

Vastuullisuusraportti 2022



Vastuullisuusraportti 2022

01

ME

Kirje Joonakselta: pitämisen puolesta
Perheyrikyksestämme ja työstämme
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

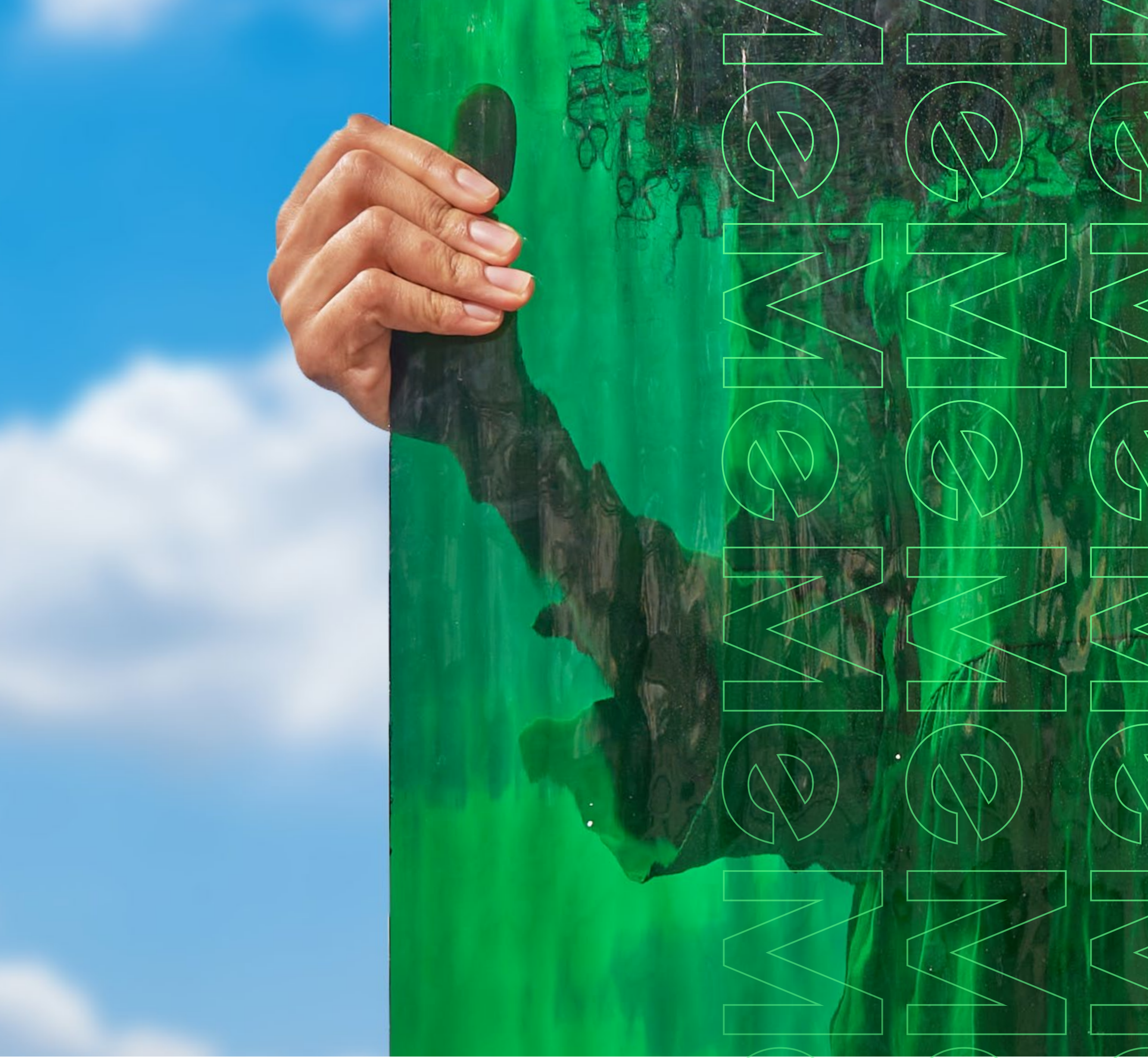
YHTEISKUNTAVASTUU

GRI-standardien mukainen taulukko

08

TULEVAISUUS

Pitämisen puolesta – näin jatkamme
tästä eteenpäin

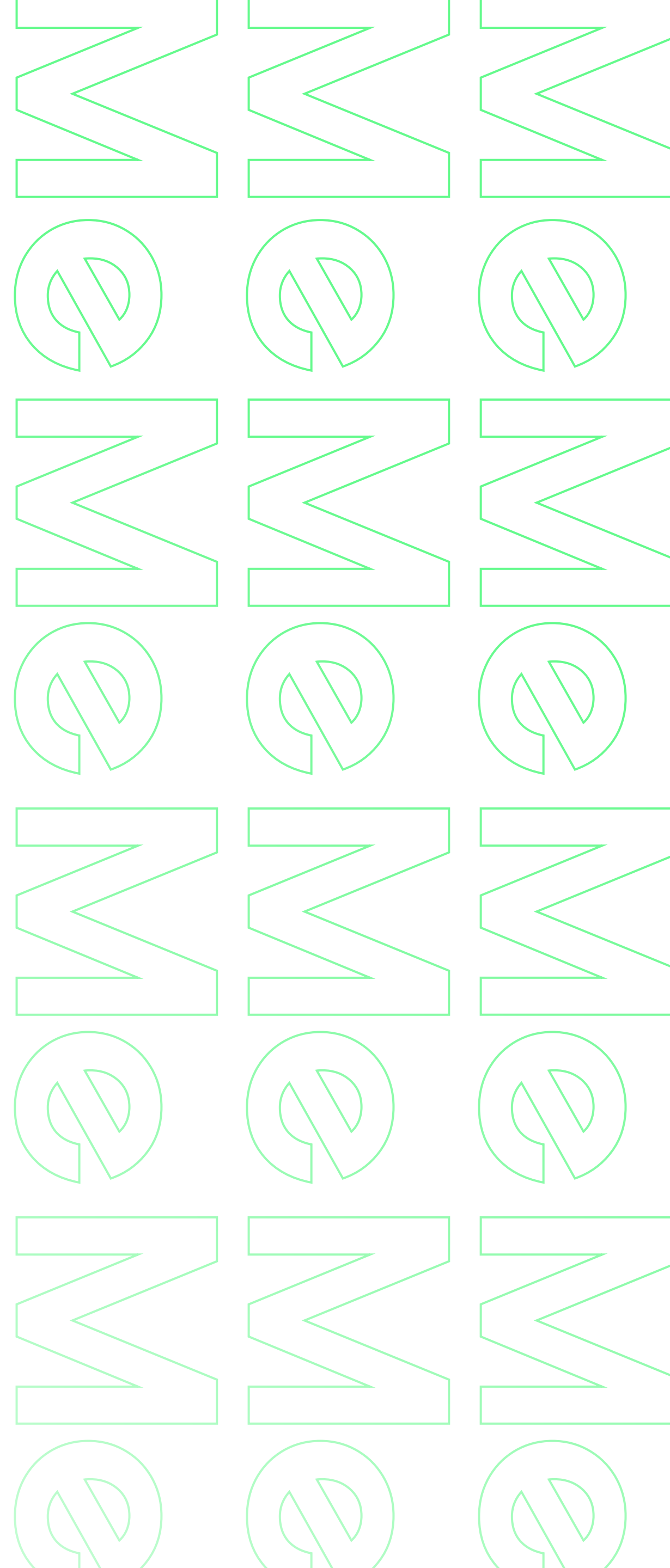


Hei,

luet parhaillaan Kekäleen ensimmäistä vastuullisuusraporttia. Sen avulla haluamme läpivalaista yrityksemme vastuullisuutta nyt ja tulevaisuudessa.

Tiedostamme, että olemme matkamme alussa, mutta perheyriksenä olemme harjoitelleet yli 65 vuotta. Ihmisistä ja yhteisöstä pitäminen ja huolehtiminen on dna:ssamme,

Kirje Joonakselta: pitämisen puolesta



mutta alamme on kaikkea muuta kuin kestävä-
lä tasolla. Tätä ei auta se, että vastuullisuus on
trendi, jolla monet tekevät kylmästi bisnestä.

Vaatii monen asian muuttumista kulu-
tuskulttuurissamme, vaateteollisuudessa ja en-
nen muuta meissä itsessämme, että vaatteet
tuottavat hyvää niiden käyttäjille, valmistajille,
myyjille sekä koko planeetalle.

Voisimme toki nostaa kädet ilmaan,
mutta se ei ole tapamme toimia. Pitämisen ja
huolehtimisen lisäksi dna:ssamme on positiivi-
suus, toivo ja jatkuva parantaminen. Tästä syys-
tä tähän raporttiin ja sitä edeltävään työhön
olemme suhtautuneet päättäväisesti, avoimes-
ti sekä muutokseen uskoen ja siihen pyrkien.

Olen saanut pienestä pitäen seurata
vanhempieni työtä ja olen kasvanut kiinni tähän
vaatekauppaan. Jo nuorena tiesin, että olem-
me täällä toki vaatettamassa ihmisiä, mutta
tekemässä myös paljon enemmän – olemme
auttamassa, että jokainen voi loistaa omana
itsenään. Kun näkee itsessään hyvän, on sitä
helpompi jakaa muillekin.



Vaatteet eivät ole merkityksetöntä, ohivirtaavaa muotihöttöä, vaan olennainen osa sitä, miten hyvältä itsenä oleminen tuntuu. Niiden ei kuuluisi tuottaa pahaa vaatteiden tekijöille eikä pitäjille.

Tämä raportti kertoo tehtävästämme ja toimenpiteistämme, joihin ei voi suhtautua pelkällä velvollisuudentunnolla. Se ei veisi meitä pitkälle tässä ajassa eikä varsinkaan tulevaisuudessa.

Jos yritys haluaa olla vastuullinen, sen on oltava olemassa muutakin kuin voiton tekemistä varten. Jos alamme haluaa olla vastuullinen, vaatteita on myytävä vähemmän. Kuluttamisen on aika muuttua – liiketoimintamme on valmis tähän.

Haluamme läpivalaista vastuullisuutemme ja saada toiminnallemme kansainväliset uskottavat standardit. Tästä syystä olemme käynnistäneet hakuprosessin kansainvälisen B Corporation -sertifikaatin saamiseksi. Kyseessä on arvostettu ja kovaa työtä vaativa tunnustus, jonka saamisessa olennaisinta on

toiminnan kokonaisvaltainen vastuullisuus ja todennettavissa oleva positiivinen vaikutus. Vuoden päästä julkaistavassa raportissa pystymme kertomaan jo paljon enemmän työstämme. Toivomme myös, että pystymme kannustamaan työllämme muitakin yrityksiä tarttumaan vastuullisuusteemaan.

Tiedämme, että olemme pieni tekijä kokonaisuudessa, mutta uskomme positiivisiin kierteisiin. Kuten hymyllä on tapana tarttua ja kasvaa korkoa korolle – niin mekin teemme töitä sen eteen, että vuonna 2021 lanseerattu ”Osta vähemmän, pidä enemmän” toteutuu päivä päivältä entistä paremmin myyjiemme, asiakkaidemme ja yhteisömme parissa. Hyvä kasvaa korkoa korolle.

Rakkaudella,

Joonas Kekäle
toimitusjohtaja

”
Jos alamme haluaa olla vastuullinen, vaatteita on myytävä vähemmän.

— Perheyrittäjästä ja työstämme



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 aidon 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 kulutuskulttuurissamme, 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. Kaikki siksi, että voit voimaantua vaatteissasi ja olla ihana sinä.

Olemme täällä saadaksemme sinut uskomaan itseesi!



1957

perustettu perheyritys
kolmannessa sukupolvessa

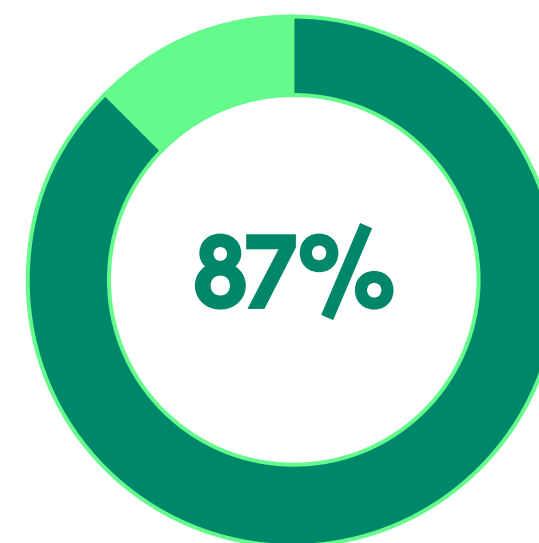
”
Tyylikkyys ei synny vaatteista,
vaan siitä mitä ne saavat
kantajansa tuntemaan.

Veikko Kekäle 1923–1980



30,2 M€

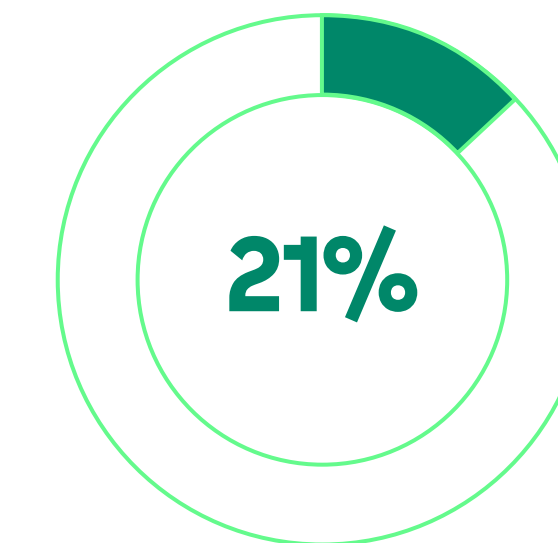
Liikevaihto vuonna 2022



Myymälöiden
osuus liike-
vaihdosta.
Verkkokaupan
osuus on 13 %
liikevaihdosta

125

Edustettujen brändien määrä 2022



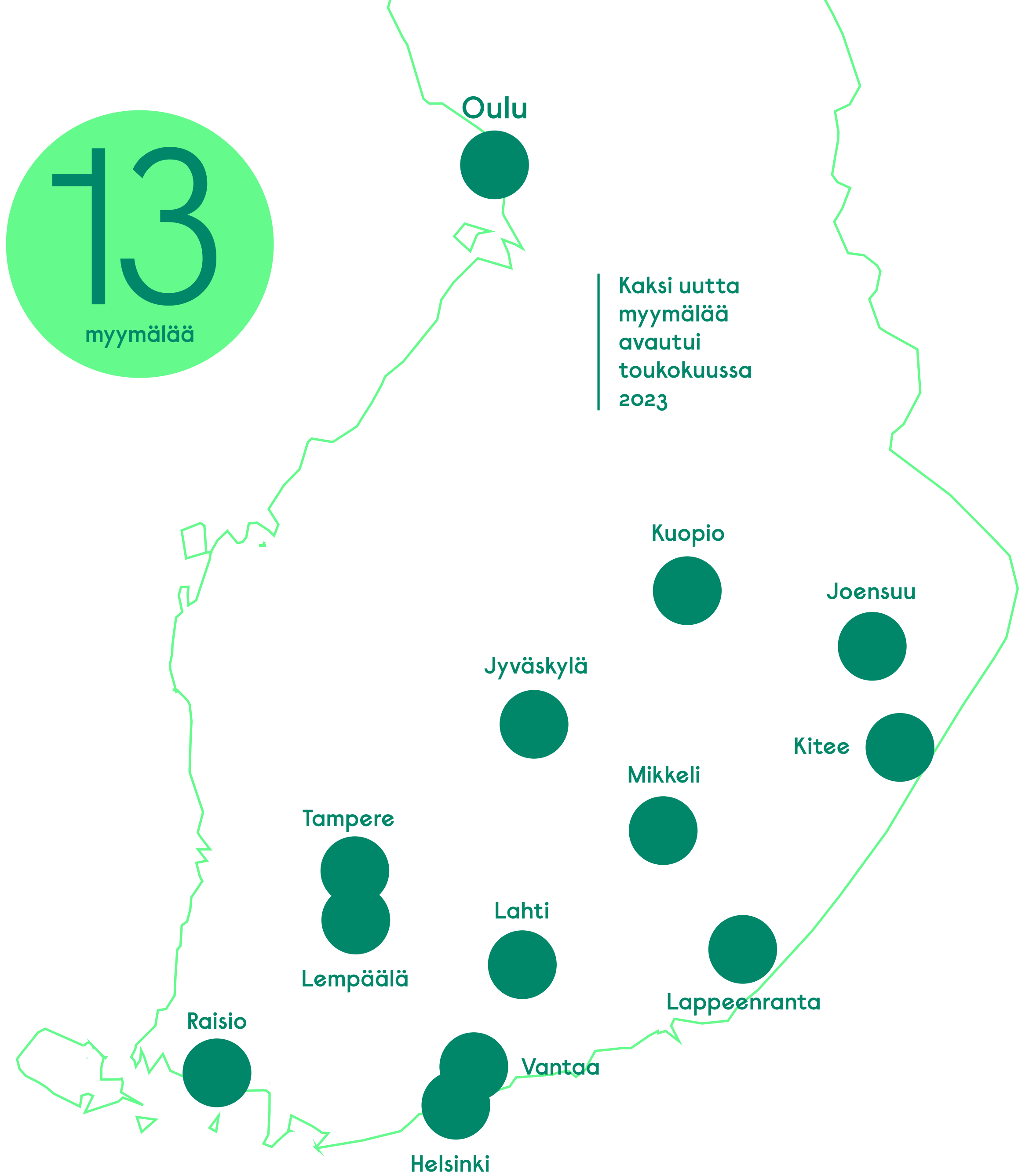
Suomalaisten
brändien osuus
myynnistä



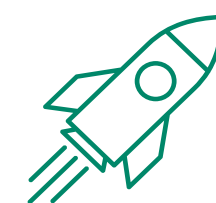
Noin
336 000
kanta-asiakasta

Verkkokauppa vuodesta
2012
lähtien: www.kekale.fi

13
myymälää



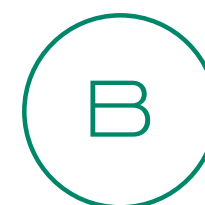
Palvelimme
myymälöissämme
yli
2 milj.
asiakasta ja
verkkokaupassa
2,5 milj.
käyttäjää kertoen
pääviestiämme
pitämisen puolesta



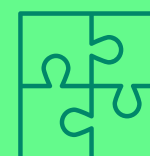
Käynnistimme vastuullisuustyömme, johon sisältyy muun muassa vastuullisuus- ja vaikuttavuusstrategia vuosille **2023–2025**



Lanseerasimme
Kekäle Second
hand -palvelun



Teimme päätöksen hakea **B Corp**-vastuullisuussertifikaattia ja toteuttaa ensimmäisen vastuullisuusraporttimme



Lempivaate-
valmentajalla käyntejä
179 kappaletta



Verkkokaupan kokotyökälua
käytettiin **193 389** kertaa



Vaatehuollon välineitä
myytiin **4524** kappaletta

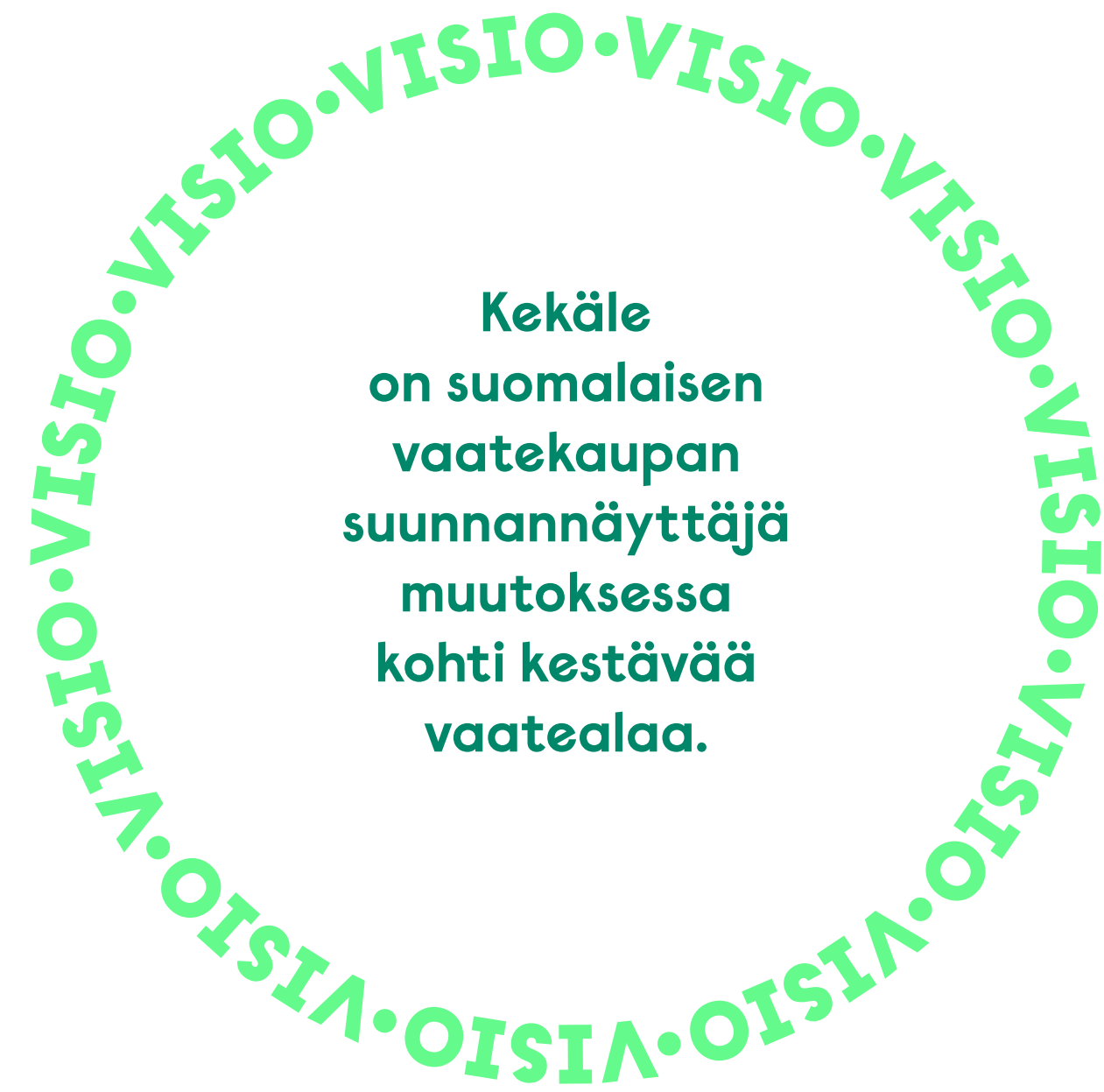
Palkkasimme n. **50** uutta
työntekijää, pisin työsuhde **48** vuotta

Vuoden 2022
aikana noin **51 000**
uutta Kekäle Kanta-asiakasta



0% mallistostamme
päättyi kaatopaikalle

Vuoden 2022 kohokohtia



Kekäle
on suomalaisen
vaatekaupan
suunnannäyttäjä
muutoksessa
kohti kestäväää
vaatealaa.

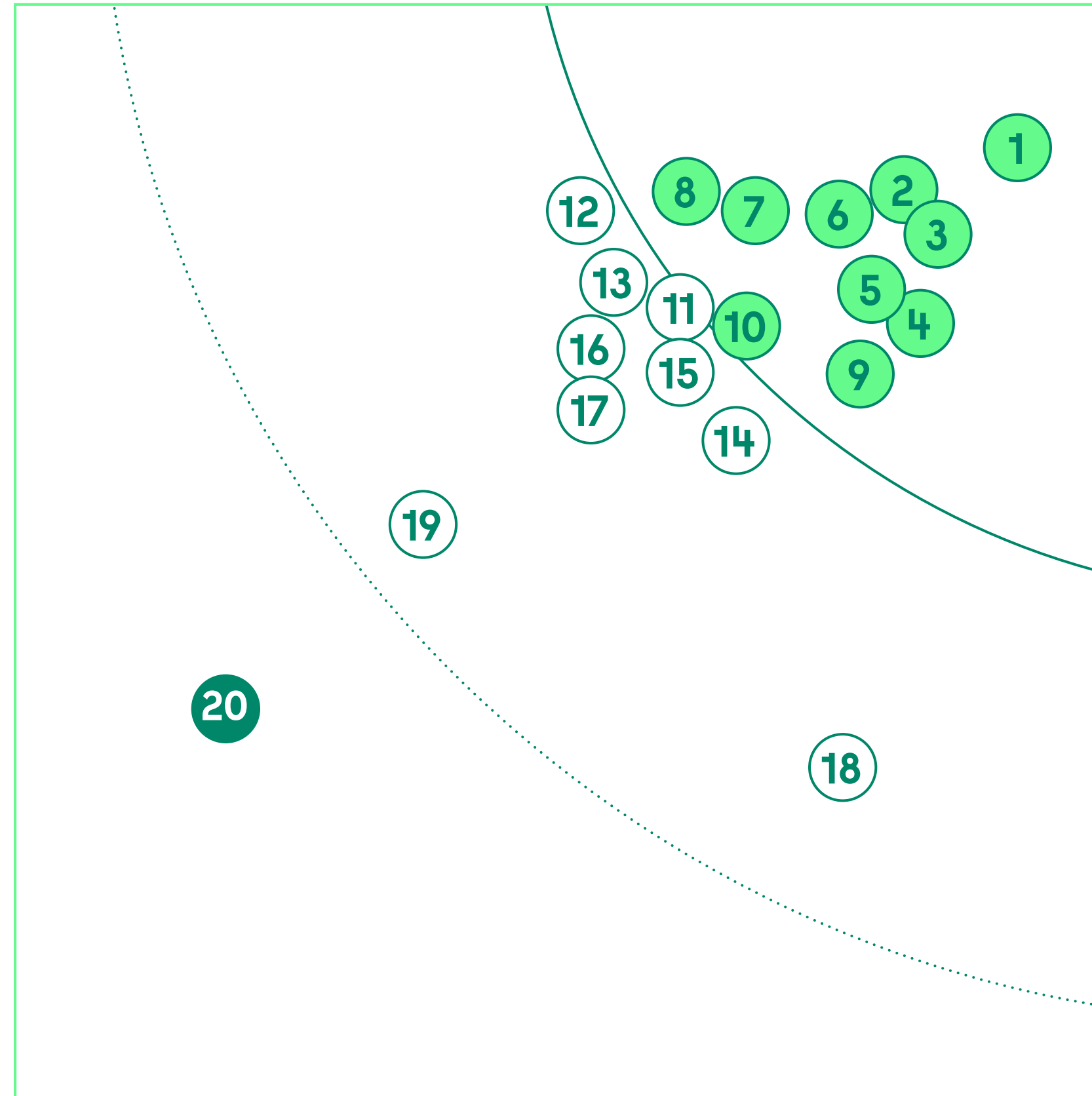
Meidän tapamme muuttaa maailmaa



Kirkastimme vuonna 2022 kehitystyömme tärkeimmät teemat tuleville vuosille. Lähdimme liikkeelle perustavanlaatuisesta kysymyksestä: missä piilevät Kekäleen suurimmat mahdollisuudet vaikuttaa ympäristöön ja yhteiskuntaan?

Vastausten löytämiseksi teimme olennaisuusanalyysin, jonka toteuttamiseen kutuimme mukaan myös 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 vaateeteollisuuden päästökaupan pienentämiseen on ostaa vähemmän ja pidentää vaateen 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 työlöt 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 Vuoden 2023 tavoitteemme on kasvattaa vastuullisuussisältöisen kommunikaation osuutta 13 %:sta 23 %:iin markkinointiviestinnästämme 	<ul style="list-style-type: none"> Vuonna 2023 teemme valikoiman vastuullisuuden lähtötilanteen kartoituksen. Sen jälkeen asetamme tavoitteet ja mittarit valikoiman kehitykselle Vuonna 2023 määrittelemme vaikuttavan ostamisen ohjeistomme. Tavoitteemme on aikaansaada positiivinen kierre, jossa yksittäiset vaatimukset ohjaavat kumppaneitamme vastuullisempiin valintoihin vaatteiden tuotannossa 	<ul style="list-style-type: none"> Tavoitteemme on, että vuonna 2025 5% liikevaihdostamme syntyy second hand -tuotteista 	<ul style="list-style-type: none"> Vuonna 2023 teemme lähtötasomme kartoituksen ja oman toimintamme päästölaskennan. Tämän jälkeen asetamme tavoitteet negatiivisten vaikutusten vähentämiseksi. 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 kestävällä tavalla.

Työmme suhteessa YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin

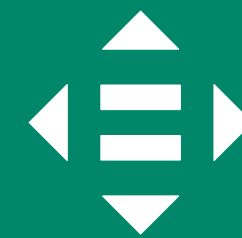
Strategiamme kannalta meille merkittävimmät YK:n kestävän kehityksen tavoitteet

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 henkilöstöämme loistamaan?

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



Olen työskennellyt Kekäleellä 16 vuoden ajan. Olemme vaatebisneksessä, mutta koen, että loppujen lopuksi kyse on aina ollut ihmisistä – miten me yrityksenä kohtaamme työntekijämme, miten työntekijämme kohtaavat asiakkaan, mitä saamme asiakkaamme tuntemaan.

Työssämme keskitymme ostohuuman sijaan ihmisiin ja käytämme asiantuntijuuttamme asiakkaidemme itsetunnon kohentamiseen. Luomme asiakaskohtaamisia, joista jää muisto. Kun uskoo itseensä, pystyy toteuttamaan unelmiaan ja saa elämästään enemmän irti. Kyseessä on hyvän kierre, ja meillä on mahdollisuus vaikuttaa moniin asioihin.

Tästä on kyse myös työyhteisössämme. Olemme perheyritys, työntekijämme ovat onnistumisemme keskipisteessä. Haluamme, että he kasvavat, loistavat ja kokevat työnsä merkitykselliseksi.

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

ta ja inhimillisyyttä sekä tilaa ja mahdollisuuksia. Omassa elämässäni olen kohdannut vaikeita asioita, ja noina hetkinä työpaikkani ja sen ihmiset ovat olleet tärkeä kiinnekohta myrskyn keskellä. Emme pelkää kohdata yhdessä vaikeita asioita, vaan haluamme aidosti ymmärtää ja nähdä ihmiset yksilöinä kukin omassa elämäntilanteessaan. Teemme työtä sen eteen, että kukin meistä voi päästää uniikin persoonallisuutensa loistamaan.

Työmme kulmakivenä on kestävyys – on tärkeää, että vaate voi jatkossakin olla ilon aihe ihmisille, mutta ei millä hinnalla tahansa. Tämä erottaa meidät myös työnantajana: työhaastatteluissa vastuullisuus ja kestävyys ovat hakijoille erityisen tärkeitä teemoja.

Kiinnostumme aidosti kohtaamistamme ihmisistä, autamme heitä kaikessa pukeutumiseen liittyvissä asioissa ja kuljemme rinnalla koko vaatteen pitkän elinkaaren ajan. Näin

teemme tätä työtä ihmiseltä toiselle, sukupolvelta seuraavalle.

Hanna Jouha
henkilöstöpäällikkö

”
**Kun uskoo itseensä,
pystyy toteuttamaan
unelmiaan ja saa
elämästään enemmän irti.**

Perheyrikyksestämme kertovat paljon pitkät työsuhteet, joista useat ovat kestäneet vuosikymmeniä. Kekäleen pitkäaikaisin työntekijä Arto tuli Kiteen myymälään työharjoitteluun 17-vuotiaana ja työskentelee edelleen eläkkeellä ollessaan. Työsuhde on kestänyt lähes 50 vuotta ja on meille molemmille merkityksellinen.

Menneet vuodet 2020–2022 ovat olleet alallamme tuulia, ja monia kipeitäkin ratkaisuja on jouduttu tekemään. Pandemia pakotti yrityksemme yt-neuvotteluihin vuonna 2020, sillä lockdownin eli rajoitustoimien aikaan ei ollut mahdollisuutta pitää kaikkia töissä.

Usein sanotaan, että kriisit ovat nopeutettuja muutoksia, ja niin myös kävi meille

koronan kanssa. Se pakotti vastuunottoon ja pohtimaan, miksi Kekäle on olemassa ja millaisten työntekijöidemme kanssa onnistumme tehtävässämme. Intohimo, kunnianhimo ja halu saada oma potentiaali esiin ja muutkin loistamaan ovat työmme ytimessä ja sellaisia ihmisiä meillä on nyt aidosti Kekäleellä töissä.

Koronan tuomat opit työtapojen järkevöittämisestä ja tehostamisesta, kuten matkustamisen vähentämisestä, kantavat tässä päivässäkin. Kriisin jälkeen olemme kokeneet uuden nousun ja laajenemisen, ja myymälöitämme on nyt 13 ympäri Suomea.

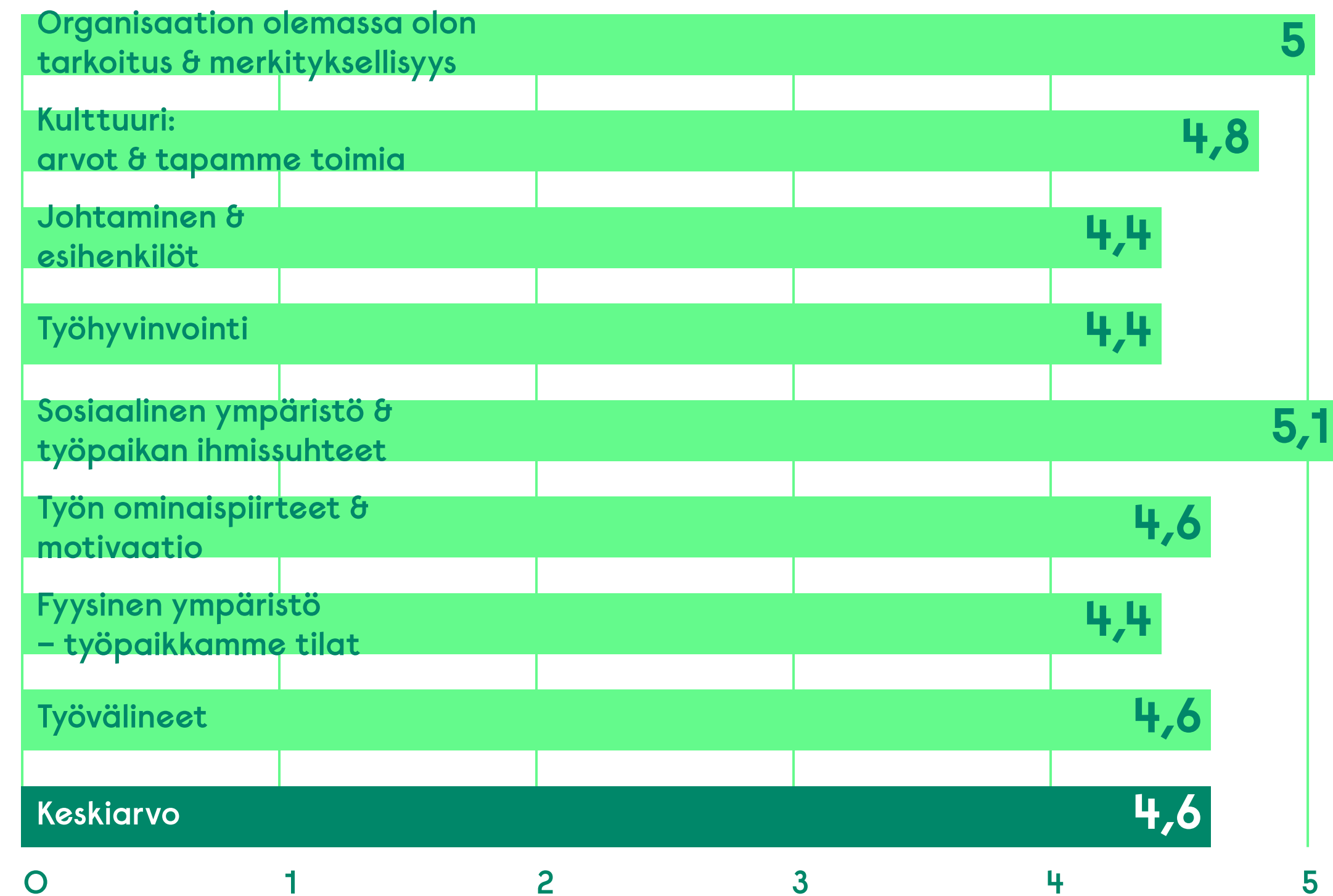
Viime vuosina olemme panostaneet sisäisiin koulutuksiin, ja yksi merkittävimmistä kehitysaskeleista on vastuullisuuden lisäksi

ollut arvojen parissa työskentely. Säännöllisin väliajoin avaamme osallistavia projekteja, jonne kaikki kiinnostuneet voivat hakea mukaan. Yksi näistä on myymälöiden Lempivaatevalmentajien valmentaja. Näin pystymme kehittämään jatkuvasti konseptia, varmistamaan palvelun tasalaatuisuuden sekä työntekijöidemme osaamisen ja prosessin tehokkuuden.

Mitä viime vuodet ovat opettaneet?



Loppuvuoden 2022 henkilöstökyselyn keskiarvot



Vastausprosentti 55,5

Vuonna 2022

Nostoja vuoden 2022 henkilöstökyselystä

Muutama kultaakin kalliimpi työkaveri jotka saavat hymyn huulilleni vaikkei itselläni paras päivä olisikaan. Korvaamatonta <3 Rakastan myös ehdottomasti nähdä työnjälkeni, varsin palkitsevaa.

Tehokkaat aamut. Mahtavat työkaverit. Saan olla oma itseni. Laadukkaat tuotteet, joiden takana on hyvä seisoa. Näen oman tekemiseni jäljen lähes saman tien lukuina. Saan todella paljon aikaan, joka päivä. Töihin on helppo tulla, kun tiedän mitä teen. Suunnittelen itse työpäiväni.

Sitä, että pystyn hämmästyttämään itseäni sillä, minkälainen kyky minulla on löytää asiakkaalle sopivat asukokonaisuudet.

Työkaverit ja asiakkaat, jotka teen onnelliseksi. Ja se tunne töistä lähtiessä, että olen saanut jotain hyvää aikaan.

Asioita, joita
meillä rakastetaan
työpäivässä

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.

Rakennamme parhaillaan vuosille 2023–2024 tiekarttaa kolmen pääteeman ympärille. Tarkat tavoitteet, vastuut ja mittarit osoittavat 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. Ympä-

ristövaikutukset haluamme pitää mahdollisimman pieninä, eli tulemme mittaamaan ja hakemaan uusia ratkaisuja myös tästä näkökulmasta.

1 Kekäle-akatemia

Työn tulevaisuus ja erilaiset työskentelytavat muuttuvat kovaa vauhtia. Suomea koskettaa jo nyt eri alojen osaajapula. Tähän vastataksemme käynnistämme vuonna 2023 Kekäle-akatemia, ohjelman, johon työntekijät voivat osallistua kouluttauakseen 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.

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 kartoitamme nykytilan, ja tulosten pohjalta teemme 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 julkaisemme kulttuurin käsikirjan, ja osa kehittämistä on myös oman hyvinvointiohjelman tekeminen.

Katsotaan eteenpäin

*Meille on tärkeää, että myymämme vaatteet tulevat oikeasti käyttöön ja saavat kantajansa loistamaan. Lempivaatteet korvaavat laadullaan määrän, sopivat keskenään yhteen ja saavat aikaan hyvän olon tunteen. Tässä apuna ovat Lempivaatevalmentajamme.



Vaikoikoimme
Vaikoikoimme
Vaikoikoimme

Kuinka kehitämme valikoimaamme kestävämpään suuntaan?

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





Toimintamme suurin ympäristö- ja sosiaalinen vaikutus syntyy vaatteista, joita myymme. Tekstiili- ja muotialan osuus globaaleista kasvihuonekaasupäästöistä on arviolta 2–10 %¹. Ongelman ydin on siinä, että suurin osa vaatteiden valmistukseen käytettävistä luonnonvaroista käytetään ja valmistuksessa syntyvät päästöt syntyvät turhaan. Vaatteita ostetaan tusinakaupalla hetken huumassa ja vain minimaalinen osa niistä päätyy käyttöön.

Nykyisen muotialan liiketoimintamalli perustuu volyymin tuomaan kannattavuuteen, jossa halpoja tuotteita pitää myydä mahdollisimman paljon, jotta se on kannattavaa. Se ei kuitenkaan hupenevien luonnonvarojen ja lämpenevän ilmaston aikakaudella ole ketään kannattelevaa. Tuotantovolyymien laskeminen olisi nopein tapa vaikuttaa päästöjen vähenemiseen. Vastuullisin teko koko toimialalla ja suurin

¹ Suomen tekstiili ja muoti, www.stjm.fi/palvelut-ja-tietoa-yrityksille/vastuullisuuspalvelut/ymparistovastuu

”Haluamme haastaa pikamuotiketjujen mukanaan tuoman ajatuksen siitä, että enemmän on parempi.

tarvittava muutos ajatusmallissamme onkin se, että vaatteita tulisi yksinkertaisesti tuottaa ja ostaa vähemmän. Ja pitää käytössä enemmän ja pidempään.

”Osta vähemmän, pidä enemmän” on kantava ajatuksemme, joka ohjaa tuotevalikoimamme kokoamista. Haluamme haastaa pikamuotiketjujen mukanaan tuoman ajatuksen siitä, että enemmän on parempi. On totta, että Suomen ilmastossa vaatteilla on funktionaalinen rooli – vaatteita on pidettävä, jotta kylmä maailma ei pääse konkreettisesti iholle. Haastamme kuitenkin meidät kaikki ajattelemaan, millainen määrä vaatteita on riittävä.

Lisäksi haluamme olla ylpeitä niistä vaatteista, joita myymme. Siksi valitsemme valikoimaan aikaa kestäviä, laadukkaita vaatteita, jotka kestävät sekä tarkemman tarkastelun että käytössä myös käyttäjältä toiselle. Sellaisia vaatteita, joita pidetään ja joista pidetään. Tavoitteemme on, että liikkeistämme löytyy potentiaalisia lempivaatteita.

Tiedostamme hyvin, että vaateteollisuudella on erityisen paljon tehtävää rakenteiden ja toimintamallien muuttamisessa kestäväälle tasolle. Kaltaisellamme jälleenmyyjällä haaste ei ole pelkästään omissa käsissä. Siksi olemme päättäneet lähteä jatkuvan paranta-

misen polulle yhdessä edustamiemme brändien kanssa.

Vuonna 2023 määrittelemme vaikuttavan ostamisen ohjeistomme. Sitä kautta meidän on mahdollista käyttää pientä vaikutusvaltaamme ja ennen kaikkea suurta vastuutamme. Tavoitteemme on aikaansaada positiivinen kierre, jossa yksittäiset vaatimukset ohjaavat kumppaneitamme vastuullisempiin valintoihin vaatteiden tuotannossa.

Aloitamme tavoitteellisen vastuullisuustyön myös oman Sinnuu-brändimme kanssa. Suunnittelemme itse oman mallistomme, joten voimme vaikuttaa sen tuotantoon laajimmin. Sinnuun saralla tavoitteemme on tuoda läpinäkyvyyttä paitsi vaatteen valmistamiseen, myös materiaalien juurille asti.

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

Tuomas Kekäle
valikoimajohtaja

Vaikutamme ostoilla – ja olemalla ostamatta

Vaatteiden jälleenmyyjänä koostamme valikoimamme ostamalla vaatebrändeiltä Kekäleen pidetyimpien vaatteiden filosofiaan sopivia mallistoja.

Nopeita toimia on ollut mahdollisuus tehdä valitsemalla, mitä valikoimasta poistuu ja mitä sinne tuodaan lisää. Olemme jo rajan-

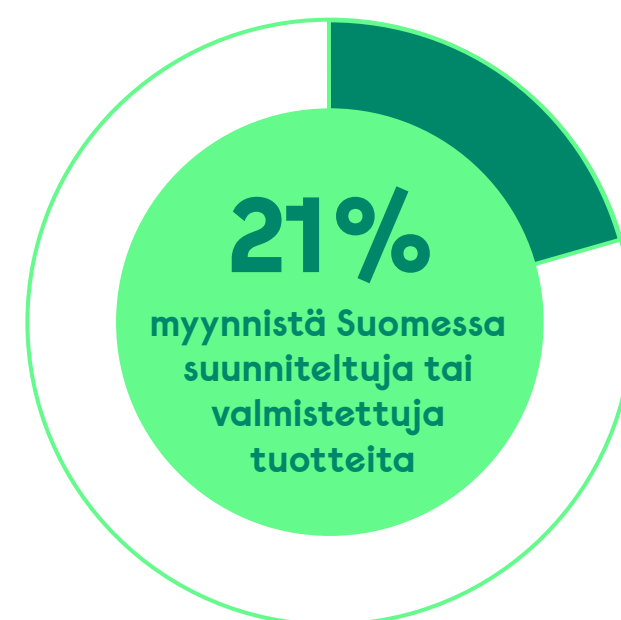
neet valikoimasta ulos tuotteita, jotka eivät tue ajatustamme kestävästä vaatekaapista. Pääkriteerimme valikoiman kokoamisessa on, että emme osta huonolaatuisia tuotteita. Aina hinta ei kerro tuotteesta koko totuutta: keskihintaisetkin tuotteetkin voivat kestää käytössä. Silmämme on harjaantunut ja tietotaitoa kestävien tuotteen valitsemiseksi on kerrytetty jo yli 65 vuotta.

Olemme poistaneet

- Vuosien varrella olemme tiputtaneet valikoimasta brändejä, joissa oma havaintomme ja kokemuksemme on aiheuttanut huolen siitä, etteivät tuotteet kestä käytössä.
- Turkikset jätimme pois valikoimasta eettisistä syistä vuonna 2022.
- Materiaaleista akryyli on päätenyt valikoimamme ulkopuolelle. Vuonna 2022 akryyliä on vielä muutamassa tuotteessa, esimerkiksi pipoissa. Vuonna 2023 akryyliä ei löydy mistään tuotteesta. Akryyli nyppyyntyy herkästi, eikä siitä saa huoltamallaakaan hyvää, joten se ei vastaa laatuvaatimukseemme.

Olemme lisänneet

- ✚ Kolmannen osapuolen sertifioimia tuotteita. Esim. GOTS-sertifioituja tuotteita on valikoimassa jo nyt ja niiden osuutta on lisätty. Kehitämme dataa, jotta voimme jatkossa kertoa niiden osuuden valikoimasta.
- ✚ Kierrätysmateriaaleista valmistettujen tuotteiden osuutta valikoimassa niissä tuotteissa, joissa kierrätysmateriaalit toimivat niin, että tuotteiden korkea laatu ja kestävyys säilyvät.



Mitä olemme jo saaneet aikaan?

Ompelijoiden
palveluita käytettiin

67 558

euron arvosta
vuonna 2022

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. Tavoitettamme tukemaan loimme vuonna 2020 Lempivaatevalmennus-palvelun. Autamme 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 sisäl-

tyvä Lempivaatevalmennus-palveluun sisältyvä Lempivaatevalmennus-palvelu laajentaa palautusoi-keutta. Annamme Lempivaatevalmentajan kanssa valituille vaatteille 2 viikon harkinta-ajan, jota kutsumme Lempivaatevalmennus-palveluksi. 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 vaateen pitäminen lisääntyy. Liikkeissämme saat ne helposti ilman erillistä ompelijäkäyntiä ja Joensuun myymälässä oman ompelijamme toteuttamina.

Verkkokaupan
kokotyökalua käytettiin huimat

193 389

kertaa vuonna
2022

0%

vaatteista päätyy
kaatopaikalle

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 läpimyyntitavoitteet, jotka kannustavat harkitsemaan huolella, vastaako tuote asiakkaidemme makua ja toiveita. Onnistumme tässä vaatekaupan mittapuulla poikkeuksellisen hyvin.
- 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 päätyy kaatopaikalle.

Se pieni puro eli pakkaukset

- Myymäläkassimme ja verkkokaupan postituspussimme ovat tällä hetkellä muovinkeräyksessä kierrätettäviä PE-muovipusseja. Vuoden 2023 aikana kaikki verkkokaupan postituspussit ja myymälöiden muovipussit vaihdetaan 80 % kierrätysmuovista valmistettuihin versioihin.
- 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.
- Olemme keränneet dataa pakkauksista vuodelta 2022. Tiedon perusteella teemme tavoitteen pakkausmateriaalin vähentämisestä seuraaville vuosille.
- Tavarantoimittajat ovat tehneet hienosti muutoksia pakkauksissa: esimerkiksi miesten kauluspaitoja valmistava Olymp-merkki vaihtoi pakkauksensa. Nyt materiaalit ovat 100 % kierrätettäviä, niistä aiheutuu 40 % vähemmän päästöjä ja niissä on 40 % vähemmän osia kuin aikaisemmin. Keräämme vuonna 2023 yhtenäistä dataa tavarantoimittajien valinnoista, jotta voimme kertoa niistäkin jatkossa laajemmin.



Vuonna 2023 olemme ison muutoksen äärellä. Keskitymme keräämään systemaattisesti dataa toimintoistamme, jotta voimme lisätä valikoimamme läpinäkyvyyttä. Koska olemme vaatteiden jälleenmyyjä, vaatteiden osalta dataa kerätään pääosin tavarantoimittajilta. Keräämme tietoa ostoistamme, jotta meille piirtyy todenmukainen kuva siitä, millaisella vastuullisuuden tasolla ostotoimintamme tällä hetkellä on. Kun meillä on tarkka kuva lähtötilanteesta, luomme tavoitteet tilanteen parantamiseksi.

”**On paikannettava missä on, jotta voi jatkaa suunnitelmallisesti eteenpäin.**”

Katsotaan eteenpäin



Vaikuttavan ostamisen ohjeisto

Vuonna 2023 määrittelemme Kekäleen vaikuttavan ostamisen ohjeiston. Luomme neljä uutta alla kuvattua toimintatapaa, joilla pyritään vaikuttamaan valikoiman vastuullisuuteen sosiaalisen- ja ympäristövastuun näkökulmista.

1 Vaikutus sosiaaliseen vastuullisuuteen – asianmukaisen huolellisuuden järjestelmä

Luomme 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 määritelemme maahan tai alueeseen liittyvät riskit.

Koko valikoiman osalta toimittajayritysten sertifikaatteja ja sertifioinnista 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.

2 Vaikutus ympäristövastuuseen – ympäristön kannalta suotuisat ostot

Luomme Environmentally Preferable Purchasing (EPP) -ohjeiston eli oman ohjeistuksemme ympäristön kannalta suotuisiin ostoihin. Tässä yhteydessä määrittelemme,

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

3 Vaatimusten viestiminen tavarantoimittajille – yritysvastuuvaatimukset

Luomme yritysvastuuvaatimukset (Supplier Code of Conduct) tavarantoimittajille. Vaadimme tavarantoimittajiamme allekirjoittamaan luomamme yritysvastuuvaatimusdokumentin ja siten sitoutumaan määrittelemiimme toimiin, jotka kattavat sosiaalisen vastuun ja ympäristövaikutuksen. Yritysvastuuvaatimusdokumenttiin kirjataan myös muut määritellyt asiat, joilla edistetään valikoimamme kehitystä haluamaamme suuntaan. Kriteeristö tulee olemaan kiristyvä, eli vuonna 2025 odotamme tavarantoimittajilta kehitystä vuoteen 2024 verrattuna.

4 Vuosittainen brändikatsaus eli vaatimusten toteutumisen seuranta

Seuraamme vuosittain, 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



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. Tunisia on vielä vuonna 2022 ollut valmistusmaiden joukossa.
- Sinnuu-tuotteet suunnitellaan Suomessa. Materiaalivalintoja, leikkauksia ja mallistoja

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 pehmoista puuvillaa ja viskoosia sekä yllleistä kashmiria. Näitä vahvistavat toisinaan myös pieni määrä muita tarkkaan valittuja kuituja, jotka tekevät vaatteista pitkäikäisiä ja helppohoitoisia.

- Vuonna 2023 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 33.)

Vuonna 2023 määrittelemme myös, mitä vastuullinen vaate meille tarkoittaa. Määrittelyn jälkeen pystymme merkitsemään valikoimassamme ne tuotteet, jotka täyttävät kriteerimme ja tuomaan nämä tuotteet esille sekä verkossa että kivijalkamyymälässä, jotta asiakkaan on helpompi tehdä parempia valintoja.



Strovolios
Strovolios
Strovolios

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 poltettavaksi². 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.

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

Kuinka edistämme kiertotalouteen siirtymistä tuotteillamme ja palveluillamme?

”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 laa-

dukasta vaatekaapin sisältöä 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 voi olla toiselle se vaatekaapista puuttuva palanen.

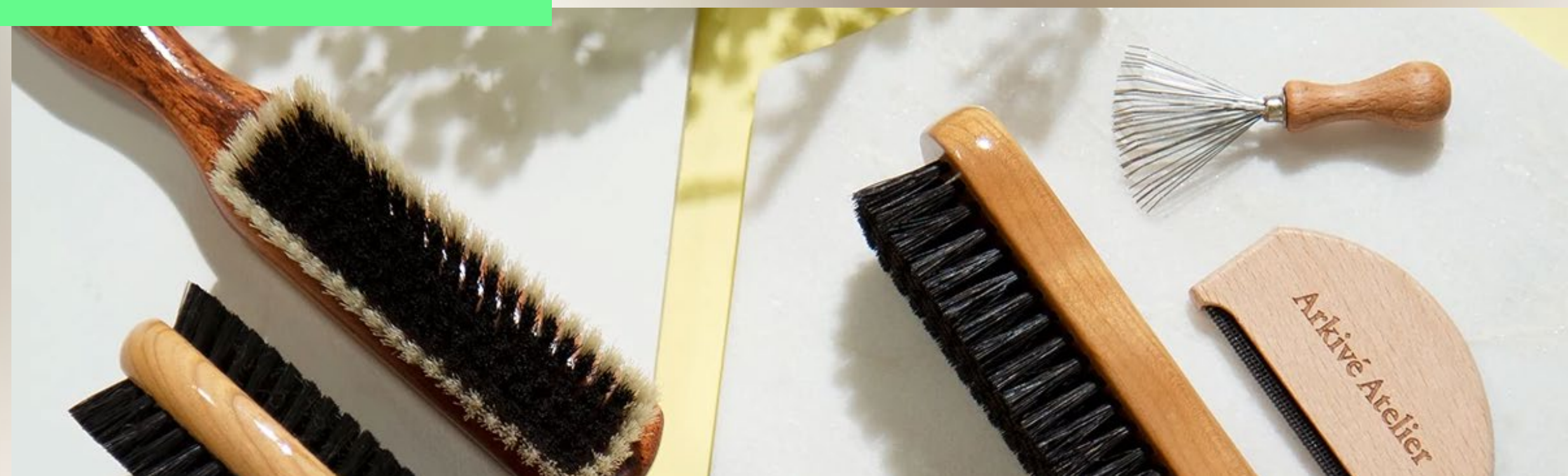
Kiertotalous tulee olemaan yksi vastuullisen pukeutumisen kulmakivistä ja keinoista vähentää haitallista volyymia, jolla uusia vaat-

teita 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.

² Ellen Macarthur Foundation, Fashion and the circular economy – deep dive: ellenmacarthurfoundation.org/fashion-and-the-circular-economy-deep-dive

Pidetään tyyli kierrossa!



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.

Pidä hyvin ja pidä huolta

Toimme vuonna 2020 valikoimaan vaatehuollon välineet, ja niitä myytiin vuonna 2022 4524 kappaletta. Opastamme vaatehuoltoon ahkerasti niin myymälässä kuin sosiaalisen median kanavissakin.

Valikoimaan kuuluvat:

- vaateharjat, nukkakammat ja nukanoistaja
- höyrystin
- kenkien huoltovälineet
- erikoispesuaine untuvalle ja tahranoistaja



Konkreettinen askel kiertotalouteen – Second handista osa Kekäleen valikoimaa

Otimme ensimmäisen askeleen second hand-toimintaan kesän 2022 alussa mekkokokeilulla. Järjestimme Joensuun ja Oulun myymälöissä second hand pop up -tapahtuman, jossa laadukkaat kesämekot vaihtoivat omistajaa. Idea oli menestys, jonka rohkaisemana lähdimme testaamaan second handia valikoimassa laajemmin.

Vuonna 2022 lanseerasimme Kekäle Second hand -palvelun, joka 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 laajennamme palvelua.

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.

Mitä olemme jo saaneet aikaan?

Second hand – laadukkaita lempivaatelöytöjä

Vuonna 2023 kehitämme second hand -palvelua lisää. Olemme laajentaneet valikoimaan otettavia tuotteita ja brändilistaa myös Kekäleen myymien brändien ulkopuolelle. Tavoitteemme on, että second hand -tarjoama on kiinteä osa valikoimaamme ja osa palveluamme, jossa vaatteille annetaan mahdollisuus tulla lempivaatteiksi uudelleen ja uudelleen. Second hand -valikoima on esillä myymälöissä ja tuotteita löytyy myös verkkokaupastamme.

Vuodelle 2024 suunnittelemme uutta kiertotalouden pilottia. Vaatteiden korjauspalveluiden kasvattaminen tai vaatteiden vuokraus vaikuttavat potentiaalisimmilta kehityssuunniltta. Kuulet näistä varmasti lähempänä lisää.

Katsotaan eteenpäin





Asiokkoyourmes
Asiokkoyourmes
Asiokkoyourmes

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.

**Kuinka autamme
asiakkaitamme tekemään
pidetyimpiä valintoja?**





Tiedostamme, että vaatekauppana luomme viestinnällämme ja kuvastollamme vahvasti mielikuvaa siitä, mikä on haluttavaa. Vuonna 2016 sanoitimme tarkoituksemme uudelleen. 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. Pika-muodin alati kiihtyvän valmistustahdin myötä vaatealan ongelmat ovat moninkertaistuneet. Samaa tahtia, kun vaatteiden määrä planeettallamme lisääntyy, päällä pitämisen kerrat vähenevät. Vaatteet eivät siis enää täytä perimmäistä tarkoitustaan ja moni haitta syntyy täysin turhaan.

Siksi otimme vuonna 2020 tehtäväksemme toimia pitämisen puolesta: kannustaa asiakkaita ostamaan vähemmän ja pitämään

enemmän. Tiedämme, että päätös on vaatteiden myynnistä tulonsa saavalle organisaatiolle kaupunkilaisjärjen vastainen, mutta meille se on ainoa tapa tehdä työtämme hyvällä omatunnolla. Se myös kannustaa meitä oppimaan jatkuvasti itse lisää ja jakamaan kerryttämäämme ymmärrystä asiakkaille.

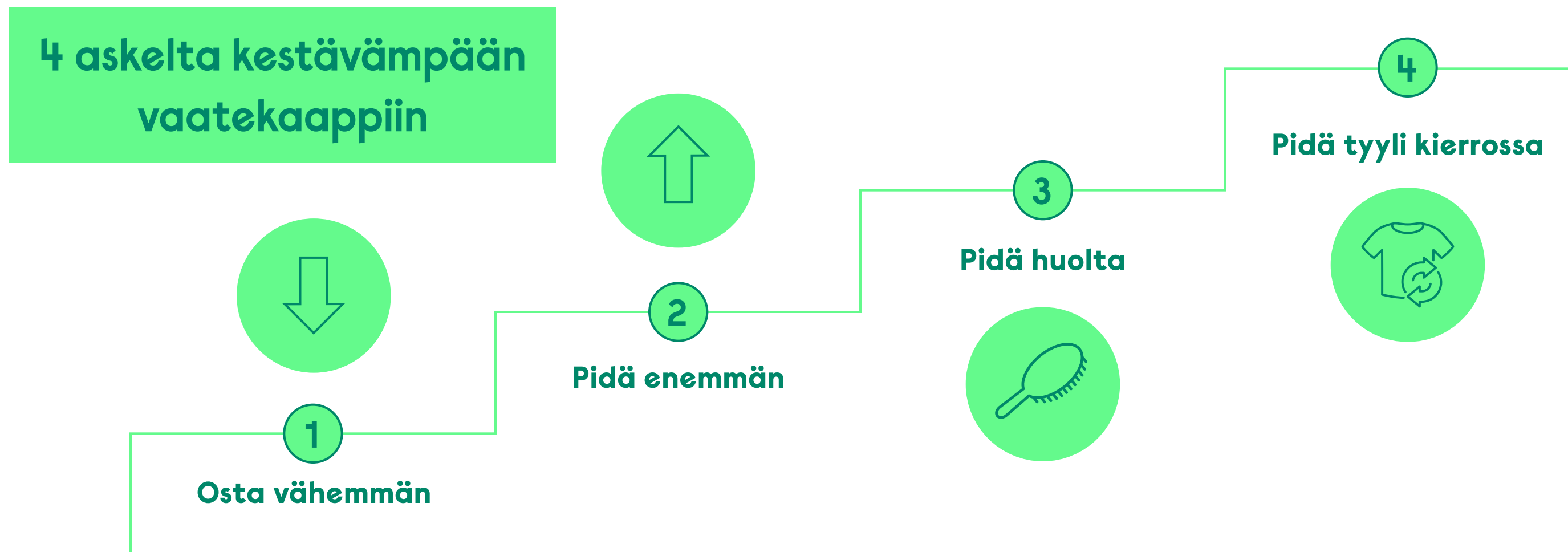
Liikkeissämme tapahtuu kaksi miljoonaa asiakaskohtaamista vuosittain. Se, mitä niissä tapahtuu ja miten kulutustottumuksia voidaan hiljalleen muuttaa, on meille merkityksellistä. Olemme pukeneet kommunikatiomme niin myymälöissä kuin ulkoisissa kanavissa kantamaan viestiä pitämisen puolesta. Tavoitteemme ei 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 asukokonaisuuksiksi, ideoita olemassa olevan vaatekaapin päivittämiseen, ohjeita vaatehuoltoon ja tietoa toimivimpien materiaalivalintojen tueksi.

Haluamme myös haastaa pinttyneitä käsityksiä pukeutumisesta. Vaatteisiin saa ja kuuluu liittyä tunteita. Aiheuttaako marketa väsyneenä arki-iltana ostettu vaate aitoa iloa vai ahdistusta? Tuliko vaate hankittua itseä peittääkseni vai omaa persoonaa esiin tuodakseen? Miltä laatuvaatteen ostaminen tuntuu, jos sen arvoa ajattelee viideksi vuodeksi eteenpäin, käyttökerroille jaettuna tai jälleenmyyntiarvon huomioiden? Miltä tuntuisi vaatekaappi, jossa olisi aina vain lempivaatteita? Löytyisiköhän toivetuote jopa edullisem-

min second handina? Pukeutumista saa – ja pitää – ajatella.

Me ajattelemme asiakkaidemme kanssa, jotta voimme kulkea yhdessä kohti uudenlaista pukeutumisen ja oman itsensä ilmentämisen aikakautta. Tavoitteemme on, että löydät pidetyimmät vaatteet ja uutta inspiraatiota pitämiseen meiltä.

Outi Marttinen
markkinointipäällikkö



Vaatealalla kommunikaatio perustuu useimmiten uutuuksiin ja trendeihin. Pide-tyimpien vaatteiden ideologia ohjaa markkinointikommunikaatiotamme toisenlaiseen suuntaan.

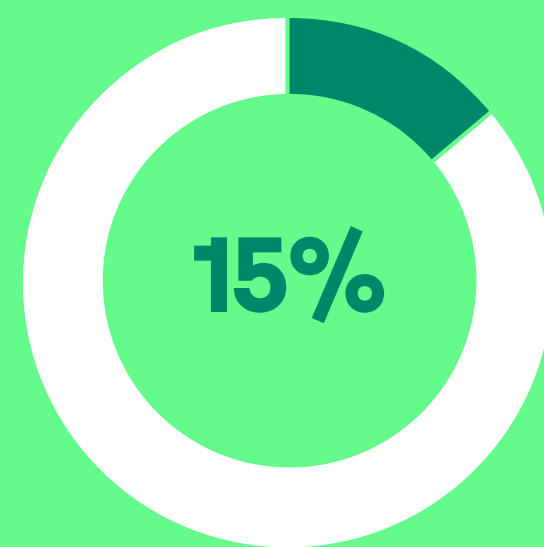
Mitä olemme jo saaneet aikaan?

Viestintä 2022

Myymälät

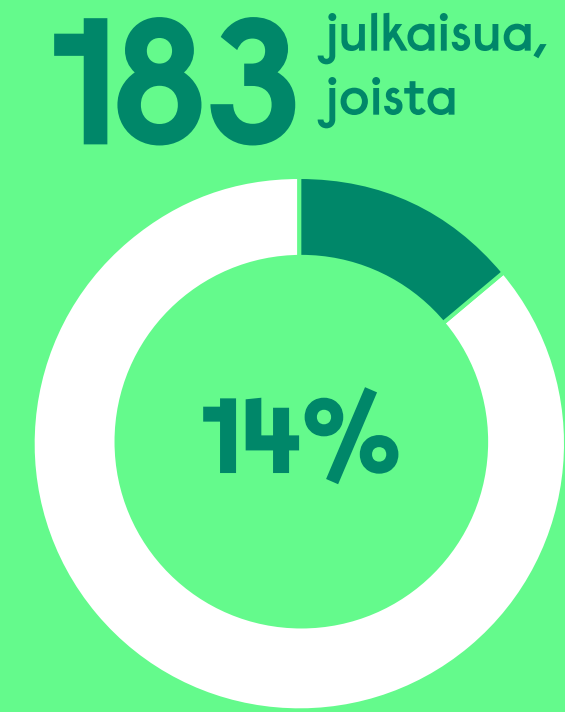
Palvelimme myymälöissämme yli **2 milj.** asiakasta ja verkkokaupassa yli **2,5 milj.** käyttäjää kertoen pääviestiämme pitämisen puolesta.

Markkinointikampanjat



markkinointikampanjoistamme oli vastuullisuus-temaisia.

Sosiaalinen media



viesti aiheeltaan vastuullisemman vaatekaapin näkökulmaa tai vinkkejä vastuullisempiin ostoksiin.

Sosiaalisen median yhteisömme on 34 392 henkilön kokoinen.

Levikki **80 000** ilmestyminen **2 kpl/vuosi**

Utiskirjeet

21 uutiskirjeen pääviestinä olivat vastuullisuusaiheet. Uutiskirjeillämme viestimme yhteensä lähes **126 000** asiakkaalle

Kekäle-lehti

- Erityinen osa kommunikaatiotamme.
- Poimimme trendeistä mukaan vain ne, joille ennustamme pitkää ikää ja kannustamme ajattomiin valintoihin. Sen lisäksi inspiroimme huolella taustoitetuilla artikkeleilla oman tyylin löytämiseen ja vinkkaamme vaatehuoltoon ja kestäviin valintoihin.
- Molemmissa vuoden lehdistä oli vastuullisuussteema.

Vinkejä, 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.
- Kannustimme pitämään pään kylmänä myös aleostoksilla. Jaoimme vinkit laadukkaisiin alelöytöihin, sillä ale on myös aikaa, jolloin on mahdollisuus satsata laadukkaampiin tuotteisiin.
- Kannustimme joulun aikaan antamaan myös aineettomia lahjoja: vinkkasimme vaatehuollon toteuttamisesta lahjaideana.

- Yksi vaate, kolme tyyliä -konsepti inspiroi yhdistelemään vaatteita ja ottamaan mahdollisimman paljon irti yhdestä vaatteesta.
- Vaatehuollon teemat ja vinkit ovat olleet esillä Kekäle-lehdessä, uutiskirjeissä ja somessa.
- Olemme tietoisesti antaneet kotimaisille brändeille tilaa kommunikaatiossamme.

Valikoidut vaikuttajat puhuvat pitämisen puolesta

Valitsemme somevaikuttajat vaikuttajayhteistöihin tarkasti yhteisen arvomaailman pohjalta. Teimme vuonna 2022 vuosiyhteistyötä kolmen vaikuttajan kanssa. Vaikuttajayhteistöissä ovat mukana monesti vastuullisuuden teemat. Teimme myös muutamia yksittäisistä yhteistöitä, jotka kaikki ovat liittyneet vastuullisuu- teen: vaatteista pitämiseen ja huoltamiseen.

”
**Valitsemme
 somevaikuttajat
 vaikuttaja-
 yhteistöihin
 tarkasti yhteisen
 arvomaailman
 pohjalta.**

Vaikuttajayhteistyön yhteydessä toimitamme vaikuttajille 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 lyhytkestoihin 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.

Osallistamme vastuullisuusvaikuttajia mukaan vinkkisisältöihin. Toteutimme vuonna 2021 Outi Pyn kanssa ”Täydellisen talvitakin anatomia” -artikkelin, jossa hän asiantuntemuksellaan vinkkaa jujut, joilla kestävä takkivalinta tehdään. Lisäksi saimme Outilta vinkit, joilla pidennetään laadukkaan takin käyttöikää. Vinkit julkaistiin somessa, verkossa ja Kekäle-lehdessä. Inspiroimme myös ajattoman tyylin ja kapselivaatekaapin rakentamiseen Tyyli-puhetta-median Elsan opastuksella.

Aikuisen laadukkaan arkivaatteen tulisi kestää mielellään tuhansia käyttökertoja. Olemalla tarkkana vaatteen valinnassa ja opettelemalla huoltamaan sitä, säästää pitkän pennin ja vaatteen voi laittaa oman käytön jälkeen takaisin kiertoon seuraavalle käyttäjälle.

– Outi Pyy

Second hand -kommunikaatio

Kiertotalouden palvelusta informoiminen sai tilaa uutiskirjeessämme, somessa ja Kekäle-lehdessä.

Emme halua kannustaa second hand -ostoksillakaan heräteostoshuumaan. Siksi julkaisimme Kekäle-lehdessä myös vinkit vastuullisiin second hand -ostoksiin ja laadun vaalimiseen.

”
Emme halua kannustaa second hand -ostoksillakaan heräteostos- huumaan.

2 miljoonaa mahdollisuutta vaikuttaa kestävämmän vaatekaapin puolesta

Kivijalkaliikkeidemme Lempivaatevalmentajien palvelu auttaa löytämään pidetyimmät vaatteet. Kannustamme saapumaan Lempivaatevalmentajan luo oman lempivaatteen kanssa, jolloin valmentaja auttaa löytämään lisää omaan makuun sopivia nappivalintoja. Mukaan voi ottaa myös itselle pulmallisen vaatteen, jolloin Lempivaatevalmentaja auttaa yhdistelemään vanhaan sellaista uutta, joka lisää vaatteiden käyttökertoja. Tarkoituksemme ei ole myydä mahdollisimman monta vaatetta, vaan vaatteita, jotka täydentävät vaatekaappia ja päätyvät nimen mukaisesti lempivaatteiksi.

- Vaatehuollon opastus on osa palveluamme. Vaatehuollon tuotevalikoimamme on sijoitettu sovituskoppien läheisyyteen, jotta asiantuntijoidemme on helppo antaa huoltovinkkejä asiakaspalvelutilanteessa. Kannustamme pitämään vaatteista huolta ja pitämään niitä pitkään.
- Opastamme vaatehuoltoon myös oston yhteydessä. Jos asiakas ostaa neuleen, takin tai farkut, hän saa myyjältä mukaansa kirjalliset ohjeet kyseisen tuoteryhmän huoltamiseen.
- Koulutamme henkilökuntaa vaatehuoltoon tuoteryhmäkohtaisesti: esimerkiksi kenkien huolto, neulosmateriaalit ja villakangastakit ovat olleet huolenpidon koulutusten aiheina.
- Asiakkaidemme suurin haaste on miten yhdistellä vaatteita. Inspiroimme siihen asukokonaisuuksilla. Asukokonaisuudet ovat myymälässä esillä niin, että asukokonaisuuden viereisestä rekistä löytää siihen liittyvät tuotteet, joista asukokonaisuuden voi koota.
- Juhlasesonkina muistutamme ajatuksesta, että juhlavaatteita voi käyttää monta kertaa ja yhdistää arkeen, jotta vaate päätyisi mahdollisimman paljon käyttöön. Jokaiseen juhlaan ei tarvita uutta mekkoa, vaan mekko, jossa sinun on hyvä olla.
- Myymälähenkilökuntaamme kannustetaan käyttämään Kekäleeltä ostettuja vaatteita: se on mielestämme paras esimerkki. Emme kulje univormuissa, vaan omissa lempivaatteissamme.

Herkällä korvalla ja tarpeita kuunnellen

Olemme osallistaneet asiakkaita mukaan vastuullisuusmatkalle. Teimme vuonna 2022 kyselyn kanta-asiakkaillemme selvittääksemme, mitkä vastuullisuuden osa-alueet ovat asiakkaillemme merkityksellisiä. Kyselyyn vastasi 850 asiakasta. Yllätyimme siitä, että asiakkaiden vastauksissa korkeimmalle arvostettiin työntekijöiden henkistä ja fyysistä hyvinvointia ja henkilökunnan työtyytyväisyyttä.

Keräämme asiakaspalautetta aktiivisesti. Pyydämme kertomaan kokemuksesta sekä verkkokauppa- että myymäläostosten jälkeen. 99 % palautteesta on positiivista. Myyjillemme tämä on todella tärkeää, sillä palautteen näkeminen motivoi meitä palvelemaan asiakkaita entistä paremmin. Myös somepalautteella on meille merkitystä. Kriittisillä kommentteilla oli vaikutusta mm. turkissomisteisten vaatteiden poistoon valikoimasta.

Pitäkää hyvää huolta henkilökunnasta, se näkyy myös ulospäin

Näin summasi yksi 289:stä nimettömästä vastauksesta. Vastausten perusteella henkilökunnan työtyytyväisyys nostettiin vastuullisuusteemojemme kärkeen. Hyvinvoinnin toivottaisiin ulottuvan myös vaatteiden valmistajiin.

Asiakkaan avoin vastaus kysymykseen: Millä vastuullisuus-*teoilla* Kekäle voi mielestäsi saada aikaiseksi isoimman positiivisen vaikutuksen?

Nykyinen viestinne lempivaatteista, joita pidetään paljon, on loistava. Asioin Tampereen myymälässä ja sieltä saanut ihanaa palvelua ja suosituksia. Myyjä on myös reilusti kertonut, kun joku vaate ei istu. Ei myydä "väkisin" vaan halutaan löytää juuri oikea vaate, että sitä tulisi pidettyä. Ja jos joskus ei mitään tartu mukaan, saan silti ystävällisen palvelun ja hyväksynnän sille, etten osta mitään. Mieluummin ostan vain niitä lempivaatteita, vähemmän on ehkä enemmän ja laadukkaampaa.

Vastuulliset valinnat näkyviin

Vuoden 2023 datankeruun jälkeen määrittelemme, 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. Tuotteiden valmistusmaa on tällä hetkellä näkyvillä verkkokaupassa toistaiseksi vain pienessä määrässä tuotteita. Kun saamme vuoden 2023 da-

tankeruun aikana systemaattisesti datan mm. tuotteiden valmistusmaasta, pääsemme tuomaan ne esiin myös verkkokaupassa.

Kiertotalous ja uudet kuluttamisen tavat esille

Vuonna 2023 kehitämme second hand -palvelua lisää. Olemme laajentaneet valikoimaan otettavia tuotteita ja brändilistaa myös Kekäleen myymien brändien ulkopuolelle. Mutta miksi brändilista? Koska valitettavasti pikamuodilla ei ole jälleenmyyntiarvoa. Pikamuodin perustalle luotu kiertotalous ei yksinkertaisesti ole kannattavaa. Siksi pidämme yllä brändilistaa, joka viestii myös tietoa ja ymmärrystä siitä, millaisilla tuotteilla on jälleenmyyntiarvoa. Laadukkaiden brändien harkitusta valikoimasta on myös hou-

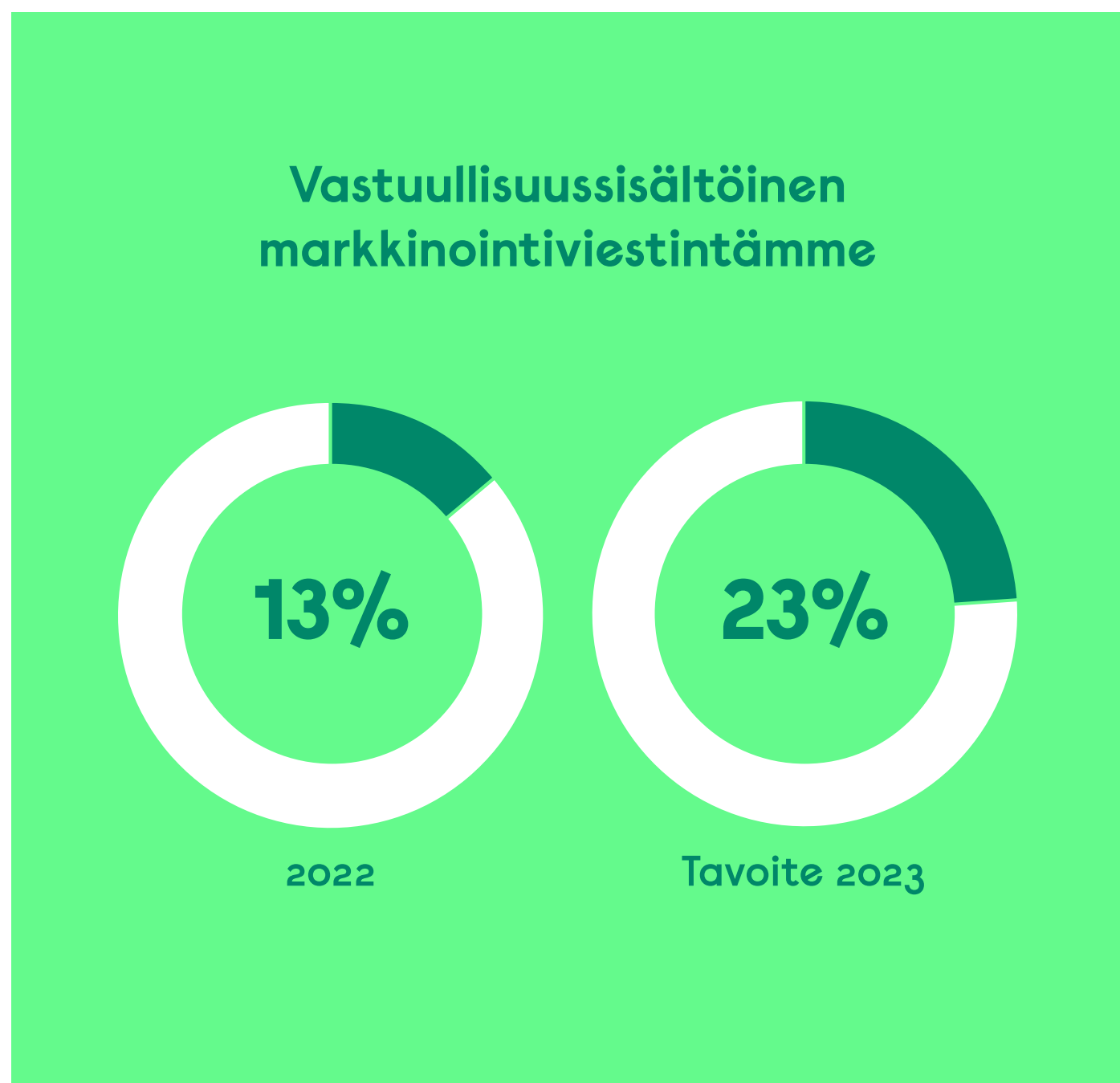
kuttavaa tulla etsimään potentiaalista lempivaatetta käytettynä.

Tavoitteemme on muuttaa käsityksiä käytetyn ostamisesta. Second hand on kaikille mahdollisuus ostaa laatuvaatteita ja tehdä brändilöytöjä edullisempaan hintaan. Kannustamme myös käymään vaatekaappia läpi ja luopumaan niistä vaatteista, jotka eivät enää itseä säväytä. Maksamme vaatteen myyjälle ostohyvityksellä. Ostohyvityksen voi hyödyntää uuteen tai kierrätettyyn lempivaatteeseen Kekäle-myyvälöissä tai verkkokaupassa. Parhaassa tapauksessa kierto- on laitetuista vaatteista kertyvän hyvityksen avulla voit ostaa kauan haaveilemasi, laadukkaan tai arvokkaamman tuotteen, joka kestää aikaa. Lisäämme second handiin liittyvää kommunikaatiota vuoden 2023 aikana.

Katsotaan eteenpäin

Kuvasto monipuolisemmaksi

Haluamme näyttää kuvastossamme eri taustaisia ja eri ikäisiä ihmisiä. Eri kokoisten ihmisten esittämisessä on käytännön haaste: brändeiltä kuvauksiin saapuvat vaatteiden mallikappaleet ovat standardikoossa 36–38 ja 50. Se vaikuttaa tällä hetkellä vääjäämättä mallivalintoihimme. Vuoden 2023 aikana kehitämme toimintamal-



lia, jossa sisällöntuottajien avulla voimme tuoda esille monipuolisempaa mallikuvastoa.

Kestävyyssajattelu koholle kommunikaatiolla

Kasvatamme edelleen vastuullisuusviestiä sisältävän kommunikaatiomme määrää.

- Luomme hoito-ohjeistukset, jotka asiakas saa kassalta ostoksen yhteydessä, myös kengille ja luonnonmateriaaleille.
- 2023 aikana luomme Kekäleen eettisen markkinoinnin ohjeet ja varmistamme, että kaikki Kekäleen kommunikaation parissa toimivat sidosryhmät noudattavat niitä. Olemme jo aikaisemmin luoneet ohjeistuksen vaikuttajayhteistöitä varten yhteisen arvopohjan ja toimintatapojen vahvistamiseksi.
- Palautusten määrä kertoo onnistumisestamme auttaa löytämään lempivaatteita. Verkko kaupan palautusprosentti vuonna 2022 oli 34 %. Kivijalkamyymälöistä meillä ei ole vielä yhtenäistä tietoa. Keräämme tiedot vuoden

2023 aikana ja sen jälkeen asetamme tavoitteen palautusprosentin pienentymiselle.

- Alamme kysyä palautusten yhteydessä tietoa palautuksen syystä. Näin saamme palautetta, jonka avulla voimme rakentaa valikoimaa ja opastaa asiakkaita jatkossa paremmin.
- Jatkamme vaikuttajayhteistyötä valikoitujen kumppanien kanssa. Tuomme mm. kestävän tyylin stailausvinkkejä, vaatehuollon opastusta ja pidetyimpien vaatteiden ideologiaa näkyväksi vaikuttajayhteistöiden avulla.
- Tavoitteemme on tuoda vaatehuollon tuotevalikoima kivijalkaliikkeissä paremmin esille, jotta vaatehuollosta tulee oleellinen osa kestävää pukeutumista.
- Inspiroimme ja opastamme Kekäle Kanta-asiakkaita kestäviin valintoihin säännöllisesti. Tavoittelemme 22 % kasvua kanta-asiakkaiden määrässä vuonna 2023.

Luontotoetsidosryhmittä
Luontotoetsidosryhmittä
Luontotoetsidosryhmittä



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

Luonnostoitsidosryhmitt
Luonnostoitsidosryhmitt
Luonnostoitsidosryhmitt

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 määrää kohti laatua jo vuosia, mutta vuonna 2022 olemme lähteneet kartoittamaan vaikutustamme tarkemmin. Tarkoituksemme on ymmärtää myös negatiivinen jälkemme ja lähteä pienentämään sitä.

Oma toiminta: ympäristöjärjestelmä ja päästölaskenta

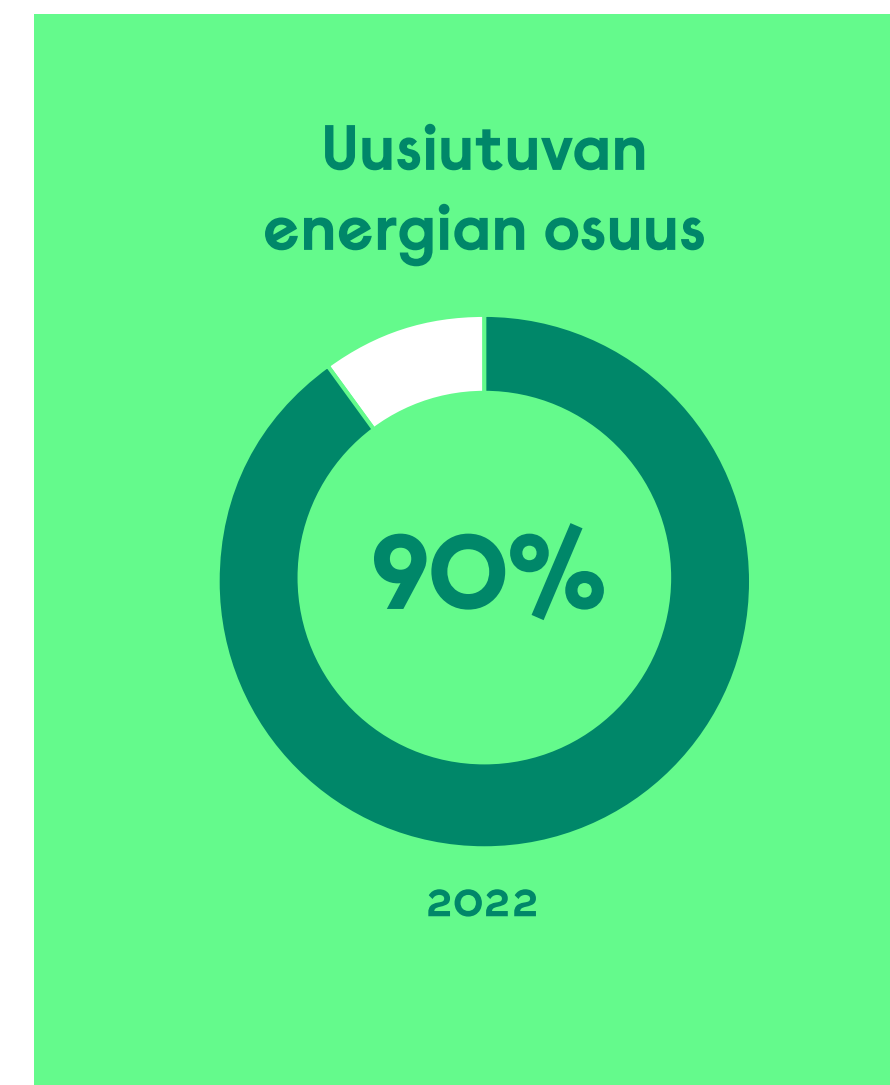
Osana B Corp -sertifiointiprosessia olemme lähteneet rakentamaan Kekäleen ympäristöjärjestelmää. Keräämme toimipisteittäin tietoa mm. energiankäytöstä, veden kulutuksesta ja jätteen määrästä. Vuoden 2023 keväällä

vuoden 2022 kulutuksen tiedot ja sen myötä lähtötilanteemme on selvillä.

Päästölaskenta – omat päästöt lasketaan, jotta niitä päästään laskemaan

Ympäristöjärjestelmään kerättyjen tietojen perustella teemme oman toimintamme päästölaskennan vuonna 2023. Kun päästöt ovat tiedossa, luomme vähennystavoitteet, tavoitteet tarvittaville muutoksille sekä tiekartan eteenpäin ja otamme käyttöön seurantajärjestelmän.

Vuonna 2022 käyttämästämme energiasta 90 % oli uusiutuvaa energiaa. Osa liiketiloistamme on vuokratiloissa, jolloin vuokranantaja päättää käytettävästä energiasta. Aiomme vaikuttaa muutosten aikaansaamiseen aktiivisesti myös siellä, missä emme ole itse suoraan päättävässä asemassa, kuten kauppakeskuksissa.



Välillinen vaikutus: vaikuttavan ostamisen ohjeisto

Vuonna 2023 määrittelemme Kekäleen vaikuttavan ostamisen ohjeiston. Luomme 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 Vuosittainen brändikatsaus eli vaatimusten toteutumisen seuranta (Löydät yksityiskohtaisen selvityksen toimintatavoista sivulta 33)

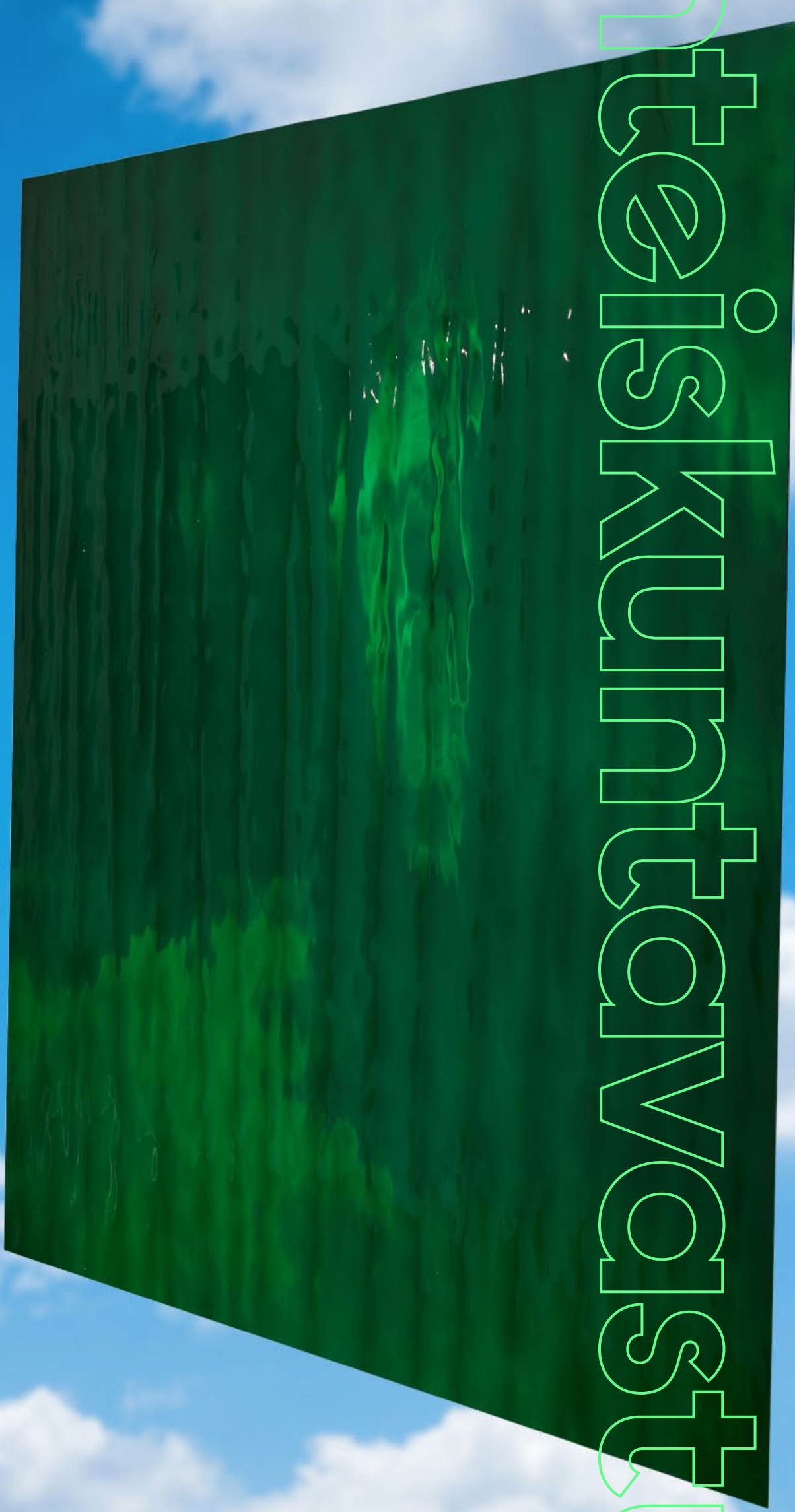
Yllä lueteltujen toimenpiteiden avulla saamme dataan pohjautuvan tiedon nykytilanteestamme ja pääsemme rakentamaan toimintatapoja, jotka lisäävät toimintamme läpinäkyvyyttä ja joiden avulla luonnon ja muiden sidosryhmien hyvinvointi tulee huomioiduksi päätösten teossa.

Sidosryhmät ja yrityskansalaisuus

Olemme osallistuneet läpi historiamme hyväntekeväisyysjärjestöjen, paikallisten urheiluseurojen ja työntekijöidemme lasten harrastusten tukemiseen. Tavoitteenamme on luoda vuonna 2023 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. Yhteistyössä voimme vaikuttaa laajemmin myös yhteiskunnallisella tasolla.

”
**Yrityskansalaisuuden näkökulmasta
etsimme sopivia kumppaneita, joiden kanssa
jaamme yhteisiä arvoja sekä tavoitteita.**

Yhteiskunnatodistus
Yhteiskunnatodistus
Yhteiskunnatodistus



GRI-standardien mukainen taulukko

GRI-raportoinnilla tarkoitetaan Global Reporting Initiativen standardien mukaista yritysvastuuraportointia. Standardien tavoitteena on toimia yleisesti hyväksyttynä viitekehysenä, jonka avulla organisaatiot voivat tuoda esille omaan toimintaansa liittyviä ja muiden kanssa solmittujen suhteiden kautta aiheutuneita vaikutuksia kestäväan kehitykseen. Taulukon kokoamisessa on ollut mukana kolmas osapuoli, konsulttitoimisto Rainbow Collection.

Yhteiskunnallinen vastuu

GRI Standards -tunnus	Sisältö	Raportointi	Sijainti
Yleinen sisältö			
102-01	Raportoivan organisaation nimi ja palvelut	kyllä	10
102-02	Tärkeimmät toiminnot, tavaramerkit, tuotteet ja palvelut	kyllä	4-12
102-03	Yhtiön pääkonttorin sijainti	kyllä	10
102-04	Toimintojen sijainti	kyllä	10
102-05	Omistusrakenne ja yhtiömuoto	kyllä	4-7
102-06	Markkina-alueet	kyllä	10
102-07	Organisaation koko	kyllä	9-11
102-08	Tiedot henkilöstöstä ja työntekijöistä	kyllä	17-23
102-09	Toimitusketju	kyllä	25-35
102-10	Merkittävät muutokset organisaatiossa ja toimitusketjussa	kyllä	28
102-11	Varovaisuusperiaatteen soveltaminen	ei	
102-12	Ulkopuoliset aloitteet	ei	
102-13	Jäsenyydet järjestöissä ja edunvalvontaorganisaatioissa	ei	
102-14	Toimitusjohtajan katsaus	kyllä	4-6
102-15	Keskeiset vaikutukset, riskit ja mahdollisuudet	kyllä	13-14
102-16	Arvot ja liiketoimintaperiaatteet	kyllä	17-20
102-17	Epäiltyjen väärinkäytösten ilmoittaminen	ei	
102-18	Hallintorakenne	ei	
102-19	Vastuunjako yritysasioissa	ei	
102-20	Yritysvastuun vastuhenkilöt ja raportointisuhteet	kyllä	4-6
102-21	Sidosryhmien konsultointi koskien taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristöaiheita	kyllä	13
102-22	Hallituksen ja johtoryhmän kokonpano 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	ei	
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	kyllä	14-15
102-30	Yritysvastuun riskienhallinnan tehokkuuden arvio	ei	
102-31	Katsaus taloudellisiin, ympäristö- ja sosiaalisiin teemoihin	kyllä	14
102-32	Hallituksen rooli vastuullisuusraportoinnissa	ei	
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 määräytyminen	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	kyllä	14
102-41	Työehtosopimukset	ei	
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	14
102-48	Muutokset aiemmin raportoiduissa tiedoissa	ei	
102-49	Muutokset raportoinnissa	ei saatavilla	
102-50	Raportointijakso	kyllä	1
102-51	Edellisen raportin päiväys	ei saatavilla	
102-52	Raportointitiheys	kyllä	62
102-53	Yhteystiedot, josta kysyä raporttiin liittyviä lisätietoja	kyllä	63
102-54	GRI-standardien mukaisuus	kyllä	57
102-55	GRI-sisältövertailu	kyllä	58-59
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	kyllä	9
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	28, 31, 33, 39
301-3	Kierrätetyt tuotteet ja niiden pakkausmateriaalit	ei	
302-1	Organisaation oma energiankulutus	kyllä	54
302-2	Energiankulutus oman organisaation ulkopuolella	ei	
302-3	Uusiutuva energia	kyllä	54

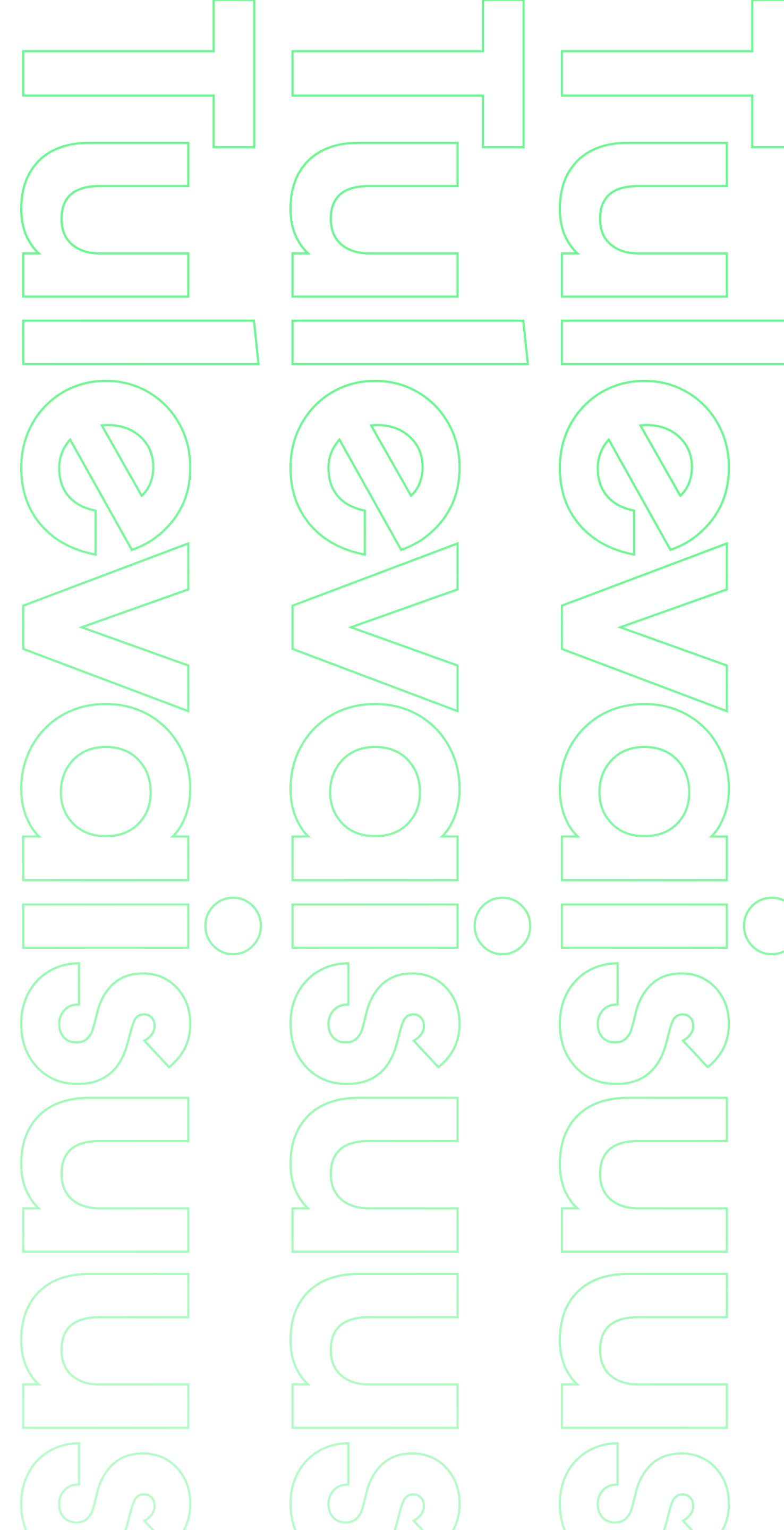
GRI Standards -tunnus	Sisältö	Raportointi	Sijainti
302-4	Energiakulutuksen vähentäminen	ei	
302-5	Tuotteiden ja palveluiden energiantarpeen vähennykset	ei	
303-1	Vesi jaettuna resurssina	ei	
303-2	Jätevesien vaikutusten hallinta	ei	
303-3	Vedenotto	ei	
303-4	Päästöt veteen	ei	
303-5	Vedenkulutus	ei	
304-1	Omistettut, vuokratut tai hallinoidut toimipaikat, jotka sijaitsevat luonnonsuojelualueilla tai luonnon monimuotoisuuden kannalta rikkailla alueilla tai niiden läheisyydessä	ei saatavilla	
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 kasviuonekaasujen päästöt (scope 1)	ei	
305-2	Epäsuorat kasviuonekaasujen päästöt (scope 2)	ei	
305-3	Muut epäsuorat kasviuonekaasujen päästöt (scope 3)	ei	
305-4	Kasviuonekaasujen päästöintensiteetti	ei	
305-5	Kasviuonekaasupäästöjen 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 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	25-35

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 tutkinta	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	ei	
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	kyllä	21
404-2	Osaamisen kehittämiseen ja elinikäiseen oppimiseen liittyvät ohjelmat	kyllä	24
404-3	Säännöllisten suoritusarviointien ja kehityskeskustelujen piirissä olevan henkilöstön osuus	ei	
405-1	Hallintoelinten ja henkilöstöryhmien monimuotoisuus	kyllä	21, 23
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	
408-1	Toiminnot ja toimittajat, joissa on merkittävä lapsityövoiman riski	ei	

GRI Standards -tunnus	Sisältö	Raportointi	Sijainti
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	
413-1	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	ei	
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	



—
Pitämisen puolesta
– näin jatkamme
tästä eteenpäin



” Yhdessä saamme tarvittavan muutoksen aikaan. Annetaan siis hyvän kiertää.

Muoti on aina elänyt ja muuttunut jatkuvalla kierteellä, ja vuosien varrella olemme nähneet monenlaisten virtausten tulevan ja menevän. Nykyinen muutos kohti vaatteiden vastuullisempaa kuluttamista, valmistamista ja myyntiä on tullut jäädäkseen, ainakin jos se on meistä kiinni.

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.

Muutos ei ole lähimainkaan valmis tai edes lähellä riittävää tasoa, teemme kaikkem-

me tästä eteenpäin niin hyvin kuin pystymme ja tähtäämme jatkuvaan parantamiseen. Haluamme kuitenkin tehdä oman prosessimme läpinäkyväksi ja kertoa siitä eteenpäin kaikissa sen vaiheissa. Kuinka muutenkaan hyvän voisi laittaa kiertämään, kuin innostamalla ja kannustamalla kaikki muutkin mukaan?

Ensi vuonna vastuullisuusraporttimme tulee B Corporation -sertifiointiprosessin myötä sisältämään enemmän konkreettisia numeroita, asetettuja tavoitteita ja tuloksia vaikuttavuudestamme. B Corp -työkalun avulla olemme parhaillamme läpivalaisemassa ja dokumentoimassa yrityksemme näkökulmas-

ta vastuullisuuden viittä eri osa-aluetta, jotka ovat ympäristö, työntekijät, asiakkaat, yhteiskunta ja hallinto. Vastuullisuus nähdään yhä enemmissä määrin kokonaisvaltaisena asiana.

Se on oikein, sillä lopulta olemme kaikki kytköksissä toisiimme ja toisistamme riippuvaisia, ihmiset sekä luonto. Tekemällä joka päivä parempia valintoja yksi asia johtaa toiseen ja edelleen seuraavaan. Yhdessä saamme tarvittavan muutoksen aikaan. Annetaan siis hyvän kiertää.

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

