

Vastuullisuusviestintä on vaikeaa

31.8.2023

Kuten juuri päättymässä olevan hankkeemme nimi “Pienet vastuulliset yritykset” paljastaa halusimme tässä hankkeessa tarjota apua nimenomaan pienille yrityksille vastuullisuuden kehittämiseen. Yhtenä osana vastuullisuuden kehittämistä on oman vastuullisuustoiminnan auki kirjoittaminen eli vastuullisuustoimista ja linjauksista viestiminen myös ulospäin eri sidosryhmille.

Hankkeen aikana kuitenkin huomasimme, että monet hyvinkin vastuulliset pienet yritykset pelkäsivät puhua ja viestiä omasta vastuullisuudestaan. Monet yrittäjät olivat todenneet, että on helpompi olla hiljaa, kun kertoa mitään omasta toiminnasta ulospäin. Monilla syy hiljaisuuteen ja kaikenlaisen vastuullisuusasioiden viestimättä jättäminen oli pelko tulla lynkatuksi. Tämä on ymmärrettävää, onhan monia suuryrityksiä kritisoitu (ihan aiheellisesti) näyttävistä vastuullisuuskampanjoista. Syyllistyminen viher-, valko- tai pinkkipesuun oli monien pienyrittäjien suuri pelko. Ja tottahan se on, vastuullisuudesta viestiminen on vaikeaa ja väärinymmärretyksi tai tulkituksi tuleminen on nykypäivänä todella helppoa. Enää ei auta että ”aikeet on hyvät” vaan pitää huomioida todella monta näkökulmaa ja tulkinnan mahdollisuutta omassa viestinnässään. Tämän huomasimme myös tilauskoulutuksissa, aika monet kouluttajat osasivat kertoa monta asiaa, mitä ei saa tehdä – miten ei ainakaan kannata viestiä. Mutta konkreettiset vinkit ja toimivat esimerkit jäivät melko vähäisiksi.

Vaikka vastuullisuusviestintä on vaikeaa ja nopeasti muuttuvaa, emme halunneet jättää pienyrittäjiä tilanteeseen, jossa ainoa vaihtoehto on olla joko hiljaa tai palkata viestintätoimisto rakentamaan yrityksen vastuullisuusviestintää. Aika harvalla pienyrityksellä on varaa ulkopuoliseen viestintäapuun, varsinkaan tässä taloustilanteessa. Niinpä rakensimme nimenomaan vastuullisuustaipaleen alussa oleville pienille yrityksille sopivan vastuullisuusviestinnän oppaan.



Vaikka tämäkään opas ei ole avain täydelliseen vastuullisuusviestintään, toivomme sen rohkaisevan pieniä yrityksiä aloittamaan oman toimintansa vastuullisuuden arvioimisen ja sen pohjalta viestimisen. Vastuullisuusviestinnän oppaan keskeisin tarkoitus on auttaa pieniä yrityksiä viestimään luotettavasti ja riittävällä laajuudella omasta vastuullisuudestaan. Huolellinen perehtyminen ja suunnittelu ovat arvokas pohja hyvälle viestinnälle. Vastuullisuusviestintä ei kuitenkaan ole erillinen osa-alue, vaan sen tulisi olla integroituna osaksi yrityksen yleistä viestintästrategiaa. Vastuullisuusviestinnän tulee tukea yrityksen arvoja sekä heijastaa niitä kaikessa viestinnässä. Tähän opas antaa ohjeita. Huolella suunniteltu, aito ja läpinäkyvä vastuullisuusviestintä voi toimia myös innostavana esimerkkinä muille yrityksille. Jakamalla tietoa konkreettisista toimenpiteitä vastuullisuuden edistämiseksi, yritys voi inspiroida myös muita toimimaan vastuullisemmin omalla alallaan.

Emilia Kangas
Yliopettaja
SeAMK

Artikkeli on tuotettu Pienet vastuulliset yritykset: vastuullisuudesta kilpailukykyä koronan jälkeen -hankkeessa. Hanke rahoitetaan REACT-EU-välineen määrärahoista osana Euroopan unionin COVID-19-pandemian johdosta toteuttamia toimia.

Lue lisää hankkeen verkkosivulta.