

Onko liiketoiminnan sanoittamisella merkitystä?

27.8.2026

Tiedätkö sinä, mitä on takaisinottoliiketoiminta? Oletko yrittäjä, joka mahdollisesti toteuttaa tai voisi toteuttaa sitä? Perustuuko työnantajayrityksesi liiketoiminta edes osittain takaisinottoon? Tai oletko asiakas ainakin yhdessä takaisinottoliiketoiminnassa? Vaikka olisitkin jotenkin mukana takaisinottoliiketoiminnassa, tunnistaisitko sanaa takaisinottoliiketoiminta? Ja vaikka osaisitkin vastata yhteen tai useampaan edellä mainituista kysymyksistä ’kyllä’, todennäköisesti et käytä kankealta kuulostavaa takaisinottoliiketoiminta-sanaa.

Mitä takaisinottoliiketoiminta sitten on? Jos olet lukenut tämän artikkelisarjan viisi aikaisempaa osaa, tiedät jo, että takaisinottoliiketoiminnalla tarkoitetaan mallia, jossa tuotteen valmistaja tai jokin muu taho ottaa käytetyn tuotteen takaisin ja mahdollisten huoltotoimenpiteiden jälkeen myy tuotteen uudelleen. Toteutustapoja toiminnalle on useita, mutta joka tapauksessa toiminnan tavoitteena on siirtyä tuotteiden kertakulutuksesta kohti pidempiä elinkaaria, tuotteisiin sitoutuneiden energian ja materiaalin arvon korkeampaa säilyttämistä ja yritysten liikevaihdon painottumista lineaarisesta kiertotalouden mukaiseen toimintaan.

Jos olet lukenut viisi aikaisempaa artikkelisarjan osaa, tiedät myös, että SEAMKin, SAMKin, TAMKin ja Metropolian toteuttaman RETAKE-hankkeen tavoitteena on edistää takaisinottoliiketoimintamallien omaksumista vielä hyvin lineaarisesti toimivalla rakennusalalla, jonka päästöintensiivisen toiminnan luonteen vuoksi olisi erityisen tärkeää kehittää ja ottaa käyttöön ympäristöystävällisempiä ja vastuullisempia toimintatapoja. SEAMKin ja SAMKin asiantuntijoiden toteuttamassa työpaketissa tarkastellaan takaisinottoa liiketoimintana ja tunnistetaan taloudellisesti mielekkäitä takaisinoton toteuttamistapoja muun muassa benchmarkkaamalla takaisinottoa toteuttavia yrityksiä myös muilta toimialoilta. Aikaisemmissa artikkeleissa olemme käsitelleet muun muassa yritysten rooleja ja hyötyjä sekä asiakkaita ja asiakkaiden hyötyjä. Tässä

artikkelissa keskitymme siihen, miten takaisinottoliiketoimintaa sanoitetaan.

Miten sanotaan takaisinottoliiketoiminta sanomatta takaisinottoliiketoiminta?

Takaisinotolle ei ole olemassa yksiselitteistä määritelmää, eikä myöskään vakiintunutta sanastoa. Kuten aikaisemmin todettiin, takaisinottoliiketoiminta on sanana vähintäänkin kankea kuvaamaan mielenkiintoista liiketoimintamallia. Tieteellisistä lähteistä löytyy joitakin ilmaisuja, joilla viitataan kuvaamaan käytöstä poistetun tuotteen tai komponentin hallittua palauttamista takaisin arvoketjuun. Englanninkielisiä rinnakkaistermejä ja niiden käännöksiä ovat esimerkiksi take-back (takaisinotto), product take-back (tuotteen takaisinotto), reverse logistics (käänteinen logistiikka), closed-loop supply chain (suljettu toimitusketju), asset recovery (omaisuuden tai arvon talteenotto) sekä extended producer responsibility, EPR (laajennettu tuottajavastuu). (Choi, Dong & Pyon 2025).

Määritelmän hajanaisuus sekä yksiselitteisen ja yksinkertaisen sanaston puuttuminen haastavat muun muassa liiketoimintamallin tunnistettavuutta, kehittämistä ja houkuttelevuutta. Intuitiivisesti tarttuvien sloganeiden ja nimitysten perusteella tiedämme, että sanoituksella todellakin on merkitystä. Näin ollen RETAKE-hankkeessa tunnistettiin jo hyvin alkuvaiheessa, että sanaston kehittäminen ja jalkauttaminen ovat takaisinoton edistämisen avaintekijöitä. Siksi jo aikaisemmin mainitun yritysbenchmarkkauksen yhteydessä selvitettiin myös, miten takaisinottoliiketoimintaa toteuttavat yritykset sanoittavat oman toimintansa.

Huomionarvoista oli, että myös suomalaiset yritykset ja suomenkielisillä verkkosivuilla takaisinottoon viitattiin vierasperäisillä sanoilla kuten ReStart, SoundCircularity tai Core Return. Myös takaisinottoon liittyvien toimintojen suomenkieliset vasteet kuulostavat hieman kömpelöiltä, kuten ’takaisinostotakuu’ (buy-back guarantee) tai ’kuin uuden suorituskyky’ (like-new performance). Sanaston sekä liiketoiminnan näkökulmasta kömpelö sanasto on vain hiukan parempi kuin ei sanastoa lainkaan, minkä vuoksi englannin kielen käyttäminen myös suomenkielisissä materiaaleissa on ymmärrettävää.

Jotkin yritykset ovat nimenneet uudelleenmyytävän tuotteensa tai takaisinottoprosessinsa. Sekä suomalainen Ponsse sekä Suomessa toimiva, mutta amerikkalaisen Acgo-yhtiön omistama Valtra kutsuvat uudelleenmyytäviä tuotteitaan ReMan-tuotteiksi, viitaten englanninkieliseen remanufactured- eli uudelleenvalmistettu-sanaan. Ponsse on myös nimennyt uudelleenvalmistusohjelmansa Second life -ohjelmaksi, joka kuvaa toiminnan tarkoitusta. Tarkett-yrityksen vastaava ohjelma on nimeltään ReStart. Jotkin yritykset ovat nimenneet takaisiottotuotteensa- tai ohjelmansa siten, että ne viittaavat suoraan yritykseen tai sen tuotteeseen. Tällaisia ovat esimerkiksi akustiikkalevyjä valmistavan Ecophonin SoundCircularity-liiketoiminta sekä katto- väliseinä- ja lattiaratkaisuja tarjoavan Lindner Groupin LinLoop reUsed.

Kaikki yritykset eivät suinkaan ole erityisesti brändänneet takaisinottotoimintaansa. Tästä huolimatta yritykset pyrkivät kuvaamaan toimintaansa mahdollisimman tiiviisti mutta ymmärrettävästi, esimerkiksi Containex mainitsee heti etusivullaan yhtenä yrityksen kilpailuetuna takaisinostotakuun ja Ikea tuo esiin second hand -mahdollisuudet.

Käytetystä arvoa

Uudelleenvalmistettu, kierrätetty, kiertotalouden mukainen, käytetty. Näillä sanoilla takaisinotettuihin ja uudelleenmyytäviin tuotteisiin useimmiten viitataan. Jo mainitut ReMan -tuotteet ovat suora esimerkki uudelleen valmistukseen viittaamisesta. Sen sijaan esimerkiksi Apple korostaa helppoa kierrätyspalveluaan ja kierrätysmateriaalien osuutta tuotteissaan. Samalla halutaan kuitenkin korostaa niille tehtyjä huoltotoimenpiteitä ja niiden suorituskykyä. Vitra kertoo tekevänsä kiertotalousliiketoimintaa viittaamalla suljetun kierron malliin (closed-loop model) ja Containex viittaa käytettyihin kontteihin termillä ’Top used’.

Samalla kun viitataan tuotteen aikaisempaan elinkaareen, halutaan usein kuitenkin korostaa myös tuotteen jäljellä olevaa elinkaarta ja suorituskykyä. Artikkelissa Miksi asiakas tarttuisi takaisinottomalliin? mainitsimme jo, että useat yritykset tarjoavat takaisinotetulle ja kunnostetulle tuotteelle takuun vakuuttaakseen asiakkaan tuotteen toimivuudesta. Esimerkiksi Caterpillar sen sijaan lupaa tuotteilleen ’same-as-new performance’ eli vastaavan kuin uuden suorituskyvyn.

Takaisinottoliiketoimintaan itsessään sisältyy ajatus ympäristöarvojen toteuttamisesta. Kuitenkin takaisinottoliiketoimintaa tekevien yritysten arvolupaukset voidaan jaotella kolmeen ryhmään: Tuotteen elinkaaren pidentämiseen, taloudellisempaan vaihtoehtoon sekä ympäristön ja taloudellisten hyötyjen yhdistämiseen. Esimerkiksi sisustuksessa käytettävää Solid Surface -komposiittimateriaalia valmistava Durat tuo esiin pidentävänsä tuotteen elinkaarta ja sulkevansa materiaalikierron. Valtra lupaa asiakkaalle uudenveroisen osan selvästi uutta edullisemmin, nopeammin ja pienemmällä ympäristökuormalla. Molemmat tarkastellut elektroniikkayritykset keskittyvät ratkaisun taloudellisiin etuihin, mitä seikkaa kuvaavat lupaukset ’Trade in. Upgrade. Save.’ (Apple) sekä ’Edullisempi ja testattu vaihtoehto uuteen’ (Dell). Taloudellisena arvona voidaan nähdä myös aika ja monet yritykset korostavatkin myös helppoutta. Esimerkiksi rakennusosia välittävä Rotor DC:n slogan kuuluu: Reuse of building materials made easy.

Tässä artikkelissa olemme pyrkineet tuomaan esiin sekä yritysten että yhteiskunnan haasteita ja ratkaisuja takaisinottoliiketoimintaan ja takaisinotettuihin tuotteisiin viittaavan sanoituksen luomiseksi. Seuraavassa, tämän artikkelisarjan päättävässä artikkelissa keskitymme siihen, minkälainen merkitys takaisinottoliiketoiminnalla on yrityksille ja minkälaisia panostuksia takaisinottoliiketoiminnan kehittäminen on vaatinut. Tämä artikkeli on osa artikkelisarjaa, jonka osat ovat

1. Kuinka hyvällä tuotteella voi rahastaa useampaan kertaan?
2. Takaisinotto muuttaa yrityksen roolia tuotteen valmistajasta elinkaaren hallitsijaksi
3. Käytetystä tuotteesta liikevaihtoa monella tavalla
4. Sama tuote, eri asiakas?
5. Miksi asiakas tarttuisi takaisinottomalliin?
6. Onko liiketoiminnan sanoittamisella merkitystä?
7. Mitä takaisinotto merkitsee yritykselle?

Artikkelisarja on kirjoitettu osana Euroopan unionin osarahoittamaa RETAKE-hanketta. Tutustu hankkeeseen: RETAKE – Rakennusalan energiatehokkaat takaisinottomallit kierto- ja elinkaaritaloudessa. Artikkelisarjan kirjoittajat työskentelevät RETAKE-hankkeessa projektipäällikkönä ja asiantuntijoina.

Krista Mäki
SEAMK

Maarit Liikala
SEAMK

Jenni Nurmi
SAMK

Lähteet

Choi, Y. J., Dong, J., & Pyon, J. 2025. *Exploring take-back recovery strategies in the Circular Economy: A Multiple Case Study Analysis.* Proceedings of the 6th Product Lifetimes and the Environment Conference (PLATE2025). Haettu 22.2.2026, https://doi.org/10.54337/plate2025-10274