

Yhteiskuntavastuu

Arkipäivän valintoja ja suuria periaatteita

Osuuspankkiryhmälle yhteiskuntavastuu on luonnollinen osa toimintaa, ja oikeastaan voisi sanoa, että ryhmä syntyi yhteiskuntavastuun periaatteista. Yhteiskuntavastuu on monimutkainen kokonaisuus pieniä arkipäivän valintoja ja suuria periaatteita.

Yhteiskuntavastuu on keskeinen osa Osuuspankkiryhmän toimintaa ja se on kirjattu OP 2002 -strategiaan. Vastuullisuus on myös ryhmän eettisten periaatteiden tukipilari. Pitkän aikavälin tavoitteemme on saavuttaa kilpailuetua yhteiskunnallisesti vastuullisella toiminnalla.

Kun puhutaan yrityksen yhteiskuntavastuusta, se jaetaan usein kolmeen alueeseen: taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen.

Yrityksen taloudellinen tulos on yhteiskuntavastuun perusta. Jos se heikkenee, vaikeutuu myös sosiaalisen ja ympäristövastuun kantaminen. Pankeilla taloudellinen vastuu liittyy rahoitus- ja sijoitustoimintaan. Osuuspankkiryhmässä pankit tukevat toiminnallaan alueensa taloudellista kehitystä. Koska pankit tuntevat hyvin oman toimintaympäristönsä, ne voivat myös vahvistaa alueen taloutta suhdannevaihteluiden aikana. Tuorein esimerkki tällaisesta yhteiskuntavastuun kantamisesta on tammi-kuulta, kun Rantasalmen Osuuspankki lahjoitti kunnalle teollisuushallin.

Ympäristövastuu on huolehtimista siitä, ettei liiketoiminnasta aiheudu ympäristölle kohtuu-



Juhani Eskelinen

Markku Jussilan mielestä pienetkin asiat ovat tärkeitä: esimerkiksi jätepaperin asianmukainen lajittelu.

tonta haittaa. Vaikka pankkitoimintaa ei voi verrata prosessiteollisuuteen, jotain voi silti tehdä. Tästä on esimerkkinä Green Office -yhteistyösopimus, jonka tavoitteena on kustannustehokkuuden ja ekologisuuden edistäminen

Osuuspankkikeskuksessa.

Yrityksen sosiaalista vastuuta on esimerkiksi tasa-arvo, henkilöstön kouluttaminen ja työkyvystä huolehtiminen sekä suhteet lähiympäristöön.

Finanssialalla hollantilainen Rabobank on kunnostautunut erityisen hyvin yhteiskunnallisen vastuun kantajana. Imagoparannus on ollut sille myös kelpo kilpailutekijä, jonka asiakkaatkin ovat huomanneet.

Vihreä toimisto

Markku Jussila aloitti tämän vuoden alussa yhteiskuntavastuun yhteyspäällikkönä Osuuspankkikeskuksessa. Hän on myös Osuuspankkikeskuksen yhteiskuntavastuun johtoryhmän jäsen. – Myös Osuuspankkiryhmässä on ryhdytty viime vuosina miettimään järjestelmällisesti yhteiskuntavastuuta. Niinpä esimerkiksi Osuuspankkikeskus on solminut kansainvälisen luonnonsuojelujärjestön WWF:n kanssa ns. Green Office -yhteistyösopimuksen. Samalla Osuuspankkikeskus sitoutuu rakentamaan ympäristöjärjestelmän ja ympäristöohjelman.

Green Office on palvelualan yrityksille tarkoitettu ympäristöpalvelu ja -järjestelmä, jolla parannetaan toimistojen kustannustehokkuutta ja edistetään toiminnan ekologisuutta.

– Lähdemme liikkeelle pienin askelin. Ensimmäisessä vaiheessa eli tämän vuoden aikana riittää, kun tiedostamme ja seuraamme esimerkiksi jätteen lajittelua tai sähkön ja veden käyttöä. Ei voida vaatia, että jokainen muuttaisi heti tapansa, Markku Jussila kertoo.

– Tavoitteena on vähitellen muuttaa toimintatapoja ympäristöystävällisen toimiston suuntaan kouluttamalla ja tiedottamalla.

– Pienetkin muutokset eivät välttämättä ole yksinkertaisia. Jos esimerkiksi kahviautomaattien muovimukit muutetaan pahvisiksi, se on tuki ekologisempaa. Toisaalta se on myös kalliimpaa ja siten heikentää taloudellista vastuuta. Jos taas vaadimme, että jokainen käyttäisi omaa mukia, miten käy sosiaalisen vastuun työntekijöiden terveydestä, jos mukien kunnollinen peseminen ei ole mahdollista, Markku Jussila pohtii.

Green Office -ohjelmaan kuuluu myös raportointi WWF:lle. Markku Jussila pitää sitä tärkeänä. – Helposti voi käydä niin, että kun tehdään pieniä asioita, isommat jäävät syrjään. Raportointi ja seuranta takaavat sen, että teemme oikeita asioita ja saamme siitä myös todistuk-



Kaisa Hedenström

Yhteiskuntavastuusta keskusteltiin Osuuspankkiryhmän järjestämässä seminaarissa Kuusisaarella. Mukana olivat muun muassa sisustussuunnittelija Kaisa Blomstedt (vas.), johtaja Satu Huber Valtionkonttorista, USA:n suurlähettiläs Bonnie McElveen-Hunter, OKOn johtokunnan jäsen Helena Walldén, markkinointijohtaja Stina Suominen OPK:sta ja toimitusjohtaja Pirkko Rantanen-Kervinen Turkistuottajat Oyj:stä.

sen, jota voimme käyttää esimerkiksi mainonnassa.

Kun Green Office on koettu ja koeteltu Osuuspankkikeskuksessa, se voidaan konseptoida ja tarjota osuuspankkien käytettäväksi.

Kuuntele ympäristöäsi

Sari Kuvaja on tunnettu kansalaisjärjestöaktiivi ja yhteiskuntavastuun asiantuntija, joka työskentelee vs. viestintäpäällikkönä Kirkkopalveluissa. – Itse käyttäisin yhteiskuntavastuun sijaan mieluummin termiä vastuullinen liiketoiminta, koska se on käsitteenä selkeämpi, hän täsmentää.

– On tärkeää, että vastuullisuus näkyy jo yrityksen perimmäisessä toiminta-ajatuksessa ja liikeideassa. Ettei se olisi vain tapa toimia vaan mietittäisiin myös, mitä ja keitä varten yritys on olemassa.

– Kun yritys pohtii ja kehittää toimintatapojensa vastuullisuutta, olisi tärkeää, että se kuuntelisi tarkasti sidosryhmiään kuten henkilöstöä, asiakkaita, muita paikallisia toimijoita, kansalaisliikkeitä ja järjestöjä, Sari Kuvaja luettelee.

– Jos yritys on systemaattisesti ja aktiivisesti vuorovaikutuksessa sidosryhmiensä kanssa, se myös hyötyy siitä. Yrityksen johdon ja avain-

ARVOT

Osuuspankkiryhmän perusarvot:

Jäsenyys
Ihmisläheisyys
Luotettavuus
Menestystahto
Ryhmäyhtenäisyys

EETTISET PERIAATTEET

Osuuspankkiryhmän eettiset periaatteet:

Luottamuksellisuus
Vastuullisuus
Oikeudenmukaisuus
Rehellisyys



Folkhälsanin aluejohtaja Anna Ehrnrooth pitää tärkeänä, että järjestöjen varainkeruun tuotoista ja käytöstä kerrotaan avoimesti.



Sari Kuvaja muistuttaa, että yrityksen on tärkeä kuunnella ympäristöään kun se kehittää vastuullista toimintatapaansa.

henkilöiden tuntosarvet herkistyvät ja he havaitsevat helpommin myös heikkoja signaaleja, joista voi olla hyötyä tuotteiden ja toimintatapojen kehittämisessä.

Suhteet lähiympäristöön tärkeitä

Pirkanmaan Osuuskaupan toimitusjohtaja Ulla-Maija Tolonen kertoo, että he saavat varsinkin 67 000 asiakasomistajaltaan paljon kyselyjä esimerkiksi paikallisten tuotteiden käyttämisestä. – Kehitämme palautejärjestelmäämme niin, että asiakkaiden on mahdollisimman helppo antaa palautetta. Aktivoimme heitä myös siihen.

– Osuuskauppa on jo yritysmuotona kokonaisuudessaan yhteiskuntavastuullinen. Tehtävämme on toimia niin, että tuotamme asiakasomistajillemme etuja ja palveluja. Esimerkiksi

kaikissa myymäläketjuissamme on ympäristöohjeistukset ja turvallisuuteen panostetaan paljon.

– Tuotteet, niiden laatu ja henkilöstön osaaminen ovat etusijalla. Myös yhteistyökumppaneiden ja tavaran-toimittajien valitseminen on tärkeää. On selvitettävä min-käläinen on heidän arvomaailmansa, Ulla-Maija Tolonen painottaa.

Suurlahjoituksia USA:ssa

Yhdysvalloissa hyväntekeväisyys on näkyvää. Suurlähettiläs **Bonnie McElveen-Hunter** kertoi joulukuun alussa pidetyssä seminaarissa Osuuspankkiryhmän vieraille, että USA:ssa lahjoitettiin vuonna 2001 yhteensä 212 miljardia dollaria hyväntekeväisyyteen. Yritykset lahjoittavat tästä summasta vain noin 4,5 prosenttia, säätiöt 12 ja testamentteista kertyi 8 prosenttia. Puolet lahjoitusten arvosta voi vähentää verotuksessa.

– Suurin osa eli 75 prosenttia lahjoituksista on yksityishenkilöiltä, kertoo it-



Varpu Kettusen johtama Alzheimer-keskusliitto sai Osuuspankkiryhmältä 42 000 euron lahjoituksen vuonna 2001.

sekin runsaskätisesti lahjoituksia tehnyt menestynyt liikemäinen. – Yhdysvalloissa hyväntekeväisyys on perinne. Niillä, joita on siunattu menestyksellä, on myös velvollisuus näyttää yhteiskunnallista vastuuntuntoaan.

Suomessa lahjoitetaan keräyksiin

Folkhälsanilla on takanaan pitkät perinteet varojen keräämisestä. Aluejohtaja **Anna Ehrnroothin** mukaan he saavat myös jonkin verran lahjoituksia yksityishenkilöiltä, usein testamenttilahjoituksia ja kuolinpesiä.

– Yritykset lahjoittavat usein johonkin tiettyyn tarkoitukseen. Lucia-keräys on hyvin suosittu.

– Jotta keräystyö onnistuisi, on tärkeää, että kerromme avoimesti ja tarkasti keräyksen tuoton



Ulla-Maija Tolosen mukaan Pirkanmaan Osuuskauppa myy paljon oman alueensa tuotteita.

ja miten se on käytetty. Viimeisen viiden vuoden aikana olemmekin kehittäneet paljon raportointia ja toimintamme läpinäkyvyyttä.

Alzheimer-keskusliitto on niitä suomalaisia järjestöjä, jotka toimivat pitkälti vapaaehtoisvoimin. Toiminnanjohtaja **Varpu Kettusen** mukaan liiton toiminta rahoitetaan pääasiassa Raha-

automaattiyhdistyksen varoin. Osuuspankkiryhmä lahjoitti liitolle 42 000 euroa vuonna 2001.

– Me emme juuri saa lahjoituksia yksityisiltä tai yrityksiltä. Oma varainhankintamme on aika pientä, sillä vapaaehtoistyöntekijät meillä Suomessa ovat aika arkoja pyytämään lahjoituksia.

– Erittäin hartaasti kyllä toivoisin, että sai-

simme enemmän lahjoituksia. Väestö vanhenee ja toisaalta myös sairastuneiden määrä ikärakenteen myötä lisääntyy ja lääkkeiden myötä taudin kesto pitenee. Omais-, vertais- ja vapaaehtoistuessa tarvitaan paljon varoja. ■

Virva Ohtonen

Op-ryhmä tukee ja sponsoroi

Yhteiskuntavastuu näkyy myös hyväntekeväisyytenä ja sponsorointina. Osuuspankkiryhmä tukee esimerkiksi Seinäjoen Tangomarkkinoita, Kuhmon Kamarimusiikkia, Savonlinnan Oopperajuhlia, Helsingin Juhlaviikkoja ja Työväen Musiikki-tapahtumaa. OKO tukee Taidesäätiönsä kautta erityisesti nuoria taiteilijoita. Säätiö omistaa myös kokoelman arvokkaita jousisoittimia, joita se lainaa lahjakkaille nuorille muusikoille.

Osuuspankit ja Osuuspankkiliitot tukevat

merkittävästi oman alueensa kulttuuri- ja harrastustoimintaa. Juhlavuoden 2002 merkittävin hyväntekeväisyshanke oli kunnallisille kirjastoille tehty tietotekniikkalahjoitus, 350 tietokonetta tietoliikenneyhteyksineen. Lahjoituksen kokonaisarvo oli noin 700 000 euroa.

Myös nuoret ja tie saavat osansa Osuuspankkiryhmän yhteisestä tuloksesta. Ryhmä tukee Nuorten Akatemian kautta nuorison harrastustoimintaa. Osuuspankit ovat monin tavoin mukana kouluissa, oppilaitoksissa

ja nuorten tapahtumissa, myös tarjoamalla nuorille kesätoita.

Osuuspankkiryhmän Tutkimussäätiö ja Kyösti Haatajan Säätiö avustavat vuosittain huomattavalla summalla lähinnä pankkitoimialaa ja rahoitusmarkkinoita käsittelevää tieteellistä tutkimusta. Juhlavuoden kunniaksi aloitettiin myös erillinen tutkimusohjelma, johon valittiin neljä tutkimushanketta. Säätiö tukee niitä yhteensä miljoonalla eurolla. ■
V.O.

Yhteistyötä WWF:n kanssa

Osuuspankkikeskus on solminut kansainvälisen luonnonsuojelujärjestön WWF:n kanssa ns. Green Office -yhteistyösopimuksen. Green Office on palvelualan yrityksille tarkoitettu ympäristöpalvelu ja -järjestelmä, jolla parannetaan toimistojen kustannustehokkuutta ja edistetään toiminnan ekologisuutta.

Järjestelmä otettiin käyttöön Osuuspankkikeskuksessa eli Vallilan korttelin yrityksissä ja yhteisöissä vuoden 2003 alussa. Myöhemmin myös osuuspankeilla on mahdollisuus tulla mukaan Green Office -toimintaan.

Green Office -ohjelmaan kirjataan mm. energian ja veden säästämiseen sekä kierrätykseen liittyvät toimenpiteet ja tavoitteet, joita Vallilan kiinteistöissä sitoudutaan noudattamaan. Kullekin tavoitteelle määritellään mittari, jonka toteutumista seurataan säännöllisesti. Järjestelmän käyttöönottoavaiheessa kuuluvassa opastuksessa kerrotaan, miten jokainen meistä voi osaltaan säästää luonnonvaroja.

Kun ympäristöjärjestelmämme tavoitteineen, toimenpiteineen ja mittareineen on valmis, Osuuspankkikeskus voi hakea WWF:ltä

Green Office -diplomia. Ohjelman mukaisesti WWF tarkistaa ympäristöjärjestelmämme vuosittain.

Suomessa on seitsemäntoista Green Office -yritystä ja niissä on yhteensä noin 3 500 toimistotyöntekijää. ■

Saving the environment by working.

GREEN OFFICE 

Together with WWF Finland.