

Muistilista: viisi vihjettä viherpesun tunnistamiseksi

1. Epämääräiset ilmaiset ilman perusteita

Ympäristöä kunnioittaen valmistettu! Eli siis miten? Viherpesussa on usein kyse sanavalinnoista ja sanamuodoista, joiden merkitys on epäselvä tai tulkinnanvarainen.

Jos mainoksessa käytetään yleisiä tai epämääräisiä väitteitä, kuten vastuullinen, vihreä, kestävä tai ekologinen, on tärkeää, että väite on perusteltu. Toki myös näitä perusteluja tulee lukea kriittisillä silmillä.

2. Mittakaava haltuun

Kuluttajien huomio saatetaan yrittää kiinnittää vastuullisuuden kannalta pieneen tekoon.

Otetaan esimerkiksi pakkaukset: yritys saattaa mainostaa, että sen tuote on ekologinen koska se on pakattu biohajoavaan materiaaliin. Pakkaus on kuitenkin vain pieni osa tuotteen kokonaisympäristövaikutuksista, ja enemmän väliä on sillä, miten itse tuotteen valmistaminen on vaikuttanut ympäristöön.

3. Merkit, sertifikaatit ja leimat

Erilaisten vastuullisuudesta viestivien sertifikaattien arvioinnissa nyrkkisääntö on: yrityksen itse kehittämä merkkiä tai sertifikaattia uskottavampi on ulkopuolisen, riippumattoman tahon myöntävä sertifikaatti. Sertifikaatin kriteerien tulisi olla kunnianhimoiset ja julkisesti saatavilla. Kriteerien toteutumista tulisi valvoa ja arvioida joku muu kuin yritys itse. Näin toimii esimerkiksi Reilun kaupan sertifikaatti

Kaikkia sertifikaatteja kannattaa tarkastella kriittisesti: pelkästään se, että yritys sanoo tehtaansa olevan sertifioitu, ei kerro, että kaikki on ok. Yrityksen tulisi lisäksi kertoa avoimesti myös tuotannon ongelmista, miten niitä lähdetään ratkomaan ja millä aikataululla.

4. Mielikuvien rakentaminen väreillä ja kuvilla

Sininen taivas, vihreä nurmikko, naurava lapsi, onnellisena laiduntava lehmä... Hetkinen! Tämän tyyppisellä kuvastolla yritetään usein luoda mielikuvia toisaalta tuotteen luonnonmukaisuudesta ja toisaalta eläinten hyvinvoinnista.

Tyypillisesti vihreä väri luo mielikuvia ekologisuudesta tai ympäristöystävällisyydestä, puhtauteen viitataan valkoisella ja sinisellä, ruskea pakkausmateriaali taas yhdistyy helposti kierrätysmateriaaleihin ja maanläheisyyteen. Käytetyillä kuvilla ja väreillä ei kuitenkaan välttämättä ole mitään tekemistä tuotteen ympäristöystävällisyyden kanssa.

5. Avoimuus ja ja faktat kunnossa

Jotta väittämä ei olisi viherpesua, sen pitää tietysti olla totta. Se ei saa johtaa kuluttajaa harhaan olemalla valheellinen, virheellinen, epämääräinen tai monitulkintainen.

Hyvä ympäristö- tai vastuullisuusväittämä kertoo tarkasti, miten tuote, palvelu tai yritys aiheuttaa vähemmän haittaa ympäristölle tai huomioi vahvemmin ihmisoikeudet.

Esimerkiksi eräs siivousyritys perustelee yrityksen kehittämien puhdistusainetablettien vastuullisuutta sillä, että "ne korvaavat kertakäyttömuovipulloihin pakatut puhdistusaineet vähentäen näin jätteen määrää ja kuljetuksen tarvetta." Tässä ollaan jo konkretian tasolla, well done!