



Vastuullisuusraportti 2023

01

ME

Kirje Joonakselta
Perheytyksestämme ja työstämme
Vastuullisuuden johtaminen
Meidän tapamme muuttaa maailmaa

02

IHMISEMME

Kuinka saamme henkilöstömme
loistamaan?

03

VALIKOIMAMME

Kuinka kehitämme valikoimaamme
kestävämpään suuntaan?

04

KIERTOTALOUS

Kuinka edistämme kiertotalouteen siirtymistä
tuotteillamme ja palveluillamme?

05

ASIAKKAAMME

Kuinka autamme asiakkaitamme tekemään
pidetyimpiä valintoja?

06

LUONTO & SIDOSRYHMÄT

Kuinka kannamme vastuamme luonnolle ja muille
sidosryhmillemme?

07

YHTEISKUNTAVASTUU

GRI-standardien mukainen taulukko

08

TULEVAISUUS

Pitämisen puolesta – näin jatkamme
tästä eteenpäin



Kirje Joonakselta: pitämisen puolesta



Hei

Luet parhaillaan Kekäleen toista vastuullisuusraporttia.

Raportti on mahtavaa aloittaa ilouutisella, sillä vuoden 2023 lopulla saavutimme kunnianhimoisen tavoitteemme: meistä tuli Suomen ensimmäinen B Corp -sertifioitu vaatealan yritys.

Kansainvälinen B Corp -sertifikaatti vaatii todennettua työtä kokonaisvaltaisen vastuullisuuden saralla. Nyt meillä on työstämme kolmannen osapuolen läpivalaisema todistus. Sertifiointimatalle lähteminen ei kuitenkaan ollut yksittäinen puristus, vaan ajattelutavan ja tekemisen tavan systemaattinen muutos.

Oleellinen osa sertifiointiprosessia on Business Impact Assessment -työkalun (BIA) käyttö, joka auttaa kehittämään vastuullisuutta viidestä eri näkökulmasta: ympäristön, yhteiskunnan, asiakkaat, henkilöstön ja hallinnon huomioiden ja tuo näihin kohdistuvat vaikutukset osaksi liiketoiminnan kehitystä.



” Jos yritys haluaa olla vastuullinen, sen on oltava olemassa muutakin kuin voiton tekemistä varten.

Osana B Corp -sertifiointiprosessia lisäsimme yhtiöjärjestykseemme lausekkeen, jossa kerromme yhtiömme tavoittelevan muutakin kuin taloudellista kasvua. Kirjasimme tavoitteeksemme luoda positiivinen vaikutus yhteiskuntaan ja ympäristöön.

Koska tarkoitus on kirjattuna viralliseen dokumenttiin, sitä ei voi noin vain muuttaa. Uudella yhtiöjärjestyksellämme turvataan se, että vastuullisuus toteutuu päätöksenteossa pidemmällä aikajänteellä ja myös tulevien johdoryhmien ja hallitusten on otettava huomioon vastuullisuusasiat. Filosofisesta näkökulmasta on tärkeää, että yrityksemme tavoittelee positiivista vaikutusta myös muilla kuin rahan mittareilla. Haluamme käyttää bisneksen voimaa hyvän muutoksen aikaansaamiseen.

Kuten kunnianhimoiseen vastuullisuustekemiseen kuuluu, haasteiltakaan emme ole välttyneet. Tavoitteemme oli jo vuoden 2023 aikana luoda tarkka määritelmä vastuulliselle vaatteelle ja auttaa asiakkaita tekemään kestävämpiä valintoja merkkäämällä valikoimas-

tamme vastuullisempina valintoina erottuvat tuotteet.

Vaatteiden jälleenmyyjänä olemme riippuvaisia tavarantoimittajimme tuotteista tarjoamista tiedoista. Vaateala on edelleen kaikkea muuta kuin läpinäkyvä ja työ tietojen keräämiseksi vaatii aikaa ja henkilöresursseja valtavasti ja vähän päälle. Tiedostamme, ettemme ole haasteen kanssa alallamme yksin. Muutosta tapahtuu, mutta se etenee arviotamme hitaammin. Lisäksi tervetullut EU:n Green claims -direktiivi määrittelee, miten vastuullisuusviestinnän tulisi olla täsmällistä. Teemme vuonna 2024 hartiavoimin töitä koostaaksemme mahdollisimman vastuullista valikoimaa ja kertoaksemme parempien valintojen mahdollisuudesta teille – asiakkaillemme – todennettavasti ja totuudenmukaisesti, ilman viherpesua.

2023 aikana olemme vahvistaneet myös pitämisen puolesta työskentelemisen kivijalkaa: julkaisimme yrityskulttuuriamme kuvaavan ja johtavan kulttuurin käsikirjan,

”
**Kun liiketoimintamme
laajenee, laajenee
myös sen positiivinen
vaikutus, kun
tuomme palvelumme
vaihtoehdoksi
pikamuodille
ja markettien
vaateostoksille.**

ohjeistoja henkilökunnalle ja viimeistelimme vastuullisten ostojen ja hankintojen ohjeiston. Vastuullisuusvaateiden mukanaan tuoma dokumentoinnin ja järjestelmällisyyden tarve ei ole vain pakollinen paha: se mahdollistaa yhtävertaisen pääsyn informaatioon ja luo henkilökunnalle yhtäläisen mahdollisuuden kehittyä ja kehittää toimintaamme yhteisen visiomme mukaisesti jokaisessa myymälässämme ympäri Suomen.

Yksi vuoden onnistumisistamme on Kekäle Second hand -palvelumme kehitys, joka kohosi 15-kertaiseen kasvuun. Asiakkaamme ovat innostuneet mahdollisuudesta pitää tyyli kierrossa, ja tulevan sesongin vaatteiden keräyspäiviä osataan jo odottaa.

Lisäksi vuoden 2023 aikana avaamamme kaksi uutta myymälää on otettu erinomaisen hyvin vastaan. B Corp -liikkeen aatteen mukaisesti: kun liiketoimintamme laajenee, laajenee myös sen positiivinen vaikutus, kun tuomme palvelumme vaihtoehdoksi pikamuodille ja markettien vaateostoksille.

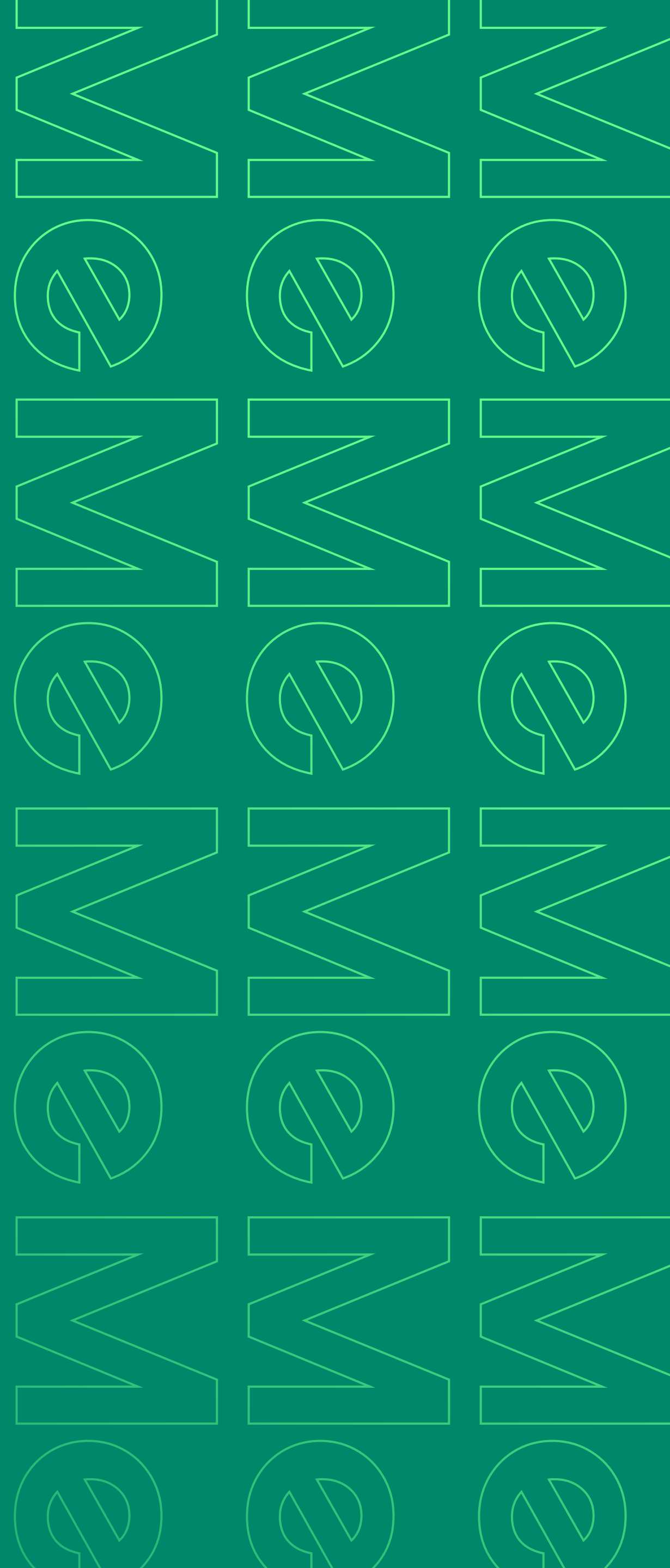
Sydämellinen kiitos, että olet ollut tällä matkalla mukana. Ja jos hyppäät mukaan nyt, tervetuloa kanssamme mukaan polulle pitämisen puolesta.

Rakkaudella,

Joonas Kekäle
toimitusjohtaja

—

Perheyriityksestämme ja työstämme





**Olemme
täällä saadaksemme
sinut uskomaan
itseesi!**

Jokainen meistä on uniikki ja vierailumme tällä planeetalla on pikainen. Siksi on tärkeää, että kukin meistä voi häpeilemättä antaa oman persoonallisuutensa loistaa. Kekäleläisille vaatteet eivät ole ohivirtaavaa muotihöttöä, vaan olennainen osa sitä, miten hyvältä itsenä oleminen tuntuu. Vaatteet voivat toimia kuorena, jolla suojata itsensä, mutta parhaimmillaan ne ovat itseksi voimaantumisen ja oman potentiaalin ilmentymä.

Maailma ei tarvitse enää yhtään hypermarketia tai pikamuotiketjua myymään lisää vaatteita, joita valmistetaan jo valmiiksi kestävämmällä tahdilla.

Vaatii monen asian muuttumista kulkulttuurissamme, vaateteollisuudessa ja ennen muuta meissä itsessämme, että vaatteet tuottavat hyvää niiden käyttäjille, valmistajille, myyjille sekä koko planeetalle. Kekäle on vasta alkumatkalla, ja tiedostamme matkan olevan vaativa. Se ei lannista, vaan innostaa parantamaan tekemistämme.



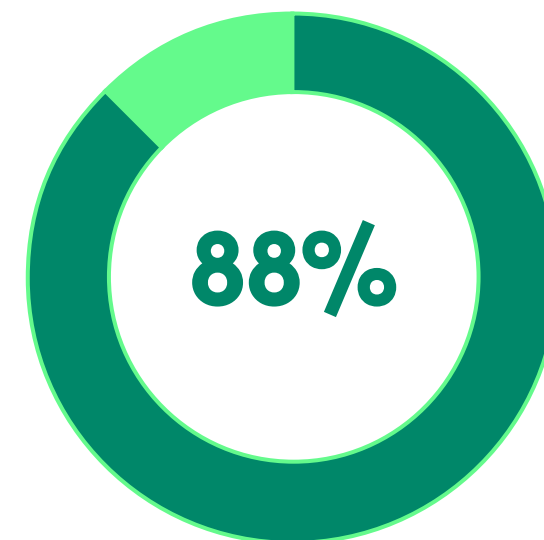
”
Tyylikkyys ei synny vaatteista,
vaan siitä mitä ne saavat
kantajansa tuntemaan.

Veikko Kekäle 1923–1980



32,9 M€

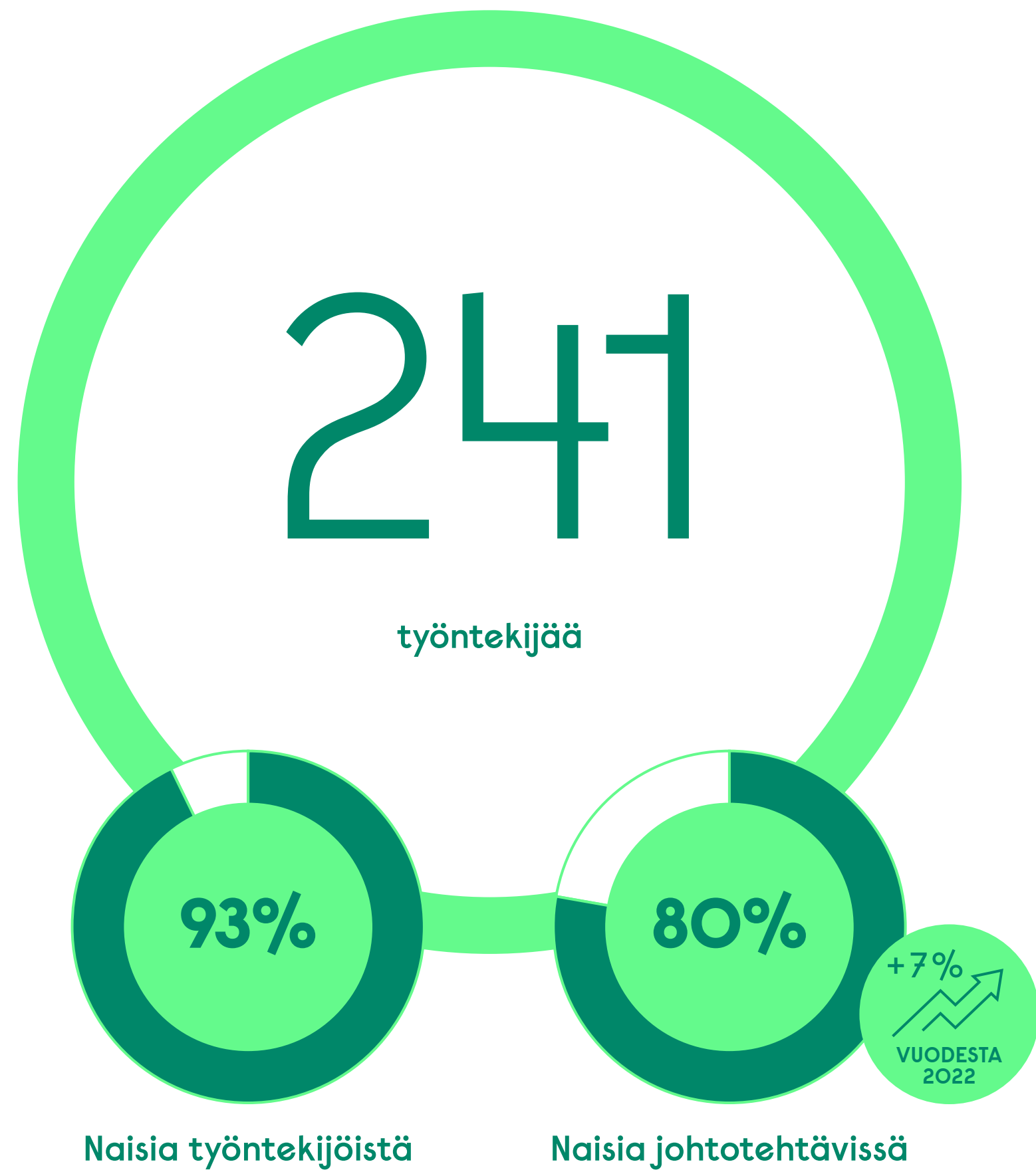
Liikevaihto vuonna 2023



Myymälöiden osuus
liikevaihdosta.
Verkkokaupan
osuus on 12 %
liikevaihdosta

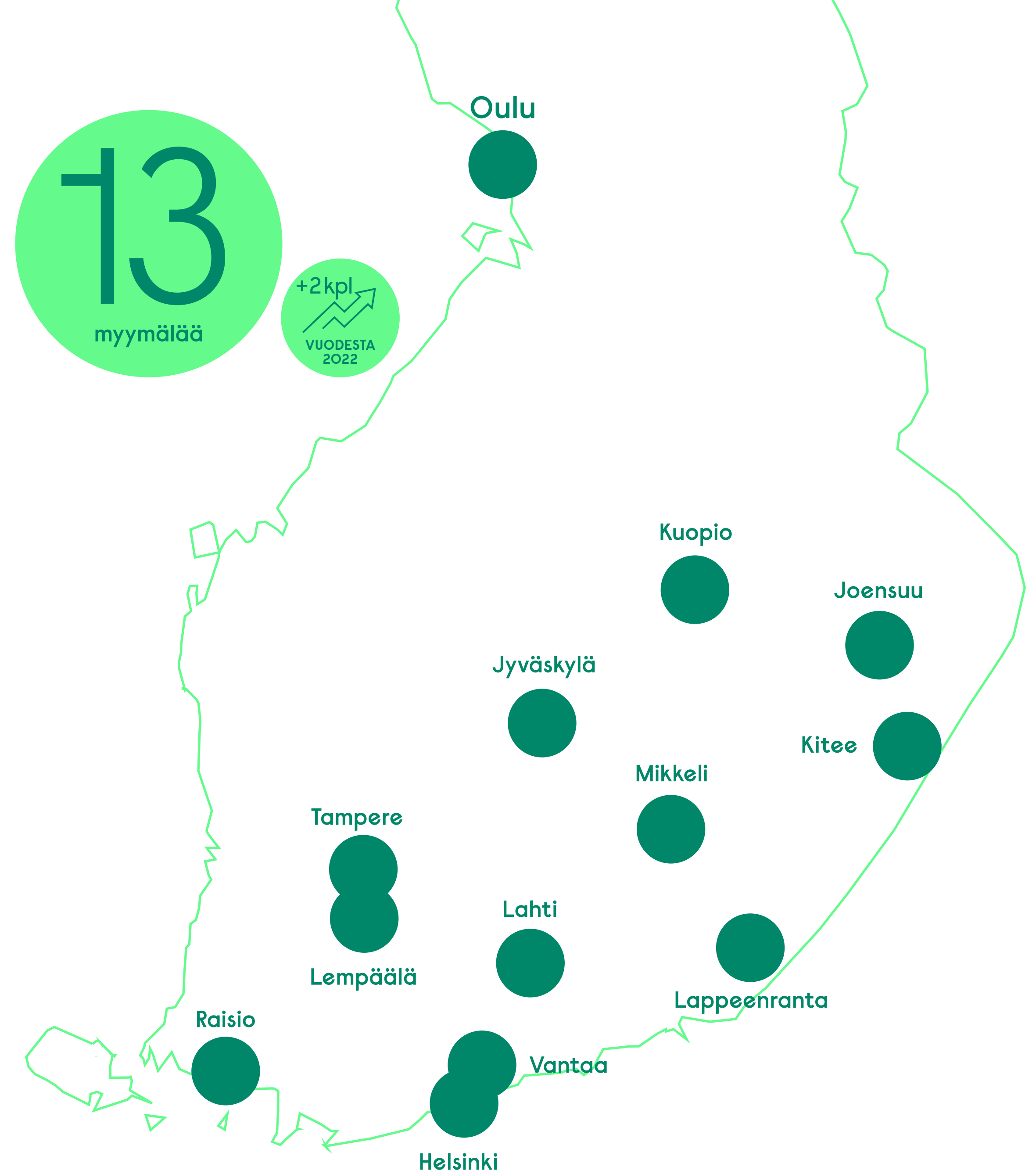


Edustettujen brändien
määrä 2023



Noin
395 600
kanta-asiakasta

Verkkokauppa vuodesta
2012
lähtien: www.kekale.fi



Olemme ylpeästi B Corp -sertifioitu yritys

Miten se erottaa meidät muista vaatekaupoista?

Saimme B Corp -sertifioinnista 85 pistettä. 50,9 pistettä on keskiarvo, jonka useimmat arvioinnin täyttävät yritykset saavuttavat. 80 pistettä on raja, joka sertifikaatin saamiseksi tulee ylittää.



HENKILÖSTÖ 29,3 / 40 PISTETTÄ

Terveys, hyvinvointi ja turvallisuus 8,6
 Sitoutuminen ja tyytyväisyys 6,8
 Taloudellinen turvallisuus 4,3
 Työuralla eteneminen 4,0

HALLINTO 18,8 / 20 PISTETTÄ

Missio ja osallistavuus 3,1
 Etiikka ja läpinäkyvyys 5,7
 Mission lukitseminen* 10

YHTEISÖ 16,6 / 40 PISTETTÄ

Monimuotoisuus, yhdenvertaisuus, osallistaminen 4,5
 Taloudellinen vaikuttavuus 5,7
 Yhteiskunnallinen osallistuminen ja lahjoittaminen 1,9
 Toimitusketjun hallinta 4,3

YMPÄRISTÖ 16,0 / 135 PISTETTÄ

Ympäristövaikutusten hallinta 5,5
 Ilma ja ilmasto 5,5
 Vedet 1,0
 Maa ja elämä maalla 3,9

ASIAKKAAT 4,1 / 5 PISTETTÄ

Asiakkaiden ohjaaminen 4,1

* Lukitsimme yhteisön ja ympäristön edun huomioimisen osaksi yrityksemme missiota ja päätöksentekoa kirjaamalla sen yhtiöjärjestykseen yhdeksi yrityksemme tarkoituksista. Katso aiheesta lisää sivulta 15.

Vuoden 2023 kohokohtia

Vuonna 2023

Palvelimme
myymälöissämme yli

2,2 milj.

asiakasta ja
verkkokaupassa

2,7 milj.

käyttäjää kertoen
pääviestiämme pitämisen
puolesta



Kasvatimme
Kekäle Second hand
-palvelun liikevaihtoa

15x



Lisäsimme

2700

vaatteen pitämistä, kun
myimme ne second hand
-arteina eteenpäin



Verkkokaupan kokotyökalua
käytettiin **371 731** kertaa
sopivan koon löytämiseksi



Vaatehuollon välineitä
myytiin **4922** kappaletta

Palkkasimme **85** uutta
työntekijää, pisin työsuhde **49** vuotta

Vuoden 2023
aikana lähes
60 000
uutta kanta-asiakasta

Julkaisimme
Kekäleen kulttuurin
käsikirjan



Vastuullisuuden johtaminen



Positiivisen vaikutuksen luominen osana yrityksemme tarkoitusta

Kekäle Oy:n johtaminen ja hallinto

Kekäle Oy

Kotipaikka Joensuu, pääkonttori Helsingissä
Verkkokaupan varasto Suomessa, Joensuussa
Tilikausi 1.1.–31.12.

Tämä vastuullisuusraportti käsittelee toimintojamme ajalta
1.1.–31.12.2023.

Raportoimme vastuullisuudesta vuosittain.

Toimitusjohtaja huhtikuusta 2015 alkaen:

Joonas Kekäle

Hallitus kesäkuusta 2022 alkaen:

Puheenjohtaja: Juha-Perttu Kouvalainen

Jäsenet: Tiina Hänninen, Tuomas Kekäle ja Aleksi Routama

”

**Kekäleen toiminnan
tarkoituksena on voiton
tuottamisen lisäksi
luoda positiivinen
vaikutus yhteiskuntaan
ja ympäristöön.**

Yrityksemme toiminnan tarkoitus

Kekäleen hallituksen päätöksellä muutimme Patentti- ja rekisterihallitukselle ja Kaupparekisteriin ilmoitettua yhtiöjärjestyksestä ja toiminnan kuvausta. Täydensimme yhtiön toiminnan tarkoituksen sisältämään olennaisen myönteisen vaikutuksen luomisen yhteiskuntaan ja ympäristöön.

25.9.2023 tarkennetuissa Yhteisösäännöissämme johdon tehtäviksi tarkennetaan:

”Hoitaessaan tehtäviään ja harkitessaan yhtiön etua hallituksen jäsenten ja toimitusjohtajan on Suomen osakeyhtiölaissa säädettyjen pakollisten vaatimusten lisäksi otettava huomioon kaiken toimimisen tai toimettomuuden vaikutukset:

- Yhtiön osakkeenomistajiin,
- Yhtiön, sen tytäryhteisöjen ja alihankkijoiden työntekijöihin ja työvoimaan,
- Yhtiön asiakkaiden etuihin, niiden ollessa edunsaajina Yhtiön tarkoituksessa vaikuttaa olennaisesti myönteisesti yhteiskuntaan ja ympäristöön,
- yhteisöllisiin ja yhteiskunnallisiin tekijöihin, mukaan lukien vaikutukset sellaisiin yhteisöihin, joissa Yhtiön, sen tytäryhteisön tai alihankkijan toimipisteet tai toimitilat sijaitsevat,
- paikalliseen ja maailmanlaajuiseen ympäristöön,
- Yhtiön lyhyen ja pitkän aikavälin etuihin, mukaan lukien pitkän aikavälin suunnitelmista Yhtiölle mahdollisesti koi-

tuviin hyötyihin, sekä mahdollisuuteen, että näitä etuja palvelee parhaiten yhtiön jatkuva riippumattomuus ja

- Yhtiön kykyyn luoda olennainen vaikutus yhteiskuntaan ja ympäristöön kokonaisuutena tarkasteltuna.

- Hoitaessaan tehtäviään ja päättäessään siitä, mikä on yhtiön edun mukaista, hallituksen jäsenen ja toimitusjohtajan ei edellytetä pitävän mitään etua tai minkään sellaisen ryhmän etua, johon tällainen toiminta vaikuttaa, osakkeenomistajat mukaan lukien, hallitsevana tai määrävänä etuna tai tekijänä.
- Hallituksen jäsenellä ja toimitusjohtajalla ei ole velvollisuuksia muita henkilöitä kuin Yhtiötä kohtaan Yhtiön tarkoitukseen tai tässä kohdassa määrättyihin velvoitteisiin nähden, eikä minkään tässä kohdassa nimenomaisesti tai implisiittisesti esitetyn ole tarkoitus laajentaa tai muuttaa muiden henkilöiden kuin Yhtiön tai osakkeenomistajien oikeutta vaatia vahingonkorvausta, hallituksen jäsenen tai toimitusjohtajan osakeyhtiölain tai tämän yhtiöjärjestyksen vastaisen toiminnan seurauksena.”

Toiminnan tarkoituksen tarkentaminen yhtiöjärjestykseen on osa B Corp -sertifiointiprosessia. Toimenpidettä kutsutaan mission lukitsemiseksi, mikä suojaa yrityksen tarkoituksen säilymistä ja tuo yhteisön ja ympäristön edun huomioimisen osaksi yrityksen päätöksentekoa.

Vastuullisuuden hallintorakenne

Hallitus

Hallitus on määrittänyt vastuullisuuden keskeiseksi strategiseksi pyrkimykseksi: visiona on olla suomalaisen vaatealan vastuullisuuden edelläkävijä. Hallitus vastaa vastuullisuusstrategiasta, hyväksyy vastuullisuustavoitteet ja hyväksyy vastuullisuuraportin.

Toimitusjohtaja

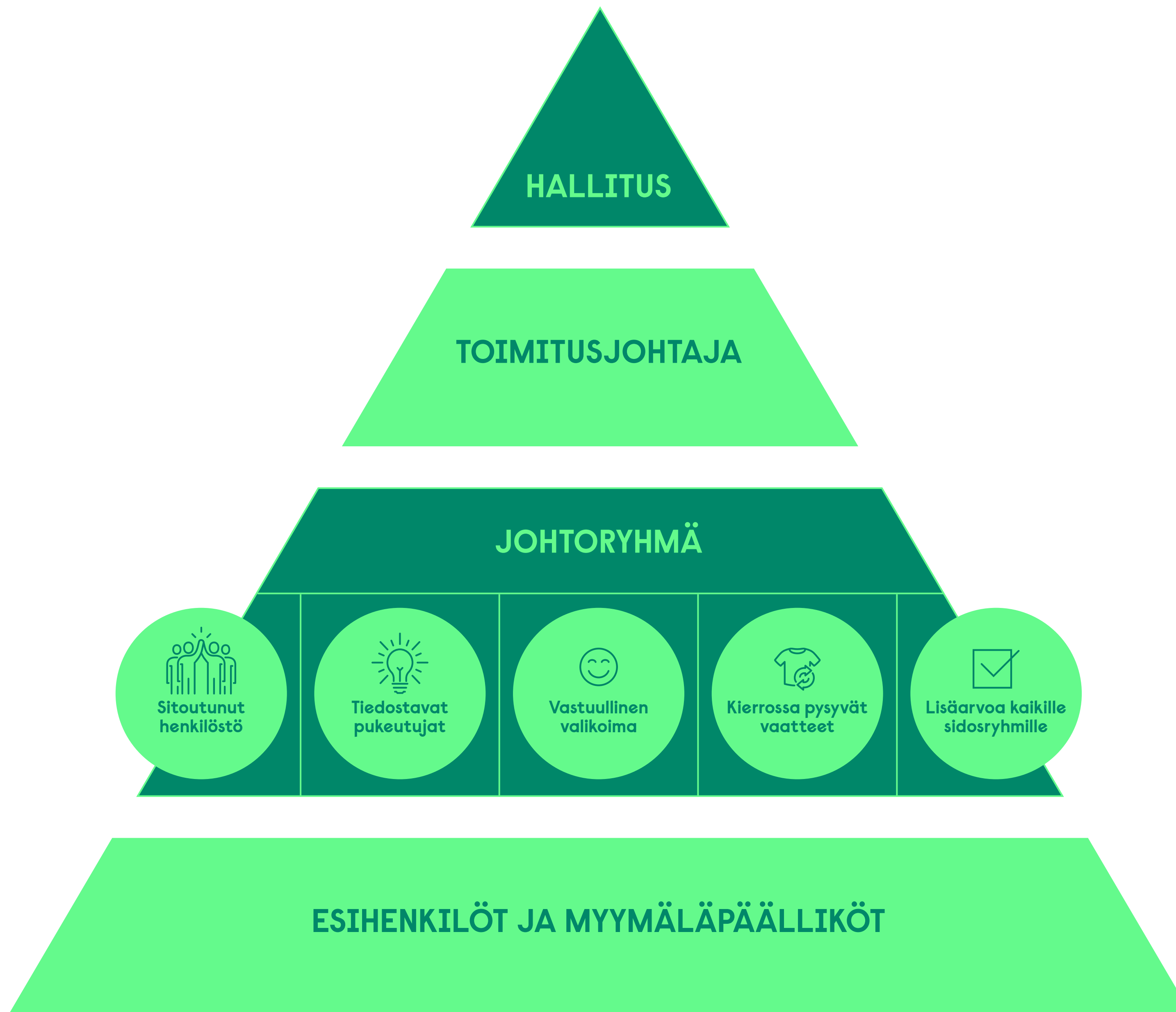
Vastuullisuuden johtaminen ja toteutuminen käytännön työssä on toimitusjohtajan vastuulla. Vastuullisuusstrategia on vastuutettu henkilöittäin ja pilareittain johtoryhmän jäsenille.

Johtoryhmä

Vastuullisuusstrategia on jaettu viiteen pilariin: sitoutunut henkilöstö, tiedostavat pukeutajat, vastuullinen valikoima, kierrossa pysyvät vaatteet ja lisäarvoa kaikille sidosryhmille. Pilareiden mukaisen työn organisointi tavoitteiden mukaisesti on vastuutettu henkilöittäin. Vastuullisuuden pilareista vastaavat henkilöt ovat johtoryhmän jäseniä.

Esihenkilöt ja myymäläpäälliköt

Vastuullisuus jalkautuu käytännön teoiksi ja toiminnan muutoksiksi esihenkilöiden ja myymäläpäälliköiden kautta. Koulutuksissa viestitään tavoitteista, kokonaiskuvasta ja tarvittavien tekojen toteuttamisesta. Vastuuta toteutuksesta jaetaan ja jokaisella henkilöstön jäsenellä on roolinsa vastuullisuustavoitteiden toteutumisessa.

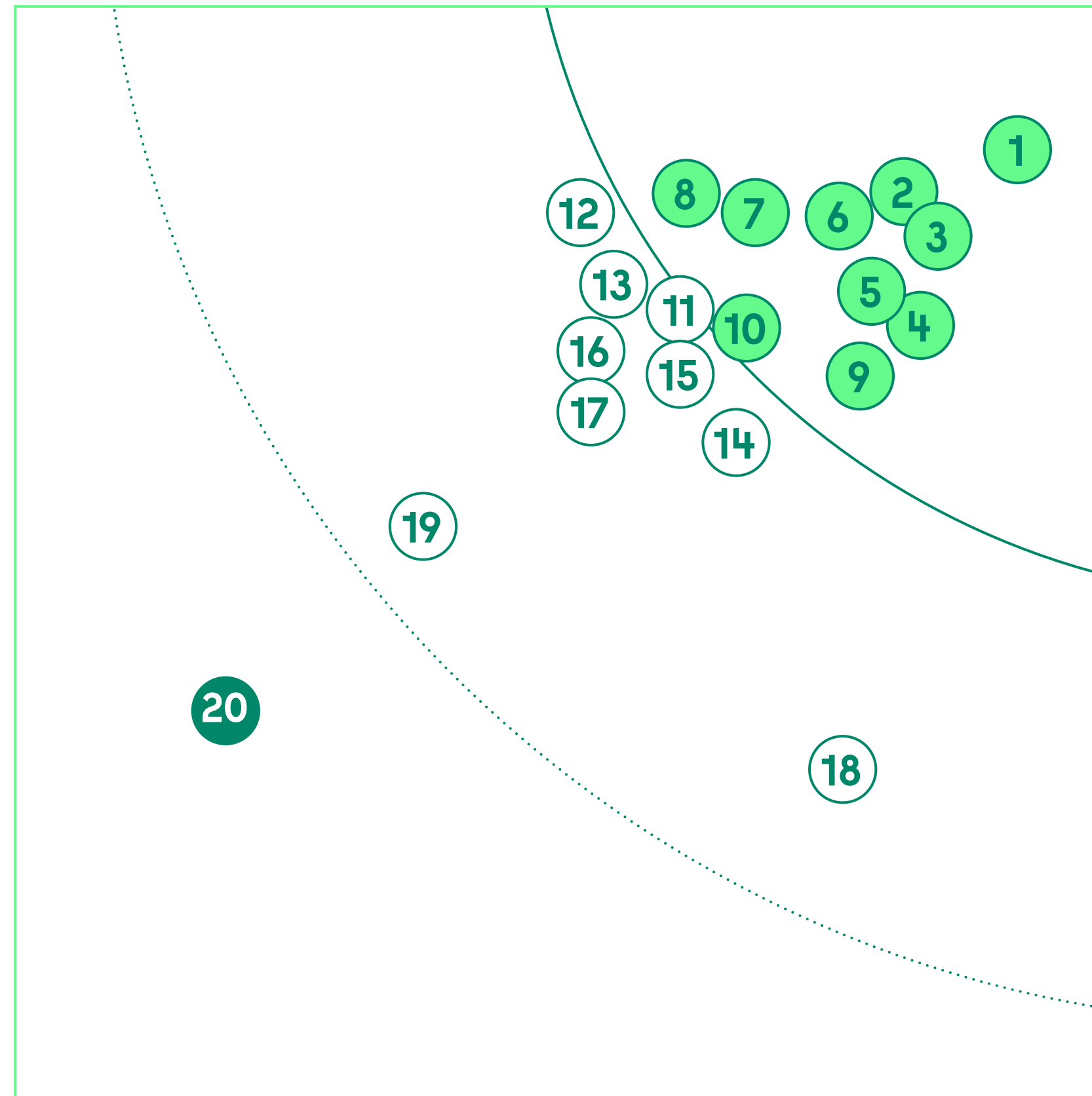


— Meidän tapamme muuttaa maailmaa

Kekäle
on suomalaisen
vaatekaupan
suunnannäyttäjä
muutoksessa
kohti kestäväää
vaatealaa.

Kirkastimme vuonna 2022 kehitystyömme tärkeimmät teemat tuleville vuosille. Osana vastuullisuuden kehitystyötämme toteutimme olennaisuusanalyysin. Halusimme selvittää, missä piilevät Kekäleen suurimmat mahdollisuudet vaikuttaa ympäristöön ja yhteiskuntaan. Kutsuimme arviointiin mukaan henkilökuntamme, asiakkaamme sekä kumppanimme. Suureksi iloksemme saimme todeta, että Kekäleellä perinteisesti erityisen tärkeäksi koettu henkilökunnan hyvinvointi ja ammattitaito korostui analyysin tuloksissa myös keskeisten sidosryhmiemme näkökulmasta.

TÄRKEÄÄ ULKOISILLE SIDOSRYHMILLE →



TÄRKEÄÄ KEKÄLEELLE →

Merkittävän vaikutuksen teemat

- 1 Työntekijöiden tyytyväisyys
- 2 Osaamisen kehittäminen (henkilökohtainen ja ammatillinen)
- 3 Asiakkaiden inspiointi
- 4 Kestävä kuluttaminen (vastuullisten valintojen helpottaminen)
- 5 Kestävät materiaalit ja sertifikaatit
- 6 Läpinäkyvä tuotetieto
- 7 Turvalliset ja oikeudenmukaiset työolot
- 8 Työntekijöiden terveys ja hyvinvointi
- 9 Kuluttajapakkaukset
- 10 Monimuotoisuus, tasa-arvo ja osallisuus

Vaatimukseen vastaamisen teemat

- 11 Elämiseen riittävä palkka tuotannossa
- 12 Pitkäaikaiset suhteet ja hyvät hankintatavat
- 13 Liiketoiminnan etiikka ja läpinäkyvyys
- 14 Vaatteiden hoito ja korjaus
- 15 Eettinen markkinointi (esim. kehopositiivisuus)
- 16 Vastuulliset tuotepakkaukset
- 17 Uusiutuvat materiaalit
- 18 Second hand -tuotteet
- 19 Tuki (paikallis)yhteisölle

Vähäisen vaikutuksen teemat

- 20 Vapaaehtoistyö (lisätty ulkoisen kyselyn tuloksena)

Tunnistamistamme strategisista painopistealueista muodostimme vaikuttavuutemme viisi kantavaa pilaria

	Sitoutunut henkilöstö	Tiedostavat pukeutajat	Vastuullinen valikoima	Kierrossa pysyvät vaatteet	Lisäarvoa kaikille sidosryhmille
Miksi	Olemme perheyrittäjä, ja työntekijämme ovat onnistumisemme keskiössä. Haluamme, että he kasvavat, loistavat ja tuntevat olevansa juuri oikeassa paikassa.	Tiedostamme, että vaatekauppana luomme viestinnällämme ja kuvastollamme mielikuvaa siitä, mikä on haluttavaa. ”Osta vähemmän, pidä enemmän” on pääviestimme ja se ohjaa kyseenalaistamaan pikamuodin ranta-uttamaa ajatusta kulutuksen määrästä ja tahdista. Inspiroimalla asiakkaamme mukaan ja kommunikoimalla avoimesti pääsemme yhdessä rakentamaan kestävämpää vaatealaa.	Toimintamme suurin ympäristö- ja sosiaalinen vaikutus syntyy vaatteista, joita myymme. Meille on tärkeää myydä tuotteita, joista voimme olla ylpeitä. Valitsemme valikoimaan aikaa kestäviä, laadukkaita vaatteita, jotka kestävät sekä tarkemman tarkastelun että käytössä myös käyttäjältä toiselle. Tahdomme valikoimamme edustavan kiertotalousajattelua sekä kestävä kehitystä ja toimitusketjumme olevan reilu sekä läpinäkyvä.	Paras keino vaatealaluonnon päästökäytön pienentämiseen on ostaa vähemmän ja pidentää vaatteiden elinikää. Laadukkaat, hyvin huolletut vaatteet kestävät käyttäjältä toiselle. Siksi myös me Kekäleellä haluamme tehdä oman osamme kiertotalouden kehittämisessä ja investoimme kiertotalouden kokeiluihin.	Olemme kaikki kytköksissä toisiimme ja toisistamme riippuvaisia. Tarkoituksemme on ymmärtää negatiivinen jälkemme ja lähteä pienentämään sitä. Lisäksi tahdomme ottaa aktiivisen roolin positiivisten kierteiden synnyttämisessä ja tuottaa lisäarvoa sekä ympäristölle että ympäröivälle yhteisölle.
Tärkeimmät teemat	<ul style="list-style-type: none"> Työtyytyväisyys Osaamisen kehittäminen: Kekäle-akatemia Terveys ja hyvinvointi Monimuotoisuus, tasa-arvo ja osallisuus 	<ul style="list-style-type: none"> Ymmärrys valintojen vaikutuksesta ja inspirointi kestäviin valintoihin Vinkit vastuulliseen pukeutumiseen Tuotetietojen läpinäkyvyys Eettinen markkinointi 	<ul style="list-style-type: none"> Vastuulliset, uusiutuvat, sertifioidut materiaalit Turvalliset ja oikeudenmukaiset työolot Vastuulliset kuluttaja- ja tuotepakkaukset Elämiseen riittävä palkka Pitkäkestoiset yhteistyösuhteet ja hyvät hankintatavat 	<ul style="list-style-type: none"> Kiertotalouden mahdollistaminen laadukkailla ja kestäville vaatteilla Vaatteiden hoito- ja korjaustuotteet sekä -palvelut Kekäle Second hand -palvelu ja tuotevalikoima Kiertotaloutta edistävät innovaatiot 	<ul style="list-style-type: none"> Ympäristöjärjestelmä Päästölaskenta Vaikuttavan ostamisen ohjeisto Vastuullisuusraportointi ja läpinäkyvä viestintä Yrityskansalaisuus
Tavoitteet ja mittarit	<ul style="list-style-type: none"> Vuonna 2025 yksi tärkeimmistä mittareistamme on: kuinka todennäköisesti suosittelisit ystävällesi Kekäleitä työnantajana? Asteikolla 1–10 tavoittelemme lukua 8,5. Henkilöstön osaamisen kehittämisen Kekäle-akatemia avulla Asiakaskokemus, josta jää muisto 	<ul style="list-style-type: none"> Viestinnän avulla innostamme asiakkaamme mukaan muutokseen <ul style="list-style-type: none"> Vuoden 2024 tavoitteemme on tuoda valikoiman vastuulliset valinnat näkyväksi myymälöissämme ja verkkokaupassamme Vuonna 2024 kiinnitämme huomion ylikulutuksen juurisyyhyn: siihen, miten puhumme itsellemme ja itsestämme 	<ul style="list-style-type: none"> Vaikuttavan ostamisen ohjeistolla ja vaatimuksilla tavarantoimittajille tavoittelemme positiivista kierrettä, jossa yksittäiset vaatimukset ohjaavat kumppaneitamme vastuullisempiin valintoihin vaatteiden tuotannossa Vuonna 2024 määrittelemme vastuullisen vaatteiden kriteerit, jatkamme kriteerien täyttymisen datan keräämistä tavarantoimittajilta ja merkitsemme kriteerit täyttävät tuotteet myymälässämme ja verkkokaupassamme 	<ul style="list-style-type: none"> Tavoitteemme on, että vuonna 2025 5 % liikevaihdostamme syntyy second hand -tuotteista 	<ul style="list-style-type: none"> Vuonna 2024 luomme vähennystavoitteet vuoden 2023 laskelmiin peilaten, tavoitteet tarvittaville muutoksille sekä tietokartan eteenpäin. Tavoitteemme on, että ympäristöjärjestelmä, vaikuttavan ostamisen linjaukset sekä yhteiskunnallinen kumppanuustyö ovat toiminnassamme aktiivisesti mukana ja tulevaisuudessa niiden positiivinen vaikutus on mitattavissa.

Olemme peilanneet vastuullisuustoimiamme YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin (Sustainable Development Goals). Tavoitteet astuivat voimaan vuoden 2016 alussa ja ne sitovat niin köyhiä kuin rikkaitakin maita eli ovat universaaleja. Tarkoituksena on kääntää globaali kehitys uralle, jossa ihmisten hyvinvointi ja ihmisoikeudet, taloudellinen vauraus ja yhteiskuntien vakaus turvataan ympäristön kannalta kestäväällä tavalla.

Työmme suhteessa YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin

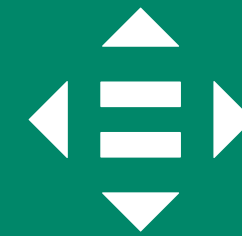
Strategiamme kannalta meille merkittävimmät YK:n kestävän kehityksen tavoitteet

8 IHMISARVOISTA
TYÖTÄ JA
TALOUSKASVUA



Nojaamme kasvussamme ihmisiimme, joten panostamme määrätietoisesti henkilöstömme kehittymiseen sekä työssään viihtymiseen. Työllämme valikoimamme vastuullisuuden ja läpinäkyvyyden parantamiseksi tahdomme viedä kestävän kasvun ja ihmisarvoisen työn tavoitetta eteenpäin koko arvoketjussamme.

10 ERIARVOISUUDEN
VÄHENTÄMINEN



Yksilöllisyys ja omaan ainutlaatuisuuteen uskomisen on Kekäle-brändin kovinta ydintä kaikilla mahdollisilla tasoilla. Henkilöstömme keskuudessa monimuotoisuuden, tasa-arvon ja osallisuuden tukeminen on nostettu keskeiseksi kehitysteemaksi osaamisen, hyvinvoinnin ja työtyytyväisyyden rinnalle.

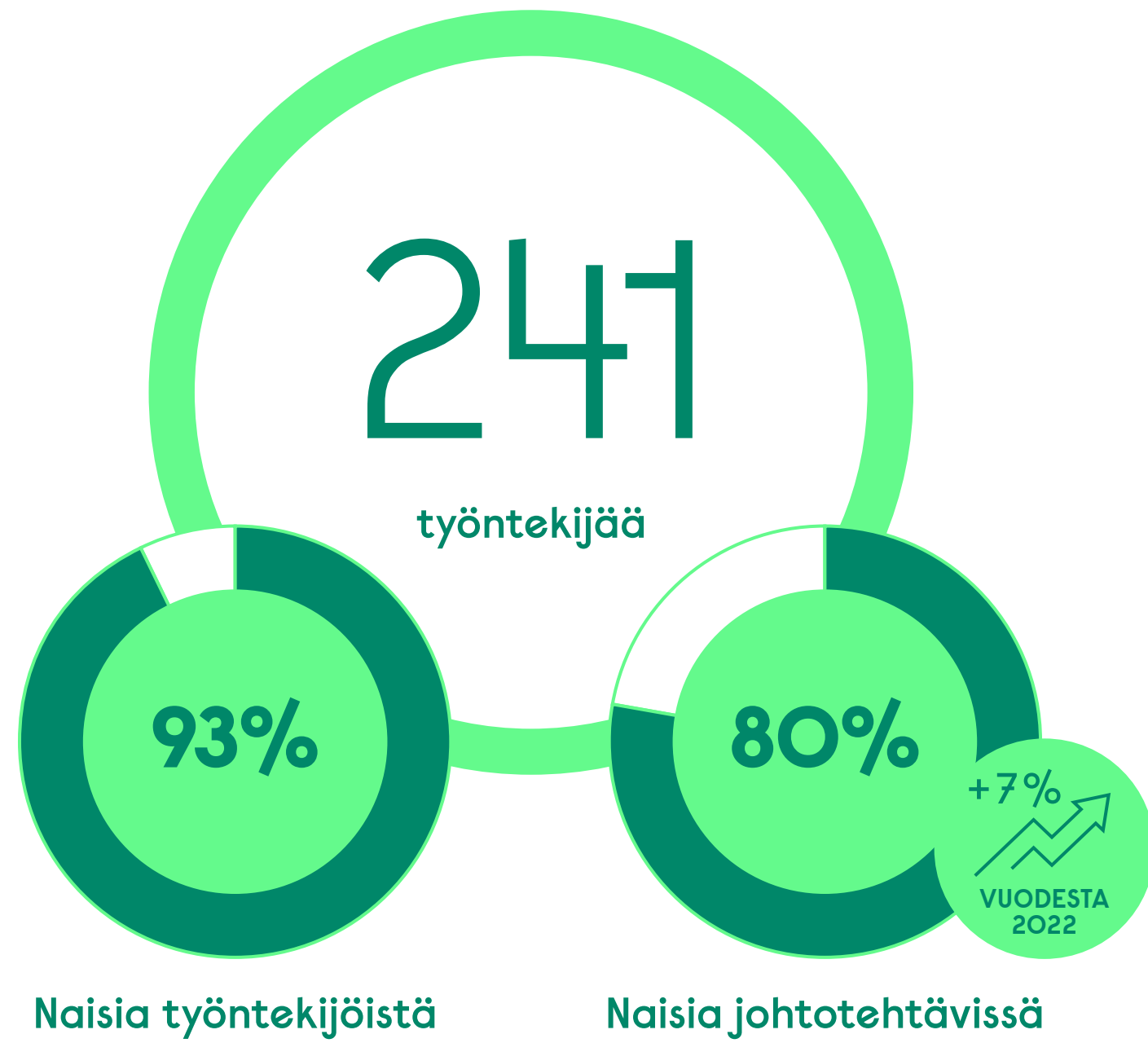
12 VASTUULLISTA
KULUTTAMISTA



Toimintafilosofiamme kiteytyy lauseeseen: osta vähemmän, pidä enemmän. Osallistumme oman toimintamme, toimialamme ja koko kulutuskulttuurimme muuttamiseen kestävämmälle pohjalle kehittämällä valikoimaamme vastuullisemmaksi ja läpinäkyvämmäksi, edistämällä vaatteiden käyttökertojen kasvua ja pidempään kierrossa pysymistä sekä opastamalla asiakkaitamme vastuullisempiin valintoihin.

Kuinka saamme henkilöstömme loistamaan?

Olemme perheyritys,
työntekijämme ovat
onnistumisemme keskiössä.
Haluamme, että he
kasvavat, loistavat ja
tuntevat olevansa juuri
oikeassa paikassa.

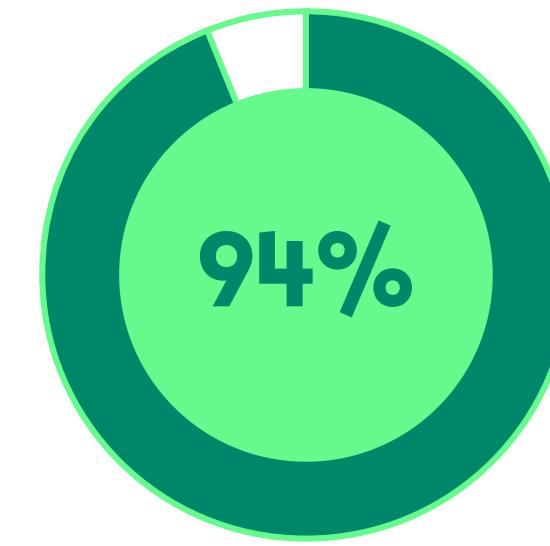


Kohtaamisen kieli -koulutukset koko organisaatiolle kiinnittivät huomiomme siihen, miten puhumme itsellemme ja itsestämme, kuinka kommunikoimme asiakkaillemme ja asiakkaidemme kanssa ja millaista tunneympäristöä kielellä luomme.

Vuonna 2023

Kuinka todennäköisesti työntekijä suosittelisi ystävälleen Kekäleettä työnantajana?

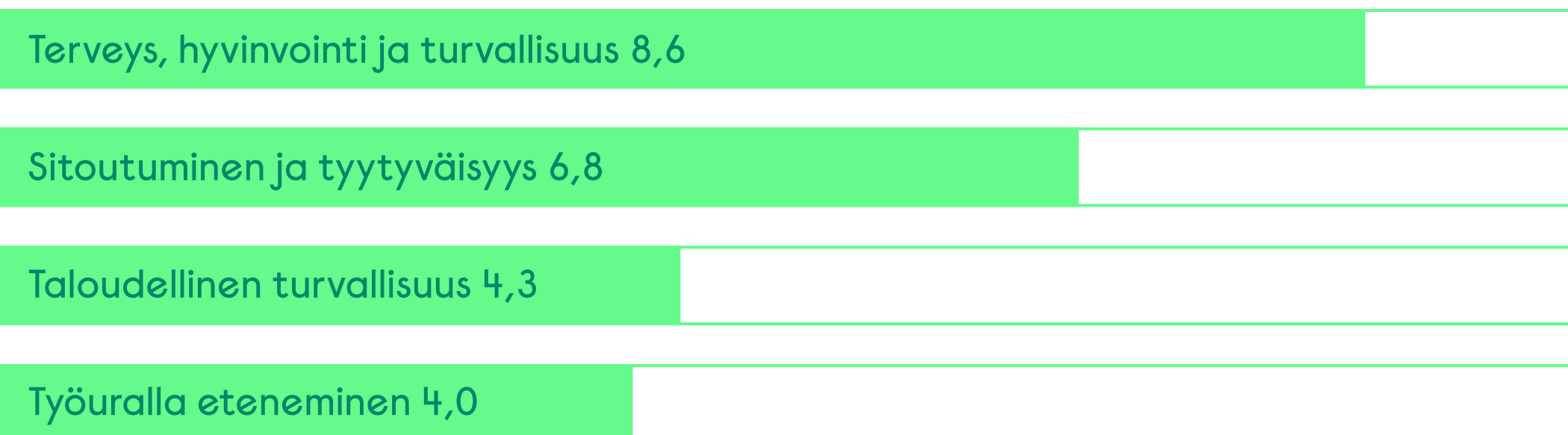
8,1–7,1/10



henkilöstön DEI-kyselyyn vastanneista tunsivat olonsa Kekäleellä hyväksytyksi ”sellaisena kuin olen”



29,3 pistettä B Corp -sertifiointin henkilöstöosiosta



Työntekijämme ovat onnistumisemme keskipisteessä

Vuoden 2023 B Corp -arvioinnissa saimme parhaat pisteet henkilöstöosiosta. Tämä lämmittää mieltämme, sillä vaatebisneksessä on aina lopulta kyse ihmisistä: miten me yrityksenä kohtaamme työntekijämme, miten työntekijämme kohtaavat asiakkaan, ja mitä saamme asiakkaamme tuntemaan.

Turvan tunne luo luottamuksen ilmapiirin

Olemme perheyritys ja työntekijämme ovat onnistumisemme keskipisteessä. Haluamme, että he kasvavat, loistavat ja kokevat työnsä merkitykselliseksi.

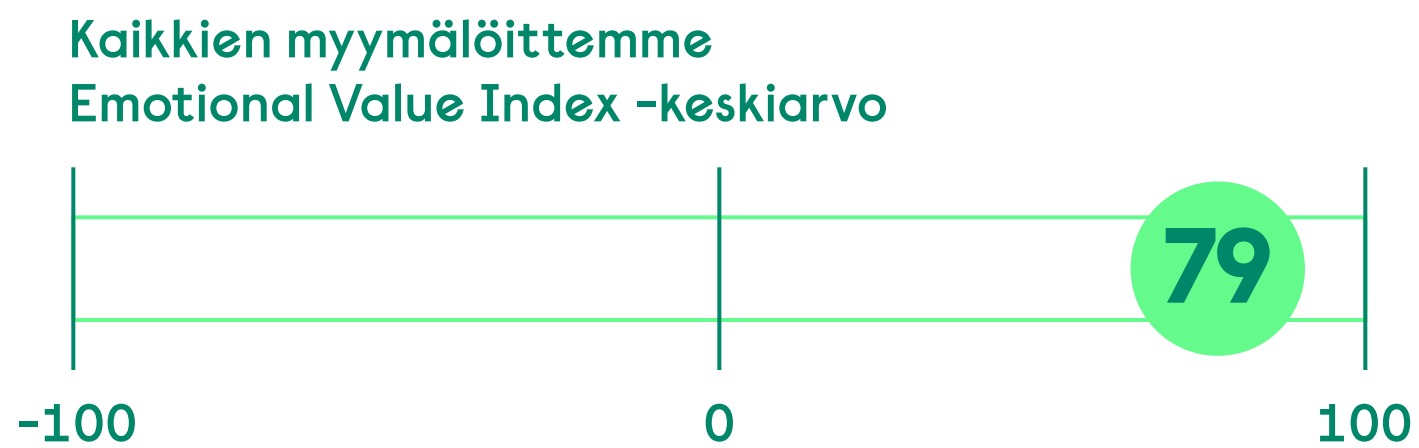
On tärkeää, että jatkuvan muutoksen keskellä työyhteisömme voi tarjota turvalli-

suutta ja inhimillisyyttä sekä tilaa ja mahdollisuuksia. Kun ihmisillä on hyvä ja turvallinen olla meillä töissä, käsissämme on win win win -tilanne, sillä tunne välittyy asiakkaalle asti. Turvan tunne tarkoittaa meille sisältä tulevaa turvaa, eli keskinäistä kohtelua, jossa jokainen kokee olevansa turvassa, ilman että tarvitsee pelätä pomoa tai työkaveria. Luottamus syntyy siitä, että jokainen saa ja uskaltaa olla aidosti oma itsensä. Henkilöstömme DEI-kyselyn vastausten mukaan 94 % tunsivat olonsa Kekäleellä hyväksytyksi ”sellaisena kuin olen”.

Kohtaamisen kieltä voi opetella

Vuonna 2023 järjestimme henkilökunnallemme kolme Kohtaamisen kieli -koulutusta: yhden koko organisaatiolle ja kaksi esihenkilöille. Kielellä, jota käytämme, on valtava merkitys

Mitä saimme aikaan vuonna 2023?



Tunnetilat, jotka korostuvat meillä asiointissa



työntekijöiden välisessä kommunikoinnissa ja kommunikoinnissamme asiakkaille. Monesti unohdamme, että kieleen liittyy myös kommunikaatio itselle – se sisäinen puhe, jota itsemme kanssa käymme. Se voi olla joko rakentavaa ja hyvinvointia kohottavaa tai arvostelevaa ja alentavaa. Välillä sorumme ajattelemaan, että kieli on vain puhetta, mutta aivomme uskovat jokaisen sanan, jonka sanomme tai mitä itsestä ajattelemme. Koulutus kosketti kekäleläisiä vahvasti ja se oli alkusysäys vuoden 2024 kampanjallemme, jossa kiinnitämme huomion siihen, miten puhumme itsellemme ja itsestämme.

Koulutukset kehittymisen tukena

Koulutuksellisia hetkiä henkilöstöllemme on viikoittain ja kuukausittain. Uusia koulutuksia vuonna 2023 olivat Kekäle Second handiin ja kanta-asiakkuuteemme liittyvät koulutukset, kesän juhlien puvut ja kauluspaidat -koulutus sekä talvinen UGGien hoito-ohjeiden koulutus. Järjestimme myös kesätyöntekijöille erillisen

energiaboostin määräaikaisten työntekijöiden fiiliksen nostattamiseksi. Myymälätyössä työnkuviamme ei ole jaettu osastoittain, vaan jokainen myyjä pystyy palvelemaan asiakkaita kattaen koko valikoiman. Se vaatii meiltä koulutukseen panostamista ja tarjoaa henkilökunnallemme mahdollisuuden oppia ja kehittyä laajasti pukeutumisen parissa. Mahdollisuus kehittyä kanssamme lisää sitoutumista ja jatkuva oppiminen tuo itsevarmuutta ja tyytyväisyyttä asiakaspalvelutilanteisiin.

Asiakaskokemus, josta jää muisto

Tavoitteenamme on asiakaskokemus, josta jää muisto. Mittaamme asiakaskokemusta Emotional Value Index -mittarilla, jossa jokaisen kanta-asiakkaamme tekemän ostoksen jälkeen hänelle lähtee kysely. Saimme vuonna 2023 13 000 vastausta ja kaikkien myymälöidemme EVI-keskiarvo oli 79 skaalalla, joka ulottuu -100:sta +100:aan. ”Iloinen”, ”luottavainen” ja ”innostunut” ovat tunnetiloja, jotka korostuivat meillä asiointissa.

Vuonna 2023 viimeistelimme Kekäleen Kulttuurin käsikirjan, joka löytyy julkisena verkkosivuiltamme. Kulttuurin käsikirja sanoittaa, millaista on olla osa kekäleläisten joukkoa, millaisia asioita arvostamme, millaisiin tekoihin ja asenteeseen kannustamme ja miten johdamme kulttuuria ja työtä. Kulttuurin käsikirjaa käydään läpi rekrytoinneissa ja perehdytyksessä, ja se auttaa viestimään odotuksistamme ja eduistamme läpinäkyvästi.

Työhaastatteluissa vastuullisuus ja kestävyys ovat hakijoille erityisen tärkeitä teemoja, ja siksi niitä on ilo avata kulttuurin käsikirjan avulla jo haastatteluvaiheessa.

Myyjiemme palkat ovat kaupan alan työehtosopimuksen mukaisia taulukkopalkkoja, joissa kokemusvuodet tuovat palkanlisää.



Esihenkilöiltä pyydetään rekrytoinnin yhteydessä palkkatoive. Bonuspalkitsemisemme on tiimikohtaista: seuraamme koko tiimin, emme yksilön menestystä. Myymälöille on määritelty myyntibudjetit, jotka esihenkilö pilkkoo konkreettiseksi tavoitteiksi.

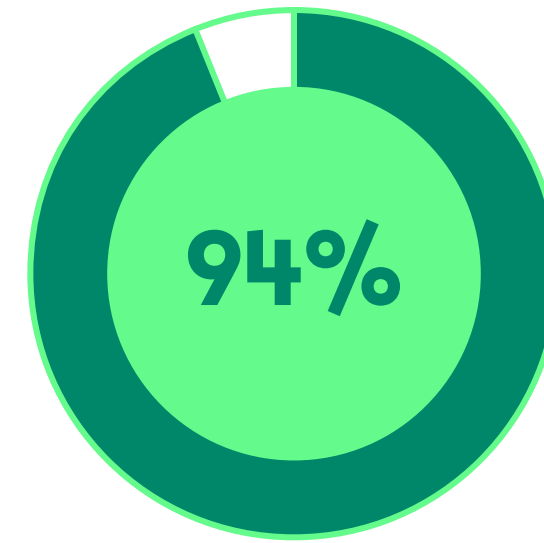
Työntekijöidemme hyvinvoinnin tueksi tarjoamme laajennetun Epassi Flex -edun, joka on joustava, henkilökohtainen hyvinvointibudjetti, jonka työntekijä voi käyttää omaa hyvinvointiaan parhaiten edistäen esimerkiksi kulttuuriin tai urheiluun, hammaslääkəriin tai hierontaan.

Henkilökuntamme on mukana monessa myös myymälän ulkopuolella: vuonna 2023 pääkaupunkiseudun Lempivaatevalmentaja-tiimiläiset olivat Kekäleen kasvot, kun Kekäle jalkautui Flow Festivaalille Helsingin Suvilahteen. Ihmisten kohtaaminen, Kekäleen filosofiasta kertominen ja hetkien ikuistaminen polaroidille painui sekä henkilöstön että festarikävijöiden mieliin ilolla.

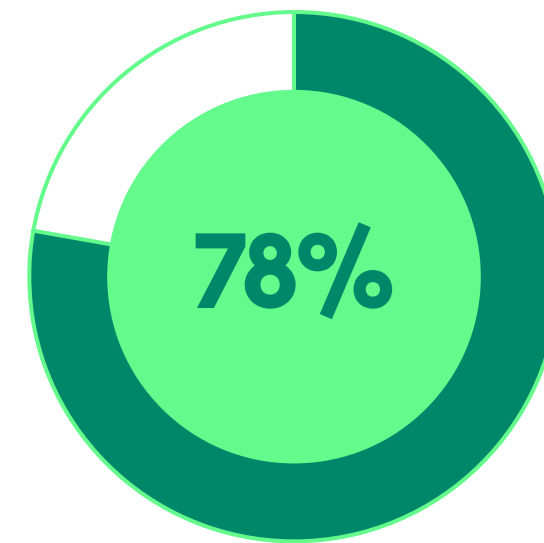
Millaista Kekäleellä on olla töissä?

Vuonna 2023 toteutimme DEI-kyselyn henkilökunnallemme kartoittaaksemme monimuotoisuuden, yhdenvertaisuuden ja osallisuuden kokemusta.

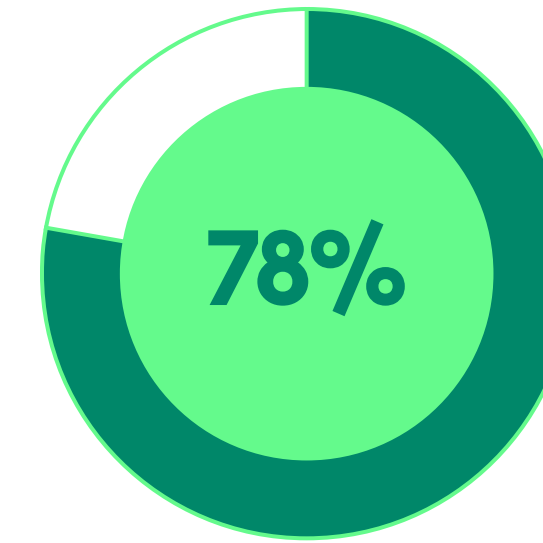
Kirjasimme monimuotoisuuden, tasa-arvon ja osallisuuden visiomme, tavoitteemme ja toimenpiteemme osaksi Kekäleen kulttuurin käsikirjaa. DEI-asiat käydään siten läpi jokaisen uuden kekäleläisen kanssa osana rekrytointiprosessia.



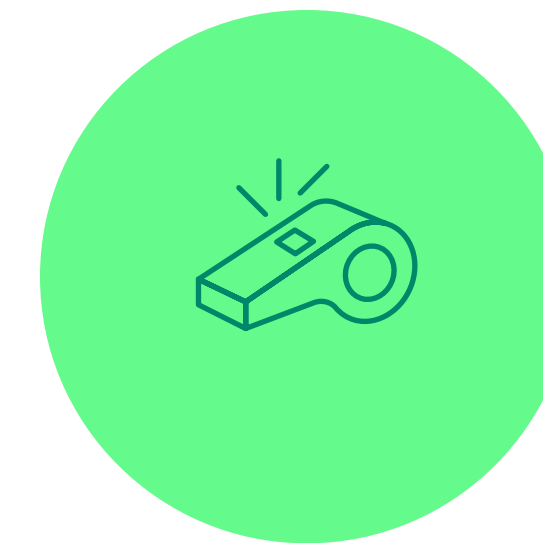
DEI-kyselyyn vastanneista tunti olonsa Kekäleellä hyväksytyksi "sellaisena kuin olen".



mukaan Kekäleen kaikkiin työntekijöihin suhtaudutaan oikeudenmukaisesti



vastaajista tunti olevansa osallinen Kekäleen toimintaan ja päätöksentekoon



Yli puolet vastaajista koki, ettei heille ole kerrottu, miten väkivaltaa, kiusaamiseen tai seksuaaliseen häirintään puututaan Kekäleellä. Nämä asiat ovat kommentoituina sisäisissä dokumenteissamme, kuten varhaisen tuen mallissa. Asiasta ilmoittamisen tueksi avasimme whistle blowing -kanavan vuonna 2023.

Monimuotoisuus, yhdenvertaisuus ja osallisuus – lupa olla oma itsensä

”
**Erilaiset vahvuudet
ja ihmisten erilaisuus
luovat kollektiivisen
potentiaalin, joka
ei ole osiensa
summa, vaan paljon
enemmän.**

DE&I-visionne Kekäleellä

Luomme tiimejä, joissa erilaiset vahvuudet ja ihmisten erilaisuus luovat kollektiivisen potentiaalin, joka ei ole osiensa summa, vaan paljon enemmän. Tarvitsemme näkemystä ja kokemusta eri perspektiiveistä. Näemme jokaisen työntekijämme yksilönä. Autamme työntekijöitä löytämään oman potentiaalinsa tukemalla eri tilanteissa siviilielämän tilanteet huomioiden. Tulevaisuuden suunnitelmana on luoda Kekäleelle oma oppimisympäristö, ”Kekäle-akatemia” jossa jokaisella on mahdollisuus kasvattaa osaamistaan. Kekäle-akatemia vastaa myös urasuunnittelun haasteeseen. Tahtotilamme on luoda kasvu ympäristö, jossa jokaisella on mahdollisuus edetä organisaation sisällä uusiin tehtäviin.

D (monimuotoisuus)

Jokainen ihminen on samanarvoinen. Emme salli minkäänlaista eriarvoistamista ikään, etniseen taustaan, seksuaaliseen suuntautumiseen, sukupuoleen, kieleen, uskontoon, koulutustaustaan tai tulotasoon liittyen.

E (yhdenvertaisuus)

Kohtelemme jokaista työntekijää oikeudenmukaisesti. Uralla etenemiseen vaikuttaa työssä suoriutuminen. Näemme työntekijämme yksilöinä eri tarpeineen eri tilanteissa.

I (osallistaminen)

Jokaisella kekäleläisellä on mahdollisuus vaikuttaa työhönsä taustastaan riippumatta. Vaalimme yhteisöllisyyden kulttuuria, jossa jokainen tuntee olevansa tärkeä ja arvostettu osa kokonaisuutta. Osallistamme henkilökuntaa päätöksentekoon. Huomioimme päätöksenteossa erilaiset näkökulmat.

Vastuullisuustyömme on tehnyt entistä enemmän näkyväksi henkilöstömme osaamisen ja hyvinvoinnin kehittämisen. Työntekijöidemme loistaminen, kasvu ja sitoutuminen ovat edellytyksiä sille, että onnistumme tehtäväsämme olla vaatekaupan edelläkävijä polulla kohti kestävämpää muotialaa.

Tiekarttamme rakentuu kolmen pääteeman ympärille. Tarkat tavoitteet, vastuut ja mittarit mahdollistavat sen, että otamme jälleen harppauksia eteenpäin yhdessä työntekijöidemme kanssa. Yksi tärkeimmistä mittareistamme on työntekijöiden sitoutuminen. Vuonna 2025 yksi tärkeimmistä mittareistamme on: kuinka todennäköisesti suosittelisit ystävällesi Kekälettä työnantajana? Asteikolla 1–10 tavoittelemme lukua 8,5.

1 Kekäle-akatemia

Työn tulevaisuus ja työskentelytavat muuttuvat kovaa vauhtia. Suomea koskettaa jo nyt eri alojen osaajapula. Tähän vastataksemme käynnistämme vuonna 2024 Kekäle-akatemian – ohjelman – johon työntekijät voivat osallistua koulutustuakseksi ja kehittääkseen taitojaan. Olemme saaneet hyviä kokemuksia aikaisemmista koulutuksista, kuten Lempivaatevalmentaja-kokonaisuudesta. Ne sitouttavat, kasvattavat osaamista, auttavat löytämään uusia urapolkuja sekä rakentavat ulkoista työnantajamielikuvaa. Lisäksi monet työntekijämme tulevat meille nuorina; meillä on paitsi vastuu, myös hieno mahdollisuus tukea heidän urakehitystään. Samalla pääsemme oppimaan, mitä houkutteleva työ ja ura tarkoittavat nuorten näkökulmasta. Vuonna 2024 tulemme mm. toteuttamaan pienempiä koulutuksia lyhyinä opetusvideoina, sillä olemme huomanneet, että tekijäihmisillemme pitkät teams-koulutukset eivät ole tehokkain ja innostavin tapa oppia uutta.

2 Monimuotoisuus, tasa-arvo ja osallisuus

Yksi keskeinen uusi tavoitteemme kaudelle on monimuotoisuuden, tasa-arvon ja osallisuuden tukeminen. Kokonaisuus on laaja, ja vuonna 2023 ensimmäisessä vaiheessa kartoitimme nykytilan. Tulosten pohjalta luomme vuonna 2024 tavoitteet ja toimenpidesuunnitelman. Kyseessä on merkityksellinen kokonaisuus, jonka pohjalta rakennamme tiimejä, kasvatamme esihenkilöitä ja harjoitamme liiketoimintaa hyvää edistävänä voimana.

3 Työntekijöiden tyytyväisyys ja hyvinvointi

Kokonaisvaltainen, eri elämän osa-alueiden kuormittavuus näkyy myös työssämme. Etujen lisäksi kehitämme jatkuvasti toimenpiteitä, joilla pystymme tukemaan työntekijöidemme hyvinvointia. Myymälöissä työskentely on melko fyysistä työtä, ja siksi olemme keskittäneet yhä enemmän huomiota työstä palautumiseen ja rauhoittumiseen myös tauoilla. Vuonna 2023 julkaisimme kulttuurin käsikirjan, ja osa kehittämistä on myös oman hyvinvointiohjelman tekeminen vuonna 2024.

Katsotaan
eteenpäin

Vaikoimoinnimes
Vaikoimoinnimes
Vaikoimoinnimes



CB

Kuinka kehitämme valikoimaamme kestävämpään suuntaan?

Vastuullisin teko
koko toimialalla ja suurin
tarvittava muutos
ajatusmallissamme on
se, että vaatteita tulisi
yksinkertaisesti tuottaa ja
ostaa vähemmän.

Valitsemme valikoimaan aikaa kestäviä, laadukkaita vaatteita, jotka kestävät sekä tarkemman tarkastelun että käytössä myös käyttäjältä toiselle. Sellaisia vaatteita, joita pidetään ja joista pidetään.



2023 ja valikoiman vastuullisuus

Toimintamme suurin ympäristö- ja sosiaalinen vaikutus syntyy vaatteista, joita myymme. Tekstiili- ja muotialan osuus globaaleista kasvihuonekaasupäästöistä on arviolta 2–10 %². Vaatteita ostetaan trendien perässä tusina-kaupalla hetken huumassa ja vain minimaalinen osa niistä päätyy käyttöön. Kun vaatteita ei käytetä, niiden valmistamiseen on hyödynnetty luonnonvaroja turhaan ja valmistuksesta syntyy päästöjä ilman tarvetta.

Tuotantovolyymien laskeminen olisi nopein tapa vaikuttaa päästöjen vähenemiseen. Vastuullisin teko koko toimialalla ja suurin tarvittava muutos ajatusmallissamme onkin se, että vaatteita tulisi yksinkertaisesti tuottaa ja ostaa vähemmän. Ja pitää käytössä enemmän ja pidempään. Se tarkoittaa tarkempaa harkitsemista ja laadukkaampia valintoja. Haluamme, että valikoimamme vaatteet kestävät sekä

² Suomen tekstiili ja muoti,
<https://www.stjm.fi/palvelut-ja-tietoa-yrityksille/vastuullisuuspalvelut/ymparistovastuu/>

Mitä olemme jo saaneet aikaan?

” Tavoitteenamme on valikoima, josta sekä sinun että valmistajien on helppo pitää.

tarkemman tarkastelun että käytössä myös käyttäjältä toiselle. Siksi olemme päättäneet lähteä jatkuvan parantamisen polulle yhdessä edustamiemme brändien kanssa.

Vuonna 2023 määrittelimme Kekäleen vaikuttavan ostamisen ohjeiston. Loimme neljä uutta toimintatapaa, joilla pyritään vaikuttamaan valikoiman vastuullisuuteen sosiaalisen- ja ympäristövastuun näkökulmista. Tavoittemme oli myös kerätä tuotekohtainen tieto, jotta voimme merkata vastuullisemmat valinnat myymälässä ja verkkokaupassa.

Valikoiman vastuullisuuden osoittaminen ja läpinäkyvyyden kehittäminen on vaatinut resurssejamme valtavasti enemmän kuin arvioimme vuonna 2022. Vaateteollisuus on kaikkea muuta kuin läpinäkyvä. Vaateteollisuudessa toimittajatehtaita pidetään vielä liikesalaisuutena. Vaikka tuotteen materiaali olisi vastuullisuussertifioitu, lopputuote ei välttämättä ole. Riskien paikantaminen ja hyvien toimintatapojen todentaminen ei ole helppoa.

Haluamme itse olla läpinäkyviä prosessin etenemisestä ja haasteista, jotka koskettavat koko vaatealaa. Aloittaessamme prosessin olemme saaneet kuulla olleemme ensimmäisiä jälleenmyyjiä, jotka järjestelmällisesti pyytävät vastuullisuusdataa brändi- ja tuotetasolla. Edelläkävijyys on haasteiden ratkaisemista ja uusien toimintatapojen solmimista. Haasteista huolimatta emme ole laskeneet omaa rimaamme. Vaikka prosessissa ja vastuullisuuden todentamisessa kestää arvioimaamme kauemmin, haluamme tehdä työn kunnolla.

Koska olemme vaatteiden jälleenmyyjä, keräämme tietoa pääosin tavarantoimittajilta. Olemme edistyneet läpinäkyvyyden lisäämisessä ja uusien toimintatapojen, kuten brändiarvioinnin käynnistämisessä ja tietojen systemaattisessa keräämisessä. Vie vielä hetken, ennen kuin pääsemme merkkamaan vastuullisemmaksi valinnaksi määrittelemämme tuotteet myymälässä ja verkkokaupassa.

Tavoitteenamme on valikoima, josta sekä sinun että valmistajien on helppo pitää.

Vaikuttavan ostamisen ohjeisto

Vuonna 2023 määrittelimme Kekäleen vaikuttavan ostamisen ohjeiston. Loimme neljä uutta alla kuvattua toimintatapaa, joilla pyritään vaikuttamaan valikoiman vastuullisuuden sosiaalisen- ja ympäristövastuun näkökulmista. Kävimme ohjeistomme ja tavoitteemme läpi tavarantoimittajabrändiemme kanssa vuonna 2023.

1 Vaikutus sosiaaliseen vastuullisuuteen – asianmukaisen huolellisuuden järjestelmä

Loimme Due Diligence Systemin (DDS) eli asianmukaisen huolellisuuden järjestelmän. Kyseessä on systeemi, jonka avulla toimittajat läpivalaistetaan vuosittain. Tavoitteena on toimittajiin liittyvien riskien arviointi ja hallinta.

Vaateteollisuudessa on neljänlaisia toimittajia: vaatteita ompelevat toimittajat, vaateen materiaaleja valmistajat toimittajat, raakamateriaaleja prosessoivat toimittajat ja raakamateriaalien tuottajat. Usein vaiheet suorittavat eri toimijat. Siksi toimittajat jaetaan neljään ryhmään:

- Tier 1: Tehtaat, jotka valmistavat ja ompelevat vaatteet tavarantoimittajille/brändeille
- Tier 2: Tehtaat, jotka valmistavat vaatteiden materiaalit eli tekstiilit, kuteet ja langat
- Tier 3: Tehtaat, jotka prosessoivat raakamateriaaleja
- Tier 4: Raakamateriaalien tuottajat

Tavoite on lisätä läpinäkyvyyttä koko valikoimamme osalta Tier 1 -tasolle eli tietää toimittajatehtaat ja niiden lokaatio. Tier 2 -tasolle ulottuvaa läpinäkyvyyttä kehitämme oman brändimme Sinnuun valmistuksen osalta. Selvitämme, missä tehtaat sijaitsevat ja määrittelemme maahan tai alueeseen liittyvät riskit.

Koko valikoiman osalta toimittajayritysten sertifiointeja ja sertifiointista saatuja pisteitä tarkastetaan pistokokein. Oman brändimme toimittajien kaikki

sertifikaatit tarkastetaan. Tietojen perusteella saamme todennuksen alhaisesta riskistä tai identifioimme korkean riskin toimittajat. Korkean riskin ilmaantuessa keskitymme kehittämään toimintatapoja yhdessä tavarantoimittajan kanssa. Tarkoitus on estää, vähentää ja lopettaa negatiivinen sosiaalinen vaikutus.

Edistyksemme 2023 aikana:

Olemme käyneet tavarantoimittajien kanssa keskustelut tavoitteestamme saada näkyvyys tuotannon Tier 1 -tasolle. Tavarantoimittajiemme tulee jakaa tieto Tier 1 -tason toimittajista kanssamme nimeämällä suurimmat toimittajatehtaansa ja niiden sijainti tai antamalla tehtaan koodin. Vaateteollisuudessa toimittajatehtaita pidetään liikesalaisuutena, joten osa brändeistä suostuu jakamaan vain tehtaalle antamansa koodin. Koodin avulla voimme kuitenkin suorittaa pistokokeita, eli pyytää brändiltä tehdaskoodien takaa löytyvien tehtaiden sertifikaatit.

Brändikyselyssämme kysymme tavarantoimittajilta, kuinka suuri osa (yli vai alle 80 %) heidän valikoimaansa tuotteita valmistavista valmistajista on alhaisen tai keskitason riskin toimittajia BSCI, Fair Wear Foundation, Sedex, WRAP tai SA8000-standardeilla mitattuna. Jos brändi vastaa alle 80 % toimittajista identifioituvan alhaisen tai keskitason riskiin, kysymme tarkentavia kysymyksiä ja vuoden 2024 aikana käymme brändien kanssa kehityskeskustelut.

Oman brändimme Sinnuun osalta työ kohti Tier 2 -tason läpinäkyvyyttä käynnistyy vuonna 2024.

2 Vaikutus ympäristövastuuseen – ympäristön kannalta suotuisat ostot

Olemme luoneet Environmentally Preferable Purchasing (EPP) -ohjeiston eli oman ohjeistuksemme ympäristön kannalta suotuisiin ostoihin. Tässä yhteydessä määrittelimme, mikä on meille vastuullista ja siten tavoiteltavaa. Tavoite on löytää tuotteita, joilla on pienempi negatiivinen vaikutus ympäristölle kuin muilla kilpailevilla tuotteilla.

Ohjeistossa määritellään esimerkiksi:

- Millainen on vastuullinen materiaali? Miten se on tuotettu?
- Millä sertifikaateilla ympäristövastuuta mitataan?
- Poissuljetut materiaalit, poissuljetut valmistusmaat, poissuljetut valmistusmenetelmät sekä määrittely miksi ne poissuljetaan ja mihin mennessä
- Mitä vaadimme mm. tavarantoimittajien energiatehokkuudelta, jätteiden käsittelyltä, pakkauksilta

Edistyksemme 2023 aikana:

Olemme määritelleet materiaaleille viisi kategoriaa: paras vastuullinen valinta, vastuullinen valinta, parempi valinta, perusmateriaali ja poissuljettu materiaali. Suosimme itse ostoissamme ja kannustamme tavarantoimittajia valitsemaan kahden ensimmäisen kategorian materiaaleja.

Vaatumuksemme tavarantoimittajien energiatehokkuudelle, jätteiden käsittelylle ja pakkauksille on käyty läpi tavarantoimittajien kanssa ja ne ovat osa Supplier Code of Conductiamme.

Seuraavaksi määrittelemme poissuljetut valmistusmaat, poissuljetut valmistusmenetelmät ja määrittelyn, miksi ne poissuljetaan ja mihin mennessä.

3 Vaatimusten viestiminen tavarantoimittajille – yritysvastuuvaatimukset

Loimme yritysvastuuvaatimukset (Supplier Code of Conduct) tavarantoimittajille. Vaadimme tavarantoimittajiamme allekirjoittamaan luomamme yritysvastuuvaatimus-dokumentin ja siten sitoutumaan määrittelemiimme toimiin, jotka kattavat sosiaalisen vastuun ja ympäristövaikutuksen. Yritysvastuuvaatimusdokumenttiin on kirjattu myös muut määritellyt asiat, joilla edistetään valikoimamme kehitystä haluamaamme suuntaan. Kriteeristö tulee olemaan kiristynyt, eli vuonna 2025 odotamme tavarantoimittajilta kehitystä vuoden 2024 verrattuna.

Edistyksemme 2023 aikana:

Loimme Supplier Code of Conductin vuonna 2023 ja olemme esitelleet ja toimittaneet sen allekirjoitettavaksi kaikille tavarantoimittajabrändeillemme.

16 kpl tavarantoimittajistamme on allekirjoittanut Kekäleen Code of Conductin tai mutual agreementin. Mutual agreementiin päädytään, jos brändi ei lakiteknisistä syistä suostu allekirjoittamaan Kekäleen Code of Conductia. Mutual agreement sisältää kuitenkin samat vaatimukset. Vaadimme Code of Conductin tai mutual agreementin allekirjoittamista vuoden 2024 aikana kaikilta tavarantoimittajabrändeiltämme.

4 Vuosittainen brändikatsaus eli vaatimusten toteutumisen seuranta

Seuraamme tulevaisuudessa noin kahden vuoden väliajoin, kuinka tavarantoimittajabrändit pärjäävät mittaristollamme, joka on luotu yllä olevien kolmen toimenpiteen seurauksena.

Brändikatsaukseen kuuluu:

- Vaatimusten todentaminen: vastataanko vaatimuksiimme?
- Yhteistyö tavarantoimittajien kanssa mahdollisten puutteiden korjaamiseksi
- Konkreettiset suunnitelmat puutteiden korjaamiseen ja etenemisen seuranta
- Brändien pisteyttäminen ja jatkuva kehittäminen yhteistyössä brändien kanssa
- Kun oma tietotaitomme vastuullisuudesta kasvaa, pystymme kouluttamaan tavarantoimittajia välttämään sudenkuoppia

Edistyksemme 2023 aikana:

Olemme aloittaneet brändikatsaukset suurimmista toimittajistamme vuonna 2023 ja työ jatkuu vuonna 2024. Brändikatsaukset alkavat arviolta vuonna 2025, kun ensimmäinen kierros vaatimuksiimme vastaisesta on käyty jokaisen tavarantoimittajabrändin kanssa vuoden 2024 aikana.

Ottaessamme valikoimaan uusia brändejä käymme jo nyt läpi suullisen prosessin, jossa selvitämme toimittajille ympäristö- ja sosiaalisen vastuun kriteerimme.

Valikoima ja palvelut pitämisen puolesta

- Ajattelemme valikoimamme tuotteita aina asukokonaisuuksina. Jo ostaessa pohdimme tuotteiden yhdisteltävyyttä ja asiakkaan vaatekaappia pidemmällä aikavälillä. Peilaamme esimerkiksi uusia värejä ajattoman perusvaatekaapin valintoihimme ja valitsemme niihin sopivia täydennyksiä. Teemme parhaamme, jotta vaatekaapissasi olisi aina toimivia yhdistelmiä.
- Autamme asiakasta löytämään vaatteet, joista pidetään ja joita pidetään. Lempivaatevalmentaja-palvelumme auttaa asiakasta löytämään häntä parhaiten pukevat mallit ja värit, joihin on ilo pukeutua ja jotka tuovat esille kantajansa sisäistä persoonaa.
- Vaatekaupoilla pitää tehdä harkittuja valintoja. Lempivaatevalmentajan palveluun sisältyvä Lempivaatetakuu laajentaa palautusoikeutta. Annamme Lempivaatevalmentajan kanssa valituille vaatteille 2 viikon harkinta-ajan, Lempivaatetakuun. Takuuajana vaatteita saa – ja

pitää – käyttää. Näin pääset selville siitä, syventyykö vaatehastus arjen tuoksinassa vaaterakkaudeksi, josta haluat pitää kiinni.

- Tarjoamme kivijalkaliikkeissämme muutosompelijan palveluita lisämaksusta. Muutosompelu tekee vaatteesta mittojen mukaisen ja sitä myötä vaatteen pitäminen lisääntyy. Liikkeissämme saat ne helposti ilman erillistä ompelijäkäyntiä ja Joensuun myymälässä oman ompelijamme toteuttamina.

Nappivalintoja myös verkkokaupassa

- Verkkokaupassa oman koon arviointi ja löytäminen voi olla haastavampaa kuin myymälässä. Siksi otimme käyttöön kokoapurin, jonne asiakas syöttää mittansa. Näiden perusteella syntyy ihmishahmo, jonka mittasuhteita voi hienosäätää oman kehon rakenteen mukaiseksi. Apuri suosittelee tuotteesta sopivinta kokoa ja kuvailee tuotteen potentiaalista istuvuutta.
- Verkkokaupan ”oma toivelista” kannustaa harkittuihin valintoihin. Voit lisätä tuotteita

toivelistalle ja nukkua yön yli. Jos tuote vielä sen jälkeen tuntuu tarpeelliselta, on se varmemmin hyvä täydennys vaatekaappiisi.



Tavoitteena myydä kaikki, mikä ostetaan

- Valtaosa mallistostamme myydään. Ostajahenkilökuntamme ostoja ohjaavat läpimyynnitavoitteet, jotka kannustavat harkitsemaan huolella, vastaako tuote asiakkaidemme makua ja toiveita. Onnistumme tässä vaatekaupan mittapuulla poikkeuksellisen hyvin.
- Valikoimamme koostuu pitkäaikaisista tuotteista, joille tehdään täydennysostoja sekä sesonkituotteista, joiden valikoimaa ei täydennetä. Pitkäaikaisten tuotteiden myynti kattaa meillä 30,9 % kokonaismyynnistä. Pitkäaikaiset tuotteet ovat usein myös pitkäikäisiä: niitä todellisia vaatekaapin klassikoita, jotka palvelevat sesongista toiseen ja joille kertyy käyttökertoja.
- Joskus vaatteiden valmistusvaiheessa käy virheitä. Jos tuotteessa on selkeä virhe, se palautetaan tavarantoimittajalle takaisin. Tulevaisuudessa toivomme, että saisimme tavarantoimittajalta hyvityksen ja voimme toimittaa tuotteen itse kierrätykseen.

- Jos ostettava tuote on rikki, mutta kuitenkin korjattavissa, asiakas voi viedä sen ompeliin ja Kekäle maksaa korjauskulut.
- Emme koskaan tuhoa tuotteita emmekä suostu tuhoamispolitiikkaan.
- Näyteikkunalla tuotteet välillä valottuvat niin, etteivät ne ole myyntikelpoisia. Nämä tuotteet kierrätetään tekstiilikierrätykseen.
- 0 % vaatteistamme päättyy kaatopaikalle.

Se pieni puro eli pakkaukset

- Myymäläkassimme ja verkkokaupan postituspussimme ovat tällä hetkellä muovinkeräyksessä kierrätettäviä PE-muovipusseja. Vuoden 2023 aikana tavoitteemme oli vaihtaa kaikki verkkokaupan postituspussit ja myymälöiden muovipussit 80 % kierrätysmuovista valmistettuihin versioihin, mutta pussien tasalaatuisuuden kanssa ilmeni ongelmia. Kartoitamme nyt kierrätysmuovin tilalle muita vaihtoehtoja. Muutimme muovikassit maksullisiksi keväällä 2024, jotta saisimme vähennettyä muovin ja turhan pak-

kausmateriaalin määrää sekä kannustettua asiakkaita käyttämään kestokasseja.

- Käytämme pahvilaatikoissa PEFC-sertifioitua pahvia. Paperi- ja lahjapusseissa sekä verkkokauppatilausten paperina käytämme FSC-sertifioitua paperia.
- Käytämme pahvilaatikoita sellaisenaan uudelleen sisäisissä siirroissa ja verkkokaupan toimituksissa asiakkaalle. Jos pahvilaatikoita ei voi enää käyttää uudelleen, ne kierrätetään systemaattisesti pahvinkeräykseen joka myymälässä.
- Osana brändikatsauksen brändikyselyä selvitämme, onko tavarantoimittajabrändillä vastuullisen pakkaamisen politiikka ja toteutuuko kierrätettyjen, biohajoavien tai vastuullisesti tuotettujen materiaalien käyttö yli 80 %:ssa heidän pakkauksiaan.



Sinnuu – oma brändi suunnan näyttäjänä

Sinnuu on Kekäleen oma vaatebrändi. Luomme aikaa ja kulutusta kestäviä, laadukkaita vaatteita laadukkaista materiaaleista. Sano-

taan, että 80 % tuotteen jalanjäljestä syntyy suunnitteluvaiheessa, kun valmistustapojen valinnat tehdään. Suunnittelemme Sinnuu-malliston itse Suomessa ja tilaamme sen valmistajilta, joten voimme vaikuttaa



sen tuotantoon valikoimassamme laajimmin. Uskomme, että omat brändit voivat olla tulevaisuudessa halpamalliston sijaan suunnan näyttäjiä sille, miten kestävämpiä mallistoja voidaan luoda.



- Suuri osa Sinnuu-tuotteista on valmistettu Euroopassa. 90 % merkin vaatteista valmistetaan Italiassa ja Portugalissa samoissa tehtaissa, joissa monet luksusbrändit valmistavat tuotteitaan. Tavoitteemme on siirtää Tier 1- ja Tier 2 -vaiheiden tuotanto kokonaan Eurooppaan. Pieni määrä vaatteita on valmistettu Tunisiassa vielä vuonna 2023.
- Sinnuu-tuotteet suunnitellaan Suomessa. Mallistoja, materiaalivalintoja ja leikkauksia

suunnittelevat meiltä Tuomas Kekäle ja Tuija Viitaniemi. Etunamme on se, että näemme jatkuvasti, millaisia vaatteita asiakkaamme valitsevat. Pienillä muutoksilla voimme luoda mallistoamme vielä paremmaksi ja kulutusta kestäväksi. Simppeleistä vaatteista löytyy aina jokin pieni juju, kuten vaatteen kaunista laskeutumista avustava halkio.

- Kaikkien Sinnuu-vaatteiden mitoitus on tehty pienillä muutoksilla suomalaiselle keholle paremmin istuvaksi. Tarjoamme kokoja laajasti: miesten mallistossa väliltä S–XXXL ja naisten mallistosta väliltä XS–XXL.
- Valitsemme tuotteisiin helppohoitoisia ja huollettavia materiaaleja, esimerkiksi merinovillaa. Käyttämämme merinovilla on mulesing-vapaata. Merinovillan lisäksi käytämme muita laadukkaita luonnonmateriaaleja, muun muassa puuvillaa ja viskoosia sekä ylellistä kashmiria. Näitä vahvistavat toisinaan myös pieni määrä muita tarkkaan valittuja kuituja, jotka tekevät vaatteista pitkäikäisiä ja helppohoitoisia.

- Vuonna 2024 luomme Sinnuu-malliston valmistajille Code of Conduct -vaatimukset.
- Tehtävälisällämme on mennä Sinnuu-brändin läpinäkyvyydessä yksi askel pidemmälle kuin jälleenmyyntivalikoimassamme. Tavoitteemme on päästä läpinäkyvyydessä Tier 2 -tasolle eli materiaalien valmistukseen asti. (Löydät selvennyksen vaateteollisuuden Tier-tasoista sivulta 34.)

”Toivomme, että jokainen saisi loistaa omana itsenään. Tässä kuvassa loistaa yksi upeista asiakkaistamme.

Samuel
KEKÄLEEN ASIAKAS



Me Kekäleellä
haluamme vaikuttaa
myös siihen, mitä
vaatteelle tapahtuu
sen jälkeen, kun kävelet
ulos liikkeestämme.

**Kuinka edistämme
kiertotalouteen siirtymistä
tuotteillamme ja palveluillamme?**

Nykyinen vaateala toimii lineaarisella mallilla, jossa vaatteita tuotetaan, niitä käytetään (jos käytetään) ja ne heitetään pois. Viimeisen 15 vuoden aikana vaatteiden tuotantomäärät ovat kaksinkertaistuneet. Samalla yksittäisten vaatteiden käyttökerrat ovat laskeneet lähes 40 %. Joka sekunti rekkalastillinen vaatteita päätyy kaatopaikalle tai poltettavaksi³. Se on silkkaa luonnonvarojen ja resurssien hukkaa.

Kiertotalous tarjoaa toisenlaisen ajatusmallin, jossa vaate nähdään arvokkaana tuotoksena, jonka tulisi palvella mahdollisimman pitkään ja elinkaarensa lopussa olla hyödynnettävissä uudelleen raaka-aineina. Me Kekäleellä haluamme vaikuttaa myös siihen, mitä vaatteelle tapahtuu sen jälkeen, kun kävelet ulos liikkeestämme.

”Pidä enemmän” on kantava visiomme myös kiertotalouden ajatusmallissa. Mitä enemmän käyttökertoja vaate saa, sitä pienempi on sen suhteellinen vaikutus ympäristölle.

Toimivassa kiertotaloudessa on kuitenkin 3 haastetta:

- 1 Huonolaatuiset vaatteet eivät kestä käyttäjältä toiselle
- 2 Emme hoivaa vaatteita niiden ansaitsemalla tavalla
- 3 Vaatteet jäävät käyttämättöminä kaapin perukoille. Tiedät varmasti tunteen siitä, että kaappi on täynnä vaatteita, mutta kaapista ei löydy mitään päälle pantavaa.

Vastaamme haasteisiin näillä teoilla:

- Mahdollistamme kiertotalouden myymällä laadukkaita vaatteita, jotka kestävät paitsi käytössä, myös käyttäjältä toiselle
- Kannustamme aktiiviseen vaatehuoltoon tuotteilla ja opastuksella
- Tarjoamme mahdollisuuden kierrättää laadukasta vaatekaapin sisältöä Kekäle Second hand -palvelussamme. Ymmärrämme, että vaatteita kantava ihminen muuttuu ja se kuuluu elämään. Uudistuakseen on päästettävä

irti vanhasta, ja me tarjoamme siihen mahdollisuuden. Monesti myös oma hutiostos voikin olla toiselle se vaatekaapista puuttuva pala-

Pidetään tyyli kierrossa!

Kiertotalous tulee olemaan yksi vastuullisen pukeutumisen kulmakivistä ja keinoista vähentää haitallista volyymia, jolla uusia vaatteita tuotetaan. Siksi myös me Kekäleellä haluamme tehdä oman osamme kiertotalouden kehittämisessä ja investoimme kiertotalouden kokeiluihin.

Tavoitteemme on kehittää kiertotalouden toimintamalleja ja kasvattaa kiertotaloutta edistävien tuotteiden ja palveluiden osuutta liikevaihdostamme.

³ Ellen Macarthur Foundation, Fashion and the circular economy – deep dive: ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive

Kestävintä kiertotaloutta on pitää tuotteet kierrossa siinä muodossa kuin ne ovat – siis vaatteet vaatteina – mahdollisimman pitkään. Siinä auttaa vaatteiden oikeaoppinen huolto ja pitämättömien vaatteiden vapauttaminen toisille käyttöön second hand -ajatuksella.

Vuonna 2023 Kekäle Second handin liikevaihto kasvoi 15-kertaiseksi vuoteen 2022 verrattuna. Lisäsimme noin 2700 vaatteen pitämistä, kun myimme ne second handina eteenpäin.

Pidä hyvin ja pidä huolta

Osa valikoimaamme ovat vaatehuollon välineet, ja niitä myytiin vuonna 2023 4922 kappaletta. Opastamme vaatehuoltoon ahkerasti niin myymälässä kuin sosiaalisen median kanavissakin.

Valikoimaan kuuluvat:

- vaateharjat, nukkakammat ja nukanpoistaja
- höyrystin
- kenkien huoltovälineet
- erikoispesuaine untuvalle ja tahrannoistaja

Konkreettinen askel kiertotalouteen – Kekäle Second hand

Kekäle Second hand -palvelu auttaa pitämään tyylin kierrossa. Palvelun avulla kanta-asiakkaamme voivat myydä tai ostaa käytettyjä tuotteita ja auttaa pitämään ne käytössä pidempään. Aloitimme palvelun keskittymällä meiltä ostettuihin naisten vaatteisiin ja suosituimpiin tuoteryhmiin. Vuonna 2023 laajensimme palvelua: nyt otamme vastaan brändilistauksemme mukaiset naisten mekot, hameet, yläosat, kengät, laukut ja takit sekä lasten ulkotakit, -housut ja -haalarit. Second hand -tarjoamasta on tullut

kiinteä osa valikoimaamme ja osa palveluamme, jossa vaatteille annetaan mahdollisuus tulla lempeivaatteiksi uudelleen ja uudelleen.

Tekstiilien kierrätys mahdollistaa raaka-ainetta uusiin tuotteisiin

Joskus vaatteet haalistuvat esim. näyteikkunalla niin, ettei niitä voi enää käyttää. Rester Oy on yhteistyökumppanimme pilalle menneiden tuotteiden kierrättämisessä. Kierrätämme Resterin avulla myös sellaiset second hand -vaatteet, joiden kunto ei riitä uudelleenmyyntiin. Kierrätetyistä vaatteista syntyy tekstiilikuitua, joka voidaan käyttää uudelleen lankana, tekstiileinä tai vaikka akustiikkapaneeleina.

Uudet kiertotalouden pilotit

Tavoitteemme on kehittää palveluitamme kiertotalouden hengessä. Vaatteiden korjauspalveluiden kasvattaminen tai vaatteiden vuokraus vaikuttavat potentiaalisimmilta seuraavilta kehityssuunnilta. Kuulet näistä varmasti lähempänä lisää.

Mitä olemme jo saaneet aikaan?

Asiakkoemme
Asiakkoemme
Asiakkoemme



Kuinka autamme asiakkaitamme tekemään pidetyimpiä valintoja?

Vastuullisuus-
tekojemme tavoitteena
on aikaansaada positiivisia
kierteitä. Matka kohti
kestävämpää muodin ja
pukeutumisen alaa kulkee
yhdessä toisiamme tukien,
kirittäen ja kannustaen.
Viestinnällä on tässä
keskeinen rooli.

” Itsetunnon kohentaminen ei saa kuitenkaan tapahtua muita alas polkemalla.

Tiedostamme, että vaatekauppana luomme viestinnällämme ja kuvastollamme vahvasti mielikuvaa siitä, mikä on haluttavaa. Emme myy vaatteita pelkän ulkokuoren vuoksi, vaan jotta se kaikkein kaunein sisimmässäsi pääsisi näkyviin ja valloilleen. Kun autamme sinua tuomaan parhaat puolesi esiin, pystymme parhaimmillaan saamaan sinut uskomaan itseesi.

Itsetunnon kohentaminen ei saa kuitenkaan tapahtua muita alas polkemalla. Siksi teemme töitä vaatteiden vastuullisemman valmistusketjun eteen.

Tavoittemme oli vuoden 2023 aikana saada kerättyä vaatteiden valmistajabrändeiltä tiedot toimitusketjun ja materiaalien vastuullisuudesta, jotta pääsemme merkitsemään vastuullisemmat valinnat myymälässä ja verkkokaupassa. Tiedon kerääminen osoittautui arvioitua vaativammaksi ja tarvitsimme siihen lisäresursseja ja aikaa. Lisäksi EU:n valmistelma ja helmikuussa 2024 lopullisesti hyväksymä viherpesudirektiivi asettaa vastuullisuusviestinnälle tarkennettuja vaatimuksia. Kyky pystyä

todentamaan vastuullisuusväittämien taustat on erityinen haaste vaatteiden pitkissä toimitusketjuissa, joissa toimijoita on monia.

Tiedostamme, että vaade koskettaa kaikkia vaatealan toimijoita. Olemme jo nähneet Kilpailu- ja kuluttajaviraston suitsivan vaatekauppiaiden vastuullisuusviestejä, minkä seurauksena monista verkkokaupoista ja hintalapuista ympäröivät vastuullisuusmerkinnät ovat kadonneet.

Otamme kiristyvät vaatimukset kiitollisena vastaan, sillä kokonaisuudessaan sääntely on valtavan toivottua, jotta asiakkaat voisivat tulevaisuudessa luottaa vastuullisuusväittämiin. Teemme töitä valikoiman vastuullisuuden eteen nyt vahvistetun tiimin ja lisäresurssien voimin. Haluamme tehdä vastuullisista valinnoista asiakkaille helppoja ja liittää vastuullisuusväittämämme sellaisiin tuotteisiin, joiden valmistuksessa on tehty aidosti parempia valintoja toimitusketjun ja materiaalien osalta.

Viime vuonna opimme, että viivästyksiltäkään ei vaativassa vastuullisuustyössä voi

vältyä. Vaikka emme yltäneet kaikkiin viestinnällisiin tavoitteisiimme, B Corp -sertifikaatin saavuttaminen muistuttaa, että olemme tehneet paljon asioita oikein. Arvioinnissa nimitäin mitattiin todennettuja vaikutuksia – siis sitä, mitä olemme tähän mennessä saaneet aikaan – ei tulevaisuuden lupauksia. Se antaa meille luottamusta rakentaa sen hyvän päälle, mitä olemme jo saaneet aikaan.

Vuonna 2024 viestintämme tulee tarttumaan yhteen ylikulutuksen juurisyistä: sisäiseen puheeseemme, joka niin helposti arvostelee, vertaa ja vähättelee. Negatiivinen sisäinen puhe ohjaa meidät kierteeseen, jossa pyrimme peittämään riittämättömyyden ja tyytymättömyyden tunnettamme kuluttamalla enemmän ja ostamalla jatkuvasti uutta.

Me kannustamme ostamaan vähemmän ja pitämään enemmän – niin vaatteistasi kuin omasta upeasta itsestäsi.

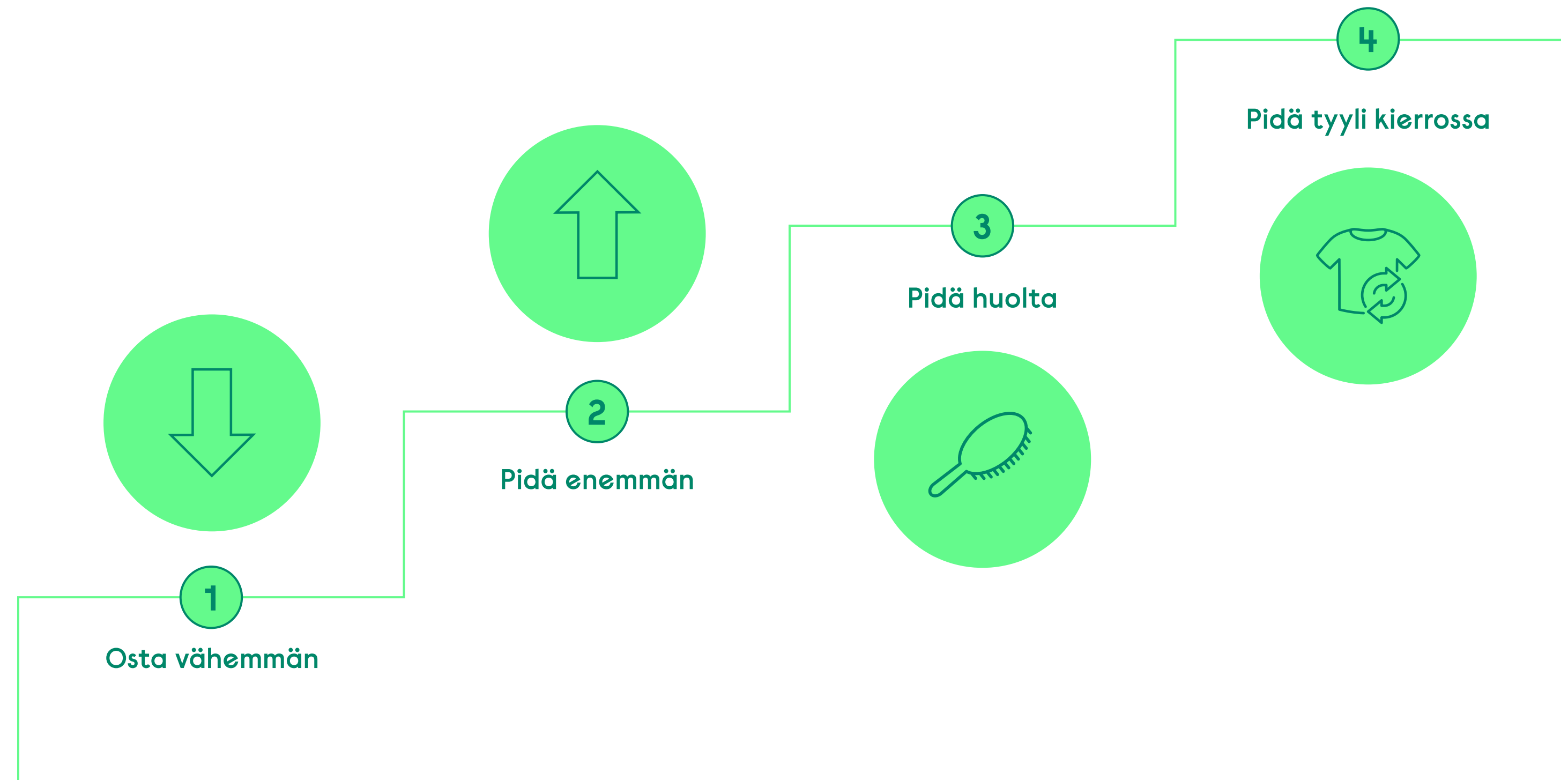
Tavoitteemme ei koskaan ole myydä mahdollisimman montaa uutta vaatetta, vaan sellaisia, jotka yhdistyvät olemassa olevaan

vaatekaappiisi ja kohottavat sieltä jo löytyvien vaatteiden käyttökertoja. Jaamme inspiraatiota vaatteiden yhdistelyyn toimiviksi asukonaisuuksiksi, ideoita olemassa olevan vaatekaapin päivittämiseen, ohjeita vaatehuoltoon

ja tietoa toimivimpien materiaalivalintojen tueksi.

Tavoitteemme on, että löydät pidetyimmät vaatteet ja uutta inspiraatiota pitämiseen meiltä.

4 askelta kestävämpään vaatekaappiin



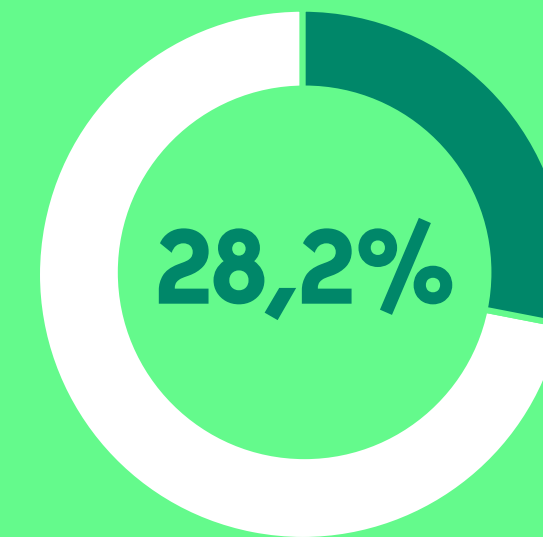
Vaatealalla kommunikaatio perustuu useimmiten uutuuksiin ja trendeihin. Pidetyimpien vaatteiden ideologia ohjaa markkinointikommunikaatiotamme toisenlaiseen suuntaan: valikoimme trendeistä nostettavaksi pitkäikäisimmät ja puhumme helposti yhdisteltävän vaatekaapin puolesta. Opastamme tekemään nappivalintoja, valitsemaan toimivimmat materiaalit ja pitämään vaatteista huolta.

Mitä saimme vuonna 2023 aikaan?

Viestintä 2023

Vastuullisuus-sisältöinen markkinointi

Vuonna 2023

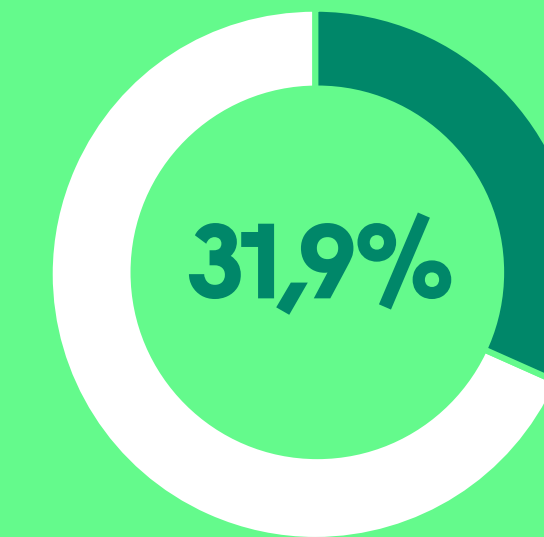


markkinoinnitamme käsitteli vastuullisuusteemoja. Tavoittemme oli nostaa vastuullisuus-sisältöinen markkinointiviestintämme 13 %:sta 23 %:iin. Ylitimme tavoitteen!

Sosiaalinen media

734

julkaisua, joista



viesti aiheeltaan vastuullisemman vaatekaapin näkökulmaa tai vinkkejä vastuullisempiin ostoksiin.

Sosiaalisen median yhteisömme on 35 837 henkilön kokoinen.

Verkkokaupan sisällöt

Tuotimme verkkokauppaan

21 uutta artikkelia ja sisältöä. **14** näistä oli vastuullisuusaiheisia.

Utiskirjeet

79

utiskirjeen pääviestinä olivat vastuullisuusaiheet. Utiskirjeillämme viestimme yhteensä

155 000

asiakkaalle

Myymälät

Palvelimme myymälöissämme yli

2,2 milj.

asiakasta ja verkkokaupassa yli

2,7 milj.

käyttäjää kertoen pääviestiämme pitämisen puolesta.

Viestinnän kohokohdat 2023

- Julkaisimme ensimmäisen vastuullisuusraporttimme vuodelta 2022.
- Juhlimme B Corp -sertifiointiamme joulukuussa 2023 ja kerroimme, miten B Corp -sertifikaatti erottaa meidät jo nyt muista vaatekaupoista.
- Kokosimme vastuullisista toimistamme kertovat sisällöt verkkosivullemme kekale.fi/vastuullisuus
- Korostimme uutiskirjeidemme roolia kommunikaatiossa ja kolminkertaistimme niiden uutiskirjeiden määrän, jossa inspiroimme ja opastimme Kekäle Kanta-asiakkaita kestäviin valintoihin.
- Tavoittelimme 22 %:n kasvua kanta-asiakkaiden määrässä vuonna 2023 – saavutimme 16 %:n kasvun. Lähes 60 000 uutta kanta-asiakasta on silti suuri määrä ja olemme iloisia jokaisesta.
- Aloitimme aktiivisemman mediasuhdetoinnin ja olemme päässeet kertomaan filosofiastamme ja taistelusta kertakäyttömuo-

tia vastaan mm. Kauppalehdessä ja uusien myymälöiden avaamisen yhteydessä Aamulehdessä, Savon Sanomissa ja paikallislehdissä.

- Olemme valmistelleet valikoiman vastuullisempien valintojen merkkäämistä ja niistä viestimistä huolella, jotta vastaamme kiristyviin vaatimukseen oikein.
- Loppuvuonna 2023 selvitimme kyselyillä suomalaisten itsetuntoa, suhtautumista itseensä ja heidän sisäistä puhettaan peilikuvalleen. Annoimme kanta-asiakkaillemme mahdollisuuden kertoa kehopuheestaan kyselyllä, johon saimme 1500 vastausta. Toteutimme Innolinkin kanssa Suuren suomalaisen itsetuntotutkimuksen, jossa 750 naista ympäri Suomea pääsi kertomaan, miten he puhuvat itsestään ja itselleen. Vastaukset toimivat pohjana vuoden 2024 kampanjallemme, jossa pyrimme vaikuttamaan ylikuluttamisen juuri-syihin ja lisäämään hyväksyvää suhtautumista omaan itseen.

Vinkkejä, inspiraatiota ja oppaita onnistuneisiin valintoihin

- Olemme luoneet ostamisen oppaita arvokkaampien tuotteiden ostamisen avuksi. Esimerkiksi puvun ja takkien ostamisen opas on julkaistu kotisivuillamme, sosiaalisessa mediassa ja Kekäle-lehdessä.
- Vaatteiden materiaaliopas verkossa auttaa huoltamaan yleisimpiä materiaaleja ja lisää tietoutta hyvien materiaalivalintojen tueksi.
- Yksi vaate, kolme tyyliä -konsepti inspiroi yhdistelemään vaatteita ja ottamaan mahdollisimman paljon irti yhdestä vaatteesta.
- Vaatehuollon teemat ja vinkit ovat esillä kanavissamme aina sesonkiin sopivalla tavalla. Vinkkejä jaettiin vuonna 2023 Kekäle-lehdessä, uutiskirjeissä ja somessa.
- Kekäle-lehti jaeltiin vuonna 2023 myymälöissä ja verkkokauppatilausten mukana.
- Vaatehuollon valikoima on houkuttavasti esillä jokaisessa myymälässä.

Second hand pitää tyylin kierrossa ja konkretisoi laatuvaatteiden arvon

• Järjestämme Kekäle Second hand -vaatteiden keräyspäivät myymälöissä kerran kuu-kaudessa ja viestimme keräyspäivistä aktiivisesti. Opastamme tuomaan myyntiin aina tulevaan sesonkiin sopivimpia tuotteita, esim. keveitä kevättakkeja. Näin myös second hand -valikoimamme elää vuodenaikojen rytmissä ja tarjoaa vaatteita tarpeeseen. Pidämme yllä brändilistaa, joka viestii myös tietoa ja ymmärrystä siitä, millaisilla tuotteilla on jälleenmyyntiarvoa. Laadukkaiden brändien harkitusta valikoimasta on myös houkuttavaa tulla etsimään potentiaalista lempivaatetta käytettynä. Maksamme vaatteen myyjälle ostohyvityksellä. Ostohyvityksen voi hyödyntää uuteen tai kierrätettyyn vaatteeseen Kekäle-myymlöissä tai verkkokaupassa. Parhaassa tapauksessa kiertoon laitettuja vaatteista kertyvän hyvityksen avulla voit ostaa kauan haaveilemasi, laadukkaan tai arvokkaamman tuotteen, joka kestää aikaa.

Valikoidut vaikuttajat puhuvat pitämisen puolesta

Valitsemme somevaikuttajat vaikuttajayhteisöihin tarkasti yhteisen arvomaailman pohjalta. Teimme vuonna 2023 vuosiyhteistyötä kolmen vaikuttajan kanssa: Kirsikka Simbergin, Hanna Angelvuon ja Tyylipuhetta-median Elsa Hietalan kanssa. Tyylipuhetta keskittyi ainoastaan kestävän pukeutumisen teemoihin.

Vaikuttajayhteistyön yhteydessä toimitamme vaikuttajille markkinoinnin eettiseen ohjeistoomme perustuvan ohjeistuksen Kekäleen ajattelutavasta, jotta se huokuisi myös yhteistyötoteutuksissa.

Tässä otteita ohjeistuksesta

- Kannustamme harkittuihin ja pitkäaikaisiin hankintoihin, jotka tulevat takuulla käyttöön. Ylenpalttiseen kulutukseen kannustaminen on arvojemme vastaista.
- Kun puhumme trendeistä tai näytämme niitä markkinoinnissamme, keskitymme pitkäikäisiin trendisuuntauksiin, emme lyhytkestoisii pintatrendeihin.
- Uskomme, että tiedon avulla tehdään parempia valintoja. Siksi materiaaleista, mitoituksesta, vaatehuollosta ja yhdistelyn helppoudesta puhuminen on meille tärkeää.
- Suhtaudumme aina kunnioittavasti erilaisia ihmisiä, kehoja ja taustoja kohtaan.

Herkällä korvalla ja tarpeita kuunnellen

Keräämme asiakaspalautetta aktiivisesti. Pyydämme kertomaan kokemuksesta sekä verkkokauppa- että myymäläostosten jälkeen. Myyjillemme tämä on todella tärkeää, sillä palautteen näkeminen motivoi meitä palvelemaan asiakkaita entistä paremmin. Vuonna 2023 verkkokaupasta kerätyn "Vastasiko tuote odotuksia"-kysymyksen keskittytyväisyys oli 9,24/10.

Seuraamme myös palautusprosentteja. Verkkokaupan palautusprosentti vuonna 2023 oli 35 %. Tämä oli prosenttien enemmän kuin edellisenä vuonna. Kivijalkamyymälöiden palautusprosentti oli 4,5 %.

Vuonna 2023 verkkokaupasta kerätyn "Vastasiko tuote odotuksia"-kysymyksen keskittytyväisyys oli

9,24/10

Vastuulliset valinnat näkyviin

Vuonna 2024 jatkamme vastuullisuusdatan keräämistä toimittajabrändeiltä ja lukitsemme määritelmän sille, millaiset kriteerit mielestämme vastuullisen vaatteen tulee täyttää. Määrittelyn jälkeen pystymme merkitsemään kriteerit täyttävät tuotteet verkkokaupassa ja myymälässä ja mahdollistamaan valikoiman suodattamisen verkkokaupassa vastuullisuus edellä. Näin teemme vastuullisista valinnoista asiakkaalle helpompia.

Lisää läpinäkyvyyttä

Autamme asiakkaita tekemään parempia ostopäätöksiä lisäämällä tuotetietojen läpinäkyvyyttä verkkokaupassa ja myymälöissä. Tuot-

teiden valmistusmaa on tällä hetkellä näkyvillä verkkokaupassa toistaiseksi vain pienessä määrässä tuotteita. Kun saamme datankeruun aikana systemaattisesti datan mm. tuotteiden valmistusmaasta, pääsemme tuomaan ne esiin myös verkkokaupassa.

Kuvasto monipuolisemmaksi

Haluamme näyttää kuvastossamme eri taustaisia ja eri ikäisiä ihmisiä ja haemme mallivalinnoillamme tietoisesti laajaa representaatiota. Eri kokoisten ihmisten esittämisessä on edelleen käytännön haaste: brändeiltä kuvauksiin saapuvat vaatteiden mallikappaleet ovat naisten standardikoossa 36–38 ja miesten 50. Se vaikuttaa tällä hetkellä vääjäämättä malliva-

lintoihimme. Vuonna 2020 hyödynsimme kampanjakuvausten malleina ensimmäisen kerran omaa henkilökuntaamme, ja vuoden 2023 aikana toteutimme uuden mallihaun henkilökunnallemme ja asiakkaillemme. Kuvausten tuloksia nähdään kevään ja kesän 2024 aikana.

Kestävyyssajattelu koholle kommunikaatiolla

Kasvatamme edelleen vastuullisuusviestiä sisältävän kommunikaatiomme määrää, jotta voimme inspiroida asiakkaat mukaan muutokseen.

Katsotaan eteenpäin

Luontotoetsidosryhmittä
Luontotoetsidosryhmittä
Luontotoetsidosryhmittä



6

—
**Kuinka kannamme
vastuamme luonnolle ja
muille sidosryhmillemme?**

Luonnontötsidosryhmitt
Luonnontötsidosryhmitt
Luonnontötsidosryhmitt

” Tarkoituksemme on ymmärtää myös negatiivinen jälkemme ja lähteä pienentämään sitä.

Vaateteollisuudella on merkittävä vaikutus ympäristölle ja yhteisöille. Vaatteiden valmistamiseen tarvitaan suuria määriä luonnonvaroja, vettä, energiaa, kemikaaleja ja työvoimaa.

Vaatteiden jälleenmyyjänä vaikutamme ympäristöön ja muihin sidosryhmiimme sekä suoraan omalla toiminnallamme että välillisesti sisään ostamiemme vaatteiden kautta. Pidetyimpien vaatteiden filosofia on ohjannut ostojamme määrästä kohti laatua jo vuosia, mutta nyt olemme lähteneet kartoittamaan vaikutustamme tarkemmin. Tarkoituksemme on ymmärtää myös negatiivinen jälkemme ja lähteä pienentämään sitä.

Oma toiminta: ympäristöjärjestelmä ja päästölaskenta

Osana B Corp -sertifointiprosessia lähdimme rakentamaan Kekäleen ympäristöjärjestelmää. Keräämme toimipisteittäin tietoa mm. energiankäytöstä ja veden kulutuksesta.

Olemme pyytäneet tietoja ja kommunikoineet kauppakeskuksille ja jätehuollon kumppaneille toiveemme jätteen määrän seurannan kehittämisestä.

Suurin jätemäärä toiminnoissamme on pakkausjätettä, joka saapuu vaatteiden toimituksen yhteydessä tavarantoimittajiltamme. Osana brändikatsauksen brändikyselyä selvitämme, onko tavarantoimittajabrändillä vastuullisen pakkaamisen politiikka.

Tuotteita purkaessa kierrätämme kirkkaan muovin, paperit ja tietosuojahävitystä vaativat paperit erikseen. Pahvilaatikot käytämme uudelleen sisäisissä kuljetuksissa ja verkkokaupan toimituksissa, kunnes ne lopulta kierrätetään pahvinkeräykseen. Kovat muovit, joita ei voi kierrättää, saatetaan energiajakeeseen. Osana jätehuollon prosessin tarkastamista huomasimme vuonna 2023, että jokaisessa myymälässä ei ollut kirkkaan muovin kierrätystä. Nyt on.

Päästölaskenta – omat päästöt lasketaan, jotta niitä päästään laskemaan

Ympäristöjärjestelmään kerättyjen tietojen perustella teimme oman toimintamme päästölaskennan vuonna 2023. Toteutimme hiilijalanjälkilaskelman Kauppakamarin avustuksella GHG-protokollan mukaisesti. Tavoittelemme Kauppakamarin Hiilijalanjälki laskettu-merkkiä, jonka arviointia varten toimitamme vuoden 2023 päästölaskennan tiedot keväällä 2024. Ensimmäisessä vaiheessa olemme laskeneet oman toimintamme (scope 1) ja ostoenergiamme päästöt (scope 2).

Osassa laskelmia jouduimme käyttämään keskimääräisiä laskennallisten kertoimien tietoja ja liikkeiden pinta-aloihin suhteutettuja lukuarvioita, sillä esimerkiksi osalta kauppakesuksista, joissa myymälämme toimivat, ei ole saatavissa tarkkaa käyttöön perustuvaa dataa.

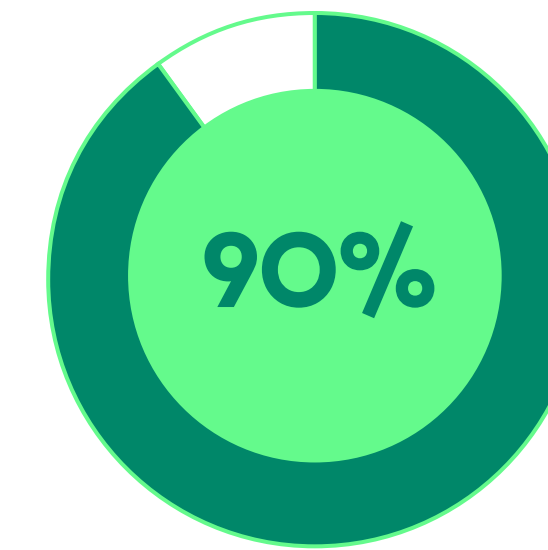
Vuonna 2023 käyttämästämme energiasta 90 % oli uusiutuvaa energiaa. Osa liiketoistamme on vuokratiloissa, jolloin vuok-

ranantaja päättää käytettävästä energiasta. Päästödatan keräämisen yhteydessä olemme viestineet tahtotilastamme vaikuttaa muutosten aikaansaamiseen aktiivisesti myös siellä, missä emme ole itse suoraan päättävässä asemassa, kuten kauppakesuksissa.

Verkkokaupan jakelukumppanimme Matkahuolto kompensoi pakettikuljetusten päästöt. Vuonna 2023 visualistimme toteuttivat ohjeistukset ja täsmennykset myymälöiden valojen käyttöön.

Vuonna 2024 luomme vähennystavoitteet vuoden 2023 päästöihin peilaten, tavoit-

teet tarvittaville muutoksille sekä tiekartan eteenpäin ja otamme käyttöön seurantajärjestelmän. Vuonna 2024 määrittelemme, mitkä scope 3 päästöistä ovat sellaisia, joihin tartutaan ensimmäisenä. Keräämme tietoa mm. saapuvista ja lähtevistä kuljetuksista ja jake- luista sekä liikematkustamisesta töihin.

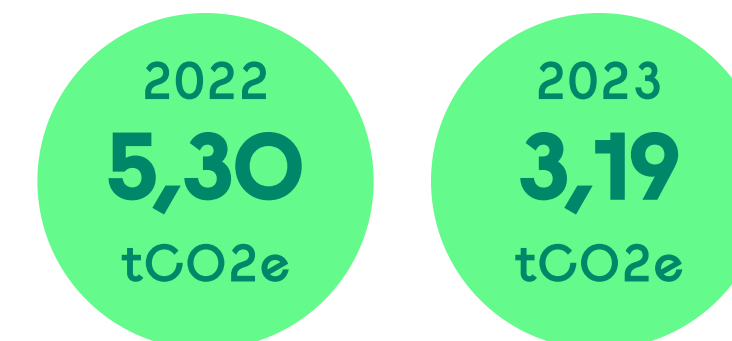


Uusiutuvan energian osuus vuonna 2023

Suorien päästöjen vähenemiseen vaikutti dieselin vähentynyt käyttö yrityksemme omissa ajoneuvoissa. Liikkumisohjeistuksemme mukaisesti julkisia kulkuvälineitä suositaan. Niillä matkoilla, joilla ei siirretä tavaroita, yrityksen omien ajoneuvojen käyttöä on korvattu liikkumalla julkisilla kulkuvälineillä.

Sähkön- ja kaukolämmön kulutuksen kasvuun vaikuttavat kaksi vuoden 2023 aikana avattua uutta myymälää sekä vuodesta 2022 tarkentuneet kulutuksen tiedot. Vuonna 2022 osa päästöistä laskettiin laskennallisten kertoimien mukaan ja liikkeiden pinta-aloihin suhteutettuna tarkemman datan puuttuessa.

Suorat päästöt (scope 1)



Ostoenergian suorat päästöt (scope 2)



” Yhteistyössä kumppaneiden kanssa voimme vaikuttaa laajemmin myös yhteiskunnallisella tasolla.

Välillinen vaikutus: vaikuttavan ostamisen ohjeisto

Vuonna 2023 määrittelimme Kekäleen vaikuttavan ostamisen ohjeiston. Loimme neljä uutta toimintatapaa, joilla pyritään vaikuttamaan valikoiman vastuullisuuteen sosiaalisen vastuun ja ympäristövastuun alla:

- 1 Vaikutus sosiaaliseen vastuullisuuteen –asianmukaisen huolellisuuden järjestelmä (Due Diligence System)
- 2 Vaikutus ympäristövastuuseen – ympäristön kannalta suotuisat ostot (Environmentally Preferable Purchasing Policy)
- 3 Vaatimusten viestiminen tavarantoimittajille (Code Of Conduct)
- 4 Brändikatsaus eli vaatimusten toteutumisen seuranta (Löydät yksityiskohtaisen selvityksen toimintatavoista sivulta 35)

Sidosryhmät ja yrityskansalaisuus

Olemme osallistuneet läpi historiamme hyväntekeväisyysjärjestöjen, paikallisten urheiluseurojen ja työntekijöidemme lasten harrastusten tukemiseen. Tavoittemme on luoda toimintaamme selkeämpi punainen lanka, jotta pystymme seuraamaan, mittamaan ja todentamaan myös tässä vaikuttavuuttamme.

Yrityskansalaisuuden näkökulmasta etsimme sopivia kumppaneita, joiden kanssa jaamme yhteisiä arvoja sekä tavoitteita. Vuonna 2024 toteutamme ensimmäisen kampanjan, jossa missiomme kohtaavat hyvää tekevän järjestön kanssa näkyvästi. Yhteistyössä kumppaneiden kanssa voimme vaikuttaa laajemmin myös yhteiskunnallisella tasolla.

Olemme osa ympäristöä – ja ympäristö on osa meitä

Vuonna 2024 toteutamme kaksoisolennaisuusanalyysin, jossa tarkastellaan kestävyyskysymysten vaikutuksia kahteen suuntaan: kuinka yrityksemme vaikuttaa ihmisiin, ympäristöön ja talouteen ja kuinka yrityksemme ulkopuoliset ihmiset, ympäristöön ja talouteen liittyvät teemat vaikuttavat yritykseemme ja sen taloudelliseen suorituskykyyn myös pitkällä aikavälillä.

Kaksoisolennaisuusanalyysin tavoitteena on selvittää olennaiset vastuullisuuteen liittyvät vaikutuksemme, kartoittaa riskejä ja paljastaa mahdollisuuksia, joilla liiketoimin-

taamme voidaan ohjata tulevaisuuskestävään suuntaan. Kaksoisolennaisuus auttaa ja valmistele meitä myös CSRD:n ja ESRS:n mukaiseen vastuullisuusraportointiin.

Tavoittelemme toimillamme vaikuttavia bisnesmalleja

B Corp -ideologiaan kuuluu positiivista ja mitattavaa vaikutusta luovien bisnesmallien, "Impact Business Model"ien, kehittäminen. Uudelleensertifointi on edessämme vuonna 2026. Matkalla kohti uudelleensertifointia tavoittelemme parannusta erityisesti kahdessa kategoriassa:

1 Luonnon resurssien säästäminen

Valitsemme valikoimaan sellaisia materiaaleja, jotka vähentävät luonnonvarojen käyttöä ja kehitämme kiertotalouden palveluita, jotka vähentävät luonnon resurssien käytön tarvetta. Esimerkiksi second hand -valikoima vähentää uusien vaatteiden raaka-ainetuotannon tarvetta ja kierrätysmateriaalien hyödyntäminen vähentää neitseellisten raaka-aineiden käyttöä.

2 Kemikaalien käytön ja ympäristön pilaamisen vähentäminen

Valitsemme valikoimaan vaatteita, joiden valmistuksessa on käytetty vähemmän vaarallisia kemikaaleja kuin tavanomaisissa vaihtoehdoissa.

B Corp -ideologiaan kuuluu positiivista ja mitattavaa vaikutusta luovien bisnesmallien, "Impact Business Model"ien, kehittäminen. Vain tavoite, joka on sidottu liiketoimintaan, voidaan lukea Impact Business Modeliksi. Selvitettyämme materiaalien käytön nykytilan asetamme tavoitteet kohti vuoden 2026 uudelleensertifointia.

Yllä lueteltujen toimenpiteiden avulla kehitämme dataan pohjautuvaa tietoa nykytilanteestamme ja pääsemme rakentamaan toimintatapoja, jotka lisäävät toimintamme läpinäkyvyyttä ja joiden avulla luonnon ja muiden sidosryhmien hyvinvointi tulee huomioiduksi päätösten teossa.

Katsotaan eteenpäin

Yhteiskunnatovastuu
Yhteiskunnatovastuu
Yhteiskunnatovastuu



— GRI-standardien mukainen taulukko

GRI-raportoinnilla tarkoitetaan Global Reporting Initiativen standardien mukaista yritysvastuuraportointia. Standardien tavoitteena on toimia yleisesti hyväksyttynä viitekehyksenä, jonka avulla organisaatiot voivat tuoda esille omaan toimintaansa liittyviä ja muiden kanssa solmittujen suhteiden kautta aiheutuneita vaikutuksia kestäväan kehitykseen.

Yhteisiskunnat
Yhteisiskunnat
Yhteisiskunnat

GRI Standards -tunnus	Sisältö	Raportointi	Sijainti
Yleinen sisältö			
102-01	Raportoivan organisaation nimi ja palvelut	kyllä	10, 11, 15
102-02	Tärkeimmät toiminnot, tavaramerkit, tuotteet ja palvelut	kyllä	10, 13
102-03	Yhtiön pääkonttorin sijainti	kyllä	15
102-04	Toimintojen sijainti	kyllä	11, 15
102-05	Omistusrakenne ja yhtiömuoto	kyllä	15
102-06	Markkina-alueet	kyllä	11
102-07	Organisaation koko	kyllä	11
102-08	Tiedot henkilöstöstä ja työntekijöistä	kyllä	11, 23–29
102-09	Toimitusketju	kyllä	33–35
102-10	Merkittävät muutokset organisaatiossa ja toimitusketjussa	ei	
102-11	Varovaisuusperiaatteen soveltaminen	ei	
102-12	Ulkopuoliset aloitteet	ei	
102-13	Jäsenyydet järjestöissä ja edunvalvontaorganisaatioissa	ei	
102-14	Toimitusjohtajan katsaus	kyllä	5–7
102-15	Keskeiset vaikutukset, riskit ja mahdollisuudet	kyllä	18–19
102-16	Arvot ja liiketoimintaperiaatteet	kyllä	9, 15
102-17	Epäiltyjen väärinkäytösten ilmoittaminen	kyllä	27
102-18	Hallintorakenne	kyllä	16
102-19	Vastuunjako yritysasioissa	kyllä	15, 16
102-20	Yritysvastuun vastuhenkilöt ja raportointisuhteet	kyllä	15, 16
102-21	Sidosryhmien konsultointi koskien taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristöaiheita	kyllä	18
102-22	Hallituksen ja johtoryhmän kokoonpano ja yritysvastuuosaaminen	ei	
102-23	Hallituksen puheenjohtajan asema	ei	
102-24	Hallituksen valinta	ei	
102-25	Mahdollisten eturistiriitojen välttäminen	ei	
102-26	Hallituksen rooli yrityksen tarkoituksen, arvojen ja strategian määrittelyssä	kyllä	15–16
102-27	Hallituksen kollektiivinen tieto kestävästä kehityksestä	ei	
102-28	Hallituksen suorituksen arviointi	ei	

GRI Standards -tunnus	Sisältö	Raportointi	Sijainti
102-29	Yritysvastuun vaikutusten, riskien ja mahdollisuuksien identifiointi ja johtaminen	ei	
102-30	Yritysvastuun riskienhallinnan tehokkuuden arvio	ei	
102-31	Katsaus taloudellisiin, ympäristö- ja sosiaalisiin teemoihin	kyllä	5–7, 10, 12, 18–19
102-32	Hallituksen rooli vastuullisuusraportoinnissa	kyllä	15–16
102-33	Kriittisten huolenaiheiden kommunikointi	ei	
102-34	Kriittisten huolenaiheiden luonne ja määrä	ei	
102-35	Hallituksen ja ylimmän johdon palkitseminen	ei	
102-36	Palkkioiden määrättyminen	ei	
102-37	Sidosryhmien näkemysten huomioiminen palkitsemisessa	ei	
102-38	Korkeimman palkitsemisen suhde mediaanipalkitsemiseen	ei	
102-39	Korkeimman palkitsemisen korotus suhteessa mediaanikorotukseen	ei	
102-40	Luettelo organisaation sidosryhmistä	ei	
102-41	Työehtosopimukset	kyllä	26
102-42	Sidosryhmien tunnistaminen ja valinta	ei	
102-43	Sidosryhmätoiminta	ei	
102-44	Sidosryhmien esille nostamat tärkeimmät asiat ja huolenaiheet	ei	
102-45	Tilinpäätökseen sisältyvät yhtiöt	ei	
102-46	Raportin sisällön määrittely	ei	
102-47	Luettelo olennaisista aiheista	kyllä	18
102-48	Muutokset aiemmin raportoiduissa tiedoissa	ei	
102-49	Muutokset raportoinnissa	ei	
102-50	Raportointijakso	kyllä	15
102-51	Edellisen raportin päiväys	ei	
102-52	Raportointitiheys	kyllä	15
102-53	Yhteystiedot, josta kysyä raporttiin liittyviä lisätietoja	kyllä	65
102-54	GRI-standardien mukaisuus	kyllä	60–61
102-55	GRI-sisältövertailu	kyllä	60–61
102-56	Ulkoinen varmennus	ei	

GRI Standards -tunnus	Sisältö	Raportointi	Sijainti
Hallinto			
103-01	Olenaiset aiheet ja niiden laskentarajat	ei	
103-02	Johtamistapa ja sen osa-alueiden kuvaus	ei	
103-03	Johtamistavan tehokkuuden arviointi	ei	
Talous			
201-1	Suoran taloudellisen lisäarvon tuottaminen ja jakautuminen	ei	
201-2	Ilmastonmuutoksen taloudelliset seuraamukset ja muut riskit ja mahdollisuudet organisaation toiminnalle	ei	
201-3	Eläketurvan kattavuus	ei	
201-4	Taloudelliset avustukset valtiolta	ei	
202-1	Lähtötason palkka sukupuolittain jaoteltuna ja verrattuna paikalliseen minipalkkaan	ei	
202-2	Paikallisyhteisöstä johtotehtäviin palkatun henkilöstön osuus	ei	
203-1	Investoinnit infrastruktuuriin ja tarjotut yleishyödylliset palvelut	ei	
203-2	Merkittävät epäsuorat taloudelliset vaikutukset ja niiden laajuus	ei	
204-1	Ostot paikallisilta toimittajilta	ei	
205-1	Liiketoimintayksiköt, joille on tehty korruption liittyvä riskianalyysi	ei	
205-2	Korruptionvastaisiin politiikkoihin ja menettelytapoihin liittyvä kommunikointi ja koulutus	ei	
205-3	Vahvistetut korruptiotapaukset ja niihin liittyvät toimenpiteet	ei	
206-1	Oikeustoimet kilpailun vastaisesta toiminnasta, kilpailuoikeudellisten säännösten rikkomisesta, kartelleista tai monopoliaseman väärinkäytöstä	ei	
Ympäristö			
301-1	Käytetyt materiaalit painon tai määrän mukaan	ei	
301-2	Kierrätettyjen materiaalien käyttö	kyllä	37
301-3	Kierrätetyt tuotteet ja niiden pakkausmateriaalit	ei	
302-1	Organisaation oma energiankulutus	ei	
302-2	Energiankulutus oman organisaation ulkopuolella	ei	
302-3	Uusiutuva energia	kyllä	55
302-4	Energiakulutuksen vähentäminen	ei	

GRI Standards -tunnus	Sisältö	Raportointi	Sijainti
302-5	Tuotteiden ja palveluiden energiantarpeen vähennykset	ei	
303-1	Vesi jaettuna resurssina	ei	
303-2	Jätevesien vaikutusten hallinta	ei	
303-3	Vedenotto	ei	
303-4	Päästöt veteen	ei	
303-5	Vedenkulutus	ei	
304-1	Omistettut, vuokratut tai hallinnoidut ei saatavilla toimipaikat, jotka sijaitsevat luonnonsuojelualueilla tai luonnon monimuotoisuuden kannalta rikkailla alueilla tai niiden läheisyydessä	ei	
304-2	Toiminnan, tuotteiden ja palveluiden merkittävät vaikutukset luonnon monimuotoisuuteen	ei	
304-3	Elinympäristöt, jotka on suojeltu tai ennallistettu	ei	
304-4	Organisaation operaatioiden vaikutus IUCN Red Listin ja kansallisesti suojeltujen lajien elinympäristöihin	ei	
305-1	Suorat kasvihuonekaasujen päästöt (scope 1)	kyllä	55
305-2	Epäsuorat kasvihuonekaasujen päästöt (scope 2)	kyllä	55
305-3	Muut epäsuorat kasvihuonekaasujen päästöt (scope 3)	ei	
305-4	Kasvihuonekaasujen päästöintensiteetti	ei	
305-5	Kasvihuonekaasupäästöjen vähentäminen	ei	
305-6	Otsonikatoa aiheuttavien aineiden päästöt	ei	
305-7	Typen ja rikin oksidit ja muut merkittävät päästöt ilmaan	ei	
306-1	Päästöt vesistöihin	ei	
306-2	Jätteiden kokonaismäärä jaoteltuna ei jätelajeittain ja käsittelytavan mukaisesti	ei	
306-3	Merkittävät vuodot	ei	
306-4	Vaarallisten jätteiden kuljetus	ei	
306-5	Vesistöt, joihin päästöt tai valumat vaikuttavat	ei	
307-1	Sakot ja muut sanktiot ympäristömääräysten rikkomisesta	ei	
308-1	Uudet toimittajat, jotka arvioitiin ympäristökriteereillä	ei	
308-2	Toimitusketjun negatiiviset ympäristövaikutukset ja teot niiden vähentämiseksi	kyllä	34–35

GRI Standards -tunnus	Sisältö	Raportointi	Sijainti
Sidosryhmät			
401-1	Uusien työntekijöiden määrä ja henkilöstön vaihtuvuus	ei	
401-2	Kokoaikaisen henkilöstön henkilöstöetuudet, joita ei tarjota määräaikaiselle tai osa-aikaiselle henkilöstölle	ei	
401-3	Vanhempainvapaa	ei	
402-1	Uudelleenjärjestelytilanteissa noudatettava vähimmäisilmoitusaika	ei	
403-1	Työterveyden ja -turvallisuuden johtamisjärjestelmät	ei	
403-2	Vaarojen tunnistaminen, riskien arviointi, tapauksien tutkimus	ei	
403-3	Työterveyspalvelut	ei	
403-4	Työntekijöiden osallistuminen ja konsultointi työterveys- ja turvallisuusasioissa sekä näistä viestiminen työntekijöille	ei	
403-5	Työntekijöiden koulutus työterveyteen ja -turvallisuuteen	ei	
403-6	Työntekijöiden terveyden edistäminen	kyllä	26, 29
403-7	Liiketoimintasuhteisiin suoraan liittyvien työterveys- ja turvallisuusvaikutusten estäminen ja lieventäminen	ei	
403-8	Työterveyspalveluiden ja -turvallisuuden piiriin kuuluvat työntekijät	ei	
403-9	Työhön liittyvät tapaturmat	ei	
403-10	Työperäiset oireet ja sairaudet	ei	
404-1	Keskimääräiset koulutustunnit työntekijää kohden	ei	
404-2	Osaamisen kehittämiseen ja elinikäiseen oppimiseen liittyvät ohjelmat	kyllä	23–25, 29
404-3	Säännöllisten suoritusarviointien ja kehityskeskustelujen piirissä olevan henkilöstön osuus	ei	
405-1	Hallintoelinten ja henkilöstöryhmien monimuotoisuus	ei	
405-2	Naisten ja miesten peruspalkkojen ja palkitsemisen suhde	ei	
406-1	Syrjintätapausten lukumäärä ja niihin liittyvät korjaavat toimenpiteet	ei	
407-1	Toiminta ja toimittajat, joissa oikeus yhdistymisvapauteen ja työehtosopimusneuvotteluihin voi olla vaarassa	ei	

GRI Standards -tunnus	Sisältö	Raportointi	Sijainti
408-1	Toiminnot ja toimittajat, joissa on merkittävä lapsityövoiman riski	ei	
409-1	Toiminnot ja toimittajat, joissa on merkittävä pakkotyön riski	ei	
410-1	Turvallisuushenkilökunta, joka on koulutettu ihmisoikeuspolitiikkoihin ja -toimintatapoihin ei		
411-1	Alkuperäiskansojen oikeuksien rikkomukset	ei	
412-1	Toiminnot, investoinnit ja sopimukset, joissa on toteutettu ihmisoikeuksien läpikäynti tai suoritettiin ihmisoikeuksien vaikutusarviointi	ei	
412-2	Ihmisoikeuskoulutus henkilöstölle	ei	
412-3	Merkittävät investoinnit ja sopimukset, joissa huomioidaan ihmisoikeudet tai suoritettiin ihmisoikeuksien arviointi	ei	
413-	Toiminnot, joissa on tehty vuorovaikutusta paikallisyhteisöjen kanssa, vaikutusten arviointia ja kehitysohjelmia	ei	
413-2	Toiminnot, joilla on merkittävä todellinen tai potentiaalinen negatiivinen vaikutus paikallisiin yhteisöihin	ei	
414-1	Tavarantoimittajat, jotka on arvioitu sosiaaliseen vastuuseen liittyvien kriteerien mukaisesti	kyllä	35
414-2	Haitalliset sosiaaliset vaikutukset toimitusketjussa ja toteutetut toimenpiteet	ei	
415-1	Poliittiset tuet	ei	
416-1	Tuotteiden ja palveluiden terveys- ja turvallisuusvaatimusten selvitykset	ei	
416-2	Tuotteiden ja palveluiden terveys- ja turvallisuusvaatimusten rikkomukset	ei	
417-1	Tuotteisiin ja palveluihin liittyvät informaatio- ja merkintävaatimukset	ei	
417-2	Informaatio- ja merkintävaatimuksiin liittyvät rikkomukset	ei	
417-3	Markkinointiviestintään liittyvien lakien ja säännösten rikkomukset	ei	
418-1	Asiakkaiden yksityisyyden suojan rikkomiseen ja asiakastietojen häviämiseen liittyvät vahvistetut valitukset	ei	
419-1	Sakot ja muut sanktiot sosiaalisten ja taloudellisten määräysten rikkomisesta	ei	

”Toivomme, että jokainen
saisi loistaa omana itsenään.
Näissä kuvissa loistavat suurin
voimavaramme – ihmisemme,
jotka kohtaavat asiakkaamme.

Emma
VISUALISTIMYYJÄ – KEKÄLE IDEAPARK



svovrisun
svovrisun
svovrisun

—
Pitämisen puolesta
— näin jatkamme
tästä eteenpäin

Trust
Trust
Trust

” Toivomme, että se, mikä on tänään meille vaikeaa, olisi tulevaisuudessa yleinen bisnes- käytäntö.

Ei ole olemassa yhtä tekoa, jolla vaateala muuttuisi vastuulliseksi. B Corp -filosofia pitää mielessämme vastuullisuuden kokonaisvaltaisuuden: kehitämme vastuullisuuden viittä eri osa-aluetta, joita ovat ympäristö, työntekijät, asiakkaat, yhteiskunta ja hallinto.

Vaikka emme ole saavuttaneet jokaista itsellemme asettamaamme tavoitetta alkuperäisessä aikatulussa, olemme onnellisia siitä, että olemme toden teolla aloittaneet – ja päättäväisiä sen suhteen, että valitsemamme suunta on oikea.

Vuonna 2024 vaikutamme ylikuluttamisen juurisyihin ja puhumme niistä yhteiskunnan tasolla. Jatkamme tiedon keräämistä, jotta pystymme merkkamaan vastuullisemat vaatevalinnat. Kehitämme henkilöstömme osaamista ja tyytyväisyyttä. Kasvamme ja kasvatamme kiertotalouden mukaisia toimintamalleja. Teemme kaksoisolennaisuusanalyysin, joka todennäköisesti entisestään vahvistaa ymmärrystämme siitä, että bisneksemme on

kytköksissä ja tilivelvollinen myös ympäristölle ja yhteiskunnalle. Avaamme uuden myymälän, jotta palvelumme pitämisen puolesta ovat vaihtoehto yhä useammalle pukeutujalle.

Jatkuva kehittäminen on osa B Corp -yhteisön filosofiaa ja meidän mentaliteettiamme. Uudelleensertifiointi on tehtävä kolmen vuoden välein ja se odottaa meitä vuonna 2026. Vaatimukset kiristyvät paitsi lainsäädännön, myös B Corp -sertifiointin osalta vuosi vuodelta. Voit siis olla varma, että teemme päivittäin töitä sen eteen, että vaateala tuottaisi hyvää niin sinulle kuin vaatteiden valmistajille. Toivomme, että se, mikä on tänään meille vaikeaa, olisi tulevaisuudessa yleinen bisneskäytäntö. Siksi pyrimme muuttamaan alaa yhdessä tuotantoketjun kanssa ja jokaisessa asiakaskohtaamisessa kanssasi.

**Tehdään yhdessä tekoja
pitämisen puolesta!**

kekäle



Otamme ilolla vastaan
kaikki kehitysehdotukset
vastuullisuustyöhömmme liittyen:
vastuullisuus@kekale.fi

Vastuullisuus
Vastuullisuus
Vastuullisuus