

Ammatillisen koulutuksen kestävyystiekartta

Vastuullisuusviestintäopas



Oppaan sisältö

1. Johdanto
2. Mitä vastuullisuusviestintä on?
3. Vältä viherpesu
4. Näin pääset käyntiin vastuullisuusviestinnässä
5. Liitteet vastuullisuusviestinnän suunnittelun ja toteutuksen tueksi





Johdanto

Oppaan tavoite

Tämän oppaan tarkoituksena on toimia välineenä oppilaitoksen vastuullisuusviestinnän kehittämiseen ja toteuttamiseen.

Vastuulliset teot ovat vasta puolitiessä, ellei niistä viestitä!



**Tämän oppaan avulla voit hyödyntää
vastuullisuusviestintää johtamisen
työkaluna.**



Haluatko kartalle vastuullisuusviestinnästä?

Tervetuloa vastuullisuusviestinnän pariin!

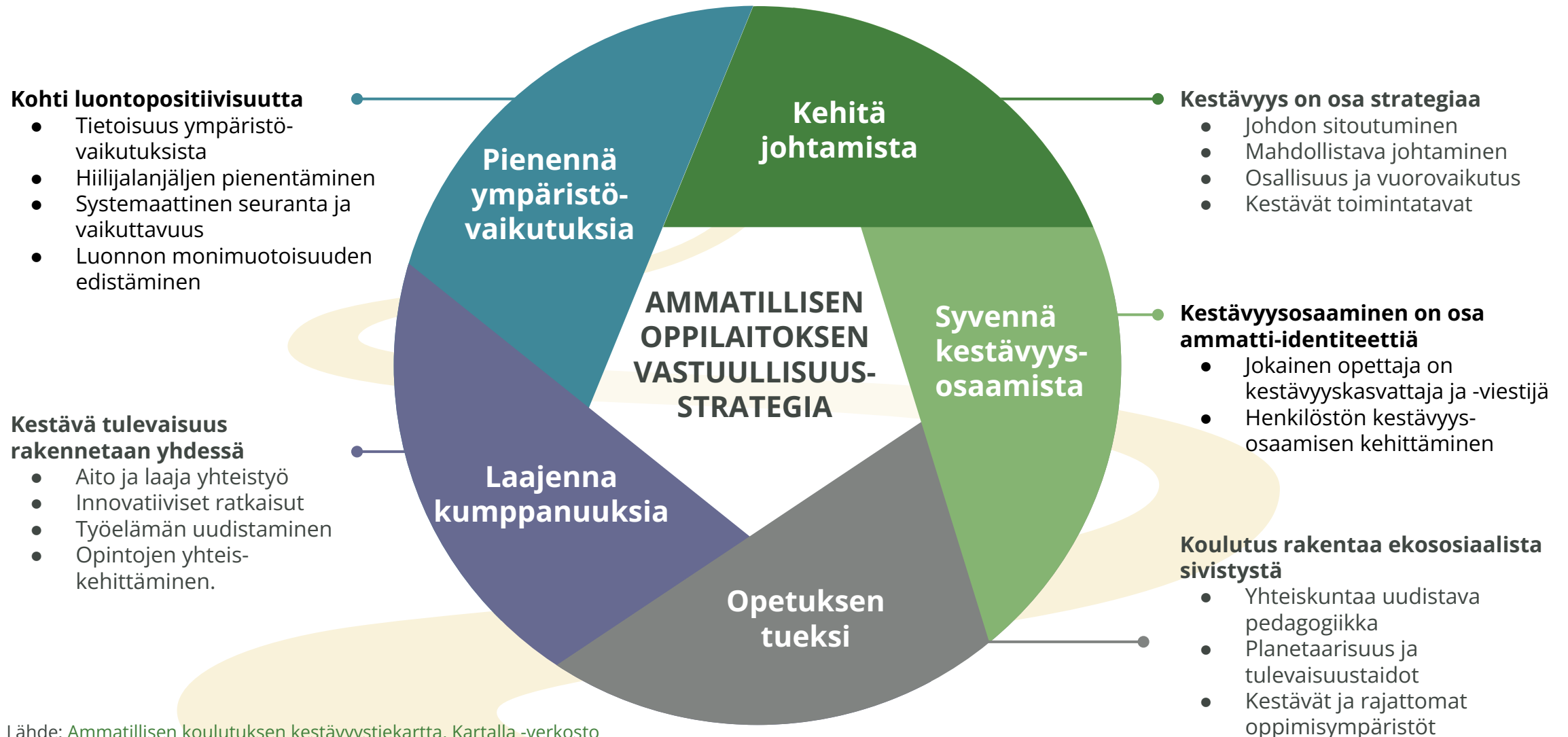
- Vastuullisuusviestintä on tärkeä osa ammatillisten oppilaitosten strategista viestintää.
- Sidosryhmät odottavat organisaatioilta toimia yhteiskunnallisten ja ympäristöön liittyvien haasteiden ratkaisemiseksi.
- Tämän oppaan avulla voitte:
 - **Integroida ammatillisen koulutuksen tiekarttaa viestinnän avulla** oppilaitoksen toimintaan.
 - **Viestiä tehokkaasti ja selkeästi** oppilaitoksen tekemästä kestävyystyöstä.

Taustahankkeet:

- Tämä opas on luotu osana [Strapetsi](#) (Strategisen ja pedagogisen toiminnan johtaminen) -hanketta.
- Opas pohjautuu ammatillisen koulutuksen [Kestävyystiekarttaan sekä Kartalla -verkostoon](#), jotka tarjoavat viitekehysten oppilaitosten kestävyystyölle ja -viestinnälle.
- [GreenComp ja kestävyys tien kartta - MAPPA.fi](#): Eurooppalainen kestävyysosaamisen viitekehys, joka kuvaa tietoja, taitoja ja asenteita, joita tarvitaan maapallon hyvinvoinnin ylläpitämiseksi.
- [Agenda2030](#): YK:n globaali vastuullisuuden toimintaohjelma.

Lähde: [Ammatillisen koulutuksen kestävyystiekartta, Kartalla -verkosto](#)

Kestävyystiekartta vastuullisuusviestinnän pohjana



Lähde: [Ammatillisen koulutuksen kestävyystiekartta, Kartalla -verkosto](#)

Rakennetaan kestäväää tulevaisuutta planeetan rajoissa

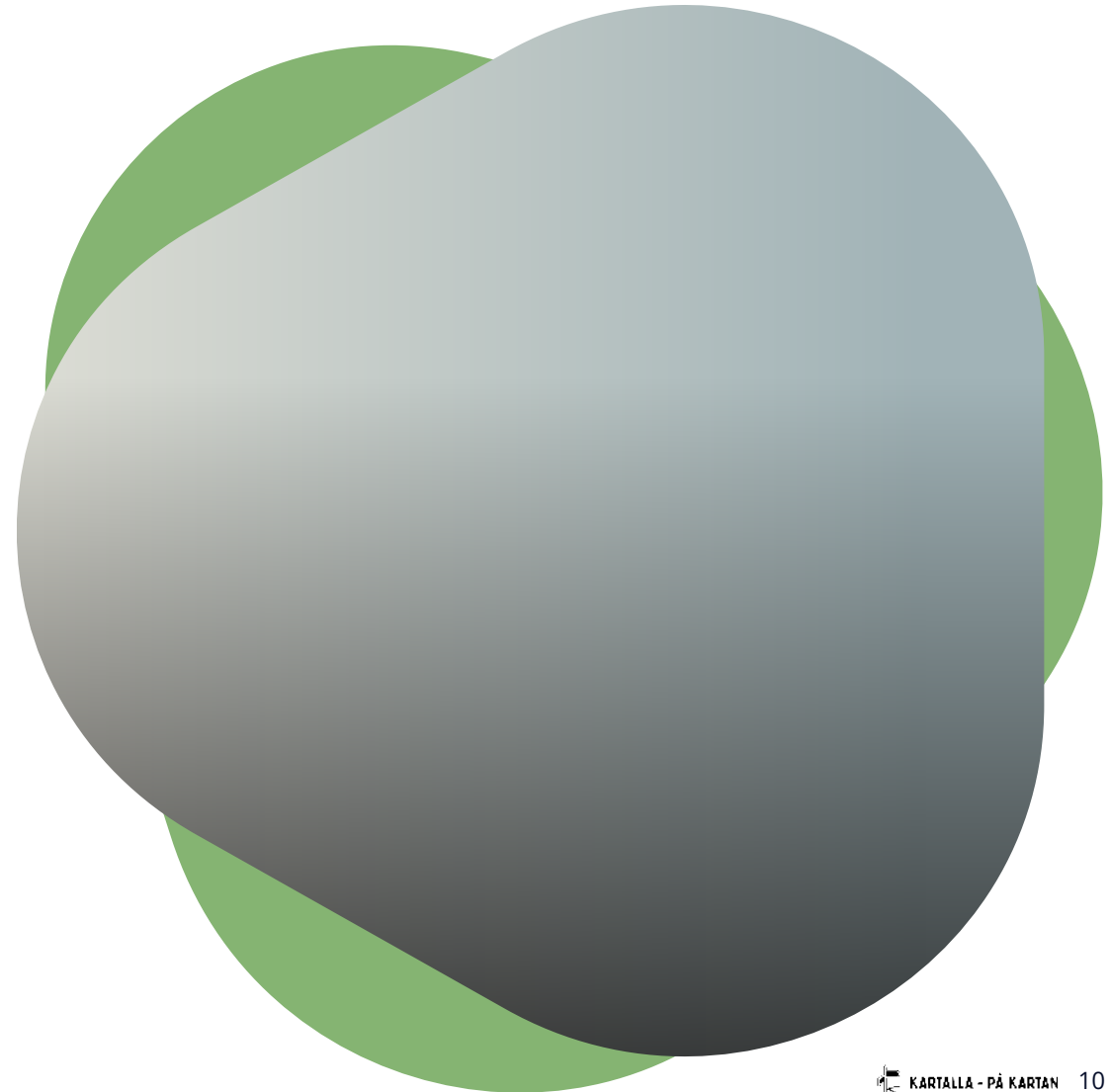




Mitä vastuullisuusviestintä on?

Vastuullisuusviestintä pähkinänkuoressa

- Vastuullisuusviestinnän tulee kuvata organisaation vastuullisuustoimia läpinäkyvästi, totuudenmukaisesti ja realistisesti.
- Vastuullisuusviestinnällä pidetään sidosryhmät (esim. opiskelijat, henkilökunta ja yhteistyökumppanit) ajan tasalla organisaation vastuullisuustavoitteista, -toimista ja saavutuksista.
- Vastuullisuusviestintä ei ole kertaluonteista kampanjointia, vaan se vaatii jatkuvaa työtä ja viestinnän kehittämistä kiinteänä osana organisaation toimintaa.
- **Vastuullisuusviestinnän ei kuitenkaan tarvitse, eikä pidäkään olla ryppyotsaista.**



Miten viestit vastuullisesti ja eettisesti?

Viesti näin:

- Todenmukaisesti ja **vältä harhaanjohtamista**. Viestin tulee perustua faktoihin ja välttää harhaanjohtavia väittämiä (eli viherpesua) liioittelua tai kärjistämistä.
- Viestinnässä tulee olla **avoin ja läpinäkyvä**. Älä kaunistele tai esitä asioita paremmassa valossa kuin ne todellisuudessa ovat. Ota vastuu viestinnän seurauksista.
- Osoita viestinnällä kunnioitusta eri sidosryhmiä kohtaan ja seuraa viestinnän eettisiä ohjeita.

Huomioi myös:

- **Monimuotoisuus:** vältä syrjiviä tai loukkaavia ilmaisuja.
- **Kuvavalinnat:** tarkista visuaalisen materiaalin eettisyys ja kunnioita tekijänoikeuksia.
- **Selkeys:** muista selko- ja selkeä kieli ja varmista, että kaikki ymmärtävät viestin.
- **Saavutettavuus:** viestinnän tulee olla saavutettavaa. Saavutettavuus voi tarkoittaa esim. teknistä saavutettavuutta, viittomien, symbolien tai kuvien hyödyntämistä.

Miksi vastuullisuusviestintä kannattaa?



Vastuullisuusviestintä tukee organisaation arvoja ja kertoo avoimesti sen **vaikuttavista vastuullisuusteoista**.



EU-sääntely ja sidosryhmien vaatimukset lisääntyvät koko ajan. Viestintä pitää sidosryhmät kartalla edistymisestä.



Luottamuksen syntyyn tarvitaan **läpinäkyvyyttä**, siksi viestinnän rooli on tärkeä. Vaikeista ja keskeneräisistä asioista puhuminen kannattaa.



Viestintä sitouttaa toimintaan: viestimällä saadaan oma henkilöstö mukaan vastuullisuuden edistämiseen.

Kartalla-verkostolaisilla on paljon valttikortteja viestintään!

**Uskottavaa vastuullisuusviestintää ei
ole ilman uskottavia
vastuullisuustekejoja.**



Mitä halutaan kuulla?



KONKRETIAA

Kerro vaikutuksista konkreettisesti ja vältä liian ympäripyöreitä termejä, kuten "vihreä" tai "ilmastoystävällinen".



TAPOJA

Vastaa viestinnässä kysymyksiin "miten", "kuka" ja "mitä".



TOTTA

Tarjoa faktapohjaista tietoa ja uskottavia näkemyksiä. Älä kuitenkaan hukuta dataan, vaan viesti ymmärrettävästi.



TOIVOA

Vältä syylistämistä, sillä moni on turtunut. Muista vaalia toivoa ja tarjota vaihtoehtoja.



Vältä viherpesu

Sääntely kiristyy ja lisääntyy

Voimassa

CSRD Kestävyyseraportointi

- EU: Lakisääteinen velvollisuus julkaista kestävyysraportti toiminta-kertomuksessa
- Entistä laajemmat ja yksityiskohtaisemmat raportointivelvoitteet
- ESRS-Standardi raportin sisältöön, sisältö ja kaksois-olennaisuus varmennettava
- Koskee aluksi vain suurempia yrityksiä, mutta laajenee myös pk-sektoriin
- Ei koske kunnallisia organisaatioita

Voimassa

Vihreän siirtymän kuluttajansuoja

- EU:n vihreän siirtymän kuluttajansuoja-direktiivi kieltää epämääräisen markkinoinnin
- Luotettavaa tietoa voidakseen tehdä oikeita vihreitä valintoja
- Parempi suoja vääriä ympäristöväittämiä vastaan
- Paremmin tietoa tuotteiden korjattavuudesta
- Yhteneväisyyksiä Green Claimsin kanssa

Voimassa

Kuluttaja-asiamiehen linjaukset

- Kuluttaja-asiamiehen ympäristömarkkinoinnin periaatteet.
- Edellyttää kokonais kuvan ja elinkaari vaikutusten selvittämistä
- Tulee keskittyä olennaisiin ympäristöseikkoihin ja mahdollinen vertailu tulee suorittaa samaan tarkoitukseen käytettäviin tuotteisiin
- Organisaatiolla on näyttö vastuu, paikkansapitävyys pitää todentaa

Tulossa

Green Claims Viestintädirektiivi

- Green Claims -direktiiviluonnos: Suojellaan kuluttajia harhaanjohtavilta ympäristöväitteiltä
- Harhaanjohtavien ympäristöväittämien käyttö kielletään ja väittämät pitää perustella tieteellisesti
- Koskee kaikkia kuluttajakentässä toimivia yrityksiä
- Aikataulu vielä auki: Hyväksytään todennäköisesti 24/25. Voimaan ehkä vuonna 26/27

Viherpesuvaara

- Viherpesu tarkoittaa toimintaa, jossa organisaatio antaa harhaanjohtavan kuvan ympäristövaikutuksistaan. Tämä voi ilmetä esimerkiksi:
 - liioiteltujen tai virheellisten ympäristöväitteiden esittämisenä
 - itse keksittyjen "vastuullisuusmerkkien" käyttönä
- Viherpesu voi olla tahallista tai tahatonta, mutta harhaanjohtavat väitteet voivat vahingoittaa organisaation mainetta.
- HUOM! Ympäristöväitteet tulevat pian lainsäädännön piiriin, ja asiaa koskeva direktiivi on valmisteilla. Yleisluontoiset väitteet, kuten esim. "vihreä", "hiilineutraali", "fossiilivapaa", "ilmastoystävällinen" ja "ympäristöystävällinen" eivät jatkossa ole sallittuja ilman tieteellistä perustelua.

Toimi näin:

- Ymmärrä vastuusi ja tiedä mitä väität.
- Tarjoa todennettavaa tietoa väitteiden tueksi.

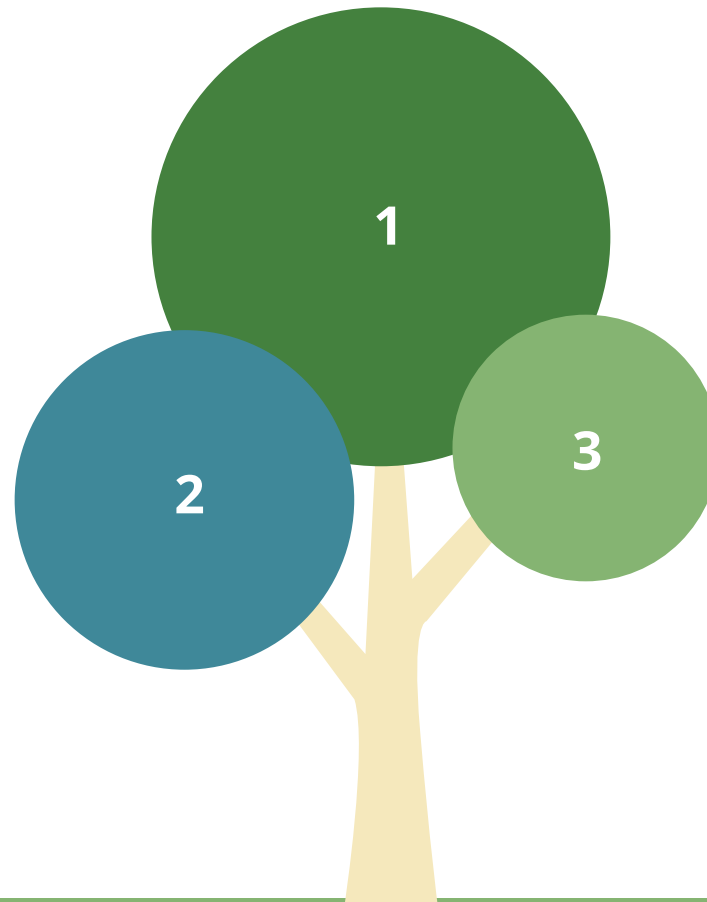


Vastuullisuusväitteiden pitää olla

1. YKSISELITTEISIÄ

Vastuullisuusviestinnässä on tärkeää hahmottaa kokonaiskuva ja keskittyä **ydintoimintaan.**

Tärkeintä on viestiä asioista, joilla on todellista vaikutusta.



2. TÄSMÄLLISIÄ

EU:n Green Claims -direktiivi estää jatkossa epämääräisten väittämien käytön.

3. TOSIA

Vastuullisuusväittämien käyttöön on olemassa sekä kotimaisia että kansainvälisiä suosituksia.

Mutta mistä sitten voi enää viestiä?

Konkreettisia viestintävinkkejä löydät seuraavilta sivuilta.

Vastuullisuus vaatii tekoja ja läpinäkyvää viestintää saavutuksista, oppimisesta ja vaikutuksista. Kannattaa kertoa matkasta - avoimuus vie oppilaitosten hyvää työtä eteenpäin.





Näin pääset käyntiin vastuullisuusviestinnässä

Näin aloitat vastuullisuusviestinnän

1. NYKYTILA

Selvitä vastuullisuuden nykytila ja sen vaikuttavuus.

2. TEEMAT

Jaottele vastuullisuusteot teemoihin.

3. SUUNNITELMA

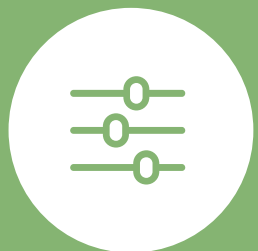
Luo tekstit nettisivuille ja sisältöpankki somea varten.

4. VIESTI

Muista viestiä vastuullisuuden edistymisestä säännöllisesti.

Vastuullisuusviestinnän kehittäminen ei vaadi uuden tai erillisen viestintäsuunnitelman rakentamista – **hyödynnä nykyistä viestintäsuunnitelmaa** ja laajenna sitä vastuullisuusnäkökulmalla.

Vie vastuullisuus osaksi viestintäsuunnitelmaa



Mitä?

Kirkasta vastuullisuusteot



Kenelle?

Sidosryhmien odotukset



Paljonko?

Rajaa budjetti ja resurssi



Milloin?

Suunnittele vuosikello



Missä?


Listaa kanavat



Mistä?

Ideoi ja luo sisällöt

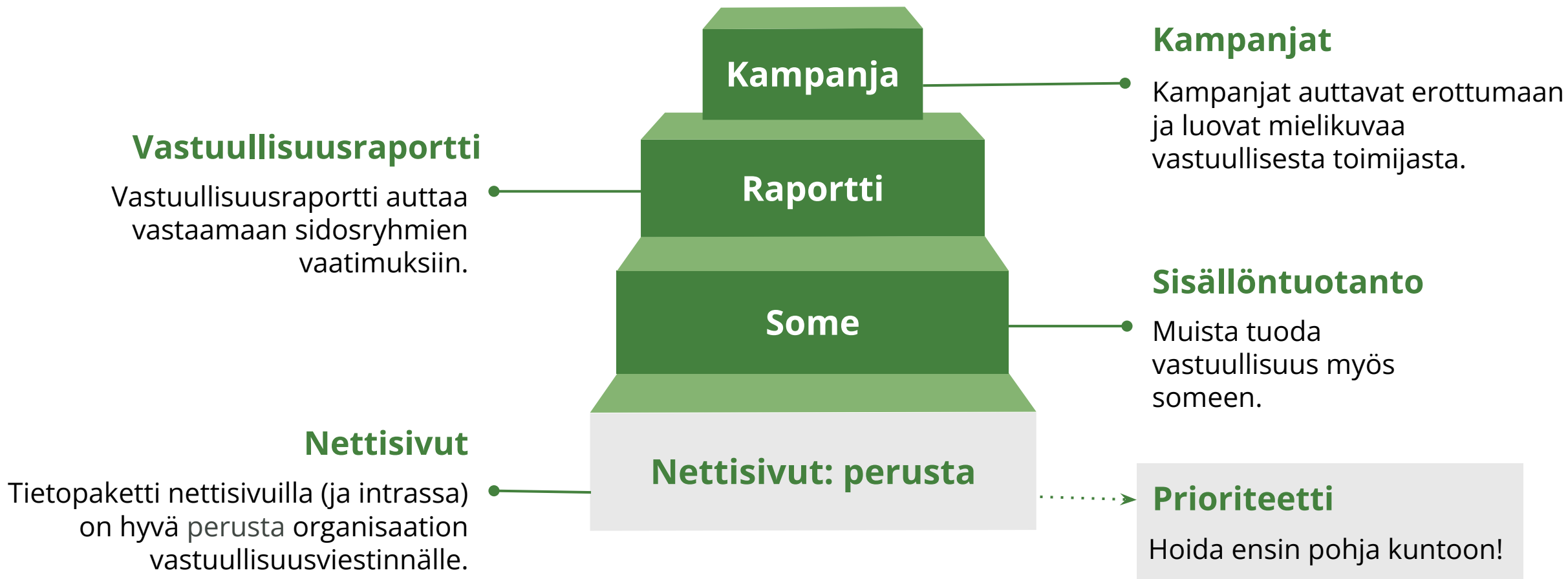
Varmista, että vastuullisuudesta viestitään säännöllisesti ja läpinäkyvästi kaikissa kanavissa (esim. pari postausta kuussa).



**Vastuullisuusviestintä on
luottamuksen
rakentamista.**

**Luottamuksen synty vaatii
läpinäkyvyyttä ja aitoutta.**

Vastuullisuusviestinnän hierarkia



Aitoudella oma ääni kuuluviin



EROTU

Viestiminen omalla tyyllillä ja tavalla vie pitkälle.



ÄLÄ PINGOTA

Unohda kuivakka jargon - vastuullisuusviestintä voi olla myös rentoa.



KIERRÄTÄ

Kierrätys toimii viestinnässäkin, voit toistaa hyviä sisältöjä ajoittain.

Näin mittaat viestinnän onnistumista

SUORAT MITTARIT

Mittarointi on tärkeää, kun halutaan seurata onnistuuko vastuullisuusviestintä.

- Sosiaalisen median analytiikka - mittaa seuraajamääriä, tykkäyksiä, kommentteja, jakamisia ja sitoutumista.
- Seuraa säännöllisesti edistystä, arvioi toimien vaikutuksia ja sopeuta viestintää sen mukaan.

REAKTIOT JA MEDIA

- Kartoita sidosryhmien (esim. opiskelijat, henkilöstö, työelämä) tarpeita esimerkiksi kyselyillä.
- Analysoi, näkyvätkö vastuullisuusteot mediassa ja millaisessa sävyssä niistä keskustellaan.
- Positiivinen julkisuus kertoo, että viestintä tavoittaa ja resonoi yleisön kanssa.

KESTÄVYYSTYÖN EDISTYMINEN

- Tukeeko viestintä organisaation vastuullisuustavoitteiden saavuttamista?
- Kannustaako viestintä osallistumaan konkreettisiin vastuullisuustoimiin sekä alan keskusteluun?
- Jos resursseja löytyy, aloita kestävyysraportointi.
- Harkitse myös kestävä kehityksen sertifikaatin hakemista.

Oppi matkaan ja menoksi!





Liitteet työn toteutuksen tueksi

KANAVAT

Viestintäkanavat:

- Varmista, että vastuullisuudesta viestitään säännöllisesti ja läpinäkyvästi kaikissa kanavissa.

Esim.

- tutkintojen toteutussuunnitelmat
- oppimateriaalit ja webinaarit
- oppilaitoksen arki: työpajat, luennot, kilpailut, haasteet, esimerkit, tarinat, näyttelyt ja julisteet
- sisäiset tiedotteet, sähköpostit ja ilmoitukset
- rekryt
- some, videot ja blogit
- verkkosivut
- vuosikertomus ja viestinnän vuosikello.

TAVOITTEET

Tavoitteet viestinnälle:

- Määrittele tavoitteet: mihin vastuullisuusviestinnällä pyritään?
- Vastuullisuusviestinnän tulee olla strategisesti suunniteltua ja johdettua sekä tukea organisaation strategiaa.

Mittarit, joilla niitä seurataan:

- Aseta tavoitteille mitattavat indikaattorit, jotta voit seurata edistystä ja raportoida tuloksia luotettavasti (esim. kyselyt, palautteet, tilastot).
- Sosiaalisen median analytiikka - mittaa seuraajamääriä, tykkäyksiä, kommentteja, jakamisia ja sitoutumista.
- Seuraa säännöllisesti edistystä, arvioi toimien vaikutuksia ja sopeuta viestintää sen mukaan.

SISÄLTÖAIHEET

Vastuullisuus vuosikellossa:

- Täydennä organisaation viestintäsuunnitelmaa vastuullisuusnäkökulmalla.
- Tee selkeä aikataulu mistä asioista milloinkin viestitään.
- Merkitse kalenteriin sesonkiaikojen ja tapahtumien lisäksi viestintää myös hiljaisiin hetkiin.
- Ideoita vuosikellon vastuullisuusaiheisiin tässä liitteessä.

IDEAT

Vastuullisuusviestintäideoita:

- Viesti aina todellisista teoista ja saavutuksista – älä kaunistele tai liioittele.
- Kerro myös haasteista; läpinäkyvyys lisää luottamusta.
- Kaiva esiin faktat, hyödynnä dataa, raportteja sekä konkreettisia esimerkkejä vastuullisuusteosta.
- Varmista, että viestintä on johdonmukaista organisaation toiminnan kanssa – ristiriitaisuudet horjuttavat vastuullisuutta.
- Tuo saavutukset esiin isosti ja jatkuva kehitys näkyväksi. Reagoi nopeasti muutoksiin.

ODOTUKSET

Sidosryhmät ja odotukset:

- Viesti aktiivisesti sidosryhmille, kuten asiakkaille, kumppaneille ja sijoittajille.
- Kannusta dialogiin ja ota vastaan palautetta vastuullisuustoimista. Tämä luo avoimen ja luotettavan viestintäympäristön.

RESURSSIT

(Vastuullisuus)viestinnän resurssit:

- Budjetti:
- Tekijät:
- Hankinnat:
- Kumppanit:

VISIO

Kestävää tulevaisuutta yhdessä - planeetan rajoissa.

(Organisaation oma visio täydentämään.)

KANAVAT

Viestintäkanavat:

-

TAVOITTEET

Tavoitteet viestinnälle:

-

Mittarit, joilla niitä seurataan:

-

SISÄLTÖAIHEET

Vastuullisuus vuosikellossa:

-

IDEAT

Vastuullisuusviestintäideoita:

-

ODOTUKSET

Sidosryhmät ja odotukset:

-

RESURSSIT

(Vastuullisuus)viestinnän resurssit:

- Budjetti:
- Tekijät:
- Hankinnat:
- Kumppanit:

VISIO

Kestävää tulevaisuutta yhdessä - planeetan rajoissa.

Tutki lisää

- [Strapetsi](#) (Strategisen ja pedagogisen toiminnan johtaminen) -hanke
- Ammatillisen koulutuksen [kestävyystiekartta & Kartalla -verkosto](#)
- [GreenComp ja kestävyyden tiekartta - MAPPA.fi](#). MAPPAa ylläpitää Suomen luonto- ja ympäristökoulujen liitto ry.
- [Kuluttajaliiton viherpesuviisari](#)
- [Euroopan parlamentin ja neuvoston viherväittämiä koskeva direktiiviehdotus](#)
- [Työ- ja elinkeinoministeriö: Ympäristöväittämät Suomen markkinoilla](#)
- [Ympäristömarkkinointi, kilpailu- ja kuluttajavirasto](#)
- YK:n [Agenda2030](#): globaali vastuullisuuden toimintaohjelma



Vastuullisuusaiheita vuosikelloon

Q1	Q2	Q3	Q4
20.2. Kansainvälinen sosiaalisen oikeudenmukaisuuden päivä	22.4. Earth Day	Heinä- tai elokuussa: Maailman ylikulutuspäivä (pvm. vaihtelee vuosittain)	8.10. World Circular Textiles day
1.3. Syrjinnän vastainen päivä	24.4. Fashion Revolution day	31.8. Suomen luonnon päivä	10/2024 Energiatehokkuusviikko
8.3.: Kansainvälinen naistenpäivä	28.4. Maailman työturvallisuus- ja työterveyspäivä (ILO)	5.9. Kansainvälinen hyväntekeväisyyden päivä	10.10. Maailman mielenterveyspäivä (WHO)
18.3. Global recycling Day	12.5. Maailman muuttolintupäivä	25.9. SDG-liputuspäivä	11.10. Kansainvälinen tyttöjen päivä
19.3. Minna Canthin päivä (tasa-arvon päivä)	20.5. Maailman mehiläispäivä		16.10. Maailman ruokapäivä
20.3. Onnellisuuden päivä	21.5. Kansainvälinen kulttuurisen monimuotoisuuden päivä		24.10. YK:n päivä
21.3. Maailman metsäpäivä	22.5. Kansainvälinen luonnon monimuotoisuuden päivä		20.11. Kansainvälinen lasten päivä
22.3. Maailman vesipäivä	5.6. Maailman ympäristöpäivä		11/2024: Circular Monday
23.3. Earth Hour	8.6. Maailman merien päivä		11/2024: Tekojen tiistai
Maaliskuussa: Suomen ylikulutuspäivä (pvm. vaihtelee vuosittain)	12.6. Kansainvälinen lapsityön vastainen päivä (ILO)		5.12. Maailman maaperäpäivä
	27.6. Mikro-, pieni- ja keskikokoisten yritysten päivä		10.12. Ihmisoikeuksien päivä

Kestävyystiekartta viestinnän apuna

Kestävyystiekartan visiona on ammatillinen koulutus, joka rakentaa hiilineutraalia ja luonnon kantokyvyn rajoissa toimivaa yhteiskuntaa.

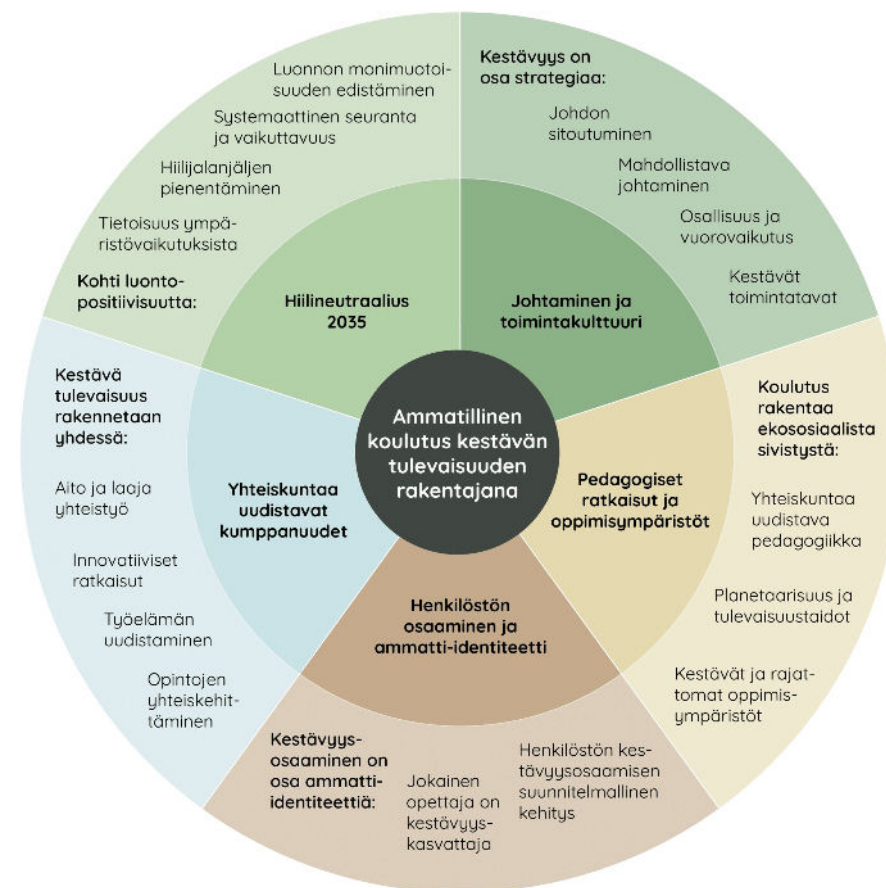
Se on jaettu viiteen kokonaisuuteen:

1. [Kehitä johtamista](#)
2. [Syvennä kestävyysosaamista](#)
3. [Opetuksen tueksi](#)
4. [Laajenna kumppanuuksia](#)
5. [Pienennä ympäristövaikutuksia](#)

Voit rakentaa oman vastuullisuusviestintäsuunnitelmasi vastaamalla kestävyystiekartan apukysymyksiin seuraavilla sivuilla.

Kysymykset auttavat sinua hahmottamaan, mitä vastuullisuus-toimia oppilaitoksessasi tehdään ja miten niistä voisi viestiä vaikuttavammin.

Lähde: [Ammatillisen koulutuksen kestävyystiekartta, Kartalla -verkosto](#)



Viestinnän suunnittelu

Apukysymykset: Käytä näitä kysymyksiä selvittämään vastuullisuustyötä ja konkretisoimaan kestävyystiekarttaa. Kysymyksiä voi käyttää myös inspiraationa viestintäaiheiden ideoinnissa. Kaikkiin kysymyksiin ei tarvitse vastata, vaan ne auttavat ajatusten kehittämisessä.

- Onko oppilaitoksella vastuullisuusraportti tai onko vastuullisuus osa vuosikertomusta?
- Miten kestävyysohjelman toteutumisesta ja mittareista raportoidaan?
- Miten ja mihin vastuullisuustiedot raportoidaan oppilaitoksessa?
- Näkyykö viestinnässä kaikki vastuullisuuden osa-alueet?
- Onko vastuullisuusviestinnän seuraamiseen ja vaikuttavuuteen mittareita?
- Miten avoin ja läpinäkyvä viestintä vastuullisuusasioissa varmistetaan?
- Näkyvätkö vastuullisuuskysymykset kokouksissa ja sisäisessä viestinnässä?
- Miten vastuullisuus huomioidaan oppilaitoksen markkinoinnissa?
- Onko oppilaitoksella vastuullisuuteen liittyviä tapahtumia tai teemapäiviä?
- Osallistuuko henkilöstö vastuullisuusviestinnän kehittämiseen ja toteuttamiseen?
- Sisältävätkö koulutuskuvaukset vastuullisuustietoa?

Kehitä johtamista

Apukysymykset: Käytä näitä kysymyksiä selvittämään vastuullisuustyötä ja konkretisoimaan kestävyystiekarttaa. Kysymyksiä voi käyttää myös inspiraationa viestintäaiheiden ideoinnissa. Kaikkiin kysymyksiin ei tarvitse vastata, vaan ne auttavat ajatusten kehittämisessä.

STRATEGIA

- Onko vastuullisuus integroitu oppilaitoksen strategiaan?
- Onko oppilaitoksella kestävyys- (tai vastuullisuus)ohjelma?
- Onko oppilaitos tehnyt kestävyys sitoumuksia tai -lupauksia, ja missä niistä kerrotaan?
- Miten vastuullisuus näkyy oppilaitoksen arvoissa ja strategisissa tavoitteissa?
- Miten viestitään oppilaitoksen johdon sitoutumisesta vastuullisuuteen ja sen edistämiseen?
- Miten johto kehittää omaa osaamistaan kestävä tulevaisuuden rakentamisesta?
- Kuka vastaa johtoryhmätasolla vastuullisuuden edistämisestä?
- Onko johto sisäistänyt ekososiaalisen sivistyksen viitekehyksen?

JALKAUTUS

- Miten vastuullisuus sisällytetään päivittäiseen päätöksentekoon ja toimintaan?
- Miten opiskelijat ja henkilöstö osallistuu kestävyystyöhön?
- Miten työtä edistetään, seurataan, mitataan ja raportoidaan?
- Miten vastuullisuustavoitteet näkyvät henkilöstöjohtamisessa?
- Miten vastuullisuus näkyy rekrytoinnissa ja perehdytyksessä?

Syvennä kestävyysosaamista

Apukysymykset: Käytä näitä kysymyksiä selventämään vastuullisuustyötä ja konkretisoimaan kestävyystiekarttaa. Kysymyksiä voi käyttää myös inspiraationa viestintäaiheiden ideoinnissa. Kaikkiin kysymyksiin ei tarvitse vastata, vaan ne auttavat ajatusten kehittämisessä.

- Miten edistämme oppimisympäristöjen vihreää siirtymää?
- Kuinka monta valinnaista vastuullisuuden tutkinnon osaa suoritetaan? Miten niistä viestitään opiskelijoille, henkilöstölle ja verkostoille?
- Opiskelijapalautteessa mitataan vastuullisuuden osaamista. Miten vastausten keskiarvo on kehittynyt? Mitä kehittämistoimia on tehty?
- Missä pedagogisissa linjauksissa määritellään kestävyysosaamisen kartuttaminen? Miten linjauksista viestitään opiskelijoille ja henkilöstölle?
- Miten työpaikalla järjestettävän koulutuksen vastuullisuuskriteereistä viestitään?
- Näkyykö vastuullisuus oppilaitoksen kehittämistyössä (esim. opetuksen kehittäminen, koulutusohjelmat, kehittämishankkeet)?
- Onko opiskelijoiden ammattialakohtainen kestävyysosaaminen määritelty (esim. kestävyyslupaus)? Miten siitä viestitään?
- Miten vastuullisuusteemat näkyvät toteutussuunnitelmissa ja opiskelumateriaaleissa?
- Miten oppimisympäristöt, opetusmenetelmät ja -materiaalit tukevat kestävästä kehitystä?
- Miten opiskelijat osallistuvat vastuullisuuden kehittämiseen oppilaitoksessa?
- Miten oppilaitos edistää kriittistä ajattelua ja aktiivista kansalaisuutta vastuullisuuskysymyksissä?
- Sisältävätkö koulutuskuvaukset vastuullisuustietoa?

Opetuksen tueksi

Apukysymykset: Käytä näitä kysymyksiä selvittämään vastuullisuustyötä ja konkretisoimaan kestävyystiekarttaa. Kysymyksiä voi käyttää myös inspiraationa viestintäaiheiden ideoinnissa. Kaikkiin kysymyksiin ei tarvitse vastata, vaan ne auttavat ajatusten kehittämisessä.

Kestävyysosaamisen kehittäminen

- Onko kestävyysosaaminen määritelty oppilaitoksessa?
- Miten henkilöstön kestävyysosaamista arvioidaan, ylläpidetään ja kehitetään?
- Miten oppilaitos tukee henkilöstön jatkuvaa oppimista kestävyysaiheista?
- Miten oman alan vastuullisuus tunnetaan ja miten siitä osataan kertoa?
- Miten oppilaitos ja opettajat kehittävät alan vastuullisuustoimintaa verkostoissa ja yhteistyössä työelämän kanssa?
- Miten ennakoimme tulevaisuuden kestävyysosaamistarpeita?

Kestävyysosaaminen ja ammatti-identiteetti

- Miten vastuullisuus sisällytetään osaksi henkilöstön ammatti-identiteettiä ja työtehtäviä?
- Miten ammatti-identiteetin uudistumista vastuullisuuteen ja tulevaisuusorientoitumiseen tuetaan?
- Onko käytössä kestävyysosaamisen kurssi tai muu perehdytyspaketti?
- Mikä on henkilöstön osallistumisprosentti kestävyysosaamisen kurssille tai perehdytykseen?
- Miten perustason vastuullisuuden osaamisen vaatimuksesta ja kurssin suorittamisprosentista ym. viestitään?
- Palkitaanko tai huomioidaanko henkilöstön kestävyysteot?
- Kannustetaanko henkilöstöä tekemään kestävyystekoja?

Laajenna kumppanuuksia

Apukysymykset: Käytä näitä kysymyksiä selvittämään vastuullisuustyötä ja konkretisoimaan kestävyystiekarttaa. Kysymyksiä voi käyttää myös inspiraationa viestintäaiheiden ideoinnissa. Kaikkiin kysymyksiin ei tarvitse vastata, vaan ne auttavat ajatusten kehittämisessä.

Kumppanuuksien kanssa tehtävä yhteistyö

- Miten oppilaitos tekee yhteistyötä kumppaneidensa kanssa vastuullisuuden edistämiseksi? Mitkä ovat tärkeimmät toimenpiteet?
- Viestiikö oppilaitos kumppaneilleen vastuullisuusperiaatteistaan ja käytännöistään?
- Miten sidosryhmien kanssa ollaan vuorovaikutuksessa (esim. tapaamiset, kyselyt)?
- Valitaanko yhteistyökumppanit vastuullisuuden perusteella? Huomioidaanko vastuullisuus hankinnoissa?
- Mihin vastuullisuusverkostoihin oppilaitos kuuluu?
- Miten vastuullisuus ja kestävyys näkyy oppilaitoksen verkkosivuilla, intrassa, kumppanuussivustoilla, somessa ja tekoälyn tuottamissa vastauksissa?
- Onko vastuullisuus huomioitu myös rekrytointi-ilmoituksissa, kilpailutuksissa tai tarjouspyynnöissä?

Pienennä ympäristövaikutuksia

Apukysymykset: Käytä näitä kysymyksiä selvittämään vastuullisuustyötä ja konkretisoimaan kestävyystiekarttaa. Kysymyksiä voi käyttää myös inspiraationa viestintäaiheiden ideoinnissa. Kaikkiin kysymyksiin ei tarvitse vastata, vaan ne auttavat ajatusten kehittämisessä.

- Onko hiilijalanjälki laskettu ja millä laajuudella? Viestitäänkö siitä esim. raportissa tai verkkosivuilla?
- Seurataanko hiilijalanjäljen kehittymistä ja siihen liittyviä tavoitteita?
- Mitä toimenpiteitä oppilaitos tekee hiilineutraaliuden saavuttamiseksi?
- Miten opiskelijat ja henkilöstö voivat osallistua ilmastotyön edistämiseen?
- Miten oppilaitos varmistaa, että sen toiminta ja hankinnat tukevat hiilineutraaliustavoitteita?
- Seurataanko vastuullisten hankintojen määrää?
- Seurataanko uusiutuvan energian osuutta, jätemääriä ja ruokahävikkiä sekä niiden kehittymistä?



Harhaanjohtavia sanoja

Esimerkkejä harhaanjohtavista sanoista, joita ei saisi käyttää "ilman tunnustettua erinomaista ympäristönsuojelullista tasoa, joka on merkityksellinen väitteen kannalta." [Lähde: EU](#)

- Ympäristöystävällinen, ympäristöä säästävä
- Eko, ekologinen
- Vihreä
- Luontoystävällinen, ympäristöä kunnioittava
- Ilmastoystävällinen
- Lempeä ympäristölle
- Hiiliystävällinen, hiilineutraali, hiiliposiitivinen, ilmastoneutraali
- Energiatehokas
- Biohajoava, biopohjainen
- Laajemmat ilmaukset, kuten "tietoinen" tai "vastuullinen"



Ikoneita

Voit käyttää näitä ikoneita kuvittamaan ja tukemaan vastuullisuusviestintää.

Värit voi vaihtaa oman organisaation väreiksi.



Kuvituksia

Voit käyttää Kartalla-hankkeen kuvituksia vastuullisuusviestinnän elävöittämiseksi. Muista mainita lähde!

Tästä Syklin [kuvapankkiin](#).





Nyt olet kartalla vastuullisuus- viestinnästä!

Tämä työ toteutettiin Strategisen ja pedagogisen toiminnan johtaminen Strapetsi-hankkeessa 1.12.2023-31.12.2024.

kartallaverkosto.fi