselkoisimmat verkkosivut ja suurin osa tarjolla olevasta materiaalista on ainoastaan englanniksi, kuten esimerkiksi tarkemmat avaukset



yrittäjien kestävän kehityksen mukaisesta toiminnasta. Kestävyysraportissaan Stora Enso summaa arvonsa ja lupauksensa seuraavalla tavalla:

*” Our purpose: “Do Good for the People and the Planet. Replace non-renewable materials with renewable products” and our values: “Lead” and “Do What’s Right”, guide our everyday work and underpin our approach to sustainability. Stora Enso’s Sustainability goal is to provide our customers with 100% regenerative solutions by 2050. These regenerative solutions are circular and have positive impacts on both the climate and biodiversity and contribute to sustaining life within the Planetary Boundaries. Every day, we will work to make our solutions more regenerative by focusing on our product innovation and collaborating with partners across value chains to help to drive the necessary system change. Our sustainability objectives are driven by our values and support us in delivering on our 2050 goal.” (Sustainability policy, Stora Enso 2022).*

## 6 SISÄLLÖNANALYYSI – VIHERTÄVÄ METSÄTEOLLISUUS

Viitataan haastateltaviin lyhenteillä H1, H2 ja niin edelleen, toteuttaakseni haastateltavan anonymiteetin suojelemisen, ainoastaan yrityksen nimi mainitaan aineistoa lainatessani. Jokainen haastateltava toimi haastattelun aikana esimiestehtävissä ja kuului jonkinasteiseen johtotasoon yrityksen sisällä, eritasoisissa tehtävissä. Materiaalia analysoidessa käytän kuitenkin haastateltavista puhuttaessa myös termiä työntekijä. Kolme näistä työntekijöistä ei työskennellyt suoraan kestävyysasioiden parissa. Osa työskenteli metsänhoidollisella puolella, osa taas esimerkiksi pakkausmateriaalien parissa ja muutama täysin tuotannosta ja raaka-aineista erillisissä tehtävissä.

Seuraavissa osissa analysoin aineistoa aiemmin mainitun luokittelun tai teemoittelun mukaisesti: *vihreät arvot, heikko ja vahva kestävyys, endogeeniset ja eksogeeniset ohjurit, liiketoiminnan lainalaisuudet ja viherpesu*. Teemoittelut ovat pääasiallisesti teoria- ja käsitelähtöisiä.

### 6.1 VIHREÄT ARVOT

Tutkimukseni kontekstissa vihreät arvot tarkoittavat jotain organisaatiota kokonaisvaltaisesti läpileikkaavaa arvo- ja toimintakulttuuria. Tämä sisältää jokapäiväiset työtehtävät, strategiat sekä organisaation henkilöstön paneutumisen ja ymmärryksen kestävyden ja ekologisuuden tavoittelussa. Vihreät arvot eivät siis tarkoita vain esimerkiksi yhtä kestävyysstrategiaa tai yhtä investointia päästöjen vähentämiseksi. Vihreiden arvojen toteutuessa arvo- ja toimintakulttuuri liikkuu organisaatiossa horisontaalisesti kuin vertikaalisestikin, sekä ”*bottom up*” – ilmiön mukaisesti. Bottom up, käsitteellä tarkoitetaan tässä mielessä sitä, että kestävyden ja vihreyden tosiasiallinen tavoittelu ei jää ainoastaan johtotasolle (mm. Lysek, 2016).

Haastatteluissani tiedustelin aivan alkuun haastateltavilta, miten kestävä kehitys koetaan yksilötasolla ja minkälainen merkitys sillä on haastateltavalle. Jokaiselta haastateltavalta kysyin myös samat taustakysymykset yksilön työurasta ja työnkuvasta tämänhetkisessä yrityksessä. Näitä

tietoja en yllä mainitun haastateltavan anonymiteetin säilyttääkseni käytä tarkemmin aineistoa lainatessa.

Haastateltavilla tuntui olevan verrattain yhteneväinen ajatus siitä, mitä kestävä kehitys on. Kestävyyttä kuvailtiin globaalina ja yhteiskunnallisena toiminta- ja ajattelutapana, jossa tehdään asioita paremmin kuin on aikaisemmin tehty. Myös aiemmin tutkimuksessani kuvailemani käsitteellinen murros oli nähtävissä, haastateltavista usea käytti vastuullisuutta ja kestävyyttä niin ikään synonyymeina toisilleen, kun taas esimerkiksi keskustelua puhtaasta yhteiskuntavastuullisuudesta tai yritys vastuusta (CSR) ei tullut.

*”Mulle se merkitsee sitä, että näissä nykyisissä järjestelmissä, jotka meillä maailmassa on, niin niissä tavallaan on, viedään se niinkun sitä ympäristö ja sosiaalista vastuuta eteenpäin, että varmaan ihan lyhykäisyydessään silleen [--]” (H1, UPM)*

*” [--] ylläpidetään olemassa olevia resursseja, kunnioitetaan ympäristöä, kunnioitetaan ihmisiä ympärillä ja tuota jos mahdollista niin pyritään siirtämään se maailma vähintään yhtä hyvänä eteenpäin tai jos mahdollista suinkin jollain osa alueella edes vähän parempana [--]” (H4, Metsä Group)*

*” [--] se on kehitystä joka kattaa vastuullisuuden nämä kolme peruspilaria, eli aluetta eli sosiaalista, taloudellista, ympäristövastuullisuutta ja kun kehityksessä toteuttaa näitä kaikkia niin silloin puhutaan mun mielestä kestävästä kehityksestä.” (H7, Stora Enso)*

Ainoastaan yhdellä haastateltavista oli lieviä vaikeuksia sanoittaa, mitä kestävä kehitys tarkoittaa tai miten sitä voisi määrittää. Työntekijän käsitys kestävyydestä ja sen ominaisuuksista oli verrattain suppea ja keskittyi hyvin yleistajuisiin konkreettisiin arkisiin tekoihin.

*”Joo, no mun mielestä se lähtee tavallaan ihan jokapäiväisestä tavallaan valinnoista, ja että semmosista pienistä asioista liikkeelle, eli mitkä tuotteet sä valitset, ostat – tai mitä tuotteita sä ostat, mitä kulkuvälineitä sä valitset ja millasia yrityksiä sä tuet tavallaan, siitä se lähtee.” (H9, Stora Enso)*

Suurimmalla osalla haastateltavista oli havaittavissa vaikeuksia vastata henkilökohtaisesti tai henkilökohtaisen subjektiivisen kokemuksensa kautta, moni vastaaja vastasi niin sanotusti

yrittäjien edustajina eikä niinkään omana itsenään. Osalla haastateltavista olin huomaavani selkeää varovaisuutta ja ennakkointia tai pidättäytymistä oman perspektiivin tuomisesta vastauksiin.

Kestävyyttä jäsenettiin esimerkiksi oman yrityksen toiminnan kautta. Alla olevassa lainauksessa Metsä Groupin työntekijä pohtii mitä kestävyys on ja keskittyy tarkastelemaan juuri oman yrityksensä kestävyiden tavoittelua.

*” [--] tärkein tehtävä meille on taata niitä vastuullisia tuotteita ja huoli siitä oikeastaan koko toimitusketjusta, että se on kestävä kehitys on osana kaikkea toimintaa mitä me tehdään, eli ihan lähtien sieltä investoinneista ja päivittäisestä työstä, ja kehittää sitä meidän kestävä kehitystä silleen, että me sitten pystytään tarjoamaan niitä vastuullisia tuotteita ja tottakai jos mieltii aihealueittain, niin päästöjen minimointi ja se, että me pystytään osottamaan se, että me ollaan vastuullinen toimija. Ei pelkästään itemme, vaan se että me taataan, että se koko toimitusketju sinne asiakkaalle asti on hyvin hoidettu.” (H5, Metsä Group)*

Suurimman osan haastateltavien työnkuvaan kyseisessä yrityksessä kuului jo ennestään kestävä kehityksen osa-alueet. Niistä kolmesta haastateltavasta, joiden tehtävä ei suoranaisesti yrityksessä keskittynyt kestävä kehityksen teemoihin, kaikki kokivat kuitenkin jollain tapaa kestävyiden tavoittelun osaksi omaa työtehtäväänsä. Eräs vastaaja, jonka työnkuvaan ei pääasiassa kuulunut kestävyysasiat, koki tämän myös osaksi omaa työtään, mutta kertoi samalla tämän olevan viimeisten vuosien aikana tapahtunutta muutosta. Toinen haastateltava, joka pääasiassa ei työskennellyt kestävyys- ja vastuullisuusasioiden parissa, tunnisti tämän joksikin, joka on osa hänen työtään tai ainakin pitäisi olla. Tämä työntekijä ei osannut kuitenkaan avata, miten nämä teemat hänen työssään todellisuudessa näkyvät.

*” [--] sen täytyy myös mun työssä korostuneesti sitten näkyä, jotta se muutos sitten saadaan toteutumaan [--] että me ollaan tuossa muutoksessa ja kehityksessä eturintamassa ja mielellään johdetaan sitä kehitystä myös omalla sektorillamme, niin kyllä sen täytyy olla osa minun työnkuvaan myös” (H7, Stora Enso)*

Kestävä kehityksen ja ilmiön ymmärtäminen on tärkeää, jotta se tosiasiallisesti olisi saavutettava tilanne yrityksessä. Tämän merkitys nousee etenkin johtotasolla. Tässä kohtaa myös todellinen ja kokonaisvaltainen kestävyiden omaksuminen ja hyväksyminen johtaa mielestäni todennäköisemmin koko yrityksen kaikkien alueiden ja sektorien kestävyteen. Tässä kohtaa

voidaan siis itseasiassa puhua enemmänkin vihreiden arvojen toteutumisesta yrityksessä. Tästä kestävyuden ja vihreyden tunne- ja arvolutautumisesta kirjoitti myös Fineman (1996). Siispä jos johtotason ja esimiesten asenteet kestävyyttä ja vihreyttä kohtaan ovat esimerkiksi negatiivisia, toiminta harvoin on merkittävällä tavalla kestävä tai se ei välttämättä ole pitkäaikaista.

Ainoastaan yksi haastateltava nosti esiin hankaluuden mahdollisten arvojen läpiviemisen koko organisaatioon. Ja tämä on mielestäni tosiasiallisesti aito ongelma esimerkiksi juuri UPM:n, Stora Enson ja Metsä Groupin kokoisissa ylikansallisissa organisaatioissa ja ylipäätään isoissa organisaatioissa toimialasta riippumatta. Pelkäästään Suomessa yrityksen sisään lukeutuvat kaikki henkilöstösektorit metsänomistajista, tehdastyöntekijöistä aina korkeaan hallinnolliseen esimiestasoon.

*” [--] mutta tietysti mikä hyvin isossa organisaatiossa sitten siinä toimeenpanossa on ehkä semmonen mikä tosi paljon itellä ja tiimillä vie aikaa ja muuta on tavallaan just se kun on tosi paljon ihmisiä ja monimutkainen organisaatio, että millä tavalla saa mahdollisimman hyvin kaikki tavallaan kaikki mukaan siihen tekemiseen, ja sitoutumaan niihin tavoitteisiin [--]” (H8, Stora Enso)*

Kysyin haastattelussa myös, mitkä haastateltavien mukaan ovat vihreät arvot heidän omassa yrityksessään. Kaikki haastateltavat tunnistivat jossain määrin vihreät arvot ja kestävyuden organisaationsa arvoina. Yksi haastateltavista pohti yrityksensä roolia kestävyuden ja vihreyden skeemassa vastuuttamisen kautta; lähes koko maan kattava puunhankinta tarkoitti haastateltavalle suurta vastuuta, joka tulee tunnistaa ja ottaa vakavasti.

Moni vastaajista nosti esiin nimenomaan puunhankintaan liittyviä tekijöitä ja myös eettiset ja moraaliset tekijät tulivat esille; useampi kuin yksi haastateltavista nosti esiin muutoksen metsäteollisuuden kentässä, kun Venäjältä hankittua puuta tai biomassaa ei voida tai haluta enää vastaanottaa. Tällä viitattiin Venäjän laittomiin sotatoimiin Ukrainassa. Erityisen huomattavaa oli erään vastaajan ajatus käsitteestä vihreät arvot ylipäätään, tämä oli siis ennen kaikkea retorisesti ja symbolisesti kiinnostava ajatus haastateltavalta.

*”No mun mielestä, ja tää on ihan henkilökohtainen mielipide, mutta että se että puhutaan vihreistä arvoista, sekin on jo ehkä väritynyt ilmaisu, että, että pitäytyisin ehkä mieluummin tässä kestävässä kehityksessä.” (H4, Metsä Group)*

Lähes jokainen haastateltava kykeni avaamaan tematiikkaa kokonaisvaltaisista vihreistä arvoista ja kestävyydestä ajattelu- ja toimintatapana. Suuri osa haastateltavista tunnisti myös vihreät arvot osana metsäteollisuuden liiketoimintaa. Selkeää oli kuitenkin, että lähestymistapa oli erittäin konkreettinen ja yksittäisiä liiketoimintoja alleviivaava; keskustelua vihreistä arvoista itsessään ja näiden mahdollisista emotionaalisista latauksista ei käytännössä syntynyt. Moni vastaaja kuitenkin koki ympäristöasiat lähellä sydäntään, osa esimerkiksi ympäristöalaan liittyvän koulutuksensa vuoksi.

## 6.2 HEIKKO JA VAHVA KESTÄVYYS

Edellisessä osassa analysoin haastatteluista saatuja kokemuksia vihreistä arvoista ja kestävyydestä yksilön oman kokemuksen kautta, mutta myös miten haastateltavat tässä skeemassa kokevat yrityksen, jossa työskentelevät.

Kuten olen tutkimukseni teoreettisessa osuudessa avannut, kestävä kehityksen ilmiön ja käsitteen taustalla voidaan katsoa olevan kestävyiden kaksi tarkastelutapaa. Vahvalla kestävyydellä tarkoitetaan mallia, jossa ympäristö ja ekologia ei ole alisteinen taloudelliselle tuotolle ja kehitykselle, kun taas heikoksi kestävyttä voidaan kutsua silloin, kun esimerkiksi taloudellinen ja yhteiskunnallinen kehitys on tasa-arvoisessa asemassa. Hyvin heikosta kestävyydestä voidaan taas puhua, kun muut osa-alueet dominoivat ekologiaa ja ympäristöä. Kestävyydestä puhuttaessa moni vastaaja kertoi jäsentävänsä sitä oman organisaationsa puitteissa perinteisen kestävyiden ulottuvuuksien jaon kautta; ympäristöllinen tai ekologinen ulottuvuus, sosiaalinen ulottuvuus ja taloudellinen ulottuvuus. Ja tämä on toki monessa mielessä kokonaisvaltaisesti menestyvän yrityksen keskiössä oltavakin, mutta ei kuitenkaan keskeistä tämän tutkimuksen ja tutkimusongelman puitteissa (vrt. ihmisoikeuksien toteutuminen). Metsäteollisuuden kestävyydestä puhuttaessa, ekologista ja ympäristöllistä ulottuvuutta ei voida mielestäni väheksyä, sillä koko toimintaympäristö on ja tapahtuu meitä ympäröivässä luonnossa ja tilassa, ja sitä kautta myös vaikutukset näkyvät ensisijaisesti luonnossa.

Ekologisen kestävyuden priorisointia ei haastatteluissa painotettu. Lähes kaikki haastateltavat kokivat sen kyllä tärkeäksi, mutta tämänkaltaista pohdintaa seurasi lähes poikkeuksetta alleviivattu ajatus kulutuksen ja markkinoiden turvaamisesta.

*” [--] ja sit ehkä sitten tää mikä myös meillä on keskeinen tavoitteissa kiertotalousajattelu, mikä tulee sit tähän luonnonvarojen käyttöön et sehän on asia mikä kytkeytyy sitten, et kiertotaloudella me voidaan just mahdollistaa sitten tän tota ilmastonmuutoksen hillintä ja luontokadon pysäyttäminen, et se on keskeinen keino miten me pystytään kuluttamaan ja käyttämään materiaaleja [--] ” (H8, Stora Enso)*

*”Mä määrittelen kestävän kehityksen pitkälti kun Brundtland aikoinaan, tai vaikka Elkington, eli ”people, profit, planet” tai taloudellinen, sosiaalinen ja ympäristöllinen kestävyys eli kaikki nää kolme tasapainossa, se on se miten mä pyrin asioita ajamaan. [--] ympäristö on mulle lähimpänä sydäntä, mutta yritysmaailmassa näiden kaikkien kolmen tasa-arvonon lähestyminen on se juttu.” (H3, UPM)*

Metsäteollisuuden toimintaympäristönä on siis ymmärrettävästi luonto. Kestävän kehityksen ulottuvuuksista puhuttaessa eivät haastateltavat kokeneet priorisoivansa varsinaisesti ekologista ulottuvuutta. Toimintaympäristö ja sitä kautta metsäteollisuuden liiketoiminnan sijaiskärsijä, ympäristö ja luonto, ei sinänsä vaikuttanut olevan työntekijöille ensimmäinen tai tärkein prioriteetti, mutta kuitenkin sellainen osa-alue, johon täytyy panostaa.

Eräs UPM:n työntekijä näki ekologisen ulottuvuuden priorisoinnin tai sen jättämisen priorisoimatta ensisijaisesti poliittisina päätöksinä lähtökohtaisesti viitaten oman organisaationsa politiikkaan. Tämä päätöksenteko nähdään siis tietyssä määrin joko-tai-kysymyksinä, joka itsessään on verrattain ongelmallinen jäsentely. Metsäteollisuuden negatiiviset vaikutukset luontoon, ilmastoon ja esimerkiksi biodiversiteettiin ovat todellisia, eivätkä ne silloin voi olla vaihtoehtoisia.

*” [--] meidän suurin, painavin negatiivinen jalanjälki on toki siellä luonnossa, niin sitä on tehty pisimpään [--] Se on sitten poliittinen päätös, onko ihmisoikeudet tärkeämpiä kun ilmastonmuutos, vai onko hyvä hallinnointitapa tärkeämpi, kuin biodiversiteetti, niin pois päin. Ne on niitä poliittisia päätöksiä, ja mä pyrin pitämään kaikki samalla tasolla.” (H3, UPM)*

Kuten olen tutkimukseni teoreettisessa osuudessa käynyt läpi, on vahvalla ja heikolla kestävyydellä selkeä ero ja usein juuri liiketoiminnassa jälkimmäistä kestävyuden lajia korostetaan. Useassa vastauksessa tuli esiin niin kutsuttu *kolmoistilinpäätös* tai *triple bottom line*, joka toisin sanoen tarkoittaa liiketoiminnallisessa kontekstissa kestävyuden muokattua ajatusta kolmijakona: ihmiset, talous ja tuotto. Tämä tematiikka taas osuu verrattain selkeästi heikon kestävyuden luokkaan. Myös nettoposiitivisuus mainittiin usean haastateltavan toimesta; tässä siis ajatuksena liiketoiminnan näyttäytyminen enemmän positiivisina vaikutuksina kuin negatiivisina suhteissa yhteiskuntaan ja ympäristöön.

*” [–] nettopohjaset positiivisuuden käsitteet, mitkä on tietysti vaikeita mutta enemmän ja enemmän mietitään, että sä voit kattoo sitä eri kestävän kehityksen tavallaan teemojen läpi, että miten me voidaan olla ilmaston kannalta yhteiskunnan näkökulmasta nettoposiitivisia tai jonkun muun asian. Pystytään toimimaan planeetan turvarajojen puitteissa ja miten yritykset, laajemmin se arvoketju missä toimii, pystyy olemaan yhteiskunnan kannalta nettoposiitivinen, eli tuottamaan enemmän hyvää, kun paha kokonaisvaltasesti arvoketjuissa, et siihenhän se varmaan kiteytyy se iso kuva.”* (H8, Stora Enso)

Usea haastateltava käytti myös termiä ”planeetan turvarajat” (planetary boundaries), kuvaillessaan kestävyyttä ja liiketoimintaa; tämä käsite kiteytettynä tarkoittaa liiketoiminnan ja yritystoiminnan harjoittamista maapallon sietokyvyn puitteissa. Kestävyuden asteittaista tarkastelua hyvin heikosta kestävyydestä aina hyvin vahvaan kestävyyteen (Landrum & Ohsowski, 2018) voitaisiin siis aineiston mielessä tarkastella niin, että suurin osa haastateltavista todellisuudessa puhuu heikosta kestävyydestä tai jopa hyvin heikosta kestävyydestä vahvan kestävyuden sijaan. Aiemmin esittelemäni lisäys perinteiseen kolmijakoon teknologiasta ja yrityksistä kestävyuden tematiikassa näkyy myös haastateltavien vastauksissa. Usea koki, että juuri uudella teknologialla on vastauksia näihin haasteisiin; tehtaiden suurinvestoinnit ovat juuri teknologisia innovaatioita varten, jolloin tämänkaltaisilla esimerkkitehtailla tehokkuuden ja tuottavuuden taso olisi korkea, mutta ympäristövaikutukset matalat (Nasrollahi ym., 2018).

*”Ja mikä kytkös niillä on tavallaan tähän niinkun kestävään kehitykseen ja ympäristökysymyksiin, niin aina se uusi modernein tehdas on myös ympäristötehokkain, eli käytännössä jos me kohdattais sellanen tilanne, että meidän metsien käyttömahdollisuuden rajat tulevat vastaan, niin kilpailukykyisimmät ja ympäristötehokkaimmat on ne viimeiseksi investoidut*



*tehtaat, jolloin ne putoo myöskin viimeisenä pois. Eli tavallaan tää pitäis tunnistaa, että joku vastustaa investointeja, mutta itseasiassa, ne viimeiset investoinnit niin siellä on paras käytettävä teknologia ja se on selkeesti edistyksellisempi, kun aikasempi.” (H6, Metsä Group)*

Kaiken kaikkiaan, työntekijöillä tuntui olevan tietoa ja ymmärrystä mitä kestävyys on ja millä tavoin oma yritys sitä tavoittelee. Myös haasteet toimintaympäristöön liittyvien lieveilmiöiden suhteen tunnistettiin, vaikkakaan juuri ympäristöllistä ja ekologista ulottuvuutta tai niin sanottua vahvaa kestävyyttä kannattavaa lähestymistapaa ei työntekijöillä kuitenkaan tuntunut juuri olevan. Työntekijöillä näytti olevan vähintään perustiedot myös muista kestävyteen vaikuttavista tekijöistä. Ainoastaan yhdellä haastateltavista oli puutteelliset tiedot kestävyuden skeemasta ja siihen vaikuttavista tekijöistä; tämä haastateltava ei esimerkiksi tunnistanut tai tiennyt YK:n Kestävän kehityksen ohjelman tavoitteita lainkaan ja esimerkiksi Green Deal -ohjelmasta hän oli kuullut, mutta ei tuntenut tätäkään sen tarkemmin.

### 6.3 ENDOGEENISET JA EKSOGEENISET OHJURIT

Kestävyden rakentumiseen ja tavoitteluun vaikuttavat pohdintojeni ja havaintojeni mukaan erilaiset ulkosyntyiset ja sisäsyntyiset vaikuttimet tai ohjurit. Näillä niin kutsutuilla ohjureilla voidaan katsoa olevan myös iso merkitys juuri yksilön kokemukseen siitä, mitä kestävyys on ja miksi sitä mahdollisesti halutaan tavoitella. Sisäsyntyisiä vaikuttimia voivat olla olemassa olevat kestävyden ja ekologisuuden liiketoiminnot ja organisaation toimintatavat ja työvaiheet. Niitä voivat myös olla asenteet ja olettamukset kestävydestä ja vihreydestä. Nämä vaikuttimet tai ohjurit eivät siis välttämättä ole ainoastaan positiivisia tai sen liiammin negatiivisiakaan. Ulkoisia eksogeenisiä ohjureita voivat olla yhteiskunnallinen tilanne, kansallinen ja kansainvälinen lainsäädäntö sekä esimerkiksi erilaiset mittarit ja sertifiointijärjestelmät, jotka ohjaavat toimintoja ja markkinoita tiettyyn suuntaan.

Haastatteluissa kysyin muun muassa, kokevatko työntekijät kestävyden tavoittelun liiketoiminnassa ja organisaatioissa vapaaehtoisena. Vapaaehtoisuuden ajatuksen taustalla onkin, että jos kestävä kehitys ja ympäristön huomioiminen ja näiden mukaan toimiminen koetaan vapaaehtoisena; se siis olisi silloin jossain määrin yksilöstä ja sitä kautta organisaatiosta itsestään lähtöistä ja kumpuavaa, toisin sanoen endogeenista. Sisäsyntyisyyden merkityksestä kestävyden

rakentumisessa ja sen tasosta kertoo myös yksilön ja organisaation arvojen kohtaaminen. Näyttäytyi siltä, että vaikka organisaatioista ja yrityksistä itsestään kumpuavaa halua ja tahtoa muuttaa ja olla kestäviä pystyttiin tunnistamaan, pääsääntöisesti haastatteluissa painotettiin kuitenkin regulaation sekä positiivista että negatiivista vaikutusta. Alla olevista lainauksista näkee, että jonkinlaista arvopohjaa ja vakavasti otettavuutta omaehtoisesti kestävästi toimimiselle kuitenkin jossain tapauksissa annettiin. (mm. Bansal & Roth, 2000)

*”On paljon helpompi olla esim monimuotoisuus näkökulmasta vaikka kestävä, jos sä teet teknologisesti jotain juttuja, mut et joka päivä toimi luonnossa. Mutta sitten kun sä toimit siellä luonnossa, ja jätä sinne jälkiä ja teet siellä juttuja ja muuta, niin silloin se vaatimustaso on suurimmillaan ja se edellyttää sitä, että näihin kysymyksiin pitää oikeesti panostaa. Vielä vapaaehtosta panostusta tarvitaan ja sen merkitys on suuri vaikka se sääntelypohjaisesti myöskin tulee kasvavasti suomesta ja EU:sta meille, mitä me kohdataan. Sääntelyn rooli on valtavasti kasvanut viimesen viiden vuoden aikana, mitä mäkin oon nyt kattonut sitä Metsä Groupin näkökulmasta. Mutta tota, silti kannattaa toimijana kulkea sitä edellä ja vapaaehtosen pohjalta, koska silloin sä pystyt myös ohjaan sitä sääntelyä oikealla tavalla.”* (H6, Metsä Group)

*” [--] yritykset, ja etenkin edelläkävijät ne kehittää niitä toimintoja, lainsäätäjät tulee perässä, löytää ne parhaat käytännöt ja niistä tulee osa regulaatiota. Ja esimerkiksi yritysvastuuraportointi, et me kerrotaan avoimesti missä me onnistuttiin ja missä me epäonnistuttiin, on pitkään ollut vapaaehtoista, paitsi että viimeiset kaks vuotta se on ollut regulaatiopohjaista. Eli se on osin vapaaehtoista, se edelläkävijäisyys on päätös, mut samaan aikaan regulaatio siellä pohjalla kiristyy koko ajan ja sieltä tulee uusia vaatimuksia.”* (H3, UPM)

Vapaaehtoista ekologisuutta tavoitteleva yritys tarkoittaa tietyssä mielessä tutkimukseni diskurssissa vahvaa kestävyyttä kannattavaa organisaatiota. Vapaaehtoisuudella en tarkoita tässä kohdin siis niin sanottua altruismia, vaan aitoa tahtotilaa priorisoida toiminnassa ympäristö ja luonto. Vapaaehtoisuus on tietyssä mielessä haastava käsite; mikä oikeastaan luokitellaan vapaaehtoisuudeksi ja mikä ei. Jos markkinat sanelevat kirjoittamattoman ja sääntelemättömän pakon toimia tietyllä tavalla, ei siinä tapauksessa voida puhua enää vapaaehtoisuudesta. Markkinoiden ohjauksen ollessa voimakasta puhutaan tietyllä tapaa pakottamisesta, mikäli se on yritykselle ainoa todellinen keino selvittää yhteiskunnassa.

Pyysin haastateltavia myös pohtimaan, mistä kestävyys osana liiketoimintaa oikeastaan edes johtuu, johon osa vastasi yleisesti liiketoiminnan diskurssin kautta ja osa suoraan oman yrityksensä kautta. Merkittävää oli kuitenkin, kuinka moni koki juuri oman organisaationsa olevan johtava edelläkävijä kestävyysasioissa ja miten tuo kestävyden ja ekologisuuden tavoittelu on nimenomaan yrityksestä lähtöistä, eli vapaaehtoista ja omaehtoista. Konsensus haastateltavien välillä oli seuraavassa asiassa selkeä. Kestävyden tavoittelussa moni koki näkevänsä vapaaehtoisuutta jollain tapaa, lähtökohtaisesti tämä nähtiin kuitenkin ainoana mahdollisena toimintatapana, sillä markkinoilla ei epäekologisenä tai epäeettisenä toimijana haastateltavien mukaan pärjäisi.

Verrattain suuri osa koki regulaation ja ulkopuolisen lainsäädännöllisen ohjauksen olevan hyviä asioita ja kestävyttä ainakin ajallisesti jossain kohtaa luovaa tai rakentavaa, mutta ei välttämättä kokonaisuuksia tai tiettyjä lainalaisuuksia huomioon ottavaa. EU:n Green Deal ja YK:n Kestävän kehityksen ohjelma oli suurimmalle osalle haastateltavista tuttu. SDG-tavoitteet ovat jokaisen yrityksen verkkosivuilla ilmoitettuja yrityksen itsensä toimintaansa integroimia tavoitteita. Olennainen ero näissä kahdessa kokonaisuudessa on tietenkin niiden lainsäädännöllinen ero. EU:sta tulee tiukkaa lainsäädäntöä, kun taas YK:sta tuleva ohjaus ei samalla tavalla velvoita tai ole lainsäädäntöä. Kaikille nämä ohjelmat tai hankkeet eivät olleet aivan niin tuttuja ja näitä piti haastateltaville kerrata haastattelun jatkamiseksi. Osa haastateltavista oli itse mukana esimerkiksi YK:n alajärjestön Global Compactin toiminnassa, jonka keskiössä on juuri kestävä ja vastuullinen yritystoiminta. On kuitenkin epäselvää, mikä tuon ohjelman konkreettinen vaikutus kestävyden tasoon tässä tapauksessa metsäteollisuuden yrityksissä todellisuudessa on. Eräs Stora Enson työntekijä koki kestävyden kumpuavan pääsääntöisesti yritysten kohtaamasta ulkoisesta paineesta. Hän mainitsi kuitenkin kestävyden esiintymisen liiketoiminnassa olevan jonkinasteinen kombinaatiokin ulkoisesta paineesta sekä sisäisestä halusta tehdä asioita kestävästi. Johdon merkitystä tässä tematiikassa nosti esiin juuri tämä työntekijä.

*”No mun mielestä se syntyy siis sekä external, jos miettii sitä mitä tulee niinkun ulkopuolista pressuree yrityksille, mutta siis ihan sisäistä, että mihin me halutaan mennä [--]”*  
(H9, Stora Enso)

YK:n Kestävän kehityksen ohjelman tavoitteita ja näiden integroimista yritykseen ja ovatko nämä tavoitteet tosi asiassa helposti omaksuttavia, pohti muun muassa UPM:n työntekijä seuraavasti.

” [--] kun niitä käy läpi, niin sieltä voi nousta jotain jota ei ehkä oo ajateltu. Mut onko ne helposti omaksuttavia....No sanotaanko, et ne on helposti omaksuttavia, ne on trendikkäitä ja värikkäitä, mutta sitten jos haluaa sen sisällön sillai syvällisesti ymmärtää, niin joutuu kyllä käyttään vähän aikaa ja sit vielä et miten niitä mitataan, et niillehän on ne omat mittarit siellä YK:ssa mut ne on semmosia, enemmänkin tarkoitettu kansallisen tason, niinkun varmaan tiedätkin, et esim Suomi voi paremmin arvioida omaa suoriutumista, mut ei se niinkun anna sille yritykselle mitään suoranaisia [--] mitkä on ne mittarit millä niinkun näihin vaikutetaan.” (H1, UPM)

UPM:n työntekijän kokemukset vastasivat monen muun haastateltavan pohdintoja SDG-tavoitteista. Ne koettiin pääsääntöisesti hyvinä, mutta välillä vaikeasti lähestyttävänä ja turhan yleismaailmallisina. Vaikka lähtökohtaisesti enemmistö kokikin ylikansalliset kestävyyttä, ympäristöä ja ilmastoa käsittelevät sopimukset ja hankkeet hyvinä myös kritiikkiä, nousi esiin.

” [--] Brysselissä pyritään reguloimaan kaikki tällä hetkellä, mä oon sitä mieltä, että me tarvitaan kestävyyttä, mutta mä oon myös sitä mieltä, että lainsäätäjän pitää antaa ite kehys missä toimitaan, eikä alkaa säätämään siten et miten yritys yksityiskohtaisesti yksittäisiä asioita tekee. Eli Green dealissa on hyviä mahdollisuuksia, jossain kohtaa siellä on menty ihan liian syvälle, mutta tottakai Green deal on järjettömän iso paketti, siinä on erilaisia tulokulmia ja esimerkiksi taksonomia on asia, josta ollaan väännetty paljon lähiaikoina. Mä en nää, että siinä olis hirveästi järkeä mutta sitä me tehdään kuitenkin.” (H3, UPM)

Metsäteollisuuden kontekstissa erilaisista sertifikaateista ja merkeistä puhuttaessa näillä nähtiin olevan tärkeä merkitys kentän selkeyttämisessä. Samoin sertifikaatit koettiin lähtökohtaisesti luotettavina, mutta toisaalta ei täysin aukottominakaan. Ulkoisten ohjureiden kuten lainsäädännön ja sertifikaattien vaikutus kestävyteen ja kokemukseen siitä olivat verrattain vahvasti näkyvinä haastateltavien kokemuksissa. Nämä nähtiin tärkeinä alaa ohjaavina tekijöinä, mutta usein myös liian tiukkoina tai rajoittavina. Osa haastateltavista kertoi, että uutta lainsäädäntöä tulee niin sanotusti liian nopealla tahdilla, jolloin se ei anna alalle ja yritykselle itselleen aikaa ja tilaa kehittyä.

## 6.4 LIKETOIMINNALLISET LAINALAISUUDET

Tässä analyysin vaiheessa pyrin purkamaan ja tunnistamaan niin sanottuja liiketoiminnallisia tai organisaatiokulttuurin lainalaisuuksia metsäteollisuudessa. Toisin sanoen tarkastelen tutkimuksen skeemaa juuri liiketoiminnan ja voiton tavoittelun kontekstissa. Ymmärtääkseni, mitä kestävyys ja vihreys metsäteollisuudessa on, tulee ymmärtää mitä metsäteollisuuden liiketoiminta todellisuudessa konkreettisesti pitää sisällään. On hyvä myös tunnistaa, mikä kuitenkin loppu viimein on jokaisen yksityisen sektorin yrityksen toiminnan pääasiallinen tavoite: liikevoitto. Kuten on todettu, tämä ei missään nimessä itsessään tee yrityksestä hyvää tai pahaa (vrt. yritykset amoraalisina). Sen sijaan taas ekologisen kestävyuden kontekstissa tästä voidaan puhua niin sanottuna ilkeänä ongelmana. (Kallio & Nurmi, 2005)

Erilaisilla metsäteollisuuden innovaatioilla ja menetelmillä koettiin olevan merkitystä kestävässä liiketoiminnassa. Metsä Groupin haastateltava koki, että keskeistä ei ole niinkään tehdä erilaisista metsäteollisuudessa käytössä olevista menetelmistä tai toiminnoista kiellettyjä, vaan parantaa niitä. (vrt. kestävä energiän direktiivi)

*” [--] kyllä se kysymys on siitä tiedosta ja osaamisesta ja sitten niitten menetelmien hallinnasta erilaisissa käyttötarkoituksissa. Et mä pidän tosi vaarallisena sitä keskustelua, että joku menetelmä halutaan kieltää – se ei oo se juttu, vaan se menetelmä on se, että meillä pitäis olla vaihtoehtoisia ratkasuita siinä palveluportfoliossa, jossa haetaan parhaat yhdistelmät siihen kuhunkin tilanteeseen. ” (H6, Metsä Group)*

Metsä- ja puuteollisuudessa on lukuisia toiminnan sektoreita. Jokainen näistä kolmesta tutkimukseen valituista yrityksistä pitää sisällään laajan repertuaarin erilaisia liiketoimintoja ja hankkeita. Haastattelumateriaalia käydessäni läpi esiin nousi erityisesti puunhankinta ja toisaalta metsänomistajat, ja näihin liittyvät säädökset kuten esimerkiksi metsänhoito ja sen sertifiointi. On relevanttia pohtia raaka-aineiden hankinnan kysymysten lisäksi esimerkiksi energiateollisuuden muotoja näissä yrityksissä. Vielä kesken oleva EU-direktiivi uusiutumattomista energiamuodoista toteutuessaan vaikuttaa eittämättä metsäalaan suuresti johon. Haasteena ovat myös ylikansalliset hankkeet; Suomessa kotimainen sekä EU-tason lainsäädäntö määrittää ja asettaa tietyt rajat ja tavoitteet toiminnalle. On täysin toinen kysymys, miten tosiasiallisesti voidaan tarkastella

toiminnan kestävyttä tai vastuullisuutta metsien käytössä muissa maissa; tätä muutama haastateltavakin pohti vastauksissaan.

Myös metsäteollisuuden ja yritystoiminnan historian tunnistaminen on tutkimukselle keskeistä. Suurella osasta haastatelluista työntekijöistä oli kokemus, että tehdyt muutokset metsäteollisuudessa ja yrityksissä suhteessa esimerkiksi päästöjen hillintään ja luontokatoon ovat jo jossain määrissä riittäviä tai tarpeeksi kehittyneitä. Jos metsäteollisuuden vaikutuksia kuitenkin tarkastellaan faktisesti ja tieteellisesti, osa toiminnan seurauksista luontoon alkaa vasta nyt näkymään (vrt. biodiversiteetin heikkeneminen). Jossain määrin haastateltavilta piirtyi kuva siitä, että yritykset ja metsäteollisuus alana olisi jo saanut paljon aikaan, ja tarvittava muutos olisi jo tapahtunut esimerkiksi tehtailla ja tehtaiden käytäntöjen suhteen. Ikään kuin liiketoiminnan negatiiviset vaikutukset luontoon ja ympäristöön kyllä tunnistettiin, mutta niiden eteen olisi jo koettu tehtäneiden tarvittavat muutokset. On huomattavaa myös, että esimerkiksi eräs Metsä Groupin työntekijä koki, että muutama kymmenen vuotta sitten metsäteollisuus nähtiin saastuttavana alana verrattuna nykypäivään. Päinvastaisesti voitaisiin kuitenkin argumentoida alan tarkastelun lisääntyneen ja kritiikin nousseen todellisuudessa vahvemmin esiin vasta 2020-luvulle tultaessa. Ympäristön ja luonnon kuormitus ja negatiiviset liiketoiminnan lieveilmiöt ovat pääasiassa lisääntyneet; pikemminkin kuin että ongelmat olisivat jo hallinnassa.

*” [--] oliko asiat niin tärkeitä kymmenen vuotta sitten, niin ehkä jos ajatellaan Suomea niin varmaan ympäristöasiat on ollut sellasia. Meidän metsäteollisuus ei välttämättä ole ollut, sanotaanko jos mennään 20 vuotta, niin ei välttämättä katsottu että metsäteollisuus oli se kaikkein ympäristöystävällisin toimialue, mutta että siellä on sitten jouduttu tekemään ja tehty paljon toimenpiteitä, se on se, uskaltaisin väittää että se on semmonen aihealue, missä ollaan jo [--] ” (H4, Metsä Group)*

Haastattelurunkoa luodessani pyrin laatimaan kysymyksiä, jotka antaisivat mahdollisimman monipuolisen kuvan kestävän kehityksen ja vihreiden arvojen diskurssissa suhteessa liiketoimintaan. Osan haastattelukysymyksistä olin asetellut kestävyden tematiikka edellä ja osassa kysymyksistä keskityttiin nimenomaan liiketoiminnan ja yritysmaailman niin sanottuihin lainalaisuuksiin sekä näiden vaikutuksista kestävyteen. Pohdin yritysten luonnetta ja muun muassa kokoluokkaa kestävyden skeemassa. Toisin sanoen, onko esimerkiksi toimialalla tai yrityksen koolla merkitystä kestävyden toteutumisessa. Vastausten painotus oli hieman erilainen,

mitä olin alkuun ennen haastattelumateriaalien saamista arvellut. Usea haastateltava oli sitä mieltä, että kestävyiden kulttuuria ja kenttää kehitetään nimenomaan suuret yritykset edellä eikä päinvastoin. Halusin kuulla myös haastateltavien kokemuksia vihreistä arvoista suomalaisien toimijoiden keskuudessa, jälleen alasta riippumatta.

*”Jos, mä katon isoo, isoja toimijoita, niin tänä päivänä varsin valveutuneita. Sit kun mä katon PK-sektoria, en pelkästään niinkun metsäklusterista, vaan ihan se tuntuma mikä mulla on, niin siellä ollaan napsun verran takana, mutta olemassa oleva lainsäädäntö sekä lopputuotemarkkina monella alalla on heidät myös herättänyt ja osin pakottanut siihen että siellä täytyy, on pitänyt huomioida noi osa-alueet. Sitten kun me katotaan pienyrityssektoria ihan, niin siellä mulla on sellanen fiilis, että siellä on halu toimia vanhalla tapaa, ja siellä koetaan enemmän rasisiteena ja byrokrationa ja kustannusten kerääjänä, eikä niin kuin hyötynä – vielä. Elikkä siellä, mitä pienempään yritykseen mennään, niin siellä sitä merkitystä ja aidosti businesshyötynä ei nähdä vielä siinä määrin mitä isomman yrityksen, alasta riippumatta, niin on osattu kääntää mahdollisuudeksi.” (H2, UPM)*

*”Kyllä mä näkisin, ainakin jos puhutaan isommista toimialoista Suomessa, eikä pelkästään Suomessa, puhutaan nyt pohjoismaista, et kyllä mä näkisin et pohjoismaiset yritykset olis varmaan ihan siellä aktiivisempien joukossa. Et ehkä meillä nämä, meillä on tullut jo niin aikasessa vaiheessa lainsäädäntöä esimerkiksi luontoon liittyen, ympäristöön liittyen ja tälläsiin asioihin, niin me ollaan ehkä pidempään kasvettu niiden asioiden kanssa ja eletty niiden asioiden kanssa ja koettu ne semmosina normaalina tapana toimia, kun ehkä jossain muualla.” (H4, Metsä Group)*

Yllä olevassa lainauksessa vastaaja kertoo, että suomalaisilla on pitkä historia luonnon- ja ympäristösuojeluasioissa. Samoin suomalaiset yritykset ja yritysetiikka koettiin vahvana, etenkin suhteessa muuhun maailmaan. Myös ikään kuin ajatus suomalaisesta suoranaisestä itseisarvoisesta ympäristön ja luonnon arvostamisesta näkyi perusteluissa sille, miksi Suomessa asiat koettiin olevan hyvällä tasolla. Kestävää ja vastuullista toimintaa tai sen kokemusta perusteltiin suomalaisella luonnon kunnioittamisella, siis jonain automaattisesti olemassa olevana. Tämä toisaalta tukee tutkimuksia ympäristöasioiden emotionaalisesta arvolatautuneisuudesta. Useat kokivat suomalaisten olevan kuitenkin huonoja viestimään hyvästä ja eettisestä yritystoiminnasta ja tätä haluttaisiin esimerkiksi oman yrityksen kohdalla lisätä ja parantaa.

Kuten olen tutkimukseni teoreettisessa osuudessa tuonut esiin, on yleisesti ajateltu, että ympäristöasiat ja ympäristöjohtaminen sekä näiden asioiden priorisoiminen on usein jollekin muulle alisteista tai toissijaista. Tässä tuleekin hyvin esiin tutkimukseni paradoksaalinen puoli; voittoa tavoitteleva yritys vastaan vihreä kulttuuri ja kestävä kehitys.

*”Joo, no siis se syntyy siitä ulkoisesta paineesta, että kyllähän se niin fakta on, että eihän pörssiyritykset tai mikään yritys sisäsyntyisesti pyri parantamaan maailmaa, tai harvemmin ainakaan. Et ne on sitten eri tyyppisiä yrityksiä ja organisaatioita. Että pyritään tekemään voittoa osakkeen omistajille, että sitähän osakkeenomistajat tavoittelee et kyllä se se voiton tekeminen, ensimmäinen tavoite.”* (H1, UPM)

Haastateltavat yhteneväisesti kokivat, että juuri heidän organisaationsa on liiketoiminnoiltaan, investoinneiltaan ja tuotteiltaan kestävyiden ja ekologisuuden edelläkävijöitä ja muovaamassa tuota kenttää paremmaksi. Eräs haastateltava kertoi tämän organisaationsa keskeisimmät ja merkittävimmät kestävä kehityksen mukaiset muutokset tapahtuneen viimeisen viiden vuoden aikana. Samanaikaisesti kuitenkin esimerkiksi kestävyiden mittaaminen tuloksellisuuden kautta koettiin keskeneräiseksi tehtäväksi, jota tulisi tavoitella. Moni näki juuri tämänkaltaisen kestävyiden mittaamisen tärkeäksi, mutta ei osannut sanoa millä tavalla tämä varsinaisesti olisi mahdollista. Kuten Kallio ja Nurmi (2005) teoksessaan tarkastelivat, yritysten näyttö- ja käyttöetiikka harvoin vastaavat toisiaan täydellisesti ja muun muassa tämän koen jossain määrin näkyvän haastateltavien kokemuksissa kestävydestä ja vihreydestä edustamissaan yrityksissä.

*” [--] kestävä kehityksen tavoitteiden etenemistä pitäis kyllä jotenkin pystyä mittamaan [--] kun puhuin sitä, että se kestävä kehitys on integroitu sinne yrityksen strategiaan ja muuta niin sittenhän voidaan ajatella myös näin, että jos haetaan sitä, että halutaan erottua markkinoilla ja valita kestävämpiä ratkaisuja, kun kilpailijat, ja auttaa oleen asiakkaita kestävä kehityksen mukasia, niin jos tulos kasvaa ja myynti kasvaa niin sehän kertoo et ollaan onnistuttu siinä ja maailmasta tulee parempi paikka kun näin tehdään. ”* (H8, Stora Enso)

Kestävyttä liiketoiminnassa myös ennen kaikkea kuvailtiin kilpailuetuna markkinoilla. Toisin sanoen, ei jonain itsearvona, jota tavoitella, vaan voiton tavoittelun ja hyödyn välineenä. Esimerkiksi Bansal ja Roth (2000) listaavat yritysten vihreän siirtymän tutkimuksessaan syitä ja motivoivia tekijöitä yritystoiminnan muuttamisesta vihreämmäksi. Legitimointi mainitaan yhtenä syynä ja tämä esimerkiksi näkyy usean haastateltavan vastauksista. Muutama haastateltava toteaa



verrattain suoraan, miten oma toimiala on jatkuvan paineistuksen ja kritiikin alainen, ja miten etenkin paine ja kyseenalaistaminen luonnonsuojelujärjestöiltä ja ryhmittymiltä on välillä hyvinkin ankaraa.

*”Eli myöskin sen haastamisen kanssa pitää jaksaa ja osata ajatella se oikein, se hetki kun sä teet siellä positiivisen jutun, niin haastaja ei sua muuten kehu, mutta kun sä tavallaan teet siellä jotain huonoa juttua, yksittäisessä kohteessa tai muuten, niin kyllä se on siellä sosiaalisessa mediassa ja se tekee siitä tavallaan toimijan näkökulmasta joskus turhauttavan, että jos viesti on se, ettei mikään riitä ja kaikki on pielessä, niin sitten voi kysyä et mistä tulee se motivaatio hyvään tekemiseen. Et tässä on ehkä se mitä mä ympäristöliikkeille ja meidän haastajille yrittänyt sanoa, että myöskin metsäalatoimijat ovat ihmisiä. Ja rakentava palaute ja positiivinen palaute motivoi, että minun mielestäni kannattais antaa sitä positiivista palautetta silloin kun siihen on aihetta, koska se ruokkii parantamaan juttuja ja ehkä tän tyyppiset inhimilliset kysymykset on sellasia, mitä mä toivoisin näkeväni enemmän, koska mä uskon, että niitten kautta kehitys menee paremmin eteenpäin.” (H6, Metsä Group)*

Toisin sanoen paineistaminen ja haastaminen johtaa toiminnan legitimitettiin varmisteluun ja haastateltava kertookin, että kestävän liiketoiminnan harjoittaminen metsäteollisuusalalla on usein kiitoksetonta.

Metsäsertifioinnista puhuttiin haastatteluissa kautta rantain positiiviseen sävyyn, mikä oli tietenkin jossain määrin odotettavissakin. Ja vaikka esimerkiksi moni mainitsi metsäteollisuuden haasteet biodiversiteetin säilymisen ja luontokadon suhteen, tämä ei kuitenkaan haastateltavilta korostuneesti noussut esiin. Esimerkiksi Suomen ELY- keskus on irtaantunut PEFC-sertifikaatista sen perusteettomuuden vuoksi (ELY, 2021), mikä luo taas hieman erilaisen kuvan metsäteollisuuden ja metsänhoidon tilanteesta. Juuri PEFC- ja FSC-sertifikaateista puhuttiin korostuneen merkittävänä ja luotettavana alaa määrittelevinä sertifikaatteina, eikä näistä noussut juurikaan kritiikkiä, ei suoraa tai implisiittistä, vaikka voidaan perustellusti olettaa näiden metsäteollisuuden johtotason työntekijöiden tietävän näiden metsäteollisuuden sertifikaattien kritiikin aiheen.

Jossain määrin haastatteluissa nousi esiin myös kokemus siitä, että koska Suomessa tehdään asiat jo verrattain hyvin ja kun taas muualla maailmassa standardit ja lainsäädännön asettamat tavoitteet ovat ehkä matalammat, asiat olisivat Suomessa jo tarpeeksi hyvin. Tämänkaltainen oman ja

suomalaisen liiketoiminnan niin sanotun hyvyyden korostaminen ja legitiimiyden alleviivaaminen suhteessa muuhun maailmaan oli selkeästi kuultavissa työntekijöiden kokemuksissa.

## 6.5 VIHERPESU

Pyrkimykseni on tarkastella ja pohtia, mitä mahdollisia tekijöitä ja syitä saattaisi viherpesua harjoittavan yrityksen taustalla olla ja miten työntekijöiden kokemukset taas heijastavat tätä ilmiötä. Mahdollisesti isoimpia löydöksiä aineistosta olivat paineen, kritiikin ja niin sanotun oman alan ”haastamisen” kokemukset työntekijöillä. Lähes kaikki haastateltavat jossain kohtaa puhuivat hyväksynnän ja legitiimiyden hakemisesta. Samoin vahvaa kritisointia ja epäilyä koettiin niin kuluttajien, median kuin ympäristöjärjestöjenkin tahoilta. Tämä koettiin turhauttavana ja jossain määrin jopa negatiivisesti toimintaan vaikuttavana tekijänä. Edellisessä luvussa avasin jo hieman tätä teemaa. Viherpesun diskurssissa tätä kritiikin ja jatkuvan arvostelun merkitystä voitaisiin pohtia yhtenä potentiaalisena syynä viherpesun harjoittamiselle: metsäteollisuuden kohdistuvat, paikoitellen tarpeettomatkin epäilykset, syytökset ja kritiikki saattaisivat olla omiaan vaikuttamaan yrityksiin sekä näiden tekemiin ratkaisuihin. Tämä tematiikka on myös nähtävissä esimerkiksi Seelen ja Gatin (2017) esittämässä matriisissa.

Metsäteollisuuden legitimitettä niin Suomessa kuin Euroopan kohdalla haettiin tuomalla esiin, miten muualla maailmassa asiat tehdään huonommin. Alla esitetyn lainauksen kertoneella työntekijällä oli vahva näkemys siitä, ettei myöskään Euroopan tai Pohjoismaiden alueella tapahtuvalla toiminnalla ole niin suurta merkitystä koko kestävyuden ja vihreiden arvojen kokonaisuudessa. Pariisin ilmastopöytäsoittimissa teollisten maiden harteille on niin sanotusti asetettu korvauspaketteja, jotka tulisi ohjata kehittyville maille. On katsottu, että merkittävä osuus ilmastonmuutoksesta ja maapallon keskilämpötilan noususta on teollisuusmaiden aikaansaamaa. (76/2016, Fin-lex)

” [--] Euroopassa nyt ei varmaan varsinaista metsäkatoa tapahdu ainakaan just mitä esimerkiksi noita raportteja seuraa [--] et sitä varsinaista metsäkatoa ei juurikaan tapahdu Euroopassa, mutta tota biodiversiteettikatoa, on varmasti sellanen missä meillä on paljon tehtävää vielä ihan Euroopassa, pohjoismaissakin, Suomessakin varmasti. Mutta tuota, sitten

*tietysti jos pohjoismaisen teollisuuden edustajan voi kysyä, että kuinka isot erot on sitten siinä, miten ne tällä pohjoisella pallonpuoliskolla toimimme näissä asioissa kuin esimerkiksi eteläisellä pallonpuoliskolla. Että aina on helppo tuoda esiin sellasia tiettyjä yksittäisiä epäkohtia, jossakin mutta että, mieltä sitä kokonaisuutta niin se olis ehkä se tärkeämpi asia, kun se että mieltä nyt Suomessa on tehty tai mitä on tehty Brasiliassa [--] ” (H4, Metsä Group)*

Huomattavaa oli, kuinka varovaisesti haastateltavat tuntuivat paikoitellen haastatteluun suhtautuvan. Eräs haastateltavista kaivoi yrityksensä verkkosivuilta heidän lausuntojaan, jottei omien sanojensa mukaan ”vastaisi väärin”. Haastateltaville ei esimerkiksi ole missään tutkimusvaiheessa mainittu käsitettä viherpesu, juuri sen värityneisyyden ja latautuneisuuden vuoksi. Haastattelun teemat liikkuvat kuitenkin aihealueella, jossa voi olettaa tapahtuvan myös viherpesu ilmiön tarkastelua. Tämän olin kuulevani myös työntekijöiden pohdinnoissa ja sanavalinnoissa.

Olen tutkimukseni teoreettisessa osuudessa maininnut viherpesun optisista ja symbolisista ulottuvuuksista; ulkoisilla tekijöillä ja merkinnöillä on suuri vaikutus esimerkiksi sijoittajien ja kuluttajien vakuuttamisessa yrityksen kestävydestä ja vastuullisuudesta. Merkittävä tekijä tässä diskurssissa on siis yritysmaailman erilaiset ympäristösertifikaatit, palkinnot sekä listaukset kestävydestä tai vihreydestä.

*” [--] jos mieltii merkkeinä niitä, niin se metsäsertifikaattihan vaan kertoo sitä puunalkuperästä ja siitä metsästä, ja kaikki muut voit sössiä vaikka miten tahansa ja sinä saat sen leiman sinne pakettiin, mutta sitten jos otetaan ympäristömerkki, joka yrittää ottaa sen kokonaisuuden huomioon niin se on paljon enemmän oikeasti meidän toiminnan kannalta relevantteja asioita. Ja se mikä niissä merkeissä tietysti ehkä eniten häiritsee näin tota alan edustajana, että ne aika vaikee selkosia kuluttajalle, ja kuluttajan niistä taustoista ei oikeestaan tiedä mitään, että siellä on melkein minkä näkönen vaan vihreä, pyöreä lätkä siellä paketissa, niin kuluttaja katoo et siinä on jotain hyvää. Mutta se ei välttämättä ihan niin yksioikoinen oo. Jos ottaa vaikka metsäsertifikaatin, niin se todella kertoo vaan siitä puunalkuperästä, että se ei todellakaan kerro että se on tuotettu vastuullisesti, että se koko tuote olisi se sitten pehmopaperi tai lautapaketti tai mikä onkaan, niin ne voi olla myös vähän harhaanjohtavia. ” (H5, Metsä Group)*

Eräs haastateltavista esimerkiksi taas kertoi, etteivät sertifikaatit ja auditointi metsäteollisuusalalla ole niin sanotusti täydellistä, mutta paremman puutteessa olemassa olevatkin ovat parempi vaihtoehto kuin niiden puuttuminen kokonaan. Hän myös tunnisti sertifikaatti- ja auditointijärjestelmien poliittiset ja markkinalliset luonteet ja näki, että myös tässä kentässä tapahtuu esimerkiksi lobbausta.

Delmasin ja Burbanon (2011) mukaan viherpesua voidaan tarkastella eräänlaisen nelikentän kautta. Yritys voi olla *vihreä* tai *ruskea* yritys, ja molemmilla näistä voi olla joko *äänekkään* tai *hiljaisen* kommunikoijan ominaisuus. Haastattelujen perusteella voidaan jokaista kolmea yritystä pitää, jos ei muuna, niin jossain määrin ainakin äänekkäinä yrityksinä. Kommunikaatio, markkinointi ja viestintä organisaatioiden vihreydestä ja kestävyys tasosta on paikoitellen sangen painavaa. Merkittävää olikin, että jokaisella haastatellulla yksilöllä olikin juuri oman organisaation kestävyys tasosta ja toteutumisesta lähes ehdottoman varma myönteinen kuva. Voidaan myös pohtia, toteutuuko tässä kohdin Kallion ja Nurmen teoria yritysten näyttö- ja käyttöetiikasta kestävyys suhteen.

Ajatus isojen ja pitkään toiminnassa olleiden organisaatioiden kohtaamasta laajemmin tapahtuvista epäilyksistä ja syytöksistä suhteessa näiden ekologisuuteen ja kestävyteen näkyvät myös haastattelumateriaalissa (Delmas & Burbano, 2011). UPM, Stora Enso ja Metsä Group ovat kaikki isoja ylikansallisesikin toimivia yrityksiä, joten yritysten kohtaama kritiikki ja tuo haastatteluissakin mainittu ”haastaminen” on huomattavaa ja todennäköisesti laajempaa kuin mitä alkutekijöissään oleva pienempi yritys kohtaisi.

Vaikka epäkohtia alalla tai vaikkapa auditoinneissa tunnistettiinkin, juuri oman yrityksen tilanne kestävä ja vihreä metsäteollisuuden yrityksenä nähtiin usein verrattain ristiriidattomana. Tietynlaista implikointia myös muiden alan toimijoiden kestävyys paikkansapitämättömyydestä oli huomattavissa.

*”Ja nyt sitten kun on nää ympäristö ja vastuullisuusasiat niin kauheen trendikkäitä, että mihin tahansa lyödään joku vegan leima, et mitä ne tarkoittaa, niin se on haastavaa. Mut ne mitä UPM käyttää on ehdottomasti luotettavia.”* (H1, UPM)

*”Mä itse koen, että me ollaan edelläkävijä, myös siinä kestävyyspuolella, kun mä vertaan meidän toimialalla muita toimijoita.”* (H2, UPM)

Olen käyttänyt haastatteluissani puolistrukturoitua haastattelurunkoa ja tämä on mahdollistanut tietyt vapaukset esimerkiksi tapauksissa, jossa haastateltavalla on ollut vaikeuksia saada tuotettua jäseneltyjä ja pidempiä vastauksia. Muutaman haastateltavan kohdalla olen esittänyt jatkokysymyksenä, kokevatko haastateltavat yritystoimintaa määrittävät merkit ja sertifikaatit lähtökohtaisesti luotettavina. Pääsääntöisesti haastateltavat pitivätkin näitä hyvinä ja tärkeinä, mutta myös se tunnistettiin, että harvoin mikään on täysin aukotonta.

Suurissa ylikansallisissa, organisaatioissa on kestävyuden toteutumiselle usein paljon potentiaalia, resursseja ja kykyä. Tämä johtuu hyvin yksinkertaisesti yrityksen koon kautta usein tulevasta hyvästä taloudellisesta tilanteesta ja sen mahdollistamista toimista. Samanaikaisesti isoissa yrityksissä on myös paljon enemmän potentiaalisia negatiivisesti kestävyyteen vaikuttavia riskitekijöitä; koon kasvaessa riskit ja mahdolliset porsaanreiätkin kasvavat. Hyvänä esimerkkinä tästä on esimerkiksi sidosryhmien hallitseminen; metsäteollisuudesta kun puhutaan, mahdollisia aukkoja kestävyudessa saattaa löytyä esimerkiksi, vaikka toimittajien tai metsänomistajien toiminnassa.

Kaikki haastattelijat osasivat mainita tietynlaisia standardeja, joilla arvioida esimerkiksi juuri ulkoisten sidosryhmien kestävyuden ja vastuullisuuden. Nämä kuitenkin vaihtelivat pidemmistä erivaiheisista prosesseista yksinkertaisiin lomakkeisiin, joita nämä sidosryhmät itse täyttävät. Haastatteluissa nousi esiin esimerkiksi toimittajaketjua mentäessä pidemmälle kestävyuden tason varmistamisen vaikeudet. Viherpesun ilmiössä on niin sanottu tietynlainen armottomuuden luonne; kun leima vihreästä on annettu, stigma on vahva ja siitä on vaikea päästä eroon, olipa tämä viherpesuleima ansaittu tai ei.

*” [--] kun asioita tehdään kumppaneitten kanssa yhdessä ja jos siellä epäonnistuu, ja jos sieltä paljastuu jonkunlainen väärinkäytös tai viherpesu, niin se on ihan sama, että onko se meidän omaa tekemistä vai meidän kumppanin tekemistä, se on yhtä huono asia aina ja sen takia tavallaan sen kumppaniverkoston tekemisen laadun varmistaminen niin se on ihan yhtä tärkeä asia kun meidän oman tekemisen laadun varmistaminen [--] että kun samassa arvoketjussa ollaan niin heikoimman lenkin taso muodostuu sen koko arvoketjun tasoksi, näin se menee.” (H6, Metsä Group)*

Etenkin viherpesuilmiön diskurssissa tutkimus ja yleinen konsensus tuntuu olevan usein hieman ristiriidassa. Esimerkiksi Olkkonen ja Quarshie (2019) julkaisussaan ovat sitä mieltä, että

suomalainen yrityskehittäjä itseasiassa on verrattain kestävä, vastuullinen ja eettinen (vrt. näyttö- ja käyttöetiikka). Esimerkiksi Kuluttajaliiton (2022) julkaiseman tutkimuksen mukaan kuluttajilla on kuitenkin verrattain paljon epäilyksiä ja ennakkoluuloja yrityksiä ja näiden viherväittämiä kohtaan. Eräs Stora Enson työntekijä kertoi, että suomalaisessa yrityskehittäjässä on yleisesti ottaen vielä jotain parantamisen varaa ja viherpesun mahdollisuus on jollain tapaa läsnä. Haastateltava koki, että asioiden todellisen tilanteen näkeminen vaatisi jonkinlaista erityistietämystä, johon ei esimerkiksi tavallinen kuluttaja välttämättä kykene. Tämänkaltaisesta epäinhimillisestä tiedon hallitsemisesta ja sen vaatimuksesta kuluttajille kerroinkin aiemmin tutkimukseni teoreettisesta ja taustoittavassa osuudessa, jota juuri alla oleva lainaus hyvin puoltaa.

*”No paremmin ja paremmin, sanoisin. Mutta siinä on aina se green washing aspekti, että mitä me nähdään ja mikä on todellisuus, että vaikee jos sä et ole itse tavallaan joku tämmönen sustainability ekspertti, niin on vaikee sitten tietää, että mikä on totta ja mikä on tavallaan sitten jotain mainontaa, tai et halutaan luoda hyvä maine.” (H9, Stora Enso)*

## 7 TULOSTEN TARKASTELU

Tutkimuskysymykseni kuuluivat seuraavasti; *mikä on metsäteollisuuden yritysten rooli vihreiden arvojen ja kestävyiden rakentumisessa liiketoiminnallisessa ja yhteiskunnallisessa kontekstissa.* Tarkastelen tutkimuksessani myös seuraavaa; *mitkä tekijät UPM:ssä, Stora Ensossa ja Metsä Groupissa koetaan vaikuttavan kestävyiden tavoitteluun ja miten viherpesun ilmiö saattaa syntyä metsäteollisuuden yrityksissä.* Käyn tässä luvussa läpi tutkimukseni tuloksia, suhteessa aineistooni sekä tutkimuskysymyksiini.

Olen tutkimuksessani tuonut esiin epäkohtia ja ongelmia metsäteollisuudessa. Metsäteollisuuden vaikutukset suomalaiseen luontoon, biodiversiteettiin ja päästöihin ovat selkeät. Metsäteollisuudella on negatiivisia vaikutuksia luontoon ja ympäristöön. Tätä puoltavat monet tutkimukset, päästömittaukset sekä erilaiset poliittiset linjaukset muun muassa EU:n kesken oleva direktiivin muutos uusiutuvasta energiasta sekä metsäteollisuudesta saadun raaka-aineen käytöstä. Siispä on suhteellisen perusteltua sanoa metsäteollisuuden olevan ainakin jossain määrin kestävä toimiala. Voiko metsäteollisuus toimia silti oman kehityksensä sisässä kestävästi? Kolmen tapausyrityksen UPM:n, Metsä Groupin ja Stora Enson työntekijöiden kokemusten perusteella näyttää siltä, että voi.

### 7.1 NARRATIIVI KESTÄVYYDEN EDELLÄKÄVIJYYDESTÄ

Tutkimukseni teoreettisen taustan ja aineistonanalyysin kautta, metsäteollisuus ja sen kestävyys ja vihreys sekä näiden luoma kokonaisuus vaikuttaa niin ikään ilkeältä ongelmalta. Kestävyys käsitteenä tutkimukseni puitteissa tarkoittaa aiemmin käsiteltyä vahvaa kestävyyttä tai ekologista kestävyyttä; toimintaa, jossa ympäristö ei ole alisteisessa arvossa muuhun yhteiskunnalliseen toimintaan ja kestävä kehityksen ulottuvuuksiin verrattuna. Juuri tämän vahvan kestävyiden kautta tarkastelen kolmen tutkimukseen valikoidun yrityksen työntekijöiden kokemuksia suhteessa itse tutkimuksen luomaan käsitteelliseen ja teoreettiseen kokonaisuuteen (vrt. kuva 3).

Suurin osa haastateltavista koki yrityksensä vihreät arvot ensinnäkin 1. todellisiksi ja toisaalta 2. helposti omaksuttaviksi. Haastatteluista nousi esiin, miten juuri nimenomaan yrityksen arvojen on oltava tietynlaiset, esimerkiksi ekologiset ja kestävät, jotta haastateltavat työskentelisivät nimenomaisessa yrityksessä. Haastateltavat myös kokivat vahvasti tämän toteutuvan juuri tämänhetkisen työnantajan kohdalla. Kiinnostavaksi nousi yksilöiden kokemukset oman

yrittäjänsä niin sanotusta pioneerisuudesta ja tietynlaisesta edelläkävijyydestä juuri kestävyiden saralla. Tämä nousi esiin vahvasti jokaisen yrityksen kohdalla. Oli kyse sitten pitkän linjan kestävyysstrategiasta, investoinneista tai ekologisista innovaatioista, jokaisen kolmen yrityksen työntekijät kokivat ja toivat esiin, joko implisiittisesti tai eksplisiittisesti, että juuri heidän yrittäjänsä tekee jotain uutta ja parempaa kestävänsä sekä vihreän liiketoiminnan saralla; paremmin kuin mahdolliset muut alan toimijat (vrt. äänekäs yritys).

Haasteet luontokadon tai biodiversiteetin heikentymisen suhteen metsäteollisuuden vaikutusten lieveilmiöinä selkeästi tunnistettiin, mutta yleinen kokemus tuntui olevan se, että tarvittavaa muutosta oli yrityksissä jo tehty merkittävässä määrin. Myös historiallista vertailua käytettiin haastateltavien perustellessa tai kertoessa oman yrittäjänsä kehittymisestä kestävyiden saralla. Yleisesti haastateltavien keskuudessa koettiin, että asioita tehdään juuri siksi hyvin, koska suomalaisilla ja Suomessa on vahvat juuret luonnonsuojelun ja ympäristöasioiden saralla. Taas toisaalta historiaan viitattiin sillä, että vaikka aiemmin metsäteollisuutta on pidetty saastuttavana ja mahdollisesti haitallisena teollisuuden alana, nykyisen teknologian ja alan toimijoiden niin sanottujen ympäristötekojen vuoksi tilanne olisi muuttunut. Juuri alalta kummunneita innovaatioita ja erilaisia kestävänsä kehityksen mukaisia tuotteita, joita on saatu esimerkiksi puubiomassan sivuvirroista, käytettiin perusteluina sille, miksi metsäteollisuus tai kyseinen yritys on kestävä ja osana vihreää siirtymää. Etenkin suomalaisen luonnonsuojelun historian käyttö ikään kuin legitimitetin lähteenä oli huomattavaa, sillä todellisuudessa Suomessa konkreettinen vaikutuksellinen luonnonsuojelun historia on verrattain nuorta.

Tutkimukseni teoreettisessa kehityksessä on keskeisessä osassa ajatus kestävyiden ja sen eri tasoista. Aikoinaan Brundtlandin komission (1987) esittämä idea kestävästä kehityksestä on laajennettu vahvan ja heikon kestävyiden tematiikkaan. Tästä vielä pidemmälle tulkittuna kestävyys voi olla hyvin heikkoa tai hyvin vahvaa (Landrum & Ohsowski, 2018). Keskeistä tässä tematiikassa on tunnistaa ympäristön ja ekologisuuden joko a. tasa-arvoisuus/alisteisuus tai b. korkeampi hierarkkisuus suhteessa muihin kestävyiden ulottuvuuksiin, joita perinteisen jaottelun mukaan on sosiaalinen kestävyys, taloudellinen kestävyys sekä ympäristöllinen tai ekologinen kestävyys (mm. Giddings, Landrum & Ohsowski, 2002). Vaikka luonto ja ympäristö toimintaympäristönä tunnistettiin jossain määrin haasteelliseksi, ei ympäristöä kestävänsä kehityksen ulottuvuutena kuitenkaan priorisoitu. Se koettiin pääsääntöisesti joko tasa-arvoiseksi



tai suoraan alisteiseksi muille ulottuvuuksille. Toisin sanoen, metsäteollisuuden yritysten työntekijöiden kokemukset yrityksen kestävyydestä puoltavat tosi asiallisesti enemmän heikkoa kuin vahvaa kestävyyttä.

Tutkimuksen aihe ja sen eri tulkinnalliset ulottuvuudet näkyivät haastateltavien varovaisuudessa. Tämä nousi ongelmalliseksi etenkin sellaisten kysymysten kohdilla, joissa pyysin varta vasten yksilön omaa kokemusta kyseisestä asiasta. Ympäristön- ja luonnon arvottaminen emotionaalisesta perspektiivistä katsoen nousi lähinnä esiin haastateltavien kertoessaan aiemmista työuristaan tai koulutustaustoistaan. Esimerkiksi miksi juuri kestävyysasiantuntija on valinnut työpaikakseen metsäteollisuuden ja juuri tämän yrityksen, tai miksi ympäristöalan koulutuksen käynyt niin sanottu eränkävijä on tehnyt vuosien uran nimenomaan metsäteollisuuden parissa. Yllä olevan kaltainen vaikeasti avautuvuus oli selkeää jo haastatteluita järjestäessä; niin sanottu haluttomuus näkyi sekä itse yrityksen että yksilöiden kokemusten purussa.

Muiden muassa Bansal ja Roth (2000) ovat etsineet yritysten motivaatiotekijöitä vihreään siirtymään tai vihreisiin tavoitteisiin ja toimintoihin. Tällaisia motivaatiotekijöitä he esittivät kolme keskeistä: 1. ekologinen vastuu, 2. kilpailukyvyn parantaminen ja 3. toiminnan legitimointi. Näitä motivaation lähteitä verrattaessa aineistoon, nousevat etenkin kaksi jälkimmäistä vahvasti esiin. Hyvin marginaalisessa muodossa aineistosta kumpusi yksilön kokemus toimintaympäristön ongelmista ja sitä kautta vastuuntunnosta sekä toisaalta vastuunkannon halusta. Sen sijaan kilpailukyvyn parantaminen ja selviytyminen markkinoilla oli ehdottomasti lähes kaikkien yksilöiden kokemusten kärjessä merkittävimpänä motivaatiotekijänä. Juuri markkinoita ja selviytymistä kilpailussa käytettiin perusteluna sille, miksi kestävyyttä tai vihreyttä yrityksessä tavoitellaan.

Olen tarkastellut tutkimuksessani, mitä syitä yksilöt kokevat olevan kestävyuden tavoittelun taustalla. Olen jaotellut vaikuttavat tekijät kahteen eri ohjuriin; endogeenisiin ja eksogeenisiin. Tähän tematiikkaan nivoutuvat myös edellisessä kappaleessa mainitut motivaatiotekijät. Endogeeniset eli sisäsyntyiset ohjurit tarkoittavat tämän tutkimuksen kontekstissa esimerkiksi organisaation omaa arvo- ja toimintakulttuuria, liiketoiminnallista fokusta, kestäviä ja vihreitä standardeja esimerkiksi sidosryhmien tarkastelussa tai vaikkapa puhtaasti omavalintaista ja omaehtoista investointia sekä resurssointia kestäviin liiketoimintoihin. Ulkoisilla eli eksogeenisillä ohjureilla, viitataan ulkoapäin tuleviin vaikuttaviin voimiin kuten yhteiskunnallinen

tilanne, poliittinen ohjaus, lainsäädäntö, kansainväliset ohjelmat ja hankkeet. Tässä kohdin siis keskityin tarkastelemaan mitä ohjureita haastateltavat näkivät olevan kestävyiden tavoittelun taustalla, ei niinkään mikä tosiasiallinen kestävyiden taso on.

Puhtaasti endogeeniset tekijät nähtiin vähemmän merkittäviksi ohjureiksi kuin ulkoiset ohjurit. Vaikkakin jokaisen kolmen yrityksen kohdalla oli selkeästi tehty kestävä strategisointia ja esimerkiksi vihreitä investointeja sekä innovaatioita, ei näitä ohjureita koettu kuitenkaan itseisarvona tai lähtökohtana kestävyiden tavoittelulle eikä myöskään liiketoiminnalle. Tämä itsessään oli jokseenkin ristiriitaista, sillä samanaikaisesti enemmistö haastateltavista kertoi, että oma yritys haluaa ja valitsee toimia kestävästi, mutta kestävyiden tavoittelu uskottiin määräytyvän ulkoisen ohjauksen ja lainsäädännön kautta sekä sen puitteissa. Ikään kuin implikoiden; organisaatio itse valitsee toimivansa kestävästi ja vihreästi, vaikka ensisijainen syy toimia on kuitenkin regulaatio sekä markkinoiden sanelemat ehdot.

Kansainväliset ilmasto- ja ympäristöhankkeet nähtiin pääsääntöisesti merkittävinä kestävyiden toteutumisen tematiikassa. Osa haastateltavista jopa työskenteli tämän tyyppisissä hankkeissa (mm. Global Compact). Regulaatio kuitenkin koettiin osaksi myös liikaa rajoittavana ja kapeakatseisena, jonain, jota vain ikään kuin mielivaltaisesti ”Brysselissä määrätään”. YK:n Kestävän kehityksen tavoitteita pidettiin hyvinä, mutta tietynlainen kritiikki ohjelman tavoitteiden yleismaailmallisuudesta nousi esiin. EU ja YK määräävinä toimijoina ovat monessakin mielessä erilaisia; merkittävin ero on toki, että Green Deal-ohjelmassa veloitetaan, kun taas YK:n SDG-tavoitteisiin sitoutumista voidaan vain kehottaa. Kaiken kaikkiaan, ulkoisen ohjauksen vaikutukset a. kestävyiden tavoitteluun ja b. kestävyiden toteutumiseen koettiin verrattain ristiriitaisina. Eksogeenisiä ohjureita painotettiin selkeästi enemmän syinä ja perusteluina sille miksi yrityksen toimivat kestävästi tai mistä tuo kestävyiden tavoittelu syntyy. Aineiston perusteella haastateltavat pääsääntöisesti kokivat Euroopan tason regulaation, ulkoisen paineen sekä markkinoiden ehdollisuuden painavimmiksi syiksi kestävyiden tavoittelussa kuin todellisen omaehtoisen ja vapaaehtoisen tahdon.

Kestävyiden toteutuminen ja kokemukset siitä olivat metsäteollisuuden johtotason työntekijöillä yhtenäisiä. Olipa kyse työntekijän omasta työpanoksesta, yrityksestä tai alasta kokonaisuudessaan, metsäteollisuus ja sen parissa työskentely nähtiin kestävä ja vihreänä. Metsäteollisuuden rooli koettiin merkittävänä toimijana ympäristö- ja ilmastokriisin ratkaisussa. Soveltaessa tätä Kallio ja

Nurmen (2005) ajatukseen yritysten näyttö- ja käyttöetiikasta, voidaan ajatella, että metsäteollisuudessa näyttöetiikan roolina kestävyudessa on työntekijöiden kokemus yrityksen tilanteesta ja roolista; kun taas käyttöetiikkaa on metsäteollisuuden yritysten todellinen vaikutus luontoon ja ympäristöön.

## 7.2 KESTÄMÄTTÖMYYDEN JA VIHERPESUN MONET ILMENTYMÄT

Tutkimukseni isoimpia haasteita on ollut selkeyttää ja syvälaatuisesti ymmärtää mitä viherpesu ilmiönä ja tieteellisenä käsitteenä pitää sisällään. Se on vaikeasti määriteltävä, politisoitunut ja valtamediassa suorastaan inflaation kärsinyt termi. Ennen kaikkea viherpesulla on suuri vaikutusvoima käsitteenä sitä käyttävälle ja sen kohteena olevalle. Viherpesuilmiön taustatekijät ovat kovin monisyisiä ja moniulotteisia. Tarkoitukseni ei ole tutkimuksen myötä pystyä tai edes pyrkiä väittämään yrityksen X harjoittavan viherpesua vaan ymmärtää taustoja, syitä, merkityksiä ja niin sanottuja katalyytteja hypoteettisen tai potentiaalisen viherpesun taustalla.

Haastattelujen aikana en tutkijan ominaisuudessa käyttänyt itse termiä viherpesu. Oli ilmeistä, että tuon termin käyttöä pyrittiin yleisesti ottaen välttämään viimeiseen asti, mieluiten kiertoilmaisuja käyttäen. Tämänkaltaiset implisiittiset sekä retoriset löydökset tukevat monia päätelmiäni viherpesukäsitteen voimakkuudesta sekä ilmiön yleisestä diskurssista. Yritysten johtotason työntekijöiden kokemuksista kumpusi melko syvä turhautuminen ja suoranainen vihamielisyys yrityksiin kohdistuvasta tietynlaisesta loputtomasta kritiikistä, paineistuksesta sekä ”haastamisesta”. Viherpesu muun muassa tutkijoiden Seelen ja Gattin (2017) mukaan on ensisijaisesti aina tietoisista ja valittua, viherpesua ei siis hyvin yksinkertaisesti voi harjoittaa vahingossa. Taas viherpesuilmiön syy-seuraussuhteet vaihtelevat muun muassa yritystä tarkastelevasta toimijasta, sekä siitä millaisia syytösten todelliset seuraukset ovat epäilyksen kohteena olevan toimijan legitimizeettiin.

Olenkin pohtinut, mikä tosiasiallisesti saa yritykset harjoittamaan viherpesua, sillä lopputulemana riskit vaikuttavat suuremmilta kuin mahdolliset hyödyt. Viherpesulla yritys saattaa vain tiettyyn

pisteeseen saada kasvatettua asiakaskuntaansa tai vaikkapa liikevoittoaan. Kuluttajat ja sijoittajat ovat kuitenkin koko ajan yhä tietoisempia ja valveutuneimpia; riski niin sanottuun kiinnijäämiseen on yhä korkeampi. Aineistosta saadun materiaalin perusteella uskoisin metsäteollisuuden kohdalla yhtenä potentiaalisena tekijänä viherpesulle olevan jatkuva kritisointi ja sitä kautta jatkuva hyväksynnän haku sekä niin sanottu tarve olla relevantti ja arvostettu toimija. Toisin sanoen toimijalla tai yrityksellä saattaa olla hyvinkin vahva kokemus siitä, että jos yrittämisestä ei palkita tai sitä ei tunnisteta, niin miksi yrittää lainkaan. Pelkästään aineiston perusteella on selkeää, että metsäteollisuuden toimijoilla on tietynasteinen pelko viherpesun leimasta. Se että voidaan kohtuullisen varmasti sanoa, ettei metsäteollisuus edusta kestäväää tai vihreää toimialaa, ei vielä itsessään tarkoita viherpesua. Ja juuri ehkä tästä syystä viherpesun leima onkin näennäisen helppoa antaa myös perusteetta metsäteollisuuden toimijalle. Tapauksessa missä yritykselle annetaan viherpesijän leima, kokee yritys lähes väistämättä negatiivisia vaikutuksia, piti tuo väite paikkansa tai ei. Jossain määrin siis viherpesu ilmiönä ja ulkoa käsin annettuna ominaisuutena on kovin armoton.

Olen aineistonkeruun lisäksi tutustunut UPM:n, Stora Enson ja Metsä Groupin verkkosivuihin. Viherpesun ilmiöön kuuluu vahvasti myös optinen tai symbolinen ulottuvuus. Kuluttajamarkkinoilla on jo pitkään käytetty erilaisia keinoja kuluttajan ohjaamiseksi tiettyihin valintoihin ja hankintoihin. Myös metsäteollisuuden saralla pyritään antamaan tiettyin valinnoin esimerkiksi juuri verkkosivuilla yrityksestä tietty kuva. Tässä tapauksessa tämä on kuva vihreästä metsäteollisuudesta, ikään kuin luonnollisena osana suomalaista ympäristöä ja elämää. Jokaisen yrityksen verkkosivuillaan käyttämä kuvasto on verrattain yhteneväistä. Kuvat vihreistä metsistä, luonnosta ja hymyilevistä ihmisistä toistuvat jossain muodossa jokaisen yrityksen verkkosivuilla. Kuvastoa taas esimerkiksi alas hakatuista metsistä ja lukuisista tehtaista Suomessa ja sen ulkopuolella taas ei juuri esiinny. Olisi toki naiivia olettaa, että niin sanottu metsäteollisuuden nurja puoli erityisemmin näkyisikään verkkosivuilla; onhan kuva puhtaasta suomalaisesta luonnosta vehreine metsineen kuluttajalle houkuttelevampi kuin päästöjä tuottava sellutehtaan piippu.

Optiikan ja symboliikan suhteen piilee myös kuitenkin eittämättä myös mahdollisuus viherpesuun tai vähintään toiminnan negatiivisten lieveilmiöiden silotteluun. Lukuisat ympäristösertifikaatit ja -merkit, joita esimerkiksi UPM verkkosivuillaan esittää ovat legitiimejä, mutta kuten muutama

haastateltavakin myönsi, ne eivät tavalliselle kuluttajalle kerro oikeastaan juuri mitään. Sertifikaattien ja merkkien radikaalistikin vaihtelevat kriteeristöt ja eri maiden lainsäädäntö luovat niin sanottuja porsaanreikiä kestävyiden ja vihreyden kentällä avaten siten myös polkuja viherpesulle. Haastatteluaineistosta kumpusikin tietynlaista auditointi- ja sertifikaattijärjestelmien kyseenalaistamista sekä kysymyksiä niiden puutteista ja luotettavuudesta; vaikkakaan ei kovin suurissa määrin. Pääsääntöisesti sertifikaatteja ja ympäristömerkkejä pidettiin hyvinä ja luotettavina, vaikka näiden kaupallinen ja poliittinen ulottuvuus jossain määrin tunnistettiin; jota keskimääräinen kuluttaja harvoin ymmärtää tai ajattelee, että ympäristömerkeillä ja sertifikaateilla tehdään myös rahaa. Näiden ympärillä toimivat globaalit markkinat ovat yllättävän suuret. Kuten eräs haastateltavistakin totesi, että minkä tahansa vihreän symbolin tai kuvan liittäminen tuotteen etikettiin tai yrityksen verkkosivuille voidaan asiaan perehtymättä kokea perusteettomasti legitimiinä (vrt. vihreä ja ruskea yritys tai tuote).

Tähän niin kutsuttuun optisen viherpesun ja kestävyiden diskurssiin nivoutuu myös jopa ympäristöohjelmiin liittyvä jossain määrin valtiotasoinen epäuskottavuus. Ohjelmia, kuten Green deal tai YK:n Kestävän kehityksen ohjelma, on kritisoitu verrattain laajastikin. Useita alan asiantuntijoita kuten esimerkiksi talousantropologian tohtori Jason Hickel sekä kestävä kehityksen asiantuntija ja Cumbrian yliopiston professori Jem Bendell ovat tuoneet havaitsemiaan epäkohtia julkisesti esille mainituista ohjelmista. Molemmat ohjelmat ovat saaneet kritiikkiä ympäristö- ja ilmastoasiantuntijoilta niiden sisällön todellisesta agendasta.

Keskeisin kritiikin aihe on ollut talouden ja teollisuuden kasvattamisen painottaminen sen sijaan, että keskityttäisiin tosi asiallisesti ratkaisemaan ilmasto- ja ympäristökriisi. On olennaista peilata ohjelmien saamaa kritiikkiä esimerkiksi EU:n tuottamaan tutkimukseen viherpesusta Euroopan alueella tai siihen, miten SDG-indeksiä tulkitaan ja mitkä näiden tavoitteiden toteutumisen kriteerit ovat. Tämä luokin huolestuttavan kuvan tilanteesta; tapahtuuko viherpesua tai kestävyiden käsitteen venyttämistä jopa valtiotasolla. Esimerkkinä valtiotasoisesta valkopesusta esimerkkinä toimi Qatarissa vuonna 2022 järjestetyt jalkapallon MM- kisat; törkeitä ihmisoikeusrikkomuksia peiteltiin ja piiloteltiin sekä kisoja markkinoitiin valtion imagon parantamiseksi ja turismin kasvattamiseksi (mm. HS, 2022). Pahin mahdollinen tulkinta tästä kentästä onkin, että jos viherpesua tai siihen viittaavaa, implisiittistä tai eksplisiittistä toimintaa, voidaan nähdä

kansainvälisten ohjelmien ja valtioiden kohdalla, niin miksei samaa voida olettaa tapahtuvan myös yritysten kohdalla.

## 7.3 YHTEISKUNNALLISET RAKENTEET SUUNNANNÄYTTÄJINÄ

Viherpesun ja EU:n Green dealin mahdollista yhteyttä ovat käsitelleet muun muassa Guardianissa 2020 ilmestyneen artikkelin kirjoittajat Yanis Varoufakis ja David Adler:

” [–] *last month, EU commission president Ursula von der Leyen unveiled the European green deal, a €1tn, 10-year plan to reduce the EU’s greenhouse gas emissions by at least 50% compared with 1990. “This is Europe’s man on the moon moment,” said Von der Leyen. At first, one cannot resist comparing the two sums and the priorities they reveal: more than €4.2tn to save Europe’s financial sector; €1tn to save our world.*” (emt.)

Aivan tutkimukseni ensimmäisessä johdantokappaleessa toin esiin, miten Suomi on listattu SDG-indeksin mukaan vuoden 2021 kestävämmäksi Euroopan valtioksi. Silti samaisen indeksin puitteissa Suomi on 165 listatusta valtiosta sijalla 156 hiilidioksidipäästöjen suhteen (päästöt per asukas). Tämä toisin sanoen tarkoittaa, ettei Kestävän kehityksen ohjelma todellisuudessa aja vahvaa kestävyyttä tai ekologisuutta yhteiskunnallisen toiminnan prioriteettina, vaan keskiössä ovat aivan muut tavoitteet ja agendat, jotka jäävät vielä avoimiksi kysymyksiksi (mm. Hickel, 2020, Foreign Policy). Vaikka esimerkiksi SDG-indeksien asiallisuus tai todellinen tarkoitus jääkin jossain määrin hämärän peittoon, ei aivan vielä voida perustellusti tai ainakaan yksioikoisesti puhua valtiotasoisesta kestävämmästä tai viherpesusta. Sen sijaan pohdin, annetaanko tässä kuitenkin yhteiskunnalle ja toimijoille vääränlainen ja ennen kaikkea vaarallinen viesti. Näyttää siltä, että viherpesu ja ympäristöön kohdistuvien negatiivisten lieveilmiöiden vaikutusten vähättely elää jossain määrin yhteiskunnallisissa rakenteissa ja siten luo haitallisen perinne- ja toimintakulttuurin, jossa asioista ei tarvitse puhua niiden oikeilla nimillä.

## **8 ” EIHÄN PÖRSIYHTIÖT TAI MIKÄÄN YRITYS SISÄSYNTYISESTI PYRI PARANTAMAAN MAAILMAA”**

Yllä oleva lainaus on UPM:n haastatteluista ja kiteyttää tutkimukseni viimeistä osaa. Painotuksen muutos taloudellisen ja teollisen kehityksen alleviivaamisesta on tapahduttava, oli toiminnan taustalla syy mikä tahansa. Muutos ei ole helppo yksinkertainen ja saattaa näyttäytyä paikoitellen jopa mahdottomalta. Näen myös vahvasti tietynlaista kestävämmyyden hyväksymisen yhteiskunnallista rakenteellisuutta niin kansainvälisesti, valtiotasolla kuin yksittäisten toimijoidenkin kohdalla.

Merkittävimmät kansainväliset ympäristöohjelmat ovat tällä hetkellä Green deal, sekä YK:n Kestävän kehityksen ohjelma. Muun muassa ympäristöaktivisti ja ilmastoasiantuntija Tadzio Müller on kritisoinut erityisesti juuri Green deal ohjelmaa äänekkäästi. Müller erityisesti on julkisuudessa nostanut esiin, etteivät fossiilisten polttoaineiden käytön kärjessä olevat valtiot tai teollisuuden alat voi yksinkertaisesti olla validisti ratkaisevassa roolissa ilmastonmuutoksen ehkäisyssä ja vastaan taistelussa (Müller, 2016, 2020). Tutkimukseni perusteella allekirjoitan tämän ajatuksen. Metsäteollisuus saastuttavana ja kestävämmänä teollisuutena ei voi olla avainasemassa ilmastonmuutoksen ratkaisemisessa – tätä kuvaa mielestäni erinomaisesti englanninkielinen fraasi: *Can't have a cake and eat it too.*

Pro gradu -tutkimukseni lopussa koen vahvasti kestävyiden ja yritysmaailman dialogin vielä kovin keskeneräiseksi. Tutkimusta, dataa, tieteellistä ja empiiristä ymmärrystä tarvitaan suurten, globaalien ongelmien ratkaisemiseksi. Myös viherpesun tieteellinen tutkimuskenttä on vielä kovin avoin ja täynnä kysymyksiä. Toivon tutkimukseni tuovan lisänäkemyksiä tähän diskurssiin.

Mahdollinen kiinnostus jatkotutkimukseen juuri viherpesun ilmiöstä on tutkimusta tehdessäni kasvanut. Ilmiön määrittelyongelmat näyttäytyvät mielenkiintoiselta haasteelta, jota vakaasti pohdin ottavani tehtäväkseni valaista ja selkeyttää. Teollisuudella on valtava rooli yhteiskunnassa sekä suunnassa, johon yhteiskuntana ja ihmiskuntana seuraavat askeleet otetaan. Pohdin mahdollisuutta ja resursseja kasvattaa juuri tässä diskurssissa sekä dialogissa viherpesun tieteellistä ja analyttistä jatkotutkimusta. Tulevaisuuden yhteiskunnallisen tilanteen ja

tutkimuksen suhteen pohdin seuraavaa; mikä rooli ympäristökriisien ratkaisussa yrityksille annetaan ja minkä roolin yritykset itse ottavat kehityksen suunnassa.



## LÄHTEET

Aggarwal, P., & Kadyan, A. (2014). Greenwashing: The darker side of CSR. *Indian Journal of Applied Research*, 4(3), 61-66. Saatavissa: [https://www.researchgate.net/publication/275755662\\_Greenwashing\\_The\\_Darker\\_Side\\_Of\\_CSR](https://www.researchgate.net/publication/275755662_Greenwashing_The_Darker_Side_Of_CSR)  
Luettu: 13.12.2021

Ahlqvist, Kirsi (2009). Tilastokeskus. Saatavissa: [https://www.stat.fi/artikkelit/2009/art\\_2009-12-14\\_001.html?s=0](https://www.stat.fi/artikkelit/2009/art_2009-12-14_001.html?s=0)  
Luettu: 14.9.2022

Aidosti vihreää vai viherpesua? Kyselytutkimus kuluttajien suhtautumisesta ja luottamuksesta ympäristöväitteisiin ja -merkkeihin (2022). Kuluttajaliitto. Saatavissa: [https://www.kuluttajaliitto.fi/uploads/2022/03/54b10f96-vihervaitteet\\_kuluttajaliitto\\_2022\\_web.pdf](https://www.kuluttajaliitto.fi/uploads/2022/03/54b10f96-vihervaitteet_kuluttajaliitto_2022_web.pdf)  
Luettu: 1.3.2022

Bansal, P., Roth, K. (2000). Why companies go green: A model of ecological responsiveness. *Academy of management journal*, 43(4), 717-736. Saatavissa: <https://libproxy.tuni.fi/login?url=https%3A%2F%2Fwww.proquest.com%2Fscholarly-journals%2Fwhy-companies-go-green-model-ecological%2Fdocview%2F199822589%2Fse-2%3Faccountid%3D14242>  
Luettu: 10.10.2019

Brundtland, G. H., Khalid, M., Agnelli, S., Al-Athel, S., & Chidzero, B. (1987). *Our common future*. New York.

de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & Soares, G. R. D. L. (2020). Concepts and forms of greenwashing: A systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 1-12. Saatavissa: <https://enveurope.springeropen.com/articles/10.1186/s12302-020-0300-3>  
Luettu: 5.6.2022

Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California management review*, 54(1), 64-87. Saatavissa: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1525/cmr.2011.54.1.64>  
Luettu: 7.7.2022

de Silva, G. C., Regan, E. C., Pollard, E. H. B., & Addison, P. F. E. (2019). The evolution of corporate no net loss and net positive impact biodiversity commitments: Understanding appetite and addressing challenges. *Business Strategy and the Environment*, 28(7), 1481-1495. Saatavissa: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/bse.2379>  
Luettu: 8.8.2022

Document 52021PC0557 (2021). Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin (EU) 2018/2001, Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2018/1999 ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 98/70/EY muuttamisesta uusiutuvista lähteistä peräisin olevan energian käytön edistämiseksi sekä neuvoston direktiivin (EU) 2015/652 kumoamisesta (2022), Eur-lex. Saatavissa: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/ALL/?uri=CELEX:52021PC0557>  
Luettu: 15.9.2022

EMAS (2022), Eur-lex. Saatavissa: <https://eur-lex.europa.eu/EN/legal-content/summary/better-environmental-performance-european-eco-management-and-audit-scheme-emas.html>  
Luettu: 19.9.2022

European Green Deal misses the mark, Greenpeace European Unit (2019) Greenpeace.  
Saatavissa: <https://www.greenpeace.org/eu-unit/issues/climate-energy/2517/european-green-deal-misses-the-mark/>  
Luettu: 15.9.2021

Fineman, S. (1996). Emotional subtexts in corporate greening. *Organization studies*, 17(3), 479-500. Saatavissa: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/017084069601700306>  
Luettu: 19.9.2022

FSC-standardit (n.d). Saatavissa: <https://fi.fsc.org/fi-fi/suomen-fsc/fscn-metsanhoidon-standardit-suomessa>  
Luettu: 10.12.2021

Giddings, B., Hopwood, B., & O'brien, G. (2002). Environment, economy and society: fitting them together into sustainable development. *Sustainable development*, 10(4), 187-196.  
Saatavissa: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/sd.199>  
Luettu: 4.11.2021

Hediger, W. (1999). Reconciling “weak” and “strong” sustainability. *International journal of social economics*. Saatavissa:  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/03068299910245859/full/html>  
Luettu: 12.5.2022

Hickel, Jason (2020) The World’s Sustainable Development Goals Aren’t Sustainable. *Foreign Policy*. Saatavissa: <https://foreignpolicy.com/2020/09/30/the-worlds-sustainable-development-goals-arent-sustainable/>  
Luettu: 1.5.2022

Historia, Stora Enso (2022). Saatavissa: <https://www.storaenso.com/fi-fi/about-stora-enso/our-history>  
Luettu: 4.1.2022

Historia, Metsä Group (2022). Saatavissa: <https://www.metsagroup.com/fi/tietoa-metsa-groupista/tietoa-meista/historia/>  
Luettu: 4.1.2022

Hotten, Russel (2015). Volkswagen: The scandal explained. BBC  
Saatavissa: <https://www.bbc.com/news/business-34324772>  
Luettu: 17.1.2023

Kallio, T. J., & Nurmi, P. (2006). Vastuullinen liiketoiminta: peruskysymyksiä ja esimerkkejä. *Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Sarja Keskustelua ja raportteja*; 10: 2005.

Kestävän kehityksen tavoitteet, UPM (2022). Saatavissa:  
<https://www.upm.com/fi/vastuullisuus/peruseriaatteet/vastuullisuustavoitteemme/kestavan-kehityksen-tavoitteet/>  
Luettu: 4.1.2022

- Landrum, N. E., & Ohsowski, B. (2018). Identifying worldviews on corporate sustainability: A content analysis of corporate sustainability reports. *Business Strategy and the Environment*, 27(1), 128-151. Saatavissa: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/bse.1989>  
Luettu: 5.2.2022
- Lehdistötiedote (2018). Neste Oyj. Saatavissa: <https://www.neste.com/fi/tiedotteet-ja-uutiset/sustainability/neste-maailman-toiseksi-vastuullisin-yritys>  
Luettu: 15.12.2021
- Liiketoiminnot, UPM. (2022) Saatavissa: <https://www.upm.com/fi/liiketoiminnot/>  
Luettu: 4.12.2021
- Lumiaro, Riku (2019). Lisääntyvät hakkuut vaikeuttavat ilmastonmuutoksen hillintää, jos metsäteollisuuden tuotteet pysyvät nykyisen kaltaisina, Syke. Saatavissa: [https://www.syke.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Lisaantyyvat\\_hakkuut\\_vaikeuttavat\\_ilmasto\(50855\)](https://www.syke.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Lisaantyyvat_hakkuut_vaikeuttavat_ilmasto(50855))  
Luettu: 25.11.2021
- Lysek, M. (2016). Collective Inclusioning: a grounded theory of a bottom-up approach to innovation and leading. *The Grounded Theory Review*, 15(1), 26-44. Saatavissa: <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1055660&dswid=5710>  
Luettu: 10.10.2022
- Magdalena Stefańska (ed.). (2021). Sustainability and Sustainable Development. Poznań University of Economics and Business. Saatavissa: <https://web-s-ebsohost-com.libproxy.tuni.fi/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMW13d19fMzMzMjQ2NV9fQU41?sid=74c32ed6-6c73-40b1-9a97-a0ae6b469ca8@redis&vid=0&format=EB&rid=1>  
Luettu: 5.1.2023
- McDonald's paper straws cannot be recycled (2019). BBC. Saatavissa: <https://www.bbc.com/news/business-49234054>  
Luettu 17.1.2023
- Metsätalouden kestävyys, Maa- ja metsätalousministeriö (s.d). Saatavissa: <https://mmm.fi/metsat/metsatalous/metsatalouden-kestavyys>  
Luettu: 15.9.2021
- Miller, T., & Maxwell, R. (2017). Greenwashing culture. Routledge. Saatavissa: <https://www.greenpeace.org/eu-unit/issues/climate-energy/2517/european-green-deal-misses-the-mark/>  
Luettu: 3.3.2022
- Morandín-Ahuerma, I., Contreras-Hernández, A., Ayala-Ortiz, D. A., & Pérez-Maqueo, O. (2019). Socio-ecosystemic sustainability. *Sustainability*, 11(12), 3354. Saatavissa: <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/12/3354>  
Luettu: 7.12.2021
- Müller, Tadzio (2020) Saatavissa: <https://youtu.be/cBU48JHJ-4M>  
Viitattu: 1.1.2022
- Müller, Tadzio (2016) Saatavissa: [https://youtu.be/vx7JQG\\_5Ax8](https://youtu.be/vx7JQG_5Ax8)  
Viitattu: 1.1.2022

Nasrollahi, Hashemi, M., Bameri, S., & Mohamad Taghvaei, V. (2018). Environmental pollution, economic growth, population, industrialization, and technology in weak and strong sustainability: using STIRPAT model. *Environment, Development and Sustainability*, 22(2), 1105–1122. Saatavissa: <https://link-springer-com.libproxy.tuni.fi/content/pdf/10.1007/s10668-018-0237-5.pdf>

Luettu: 5.2.2022

Olkkonen, L., & Quarshie, A. (2019). *Corporate Social Responsibility in Finland*. Springer International Publishing. Saatavissa: <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-17435-4>

Luettu: 15.12.2021

Osavuositarkastus 2022, Stora Enso (2022). Saatavissa: <https://www.storaenso.com/fi-fi/newsroom/regulatory-and-investor-releases/2022/10/stora-enson-osavuositarkastus-tammi-syyskuulta-2022>

Luettu: 12.11.2022

Pariisin sopimus. Eur-lex. Saatavissa: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:22016A1019\(01\)&from=SV](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:22016A1019(01)&from=SV)

Luettu: 10.10.2022

PEFC- standardi. Saatavissa: [http://pefc.fi/wp-content/uploads/2016/09/PEFC\\_FI\\_1002\\_2014\\_Metsaeritöinnin\\_kriteerit\\_20141027.pdf](http://pefc.fi/wp-content/uploads/2016/09/PEFC_FI_1002_2014_Metsaeritöinnin_kriteerit_20141027.pdf)

Luettu: 10.12.2021

Perustelut ELY-keskusten vetäytymiselle PEFC-standardityöryhmästä (2021) Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Saatavissa: [https://www.ely-keskus.fi/documents/10191/44977/PEFC\\_PERUSTELUT\\_ELY-keskusten\\_VET%C3%84YTYMISELLE.pdf/eefd144a-88f4-c3b2-fdc0-35519f4ec8ee?t=1619180870752](https://www.ely-keskus.fi/documents/10191/44977/PEFC_PERUSTELUT_ELY-keskusten_VET%C3%84YTYMISELLE.pdf/eefd144a-88f4-c3b2-fdc0-35519f4ec8ee?t=1619180870752)

Luettu: 19.9.2022

Portney, K. E. (2015). *Sustainability*. MIT Press. Saatavissa: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/tampere/detail.action?docID=4397950&pq-origsite=primo>

Luettu: 5.5.2022

Screening of websites for ‘greenwashing’: half of green claims lack evidence (2021). Euroopan komissio. Saatavissa: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_21\\_269](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_269)

Luettu: 2.3.2021

Seele, & Gatti, L. (2017). Greenwashing Revisited: In Search of a Typology and Accusation-Based Definition Incorporating Legitimacy Strategies. *Business Strategy and the Environment*, 26(2), 239–252. <https://doi.org/10.1002/bse.1912> Saatavissa:

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/bse.1912>

Luettu: 4.3.2022

Seppälä, J., Heinonen, T., Pukkala, T., Kilpeläinen, A., Mattila, T., Myllyviita, T., ... & Peltola, H. (2019). Effect of increased wood harvesting and utilization on required greenhouse gas displacement factors of wood-based products and fuels. *Journal of environmental management*, 247, 580–587. Saatavissa:

<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/340900/Sepp%C3%A4l%C3%A4%20et%20al.%2>

02019%20Effect%20of%20increased%20wood%20harvesting%20and%20utilization%20on%20required%20greenhouse%20gas%20displacement%20factors%20of%20wood-based%20products%20and%20fuels.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Luettu: 4.12.2021

Simpkins, Kelsey (2022). Paris Climate Agreement goal still within reach, suggests new CU Boulder study, University of Colorado. Saatavissa: <https://www.colorado.edu/today/2022/02/11/paris-climate-agreement-goal-still-within-reach-suggests-new-cu-boulder-study>

Luettu: 10.11.2022

Solow, R. M. (2017). Intergenerational Equity and Exhaustible Resources 1, 2. In *The Economics of Sustainability* (pp. 45-61). Routledge. Saatavissa: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315240084-3/intergenerational-equity-exhaustible-resources-1-2-solow>

Luettu: 10.1.2022

Studies, Symposium on the Economics of Exhaustible Resources, pp. 29-45. Saatavissa: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315240084-3/intergenerational-equity-exhaustible-resources-1-2-solow>

Luettu: 1.9.2022

Sustainable Development Report 2021. Saatavissa: <https://www.sdindex.org/reports/sustainable-development-report-2021/>

Luettu: 15.1.2022

Sustainability Policy 2022, Stora Enso. Saatavissa: [https://www.storaenso.com/-/media/documents/download-center/documents/sustainability/sustainability\\_policy\\_february\\_2022\\_v1.pdf](https://www.storaenso.com/-/media/documents/download-center/documents/sustainability/sustainability_policy_february_2022_v1.pdf)

Luettu: 1.6.2022

Toivonen, Janne. EU ei kiellä metsän hakkaamista lämmitysenergiaksi, mutta uusiutuvan energian tuet saattavat kadota – uusi direktiivi on täynnä eturistiriitoja (2022). Yle.fi. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-12625042>

Luettu: 15.9.2022

Tämä kaikki on pielessä kisaisäntä Qatarissa (Mikko Pajala, 2022). Helsingin Sanomat. Saatavissa: <https://www.hs.fi/urheilu/art-2000009187198.html>

Luettu: 10.1.2023

Varoufakis, Yanis & Adler, David (2020). The EU's Green deal is a Colossal Exercise in Greenwashing. *The Guardian*. Saatavissa: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/feb/07/eu-green-deal-greenwash-ursula-vonder-leyen-climate>

Luettu: 10.12.2022

Vastuullisuus, Metsä Group (2022). Saatavissa: <https://www.metsagroup.com/fi/vastuullisuus/>

Luettu: 4.1.2022

Vastuullisuus, Stora Enso (2022). Saatavissa: <https://www.storaenso.com/fi-fi/sustainability>

Luettu: 4.1.2022

Vuori, K. M., & Korjonen-Kuusipuro, K. (2018). Kolme kertomusta järviemme tilasta. *Alue ja Ympäristö*, 47(1), 50-61. Saatavilla: <https://aluejaymparisto.journal.fi/article/view/65784>  
Luettu: 23.3.2021

Watson, Bruce (2016) The troubling evolution of corporate greenwashing. *The Guardian*. Saatavissa: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2016/aug/20/greenwashing-environmentalism-lies-companies>  
Luettu: 1.2.2022

Yeo, Sophie (2020). How the largest environmental movement in history was born, *BBC*. Saatavissa: <https://www.bbc.com/future/article/20200420-earth-day-2020-how-an-environmental-movement-was-born>  
Luettu: 1.11.2022

Yhtiön historia, UPM (2022). Saatavissa: <https://www.upm.com/fi/tietoa-meista/yhtion-historia/>  
Luettu: 4.12.2021

YK, Suomen YK-liitto. Saatavissa: <https://www.ykliitto.fi>  
Luettu: 1.1.2022

71/1923 Luonnonsuojelulaki. *Fin-lex*. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1923/19230071>  
Luettu: 11.10.2022

76/2016, Valtioneuvoston asetus Pariisin sopimuksen voimaansaattamisesta ja sopimuksen lainsäädännön alaan kuuluvien määräysten voimaansaattamisesta annetun lain voimaantulosta, *Fin-lex*. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/sopimukset/sopsteksti/2016/20160076#idm45949344542432>  
Luettu: 10.11.2022

# LIITTEET

## LIITE 1 HAASTATTELURUNKO

Haastattelurunko on puolistrukturoitu.

1. Mitä työnkuvaasi ”**yrityksen nimi**” kuuluu?
2. Kuinka kauan olet työskennellyt ”**yrityksen nimi**”?
3. Miten itse määrittelisit kestäväen kehityksen ja mitä se sinulle merkitsee?
4. Koetko kestäväen kehityksen tavoittelun ja vastuullisuuden osaksi omaa työtäsi?
5. Millä tavoin kestäväyden tavoittelu on osana liiketoimintaa?
6. Mitä kestävä kehitys ja vihreät arvot mielestäsi ”**yrityksen nimi**” kohdalla ovat?
7. Koetko organisaatiosi arvot ominasi? Onko niihin helppo sitoutua?
8. Mitä muuttaisit ”**yrityksen nimi**” toiminnassa tai mitä mielestäsi pitäisi kehittää?
9. Mistä kestävyys osana liiketoimintaa mielestäsi johtuu tai miten se syntyy?
10. Koetko kestäväyden vapaaehtoiseksi osaksi liiketoimintaa?
11. Miten ohjaus ja lainsäädäntö vaikuttavat kestäväyden toteutumiseen organisaatiossasi?
12. Kestäväen kehityksen ulottuvuuksia on tulkintatavasta riippuen kolme tai neljä, miten itse priorisoi ekologisen JA ympäristön ulottuvuuden?
13. Kuinka paneutuneita mielestäsi suomalaisissa yrityksissä ollaan toimimaan kestävästi?
14. Mitä mieltä olet toimialasi sertifikaateista ja erilaisista kestävyydestä ja vastuullisuudesta kertovista merkeistä?
15. Miten ”**yrityksen nimi**” varmistaa ulkoisten sidosryhmien kestäväyden ja vastuullisuuden?
16. Ovatko YK:n Kestäväen kehityksen tavoitteet helposti omaksuttavia?

17. Mitä mieltä olet henkilökohtaisesti Green dealin ja Kestävän kehityksen ohjelman kaltaisista ohjelmista/hankkeista? Entä onko näillä tarttumapintaa yritykselle sen koosta tai toimialasta riippumatta?
18. Tulisiko kestävyyttä tarkastella ja mitata tuloksellisuuden kautta?