

Kohti kestäväää kuluttamista

Tarja Cronberg

Ympäristömme muuttuu. Kuluttajat ovat keskiössä siinä muutoksessa mitä juuri nyt tapahtuu sekä paikallisesti että globaalisti. Ilmastonmuutos on tosiasia. Se tulee haastamaan meidät niin kuluttajina kuin kansalaisinakin yhä uudestaan ja uudestaan.

Tulevina vuosina EU:n ilmastopolitiikka edellyttää kasvihuonepäästöjen merkittävää vähentämistä liikenteessä, asumisessa ja maataloudessa. Juuri näillä alueilla kuluttaja on tärkeä tekijä. Kuluttamisen ja ilmastonmuutoksen vaikutus on kahdensuuntainen. Kuluttaja voi hillitä kulutusvalinnoillaan ilmastonmuutosta ja luoda vaatimuksillaan markkinoita kestävämmille tuotteille. Samaan aikaan tuotanto kuitenkin määrittelee, mitä kulutamme. Tuottajat tuottavat meille tarpeita. Siksi kuluttajaa ei saa asettaa ainoana vastuuseen kestävämmästä kuluttamisesta. Yhtä vastuullinen tekijä ovat tuottajat ja markkinoijat, jotka luovat meille tarpeita.

Valtioneuvoston keväällä 2008 hyväksymä Kuluttajapoliittinen ohjelma pureutuu ensimmäistä kertaa näihin kysymyksiin. Olen pitänyt tärkeänä sitä, että kuluttajapolitiikalla pitää edistää kestäviä tuotanto- ja kulutustapoja. Tärkein tavoite kuluttajapolitiikalle on kuitenkin varmistaa korkea kuluttajansuojan taso. On tärkeää, että jokainen voi luottaa oikeuksiensa toteutumiseen.

Kuluttajansuoja on osa oikeusturvaa

Vuonna 2008 tulee kuluneeksi 30 vuotta siitä, kun Suomen kuluttajansuojalainsäädäntö tuli voimaan. Olen sitoutunut siihen, että suomalaisen kuluttajapolitiikan perustehtävänä on varmistaa korkea kuluttajansuojan taso.

Kuluttajien suojaaminen oli ajankohtainen kysymys kaikissa teollistuneissa maissa 1970-luvulta alkaen. Käsitykset siitä, minkälaisia suoja-toimia olisi toteutettava, vaihtelivat kuitenkin eri maissa.

Eräissä maissa suoja-toimien painopiste asetettiin siviilioikeudellisten säännösten kehittämisen puolelle. Toisissa maissa luotettiin taas enemmän elinkeino- ja hallinto-oikeudellisten toimenpiteiden tehokkuuteen. Pisimmälle kuluttajansuojan kehittämisessä voidaan arvioida päästyin 1970-luvulla Pohjoismaissa.

Suomessa kuluttajansuojalainsäädännön valmistelu käynnistyi jo 1970-luvun alussa elinkeinonharjoittajien välistä kilpailua koskevan lainsäädännön valmisteluun liittyen. Ennen kuluttajansuojalainsäädännön säätämistä kuluttajan oikeusaseman turvaamista palveli lähinnä elinkeinohallituksen toimesta suoritettu hyödykkeiden hinnan ja laadun valvonta. Samaa teki mainonnan sisältöön sekä tuotteiden pakkauksiin liittyneet elinkeinohallituksen päätökset ja suositukset.

Lainsäädännön valmistelun peruslähtökohtana oli, että kuluttaja tarvitsee suojakseen sellaisen järjestelmän, joka valvoo oma-aloitteisesti ja aktiivisesti kuluttajien etuja. Toisaalta tarvitaan oikeussuojakoneisto, jonka avulla kuluttaja saa joustavasti ja edullisesti riitansa ratkaistuksi.

Pohjoismaisen mallin mukaisesti Suomessa valittiin kuluttaja-asiamies-järjestelmä eli ombudsmanni kuluttajansuojasta huolehtimaan. Myös kuluttajille maksuton kunnallinen kuluttajaneuvonta sekä ratkaisusuosituksia antava kuluttajavalituslautakunta olivat kuluttajansuojajärjestelmämme peruskiviä.

Lainsäädäntöpakettiin kuuluivat lait kuluttajaneuvonnan järjestämisestä kunnassa, kuluttaja-asiamiehestä, kuluttajavalituslautakunnasta sekä markkinatuomioistuimesta. Tällöin perustettiin myös kuluttajansuojan valvontaorganisaatio.

Kuluttajalainsäädäntöä ja kuluttajapolitiikkaa on kehitetty johdonmukaisesti. 30 vuotta sitten asetetut tavoitteet ovat toteutuneet – kuluttajan oikeudellinen asema on parantunut huomattavasti.

Kuluneiden vuosien aikana on säädetty myös paljon uutta kuluttajaa suojaavaa lainsäädäntöä. Voin hyvin todeta, että kuluttajansuojan taso on Suomessa korkea. Siitä huolimatta kuluttajansuojalainsäädäntöä ja -hallintoa on syytä edelleen kehittää.

Kuluneiden kolmenkymmenen vuoden aikana on niin kuluttajien kuin elinkeinonharjoittajienkin tiedon taso noussut valtavasti. Ongelmat ovat muuttuneet ja monimutkaistuneet. Nykypäivän kuluttajien ongelmat ovat tavaroiden ja palveluiden runsaudessa, tuotteiden monimutkaisuudessa ja erilaisissa mainosten houkutuksissa.

Olen huolissani tietyistä erityistä suojelua kaipaavista ryhmistä, kuten lapsista, maahanmuuttajista ja ikääntyneistä. Heidän suojelemiseensa on jatkossa kiinnitettävä erityistä huomiota ja erityistoimenpiteitä.

Kestävät valinnat

Kohtuullinen kuluttaminen vähentää luonnonvarojen tuhlaamista. Kuluttajalla on kaikki avaimet kädessään avata ilmastonmuutoksen torjunnan lukkotila. Kyse ei ole vain inhottavista vaatimuksista, joita meille ulkopäin sanellaan. Ilmastonmuutos on myös mahdollisuus. Se on mahdollisuus nähdä kuluttaminen uudella tavalla, kestävämpänä ja järkevämpänä.

Näen kestävien tuotanto- ja kulutustapojen omaksumisen yhtenä planeettamme säilymisen peruskysymyksenä. Jos jokainen maapallon asukas kuluttaisi kuten suomalainen, tarvittaisiin yli neljä maapalloa. Tämä ei voi olla jatkossa näin. Suomalaisten kuluttaminen ei vain ole tällä hetkellä kestävällä pohjalla.

Kotitalouksien merkittävimmän ympäristökuormituksen aiheuttavat asuminen, liikkuminen ja ruokailu. Oikeita valintoja ei voi kuitenkaan tehdä, jos ei tiedä tarpeeksi. Enemmän informaatiota kuluttamisen ympäristövaikutuksista pitäisi olla saatavilla helpommin ja nopeammin. Yhden luukun periaatteella pitäisi pystyä tarkistamaan suunnitelmissa

olevan hankinnan ympäristövaikutukset. Oli sitten kyseessä auto, sohva, lentomatka tai vaikkapa kosmetologipalvelu, epä tietoisuuteen pitäisi saada vastaus. Kun informaatiota on nopeasti ja ajantasaisesti tarjolla, ei voi vedota tietämättömyyteen. Edelleen voi valita saastuvamman vaihtoehdon, mutta sen joutuu tekemään tietoisesti. Lisää työkaluja tarvitaan valintojen tueksi. Tällaisia työkaluja voidaan rakentaa sähköisinä internetiin, osaksi kuluttajaneuvonnan palveluita tai vaikkapa kuntien palvelujen yhteyteen.

Suomi on takapajula monen kuluttamiseen liittyvän valinnan mahdollisuuden suhteen. Asuminen on yksi näistä. Jokaisen kunnan nettisivuilla pitäisi olla omakotitalorakentajan palvelu, josta omatoiminen rakentaja voi tarkistaa suunnitelmansa ympäristöystävällisyyden. Palvelun pitäisi myös kertoa, mitkä rakentamisen ja asumisen kustannukset ovat nyt ja tulevaisuudessa. Moni omakotitalorakentaja valitsee suoran sähkölämmityksen, koska se on tänään hieman halvempi. Tällä hetkellä Suomessa lämmitetään miljoona kotitaloutta ilmastonmuutoksen hillinnän kannalta väärin. Todellisuus on, että kymmenen vuoden päästä se tulee varmasti kalliimmaksi kuin pelletit tai vaikkapa maalämpö. Nykyhetken kustannukset pitäisi pystyä diskonttamaan tulevaisuuden kustannuksiksi.

Yhtenä vaihtoehtona pidän maistraatteihin siirretyn kuluttajaneuvonnan kehittämistä. Osana kuluttajaneuvontaa voisi olla energianeuvojia, jotka ajantasaisesti pystyvät neuvomaan kuluttajaa ja talonrakentajaa ja jopa rakennuttajaa lämmitystapajärjestelmän valinnassa. Tämä vaatii kuitenkin lisää resursseja eli käytännössä rahaa, jotta neuvojaverkostoa voidaan rakentaa ja neuvoja kouluttaa.

Kunnat ja kaupungit pitäisi jatkossa kaavoittaa tiiviisti. Tiivis kaupunkirakenne säästää energiaa ja ympäristöä. Liikkuminen on yksi suurimmista ympäristöongelmistamme. Se heikentää ilmanlaatua ja tuottaa päästöjä, puhumattakaan luonnonvarojen ja energian käytöstä. Aika monelle myös melu on nykypäivänä ongelma. Jos asuisimme tiiviimmin ja palvelut olisivat lähellämme, tarvittaisiin vähemmän liikkumista. Siksi esimerkiksi kauppojen tulee olla lähellä.

Liikenteen vaikutus on todella merkittävä, sen osuus hiilidioksidipäästöistä on noin 25 prosenttia. Omia päästöjään voi vähentää valitse-

malla joukkoliikenteen siellä, missä se on mahdollista. Kevyt liikenne on myös hyväksi sekä ihmisen kunnolle että luonnolle. Autoilija voi valita vähäpäästöisemmän auton ja tehdä lyhyet matkat kävellen.

Valtionhallinto voi olla valintojen tukena. Kuluttajapoliittinen ohjelma linjaa, että jatkossa edistetään materiaali- ja energiatehokkuutta koskevaa kuluttajille suunnattavaa tiedotusta, viestintää, kampanjointia sekä havainnollisten mallien ja käyttäjäystävällisten työkalujen kehittämistä.

Tarkoituksena on myös lisätä resursseja kuluttajien tietoisuuden edistämiseen, mm. tukemalla sellaisten tuotemerkintöjen kehittämistä, jotka kertovat tuotteen ympäristöystävällisyydestä ja ilmastovaikutuksista. Tässä hyvää työtä tekevät mm. ympäristöministeriö ja Motiva oy sekä Kuluttajavirasto ja kuluttajajärjestöt.

Kuluttamisella on muitakin eettisiä ja sosiaalisia vaikutuksia, jotka ovat globaaleja. Kulutustavaroiden tuotannon ympäristövaikutukset syntyvät globaalien tuotantoketjujen myötä yhä enemmän Suomen ja Euroopan ulkopuolella. On hyvä tietää hankkimiensa tuotteiden alkuperä ja valmistusolosuhteet. Kuluttaja voi myös vaatia kaupalta näiden asioiden selkeää merkitsemistä.

Eettisestä kuluttamisesta on onneksi olemassa hyviä sähköisiä palveluita, kuten Kuluttajaliiton ja yhteistyökumppaneiden Eettinen valinta-sivusto ja Suomen luonnonsuojeluliiton ekotehokkuustietopankki.

Kuluttajatutkimuksen haasteet

Ihmiset ilmaisevat itseään ja ottavat kantaa kuluttamisen kautta. Ostamalla tai ostamatta jättämisellä kuluttajat ilmaisevat huolensa esimerkiksi ympäristön tilasta. Kuluttajat eivät enää vain kuluta tuotteita ja palveluja, vaan he vaikuttavat siihen, miten niitä kehitetään ja tuotetaan.

Tämä toteutuu kuitenkin vain osittain ja ihmisten vaikutusmahdollisuuksia pitää lisätä. Erityisesti heikoimmassa asemassa olevien ryhmien kohdalla pitää pystyä vahvistamaan heidän mahdollisuuksiaan vaikuttaa. Tällaisia ryhmiä ovat mm. nuoret ja maahanmuuttajat ja yhä enenevässä määrin ikääntyneet, joille palveluita tuotetaan.

Olemme juuri hyväksymässä uutta innovaatiostrategiaa. Yksi tärkeä ulottuvuus tässä on kysyntälähtöinen innovaatiotoiminta. Kuluttajien panoksen pitäisi näkyä enemmän esimerkiksi tuotekehittelyssä ja palvelutuotannon suunnittelussa. Elinkeinoelämällä pitäisi jatkossa olla entistä paremmat mahdollisuudet kuunnella kuluttajia ja ottaa heidät kumppaneiksi jo tuotekehitysvaiheessa. Käyttäjien osallistumisen avulla markkinoille voidaan tuottaa parempia tuotteita ja palveluja. Onkin kehitettävä malleja, joilla mm. asiakaspalvelupalautte palaa takaisin tuottajalle mahdollisimman hyvin.

Näiden tavoitteiden saavuttamiseksi kuluttajajärjestöjen asemaa on vahvistettava ja rahoitus turvattava. Samoin muiden kuluttajatyötä tekevien kansalaisjärjestöjen rahoituskanavia on mietittävä uudelta pohjalta. Tätä työtä tehdään paraikaa työ- ja elinkeinoministeriössä.

Kuluttajatutkimuksen haasteet eivät liity ainoastaan kuluttajien vaikutusmahdollisuuksien lisäämiseen ja kysyntälähtöiseen innovaatiotoimintaan. Ne liittyvät myös itse tutkimuksen organisointiin. Sektoritutkimuslaitosten asemaa pohtinut selvitysmies Jorma Rantanen ehdotti, että Kuluttajatutkimuskeskus siirretään sosiaali- ja terveysministeriöön. En kannata tätä ehdotusta. Kuluttajatutkimuskeskuksen toiminta sopii hyvin työ- ja elinkeinoministeriön tavoitteisiin ja sillä on tärkeä rooli kuluttajapolitiikan ja markkinoiden toimintaan liittyvän tutkimuksen tekijänä.

Mielestäni siirtoesitys on myös heikosti perusteltu. Nykyisin laitos on työministerin vastuualueella ja palvelee kuluttajapolitiikan tehtäviä. Kuluttajapolitiikka on keskeinen osa markkinoiden toimivuuden parantamiseen tähtäävää politiikkaa. Kansallisen innovaatiostrategian korostama käyttäjälähtöisyys tulee lisäämään kuluttajatutkimuksen merkitystä osana TEM:n tavoitteita.

Kuluttajatutkimuskeskuksessa on käynnistetty toimia, jotka ovat vahvistaneet menestymistä muuttuvissa olosuhteissa. Tuloksekas ja laadukas toiminta on näkynyt muun muassa tieteellisen työn määrällisenä kasvuna. Tärkeää on myös todeta, että henkilöstön työtyytyväisyys ja koulutusindeksi olivat paremmat kuin muissa tutkimuslaitoksissa tai valtiolla yleensä. Kuluttajatutkimuskeskus on pieni yksikkö, joka on tästä johtuen vahvasti verkottunut sekä kotimaassa että kansainvälisesti.

Se on aktiivisesti hakeutunut yhteistyöhankkeisiin, mikä on vahvistanut sen monialaisuutta ja -tieteellisyyttä.

Lopuksi haluan lainata tähän vision, joka on kirjattu Kestävän kulutuksen ja tuotannon kansalliseen ohjelmaan vuodelta 2005: iTulevaisuuden Suomessa talous pohjautuu tuotantosuuntaan, jotka lisäävät Suomen kansallista varallisuutta ja ihmisten hyvinvointia, mutta joiden ympäristövaikutukset eivät vähennä luonnon monimuotoisuutta eivätkä ylitä luonnonjärjestelmien kantokykyä. Syntyy uusia liiketoimintamahdollisuuksia ja työpaikkoja aloilla, jotka luovat hyvinvointia ja ympäristöinnovaatioita. Suomalaisen tuotannon ekotehokkuus nousee koko tuoteketjussa, ja se on maailman kärkitasolla. Luonnonvarojen ja energian käyttöä on tehostettu, hyvinvointi tuotetaan energiaa ja luonnonvaroja säästämällä ja uusiutumattomia luonnonvaroja uusiutuvilla korvaten. Ihmisillä on kiinnostusta, mahdollisuuksia ja tarjolla tietoa tehdä kestävä kulutusta ja tuotantoa tukevia valintoja sekä mahdollisuus osallistua omaa elinympäristöään koskevaan suunnitteluun ja päätöksentekoon. Tarjolla olevat ekotehokkaat tuote-palvelujärjestelmät, kestävät ja laadukkaat tuotteet sekä sosiaaliset innovaatiot antavat mahdollisuuden siirtyä tavaroiden paljoudesta palvelupainotteisempaan kulutuskulttuuriin.¹

Tämä on mielestäni haasteellinen visio, mutta ehdottomasti tavoittelemisen arvoinen.