

Uudelleenkäyttö ja sen edistäminen

**Selvitys uudelleenkäyttömääristä ja uudelleenkäyttöön
liittyvistä liiketoimintamahdollisuuksista Suomessa**

**Hanna Eskelinen, Henna Teerihalme, Viivi Lamberg,
Timo Hämäläinen, Olli Sahimaa, Valteri Ranta,
Tuomas Alijoki, Pirkko Eteläaho ja Meeri Hilli**



Uudelleenkäyttö ja sen edistäminen

Selvitys uudelleenkäyttömääristä ja uudelleenkäyttöön liittyvistä liiketoimintamahdollisuuksista Suomessa

Hanna Eskelinen, Henna Teerihalme, Viivi Lamberg, Timo Hämäläinen, Olli Sahimaa, Valtteri Ranta, Tuomas Alijoki, Pirkko Eteläaho, Meeri Hilli

6Aika

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



BUSINESS
TAMPERE



SUOMEN YMPÄRISTÖKESKUKSEN RAPORTTEJA 19 | 2018

Suomen ympäristökeskus
Kulutuksen ja tuotannon keskus

Kirjoittajat: Hanna Eskelinen¹⁾, Henna Teerihalmi²⁾, Viivi Lamberg³⁾, Timo Hämäläinen⁴⁾, Olli Sahimaa¹⁾, Valtteri Ranta³⁾, Tuomas Alijoki⁵⁾, Pirkko Eteläaho⁶⁾, Meeri Hilli⁷⁾

- 1) Suomen ympäristökeskus
- 2) Helsingin seudun ympäristöpalvelut
- 3) Tampereen teknillinen yliopisto
- 4) Suomen Kiertovoima ry
- 5) Lounais-Suomen Jätehuolto Oy
- 6) Business Tampere
- 7) Kiertokaari Oy

Vastaava erikoistoimittaja: Ari Nissinen¹⁾

Rahoittaja/toimeksiantaja: 6Aika (EAKR)
Julkaisija ja kustantaja: Suomen ympäristökeskus (SYKE)
PL 140, 00251 Helsinki, puh. 0295 251 000, syke.fi

Taitto: Hanna Eskelinen¹⁾
Kannen kuva: Jenni-Justiina Niemi²⁾

Julkaisu on saatavana veloitusetta internetistä: www.syke.fi/julkaisut | helda.helsinki.fi/syke sekä ostettavissa painettuna SYKEN verkkokaupasta: syke.juvenesprint.fi

ISBN 978-952-11-4951-1 (nid.)
ISBN 978-952-11-4952-8 (PDF)
ISSN 1796-1718 (pain.)
ISSN 1796-1726 (verkkoy.)

Julkaisu vuosi: 2018

Uudelleenkäyttö ja sen edistäminen - Selvitys uudelleenkäyttömääristä ja uudelleenkäyttöön liittyvistä liiketoimintamahdollisuuksista Suomessa

Uudelleenkäytön edistäminen on niin Suomessa kuin maailmanlaajuisesti vasta alkutaipaleellaan. Kirpputorit ja kierrätyskeskukset tekevät tällä sektorilla hyvää työtä, mutta niiden toiminnan laajentamismahdollisuudet ovat usein rajallisia muun muassa vähäisistä resursseista johtuen.

Tämän selvityksen tavoitteena oli arvioida valittujen tuotteiden osalta niiden uudelleenkäyttöön ohjautuvia määriä Suomen kuuden suurimman kaupungin alueella ja valtakunnallisesti. Lisäksi tavoitteena oli havaita potentiaalisia uudelleenkäytön kehittämiskohteita ja tunnistaa liiketoimintamahdollisuuksia muun muassa mahdollisia seudullisia eroavaisuuksia analysoimalla. Tuoteryhmiä päätettiin valita neljä sellaista tuoteryhmää, joita menee uudelleenkäyttöön suuria määriä tai jotka ovat mahdollisesti arvoltaan merkittäviä. Tarkasteluun valittiin seuraavat tuoteryhmät: vaatteet ja kengät, sähkö- ja elektroniikkalaitteet, huonekalut ja urheiluvälineet (mm. luistimet, sukset, polkupyörät).

Selvityksessä havaittiin, että kuutoskaupungeissa uudelleenkäytön määrät ja toimijoiden mahdollisuudet vaihtelevat. Esimerkiksi valtakunnallisten kirpputoritoimijoiden osuus uudelleenkäytettävien tuotteiden painosta on pääkaupunkiseudulla noin neljännes, kun se muissa kaupungeissa on suuruusluokkaa 4–7 prosenttia. Palvelutarjonnan osalta voidaan sanoa, että pääkaupunkiseudulla erilaisia uudelleenkäyttövaihtoehtoja on tarjolla kattavammin kuin muualla. Pääkaupunkiseudulla on aktiivista vertaisverkkokauppaa, valtakunnallisten ketjujen kirpputoritoimintaa ja paikallisia kirpputoritoimijoita. Turussa, Tampereella ja Oulussa uudelleenkäyttö on suurelta osin paikallisten toimijoiden hallussa.

Tarkastelun perusteella pääkaupunkiseudulla ostetaan ja myydään muita innokkaammin käytettyjä vaatteita ja kenkiä, Tampereella huonekaluja ja Turussa sähkö- ja elektroniikkalaitteita. Painolla mitattuna suurin volyyymi on huonekaluissa, kappalemäärillä mitaten vaatteissa ja kengissä. Arvion mukaan Suomessa netti- ja kirpputorien volyyymi tarkastelluissa neljässä tuoteryhmässä on runsaat 56 000 tonnia. Tätä voi verrata esimerkiksi yhdyskuntajätteen määrään, josta 56 000 tonnia on noin 2 prosenttia.

Uudelleenkäyttömäärien lisäksi selvityksessä tarkasteltiin uudelleenkäytettävien tuotteiden arvoa ja sen säilymistä. Selvitykseen valittujen tuotteiden hinta laski vähimmillään noin neljäsosan, mutta enimmillään jopa yli 80 prosenttia alkuperäishinnasta. Vähäisintä arvonlasku vaikuttaa olevan korkean brändin tuotteilla, mutta toisaalta hinta vaihteli suuresti yksittäisten myyntitapahtumien välillä. Syitä tavallista suurempaan hinnanlaskuun ovat esimerkiksi vaatteiden heikko laatu, urheiluvälineiden kuluminen tai trendien vaihtelu.

Uudelleenkäytön lisääminen kohtaa nykyisessä toimintaympäristössä sekä haasteita että mahdollisuuksia. Haasteena ovat etenkin käytettyihin tavaroihin liittyvät asenteet, logistiikka, toiminnan kannattavuus ja korkeat työvoimakustannukset. Toisaalta uudet liiketoimintamallit voivat tehdä käytettyjen tuotteiden ostamisesta entistä helpompaa, edullisempaa tai muodikkaampaa. Lisäksi ympäristötietoisuuden ja kulutuskriittisyyden kasvu voivat lisätä uudelleenkäytön suosiota.

Uudelleenkäyttötietojen kokoaminen edellyttää jatkosakin monien toimijoiden yhteistyötä. Tämä selvitys pyrkii muodostamaan yhden lähtökohdan uudelleenkäytön kattavammalle ja luotettavammalle arvioinnille sekä uusien liiketoimintamahdollisuuksien tarkasteluille ja kehittämiselle.

Asiasanat: uudelleenkäyttö, määrä, kiertotalous, liiketoiminta, jakamistalous

SAMMANDRAG

Främjande av återanvändning - Undersökning om återanvändning och dess affärspotential i Finland

Verksamhet som aktivt främjar återanvändning är en bransch i startgropparna i Finland och i världen. Loppmarknaderna och återanvändningscentralerna gör ett gott arbete inom den här sektorn, men deras möjligheter att utvidga sin verksamhet är oftast begränsad på grund av alltför små resurser.

Syftet med denna undersökning var att bedöma mängderna av vissa utvalda varor som återanvänds i de sex största städerna i Finland och i hela landet. Dessutom strävar utredningen efter att upptäcka potentiella utvecklingsområden för återanvändning och identifiera affärsmöjligheter, bland annat genom att analysera eventuella skillnader mellan olika regioner. Utredningen valde ut fyra varugrupper, av vilka en stor mängd går till återanvändning eller som eventuellt är av stort värde. Man valde ut följande varugrupper; kläder och skor, elektiska apparater och elektronik, möbler, samt idrottsutrustning (bl.a. skridskor, skidor och cyklar).

Undersökningen visade att i de sex städerna varierade förutom mängden återanvända varor även möjligheterna till återanvändning. Exempelvis vad gäller återanvändningsvaror ansvarade de riksomfattande loppmarknadsaktörerna för ungefär en fjärdedel av vikten i huvudstadsregionen, medan deras andel i de övriga städerna var 4–7 procent. I huvudstadsregionen finns ett större utbud av återanvändningstjänster än i de övriga områdena. I huvudstadsregionen förekommer aktiv näthandel mellan konsumenter (C2C) samt verksamhet av riksomfattande loppmarknadskedjor och lokala loppmarknadsaktörer. I Åbo, Tammerfors och Uleåborg drivs återanvändningen huvudsakligen genom lokala aktörer.

Utredningen visar att i huvudstadsregionen köps och säljs mest begagnade kläder och skor, i Tammerfors mest möbler och i Åbo mest elapparater och elektronik. När man ser på vikten av återanvända varor är den största gruppen möbler, men då man ser på antalet produkter är kläder och skor den största varugruppen. Enligt en uppskattning är massan av de fyra varugrupperna i näthandeln och loppmarknaderna dryga 56 000 ton. Det här motsvarar ca 2 procent av totalmängden kommunalt avfall.

I undersökningen utreddes utöver mängden återanvändningsvaror också värdet på återanvändningsvaror och varornas värdeutveckling. Priset på de varor som ingick i utredningen hade sjunkit med minst en fjärdedel och högst över 80 procent från det ursprungliga priset. Värdeminskningen verkade vara minst för märkesvaror, men priset varierade ändå betydligt mellan de olika försäljningstillfällena. Orsaker till prisnedgången oftast dålig kvalitet, slitage och varierande trender.

Det förekommer både utmaningar och utsikter i dagens verksamhetsmiljö vad beträffar utökningen av återanvändningen. Utmaningar är speciellt konsumenters attityd till begagnade varor, logistiken, verksamhetens omfattning samt de höga arbetskraftskostnaderna. Olika affärsverksamhetsmodeller kan dock göra det allt enklare, förmånligare och mer trendigt att köpa begagnade återanvända varor. Därtill kan återanvändning bli populärare i takt med att miljömedvetenheten och även konsumtionskritiken ökar.

Samarbetet mellan olika aktörer är en förutsättning för insamling av användbar information om återanvändningen. Denna undersökning bildar dock en god utgångspunkt för en mer omfattande och tillförlitlig bedömning av återanvändningen och affärsmöjligheterna inom återanvändningsområdet.

Nyckelord: återanvändning, kvantitet, cirkulär ekonomi, affärsverksamhet, delningsekonomi

ABSTRACT

Reuse and its Promotion - Report on the quantities of reuse and reuse-related business opportunities in Finland

The promotion of reuse is only at an early stage, both in Finland and worldwide. Second-hand stores and recycling centres do good work in this sector, but opportunities for expanding their activities are often limited because of limited resources, among other things.

The aim of this report was to evaluate the quantities of selected products directed to reuse in Finland's six largest city regions as well as nationally. Additionally, the aim was to locate potential sites to develop reuse and to identify opportunities for business operations, for example by assessing potential differences between regions. Four product groups were chosen to include products of potentially significant value, or products of which large amounts go into reuse. The following groups were chosen for assessment: clothes and shoes, electrical and electronic devices, furniture and sporting equipment (incl. skates, skis and bicycles).

The report revealed that reuse quantities and opportunities vary between the six largest cities (Helsinki, Espoo, Tampere, Vantaa, Turku and Oulu). For example, around a quarter of all assessed reusable products in the capital city region are sold through national second-hand shops, while in other cities their share only accounts for around 4 - 7%. In terms of service providers, it is worth noting that various reuse options are more comprehensive and readily available in the capital city region than elsewhere. In the capital city region there are active C2C (consumer to consumer) online markets, local flea markets and shops belonging to national second-hand chains. In Turku, Tampere and Oulu, most reuse is handled by local operators.

Based on the assessment, people in the capital city region are more active in buying and selling used clothes and shoes than elsewhere, while the same applies for furniture in Tampere and electric and electronic devices in Turku. When measured in weight, the largest quantities are in furniture; in units clothes and shoes outnumber other categories. In Finland, it is estimated that the volume of the four product groups in second-hand stores and online shops accounts for over 56,000 tonnes. This equates to around two per cent of the total amount of municipal waste.

In addition to reuse quantities, the report looked into the value of the reusable products, and how that could be maintained. The price of the products chosen for the report fell at least by a quarter, but at the most by over 80% from the original price. High brand products seem to incur the lowest value loss, but on the other hand the price variation in single transactions was significant. Reasons for a decreased price may include, for example, reduced quality of clothing, worn down sporting equipment or changing trends.

Increasing rates of reuse in the present system faces both challenges and opportunities. Particular challenges are attitudes towards used goods, logistics, economic viability and high labour costs. On the other hand, various new business models may make the purchase of used products easier, cheaper or more fashionable than previously. In addition, increasing environmental awareness and critical consumption may increase the popularity of reuse.

Compiling information on rates of reuse will require cooperation between many operators also in the future. Nevertheless, this report provides a good basis for a more comprehensive and reliable appraisal of reuse as well as for the assessment of new business opportunities.

Keywords: reuse, quantity, circular economy, business models, sharing economy

ESIPUHE

Selvitys on osa 6Aika: Tulevaisuuden kiertotalouskeskukset -hanketta (CircHubs), jonka tavoitteena on löytää kiertotaloudesta uutta liiketoimintaa ja tukea alan innovaatioiden kaupallistamista kuutoskaupunkien alueella. Hanke on osa Suomen kuuden suurimman kaupungin 6Aika-strategiaa, ja sitä rahoittaa Euroopan aluekehitysrahasto (EAKR). Mukana toteuttamassa hanketta on tahoja kaikista kuutoskaupungeista: Helsingistä, Espoosta, Vantaalta, Tampereelta, Turusta ja Oulusta. Hanketta toteuttavat HSY, Business Tampere, Lounais-Suomen Jätehuolto Oy, Kiertokaari Oy, Turun ammattikorkeakoulu, Tampereen teknillinen yliopisto, Suomen ympäristökeskus ja Ekokumppanit, joilla kaikilla on kiertotalousosaamista. Lisäksi konkreettista työtä kiertotalouden edistämiseksi tehdään alueellisissa kiertotalouskeskuksissa. Myös Suomen Kiertovoima (KIVO) ry on ollut mukana selvityksen tekemisessä.

Tekijät kiittävät lämpimästi kaikkia selvitykseen lähtötietoja tai kommentteja antaneita tahoja.

Tekijät

SISÄLLYS

Tiivistelmä	3
Sammandrag	4
Abstract	5
Esipuhe	6
1. Johdanto	9
2. Uudelleenkäyttömäärät.....	10
2.1 Aineisto ja menetelmät	10
2.2 Seudulliset uudelleenkäyttömäärät	11
2.3 Seudullisten uudelleenkäyttömäärien vertailu	16
2.4 Valtakunnalliset uudelleenkäyttömäärät.....	18
2.5 Valtakunnalliset uudelleenkäyttöasteet tuoteryhmittäin	19
3. Uudelleenkäyttöön liittyvät liiketoimintamahdollisuudet	21
3.1 Aineisto ja menetelmät	21
3.2 Uudelleenkäytön seudulliset liiketoimintamahdollisuudet.....	21
3.3 Uudelleenkäytettävien tuotteiden arvon säilyminen.....	22
3.4 Uudelleenkäytössä tunnistettuja mahdollisuuksia ja haasteita	23
3.5 Uudelleenkäyttöön liittyviä liiketoimintaratkaisuja.....	28
4. Johtopäätökset	32
Lähteet.....	36
Liitteet.....	38

1. Johdanto

Uudelleenkäytön edistäminen on niin Suomessa kuin monissa muissakin maissa vasta alkutaipaleellaan. Suomessa kirpputorit ja kierrätyskeskukset tekevät tällä sektorilla hyvää työtä, mutta niiden toiminnan laajentamismahdollisuudet ovat usein rajallisia muun muassa vähäisistä resursseista johtuen.

Uudelleenkäyttöön liittyviä liiketoimintamahdollisuuksia ovat olleet perinteisesti erilaiset korjauspalvelut, kuten suutarit, ompelimot ja erilaiset kodinkoneiden korjauspalvelut. EU:n uudet direktiiviehdotukset kannustavat jäsenmaitaan kuitenkin lisäämään uudelleenkäyttöä nykyisestä muun muassa sähkö- ja elektroniikkalaitteiden (SE-laitteiden), tekstiilien ja huonekalujen kohdalla (Blauberg ym. 2018). Tulevaisuudessa todennäköisesti myös vuosittaiset uudelleenkäytön raportointivelvoitteet lisääntyvät.

Uudelleenkäytön määrästä Suomessa ei ole kerätty kokonaisvaltaista tietoa. Yksittäisiä selvityksiä eri jakeiden uudelleenkäyttömäärästä on tehty, kuten tekstiilien kohdalla (Dahlbo ym. 2015). Eri tuoteryhmien jätemäärästä löytyy myös tietoa (Pirkanmaan ELY-keskus 2015, Viitanen & Kumpula 2016, Suomen virallinen tilasto 2016). Uudelleenkäytön edistäminen hyötyisi kattavammasta tiedosta.

Tämän selvityksen tavoitteena oli arvioida valittujen tuotteiden osalta niiden uudelleenkäyttöön ohjautuvia määriä Suomen kuuden suurimman kaupungin alueella ja valtakunnallisesti. Lisäksi tavoitteena oli havaita potentiaalisia uudelleenkäytön kehittämiskohteita ja tunnistaa liiketoimintamahdollisuuksia muun muassa seudullisia eroavaisuuksia analysoimalla.

Luvussa 2 on esitetty arvio valittujen tuoteryhmien uudelleenkäytön kokonaisuudesta ja väestömäärään suhteutetuista määristä sekä seudullisesti että valtakunnallisesti. Luvussa 3 on tarkasteltu uudelleenkäyttöön liittyviä haasteita ja niiden ratkaisuja. Selvityksessä on arvioitu myös tuotteiden arvon säilymistä ja liiketoimintamahdollisuuksia valikoiduissa tuoteryhmissä.

2. Uudelleenkäyttömäärät

2.1 Aineisto ja menetelmät

Uudelleenkäytön arviointia varten selvityksessä tunnistettiin ensin uudelleenkäytön kannalta merkittävimmät tuoteryhmät. Tuoteryhmiksi päätettiin valita neljä sellaista tuoteryhmää, joita menee uudelleenkäyttöön suuria määriä tai jotka ovat mahdollisesti arvoltaan merkittäviä.

Tarkasteluun valittiin seuraavat tuoteryhmät:

- vaatteet ja kengät
- sähkö- ja elektroniikkalaitteet
- huonekalut
- urheiluvälineet (mm. luistimet, sukset, polkupyörät).

Valitut tuoteryhmät ovat selvityksessä viitteellisiä, sillä mukaan valitut kirpputorit luokittelivat tuotteitaan hieman eri tavoilla. Selvityksessä käytettiin kirpputorien omia luokitteluja, jotka saattoivat perustua esimerkiksi kassakuitteihin tai muuhun kirjanpitoon. Nämä tiedot oli saatavissa kohtuullisella työmäärällä, ja ne olivat muut selvityksen epävarmuustekijät huomioon ottaen riittävän tarkkoja. Esimerkiksi osa kirpputoreista luokitteli tuoteryhmään 'vaatteet ja kengät' myös laukut. Sähkö- ja elektroniikkalaitteet sisälsivät pääosin kodinkoneita sekä muita pienempiä sähkölaitteita. Urheiluvälineiden osalta selvitykseen pyydettiin tietoja suurimmista tavaroista, ja pienet tavarat, kuten pallot, jäivät pääosin selvityksen ulkopuolelle.

Tuoteryhmien valinnan jälkeen selvitettiin paikallisten kirpputorien ja kierrätyskeskusten, valtakunnallisten kirpputoritoimijoiden ja vertaisverkkokauppatoimijoiden arviot kyseisten tuoteryhmien uudelleenkäyttöön ohjautuvista määristä vuositasona. Tarkastelun ulkopuolelle rajattiin muun muassa antiikkiliikkeet, huutokaupat, kirjastojen annetaan -pisteet sekä Varustelekan tapaiset käytettyjä tavaroita myyvät kaupat. Tämän lisäksi selvityksestä rajattiin pois ilman välikäsiä tapahtuva tavaroiden luovutus ja myynti (esimerkiksi ilmoitustaulumyynnit, viikonloppukirppikset, tutuille annetut ja myydyt tavarat). Näin ollen määräarviot antavat vain osittaisen kuvan seutujen uudelleenkäyttöön päätyvistä tavaravirroista ja todelliset määrät ovat suurempia.

Toimijoita pyydettiin arvioimaan tavararyhmien kilo- tai tonnimäärä vuodelta 2016. Hävikki pyydettiin rajaamaan pois, eli arvioon otettiin mukaan vain myydyt ja annetut tavaramäärät. Osalta toimijoista tiedot saatiin kappalemäärissä.

Eri lähteistä saadut kappalemääräiset tiedot uudelleenkäytettyjen tuotteiden määristä muutettiin tonnimääräisiksi liitteessä 1 esitetyillä oletuspainoilla, jotka muodostettiin tässä hankkeessa. Vertailun vuoksi liitteessä on esitetty myös erään kirpputoritoimijan toiminnassaan käyttämät keskiarvopainot.

Tietojen yleistämiseksi toimijat luokiteltiin seuraaviin luokkiin:

- vertaisverkkokaupat (esim. Huuto.net, Tori.fi, Facebook-ryhmät, Nettimarkkina.com)
- valtakunnalliset kirpputoritoimijat (esim. UFF, FIDA ja SPR)
- paikalliset kirpputorit (ml. kierrätyskeskukset)

Vertaisverkkokauppojen myyntimäärien arvioinnissa lähtötietona käytettiin eräällä keskeisellä toimijalla valtakunnallisesti myynnissä olevien tuotteiden määriä. Kokonaismyyntivolyymi kilogrammoina arvioitiin laskennallisesti keskiarvopainokertoimien avulla. Kokonaisvolyymi vuodessa arvioitiin laskennallisesti perustuen arvioihin tuotteiden vuosittaisesti vaihtuvuudesta. Vertaisverkkokaupan kokonaisvolyymi vuodessa arvioitiin Kaupan liiton Vertaiskauppa verkossa 2015 -tutkimuksen tulosten perusteella. Vertaisverkkokaupan kokonaisvolyymi allokoitiin tarkasteltaville kunnille perustuen myynti-ilmoitusten osuuksiin kyseisillä seuduilla.

Valtakunnallisten kirpputoritoimijoiden myyntimäärien arvioinnissa käytettiin lähtötietoina keskeisten valtakunnallisten kirpputoritoimijoiden tätä selvitystä varten toimittamia valtakunnallisia tai seudullisia myyntimäärätietoja. Tarvittaessa kokonaismyyntivolyyymi kilogrammoina arvioitiin laskennallisesti keskiarvopainokertoimien avulla.

2.2 Seudulliset uudelleenkäyttömäärät

2.2.1 Pääkaupunkiseutu

Pääkaupunkiseudulla (Helsinki, Espoo, Vantaa ja Kauniainen) saatiin tietoa kahdelta paikalliselta kirpputoritoimijalta ja kahdelta valtakunnalliselta kirpputoritoimijalta. Näillä paikallisilla kirpputoritoimijoilla oli seudulla yhteensä 8 ja valtakunnallisilla toimijoilla 21 kirpputoria. Lisäksi selvitettiin erikseen yhden Facebook-kirpputorin toimintaa. Valtaosa toimitti tiedot vuodelta 2016 ja yhdeltä toimijalta saatiin tiedot kuukausittain eriteltynä vuodelta 2017. Osa valtakunnallisista kirpputoritoimijoista myi vain vaatteita ja kenkiä. Mukaan laskettiin sekä myytyt että ilmaiseksi annetut vaatteet ja tavarat. Vaatteet ja kengät -luokka sisältää osalla toimijoista myös laukkuja.

Taulukossa 1 on esitetty arvio pääkaupunkiseudulla uudelleenkäyttöön päätyneistä tuotemääristä. Valtakunnallisten kirpputoritoimijoiden osalta tiedot saatiin suoraan toimijoilta. Paikallisiin kirpputoritoimijoihin on kahden haastatellun toimijan lisäksi laskettu mukaan 86 muuta kirpputoria, jotka on listattu kirpputorihaku.com-sivustolla. Kirpputorihaku.com-sivuston listaus ei päivity aktiivisesti, mutta se antaa hyvän arvion kirpputorien määrästä seudulla. Sivustolla listattujen kirpputorien oletettiin olevan kooltaan keskikokoisia, vaikka mukaan mahtui myös hyvin pieniä toimijoita. Näin ollen paikallisten kirpputorien uudelleenkäyttömäärät voivat olla jonkin verran laskettuja pienemmät.

Taulukko 1. Arvio pääkaupunkiseudulla vuosittain uudelleenkäyttöön päätyneistä tuotemääristä.

	Vertaisverkko- kaupat (t/a)	Valtakunnalliset kirpputori- toimijat (t/a)	Paikalliset kirp- putorit (t/a)	Arvio kokonais- määrästä (t/a)
Vaatteet ja kengät yhteensä	272	2418	882	3572
Vaatteet	188			
Kengät	84			
Sähkö- ja elektroniikka- laitteet yhteensä	1010	70	205	1285
Kodinkoneet	622			
Muut sähkö- ja elekt- roniikkalaitteet	387			
Huonekalut	3955	520	1588	6063
Urheiluvälineet	721	12	302	1035

Taulukossa 2 on esitetty arvio pääkaupunkiseudun vuotuisista uudelleenkäyttömääristä asukasta kohden.

Taulukko 2. Arvio pääkaupunkiseudun uudelleenkäyttömääristä vuosittain asukasta kohden.

Pääkaupunkiseutu, uudelleenkäyttömäärät per asukas (1 139 000 asukasta)	Yhteensä vertaisverkkokaupat, paikalliset ja valtakunnalliset kirpputoritoimijat	
	<i>kpl/as./a</i>	<i>kg/as./a</i>
Vaatteet ja kengät	6,3	3,1
Sähkö- ja elektroniikkalaitteet	0,3	1,1
Huonekalut	0,3	5,3
Urheiluvälineet	0,2	0,9
Yhteensä (neljä tuoteryhmää)	6,8	10,4

Haaga kierrättää -Facebook-ryhmä

Facebookissa toimivan Haaga kierrättää -ryhmän myynti-ilmoituksia seurattiin vuorokauden ajan tiistaina 19.9.2017. Seurannan tarkoituksena oli kartoittaa suuntaa-antavasti netin kierrätysryhmän kautta kulkevaa tavaravirtaa. Vuorokauden aikana julkaistuista 182 ilmoituksesta 76 oli selvitykseen valittujen tuoteryhmien myynti- tai antamisilmoituksia (vaatteet ja kengät, sähkö- ja elektroniikkalaitteet, huonekalut, urheiluvälineet). Monet ilmoituksista koskivat useampaa kuin yhtä tuotetta. Yhteensä edellä mainittujen tuoteryhmien tuotteita tarjottiin ryhmässä vuorokauden aikana 176 kappaletta. Muut Haaga kierrättää -ryhmässä tyypilliset tuotekategoriat, kuten pienet koriste- ja sisustusesineet sekä astiat, jätettiin tarkastelun ulkopuolelle. Viikolla 18.9.2017–24.9.2017 Haaga kierrättää -ryhmän päiväkohtainen julkaisumäärä vaihteli 135 (torstai 21.9.) ja 265 (sunnuntai 24.9.) julkaisun välillä. Viikon julkaisumäärä/vuorokausi -keskiarvo oli 181 julkaisua, siis varsin lähellä julkaisumäärää tiistaina 19.9.2017.

Sekä ilmoitusten että tuotteiden lukumäärän osalta merkittävin tuotekategoria vuorokauden aikana olivat vaatteet ja kengät, joiden myyntiin ja antamiseen liittyen julkaistiin 50 ilmoitusta yhteensä 125 tuotetta koskien. Tuotekategorian sisällä ilmoitukset jaoteltiin aikuisten vaatteisiin (25 ilmoitusta, 88 tuotetta), aikuisten kenkiin (11 ilmoitusta, 11 paria), laukkuihin (4 ilmoitusta, 5 tuotetta), lasten vaatteisiin (8 ilmoitusta, 18 kpl) ja lasten kenkiin (2 ilmoitusta, 3 paria). Ilmoitusten määrän osalta toiseksi merkittävin kategoria oli sähkö- ja elektroniikkalaitteet (15 ilmoitusta, 18 tuotetta), mutta tarjottujen tuotteiden lukumäärällä mitattuna toiseksi merkittävämmäksi tuoteryhmäksi kohosi huonekalut (10 ilmoitusta, 32 tuotetta). Tuoteryhmän sisällä yleisin tuotetyyppi oli tuoli (29 tuotetta), joita myytiin enimmäkseen 2–4 kappaletta kerrallaan. Urheiluvälineistä julkaistiin seurantapäivänä vain yksi ilmoitus, joka koski polkupyörän myyntiä.

Jäseniä Haaga kierrättää -ryhmässä oli 19.9.2017 15 448, joista lähes kolme neljäsosaa oli naisia. Merkittävimmän ikäryhmän muodostavat 25–34-vuotiaat, joita ryhmän jäsenistä on noin 35 %. Haaga kierrättää -ryhmässä, samoin kuin todennäköisesti muissa vastaavissa internet-kierrätysryhmissä, ilmoitusten määrä vaihtelee päivittäin merkittävästi. Haaga kierrättää -ryhmän ylläpitäjien keräämän tiedot perusteella ryhmän julkaisuaktiivisuudessa mahdollista tunnistaa tiettyjä ajallisia säännönmukaisuuksia, kuten iltojen korkea julkaisutiheys. Viikonpäivien välisessä vertailussa on puolestaan havaittavissa, että julkaisuja on sunnuntaisin yleensä 20–60 kappaletta enemmän kuin muina viikonpäivinä keskimäärin. Arkipäivien välillä säännönmukaista vaihtelua julkaisutiheydessä ei ole, ja tiistai 19.9.2017 oli loppukesästä syksyyn ulottuvalla aikajänteellä julkaisumääränsä puolesta melko tyypillinen päivä. Yhden päivän tarkastelun perusteella ei kuitenkaan voida tehdä luotettavia yleistyksiä ryhmän sisällä, saati koskien muita vastaavia ryhmiä.

2.2.2 Turku

Turussa saatiin tietoa kolmen paikallisen kierrätyskeskuksen, yhden paikallisen kirpputorin ja yhden valtakunnallisen kirpputoritoimijan materiaalivirroista. Tarkastelluilla kierrätyskeskuksilla on yhteensä 4 toimipistettä ja valtakunnallisella kirpputoritoimijalla 1 toimipiste. Suurin osa tiedoista on vuodelta 2016. Poikkeuksena tästä ovat yhden toimijan tiedot, jotka ovat keskiarvo vuosilta 2010–2016. Valtakunnallisella kirpputoritoimijalla oli myynnissä vain vaatteita ja kenkiä.

Taulukossa 3 on esitetty arvio Turussa uudelleenkäyttöön päätyneistä tuotemääristä. Valtakunnallisten kirpputoritoimijoiden osalta tiedot saatiin suoraan toimijalta. Paikallisiin kirpputoritoimijoihin on haastateltujen toimijoiden lisäksi laskettu mukaan 25 kirpputorihaku.com-sivustolla listattua kirpputoria.

Taulukko 3. Arvio Turussa uudelleenkäyttöön vuosittain päätyneistä tuotemääristä.

	Vertaisverkko- kaupat (t/a)	Valtakunnalliset kirpputori- toimijat (t/a)	Paikalliset kirppu- torit (t/a)	Arvio kokonais- määrästä (t/a)
Vaatteet ja kengät yhteensä	48	344	11	403
Vaatteet	33			
Kengät	14			
Sähkö- ja elektro- niikkalaitteet yh- teensä	175	-	75	250
Kodinkoneet	101			
Muut sähkö- ja elektroniikka- laitteet	73			
Huonekalut	850	-	404	1254
Urheiluvälineet	132	-	57	189

Taulukossa 4 on esitetty Turun uudelleenkäyttömäärät asukasta kohden.

Taulukko 4. Arvio Turussa uudelleenkäyttöön vuosittain päätyneistä tuotemääristä per asukas.

Turun seutu, uudelleenkäyttömäärät per asukas (188 000 asukasta)	Yhteensä vertaisverkkokaupat, paikalliset ja valtakunnalliset kirpputoritoimijat	
	<i>kpl/as./a</i>	<i>kg/as./a</i>
Vaatteet ja kengät	4,5	2,1
Sähkö- ja elektroniikkalaitteet	0,3	1,3
Huonekalut	0,4	6,7
Urheiluvälineet	0,2	1,0
Yhteensä (neljä tuoteryhmää)	5,4	11,1

2.2.3 Tampere

Tampereella arvioidaan toimivan 28 paikallista kirpputoria ja yhdeksän valtakunnallisen kirpputoritoimijan toimipistettä. Määrät perustuvat kirpputorihaku.com-sivuston tietoihin.

Uudelleenkäyttömääristä saatiin tietoja yhdeltä valtakunnallisesta kirpputoritoimijalta ja kahdelta erityyppiseltä paikalliselta kirpputoritoimijalta. Näiden pohjalta arvioitiin kirpputorien kautta vuodessa kulkevia uudelleenkäyttömääriä neljässä valitussa tuoteryhmässä. Kirpputorit kertoivat tekstiilien ja sähkölaitteiden määrät kokonaisuuksina, eikä määriä näin ollen pystytty jakamaan alakategorioihin. Uudelleenkäytön kokonaismäärien arviointi perustuu syksyllä 2017 tehtyihin alan toimijoiden suullisiin ja kirjallisiin haastatteluihin.

Taulukossa 5 on arvio Tampereella liikkuvista uudelleenkäyttöön päätyvistä tuotteista. Paikallisten kirpputorien uudelleenkäyttömäärät arvioitiin siten, että toimijoilta saadun tiedon perusteella muodostettu keskikokoisen kirpputorin materiaalmäärä kerrottiin Tampereella toimivien kirpputorien lukumäärällä. Valtakunnallisten toimijoiden kokonaismateriaalmäärä arvioitiin vastaavalla tavalla.

Taulukko 5. Arvio Tampereella uudelleenkäyttöön vuosittain päätyneistä tuotemääristä.

	Vertaisverkko- kaupat (t/a)	Valtakunnalliset kirpputori- toimijat (t/a)	Paikalliset kirp- putorit (t/a)	Arvio kokonais- määrästä (t/a)
Vaatteet ja kengät yhteensä	64	90	230	384
Vaatteet	45			
Kengät	18			
Sähkö- ja elektro- niikkalaitteet yh- teensä	208	1,4	54	263
Kodinkoneet	111			
Muut sähkö- ja elektroniikka- laitteet	97			
Huonekalut	1 038	32	980	2 050
Urheiluvälineet	186	0,8	47	234

Taulukossa 6 on uudelleenkäyttömäärät asukasta kohden. Arvioissa on käytetty taulukon 5 arvoja ja Tampereen asukasluvuksi on arvioitu 228 000 henkilöä, vuoden 2016 tilastojen mukaan.

Taulukko 6. Arvio Tampereella uudelleenkäyttöön vuosittain päätyneistä tuotemääristä.

Tampere, uudelleenkäyttömäärät per asukas (228 000 asukasta)	Yhteensä vertaisverkkokaupat, valtakunnalliset ja paikalliset kirpputorit	
	kpl/as/a	kg/as/a
Vaatteet ja kengät yhteensä	3,4	1,7
Sähkö- ja elektroniikkalaitteet	0,2	1,2
Huonekalut	0,5	9,0
Urheiluvälineet	0,2	1,0
Yhteensä (neljä tuoteryhmää)	4,3	12,9

2.2.4 Oulu

Oulussa saatiin tietoa kahdelta paikalliselta ja yhdeltä valtakunnalliselta kirpputoritoimijalta. Taulukossa 7 on esitetty arvio Oulussa uudelleenkäyttöön päätyneistä tuotemääristä. Arvio tehtiin vastaavalla menetelmällä kuin muilla seuduilla. Kirpputorien määrä (26) arvioitiin kirppikset.info-sivuston listauksen perusteella. Sivustolla listattujen kirpputorien oletettiin olevan kooltaan keskikokoisia. Paikallisten kirpputorien uudelleenkäyttömäärät voivat olla jonkin verran laskettuja pienemmät, sillä tietoa saatiin toimijoilta, jotka olivat hieman keskiarvoa suurempia.

Taulukko 7. Arvio Oulussa uudelleenkäyttöön vuosittain päätyneistä tuotemääristä.

	Vertaisverkko- kaupat (t/a)	Valtakunnalliset kirpputori- toimijat (t/a)	Paikalliset kirp- putorit (t/a)	Arvio kokonais- määrästä (t/a)
Vaatteet ja kengät yhteensä	44	34	17	95
Vaatteet	32	-	-	-
Kengät	13	-	-	-
Sähkö- ja elektro- niikkalaitteet yh- teensä	176	0,4	3	179
Kodinkoneet	94	-	-	-
Muut sähkö- ja elektroniikka- laitteet	82	-	-	-
Huonekalut	769	20	76	865
Urheiluvälineet	181	0,1	1,7	183

Taulukossa 8 on esitetty Oulun uudelleenkäyttömäärät asukasta kohden.

Taulukko 8. Arvio Oulussa uudelleenkäyttöön vuosittain päätyneistä tuotemääristä.

Oulu, uudelleenkäyttömäärät per asukas (200 500 asukasta)	Yhteensä vertaisverkkokaupat, paikalliset ja valtakunnalliset kirpputoritoimijat	
	<i>kpl/as/a</i>	<i>kg/as/a</i>
Vaatteet ja kengät	3,2	0,5
Sähkö- ja elektroniikkalaitteet	0,2	0,9
Huonekalut	0,2	4,3
Urheiluvälineet	0,4	0,9
Yhteensä (neljä tuoteryhmää)	3,9	6,6

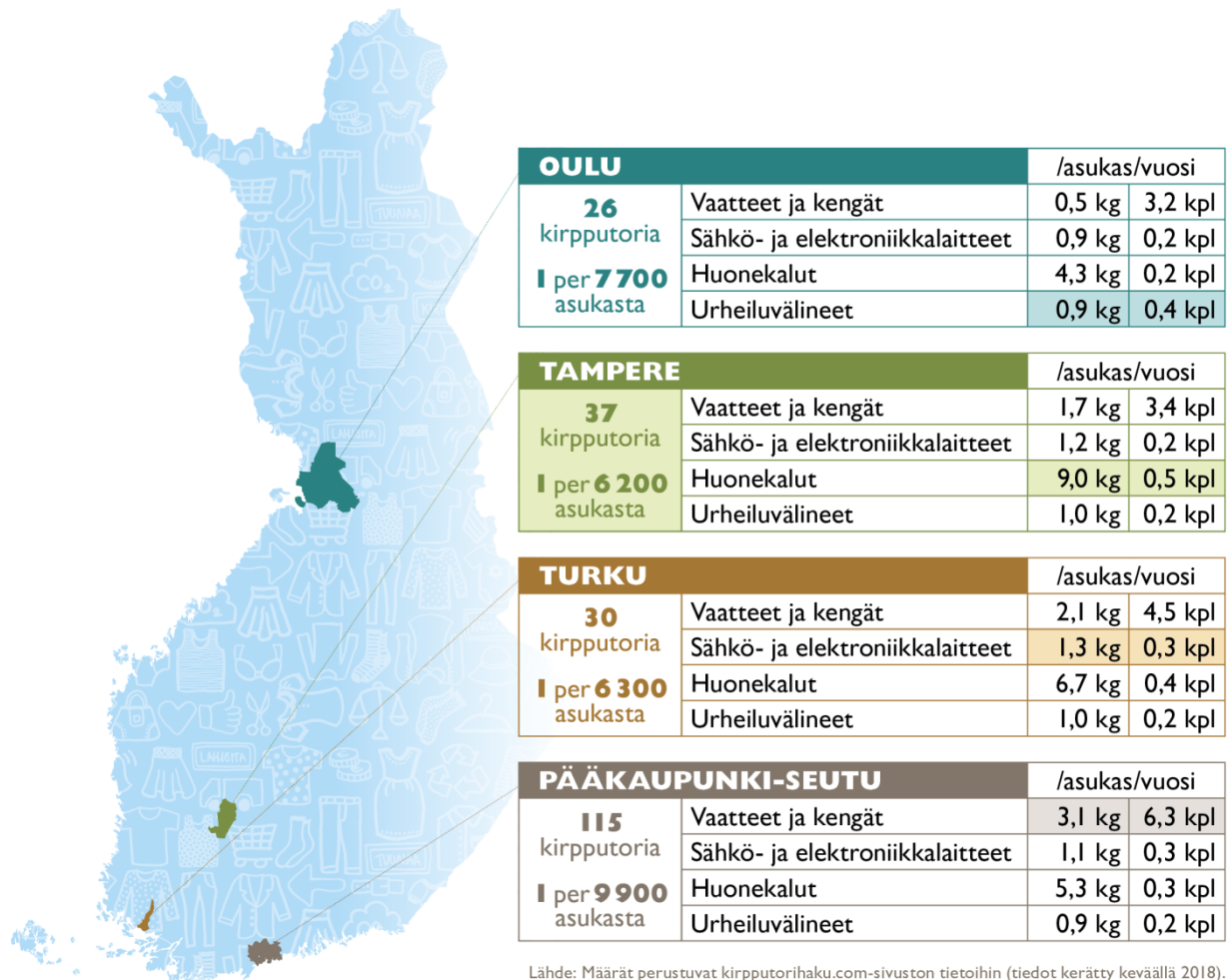
2.3 Seudullisten uudelleenkäyttömäärien vertailu

Kirpputoritoimijoilta saatuja tietoja pidettiin luotettavina, mutta niiden ongelmana on kuitenkin yleistettävyys; esimerkiksi erilaiset tilastointitavat herättävät kysymyksen siitä, miten kukin toimija luokittelee tietyt tavarat, kuten urheiluvälineet. On myös huomattava, että pienillä kirpputoreilla materiaalivirrat voivat olla huomattavasti keskiarvoa vähäisemmät. On siis todennäköistä, että kirpputorien todelliset tavaravirrat ovat jonkin verran laskettuja pienemmät. Toisaalta seutujen uudelleenkäyttövirrat ovat kuitenkin todennäköisesti laskettua suuremmat, sillä selvityksessä ei ole mukana esimerkiksi yksityishenkilöiden kirpputorimyyntiä, kuten jäähalleissa ja parkkihalleissa viikonloppuisin järjestettäviä kirpputoreja

(rajaukset tarkemmin luvussa 2.1). Kokonaisuutena voidaan olettaa, että selvityksessä lasketut uudelleenkäyttömäärät kuvaavat todellista tilannetta kohtalaisen hyvin, mutta todellisuudessa määrät ovat jonkin verran selvityksessä esitettyjä suurempia.

Selvityksessä mukana olevissa kaupungeissa sijaitsee kaikkiaan noin 208 perinteistä kirpputoria, joista tässä tutkimuksessa haastateltiin 7 % (15 kpl). Asukaslukuihin suhteutettu kirpputorien määrä näyttää vaihtelevan eri alueilla melko vähän. Tampereella kirpputoreja löytyy yhteensä 37, eli yksi jokaista 6 200 asukasta kohden (kuva 1). Pääkaupunkiseudulla kirpputorien tiheys on pienin: siellä paikallisilla kirpputoritoimijoilla on yhteensä 94 toimipistettä ja valtakunnallisilla toimijoilla 21. Tämä tarkoittaa, että kirpputoreja on yksi noin 9 900 asukasta kohden. Oulussa on yksi kirpputori jokaista 7 700 asukasta kohden. Turussa kirpputori tiheys on selvästi pääkaupunkiseutua suurempi mutta hieman Tampereä pienempi, sillä kirpputoreja on yksi jokaista 6 300 asukasta kohden.

Uudelleenkäyttömäärät vaihtelevat tulosten perusteella alueittain jonkin verran (kuva 1). Suurinta vaihtelu on vaatteissa ja kengissä. Muiden tuoteryhmien uudelleenkäytössä kaupungit ovat samalla tasolla. Tulosten perusteella ei voi selkeästi todeta, että laaja palvelutarjonta lisääsi uudelleenkäyttöaktiivisuutta. Todennäköisesti uudelleenkäytön yleisyyteen vaikuttavat hyvin monet tekijät.



Kuva 1. Kaupunkien kirpputori tiheys ja tuotteiden uudelleenkäyttö per asukas eri kaupungeissa.

Painoltaan huonekalut on kaikissa kaupungeissa merkittävin tarkasteluun valituista uudelleenkäyttötuoteryhmistä. Pääkaupunkiseudulla vaatteiden ja kenkien uudelleenkäyttö on muita kaupunkeja runsaampaa. Kaikkien vertailtujen tuoteryhmien osalta vähiten uudelleenkäyttöä on Oulussa. Urheiluvälineiden uudelleenkäyttö on painoltaan vähäisin uudelleenkäyttökategoria kaikissa muissa kaupungeissa paitsi Oulussa.

Valtakunnallisten kirpputoritoimijoiden osuus myytyjen uudelleenkäytettävien tuotteiden painosta on pääkaupunkiseudulla noin neljännes, kun se muissa kaupungeissa on 4–7 prosentin luokkaa. Pääkaupunkiseudulla on kattavammin tarjolla eri uudelleenkäyttövaihtoehtoja, sillä seudulla on aktiivista vertaisverkkokauppaa, valtakunnallisten ketjujen kirpputoritoimintaa ja paikallisia kirpputoritoimijoita. Turussa, Tampereella ja Oulussa uudelleenkäyttö on enemmän paikallisten toimijoiden hallussa. Turussa kolme neljänestä uudelleenkäytöstä kulkee paikallisten kirpputoritoimijoiden kautta ja Tampereella-kin lähes puolet. Kaikissa tarkastelluissa kaupungeissa vertaisverkkokaupalla on uudelleenkäytössä merkittävä rooli.

Selvityksessä kerättyihin tietoihin liittyy melko suuria epävarmuuksia. Haastatellut kirpputorit edustavat noin 7 prosenttia tutkimuksessa mukana olevien kaupunkien kirpputoreista. Analyysi perustuu siis varsin rajalliseen tietopohjaan ja siitä tehtyyn ekstrapolointiin. Kirpputorien myyntivolyymeissa ja tuotevalikoimissa on merkittäviä eroja, joten esitetyt arviot uudelleenkäytön kokonaismääristä jäävät melko epätarkalle tasolle. Luotettavamman tiedon saanti olisi vaatinut merkittävästi suurempaa työmäärää. Tällaisenaan esitetyt tiedot on siis pidettävä enemmänkin suuntaa-antavina kuin täsmällisinä. Tulosten luotettavuutta kuitenkin tukee se, että eri kaupunkien tulokset ovat pääosin samansuuntaisia.

2.4 Valtakunnalliset uudelleenkäyttömäärät

Kuutoskaupunkien tarkastelun perusteella voidaan muodostaa laskennallinen arvio valtakunnallisista uudelleenkäyttömääristä. Tarkastelumenetelmästä ja lähtötietojen puutteellisuudesta johtuen valtakunnalliset arviot ovat vain suuntaa antavia.

Tarkasteltujen kaupunkien uudelleenkäyttömäärissä on huomattavia eroja. Taulukossa 10 on esitetty uudelleenkäyttömäärien vaihteluvälit. Keskimäärin kuutoskaupunkien asukas ostaa vuodessa esimerkiksi käytettyjä vaatteita ja kenkiä 1,8 kilogrammaa. Pääkaupunkiseudulla määrä on melkein kaksinkertainen, 3,1 kilogrammaa.

Laskennallinen arvio valittujen tuoteryhmien vuosittaisista uudelleenkäyttömääristä Suomessa tuotettiin keskimääräisistä asukaskohtaisista uudelleenkäyttömääristä. Tulos on, että Suomessa otetaan vuodessa uudelleen käyttöön runsaat 56 000 tonnia tarkasteltujen tuoteryhmien tuotteita (laskettuna kuutoskaupunkien uudelleenkäytön kokonaismäärän keskiarvosta; vaihteluväli 36 322 t/a (minimi kaupunkikohtainen kg/as./a) – 79 358 t/a (maksimi kaupunkikohtainen kg/as./a)). Tämä on noin 2 % yhdyskuntajätteen kokonaismäärästä. Taulukosta 9 nähdään, että massaltaan merkittävin tuoteryhmä on huonekalut, joita päätyy uudelleenkäyttöön yhteensä vajaat 35 000 tonnia.

Taulukko 9. Arvio Suomessa vuosittain uudelleenkäyttöön päätyneistä valittujen tuoteryhmien kokonaismääristä

	t/a
Vaatteet ja kengät	10 264
Sähkö- ja elektroniikkalaitteet	6 136
Huonekalut	34 795
Urheiluvälineet	5 269
Tarkastellut tuoteryhmät yhteensä	56 368

Taulukko 10. Arvio valtakunnallisista vuosittaisista uudelleenkäyttömääristä asukasta kohden valituissa tuoteryhmissä

	kpl/as./a			kg/as./a		
	minimi	keskiarvo	maksimi	minimi	keskiarvo	maksimi
Vaatteet ja kengät	3,2	4,3	6,3	0,5	1,8	3,1
Sähkö- ja elektroniikkalaitteet	0,2	0,2	0,3	0,9	1,1	1,3
Huonekalut	0,2	0,4	0,5	4,3	6,3	9,0
Urheiluvälineet	0,2	0,3	0,4	0,9	1,0	1,0

2.5 Valtakunnalliset uudelleenkäyttöasteet tuoteryhmittäin

2.5.1 Vaatteet ja kengät

Vuonna 2012 suomalaiset hankkivat uusia vaatteita yhteensä 43 890 tonnia (Dahlbo ym. 2015). Henkeä kohden tämä tarkoittaa noin 8,1 kilogrammaa vaatteita. Sekajätteen joukkoon arvioidaan päätyvän tekstiilijätettä lähes 54 300 tonnia. Jos oletetaan, että tästä tekstiilijätteestä noin 38,8 % on muita tekstiilejä kuin vaatteita, vaatejätteen määrä on 33 232 tonnia (Dahlbo ym. 2015). Arvion mukaan uudelleenkäyttöön päätyy 10 264 tonnia vaatteita ja kenkiä (taulukko 9). Näin ollen vuosittain ostettavista vaatteista uudelleenkäyttöön päätyy arviolta 23 %. Arviosta puuttuu uutena hankittavien kenkien määrä, joten todellisuudessa uudelleenkäytön prosenttiosuus on tätä pienempi. Texvex-poistotekstiilipajalla vuonna 2014 tehdyn tekstiilien koostumusarvion mukaan, 35 % pajalle tulleista tekstiileistä voisi käyttää uudelleen (Dahlbo ym. 2015). Tämän tiedon perusteella vaatteita olisi mahdollista käyttää uudelleen nykyistä enemmän.

Santasalo & Koskela (2015) mukaan vaatteisiin ja jalkineisiin käytetty ostovoima vaihtelee Suomessa alueittain paljon. Vaate- ja kenkäkauppaan kulutetaan Uudellamaalla asukasta kohden vuodessa lähes 800 euroa, mikä on melkein 30 % enemmän kuin suomalaisten keskekulutus. Vähiten rahaa vaatteisiin ja jalkineisiin käytetään Keski-Pohjanmaalla, missä keskekulutus on 600 euroa asukasta kohden. Kokonaisuudessaan vuonna 2014 muotikauppaan kului rahaa 3 290 miljoonaa euroa (sisältäen vaatteet, kengät ja laukut).

Taulukko 11. Suomeen tuodut tavaramäärät vuonna 2016 (Lähde: Tullin tuontitilastot)

Tavara	Määrä (t)	Lisätietoa
Sähkö- ja elektroniikkalaitteet	104 503	(sis. kylmälaitteet, keittiövälineet, televisiot, valaisimet jne.)
Urheiluvälineet	20 786	(sis. polkupyörät)
Vaatteet ja jalkineet	83 118	CN 61–65
Huonekalut	145 295	

1.5.2 Sähkö- ja elektroniikkalaitteet

Sähkö- ja elektroniikkalaitteita tuotiin vuonna 2016 Suomeen tullin tilastojen mukaan 104 503 tonnia (taulukko 11). Tästä päätyy uudelleenkäyttöön noin 6 % (6 136 tonnia) (taulukko 9). Pirkanmaan ELY-keskuksen (2015) arvion mukaan uudelleenkäytön määrä Suomessa vuonna 2015 oli 897 tonnia. Tässä on syytä huomioda, että Pirkanmaan ELY-keskuksen luvut koskevat nimenomaan sähkö- ja elektroniikkajätteestä uudelleenkäyttöön päätyviä tuotteita, eikä suoraan käytöstä uudelleenkäyttöön ohjautuneita tuotteita. Kotitalouksilta kerättiin vuonna 2015 talteen 53 892 tonnia SER-jätettä, mikä on noin 52 % Suomeen tuoduista sähkö- ja elektroniikkalaitteista (Pirkanmaan ELY-keskus 2015).

Sähkö- ja elektroniikkalaitteisiin käytetyssä ostovoimassa on alueellisia eroja (Santasalo & Koskela, 2015). Ostovoima on korkein Uudellamaalla, missä se on 20 % korkeampi kuin keskimäärin Suomessa. Keski- ja Pohjois-Pohjanmaalla, Kainuussa ja Lapissa ostovoima on puolestaan keskimääräistä matalampi. Tekniseen erikoiskauppaan kohdistuva ostovoima oli vuonna 2014 asukasta kohden noin 550 euroa.

Vuonna 2013 teknisten erikoiskauppojen liikevaihto oli Suomessa 2 100 miljoonaa euroa. Teknisen erikoiskaupan toimialalle on ollut tyypillistä, että tuotteiden hinnat ovat voimakkaasti laskeneet ja myytyjen tuotteiden määrä kasvanut. Koska tuotteiden hintataso on ollut laskussa, se on mahdollistanut kulutuksen kasvun, vaikka markkinoiden arvo on pysynyt samalla tasolla. Tämä näkyy myynnin määrän jatkuvana kasvuna, vaikka liikevaihto on välillä laskenut (Santasalo & Koskela, 2015).

2.5.3 Huonekalut

Erään Suomessa toimivan huonekaluketjun arvion mukaan Suomessa myydään vuosittain uusia huonekaluja noin 221 240 tonnia. Tästä uudelleenkäyttöön päätyy noin 16 % (34 795 tonnia) (taulukko 9). Huonekaluja tuotiin Suomeen vuonna 2016 tullin tietojen mukaan 145 295 tonnia (taulukko 11). Jätteenhuonekaluja päätyy noin 17 111 tonnia vuodessa (Viitanen & Kumpula 2016, Suomen virallinen tilasto 2016). Tämä määrä on noin 8 % uutena myytävien huonekalujen painosta. Huonekalukaupan liikevaihto oli vuonna 2013 Suomessa 1 100 miljoonaa euroa (Santasalo & Koskela 2015).

2.5.4 Urheiluvälineet

Tullin tietojen mukaan vuonna 2016 Suomeen tuotiin 20 786 tonnia urheiluvälineitä (taulukko 11). Arvion mukaan uudelleenkäyttöön päätyy 5 269 tonnia (taulukko 9), eli vuosittain noin 25 prosenttia Suomeen tuotujen urheiluvälineiden painosta. Arviossa on huomioitava, että uusista urheiluvälineistä tarkastelu kattaa ainoastaan Suomeen tuodut urheiluvälineet, mutta uudelleenkäyttöön päätyneissä urheiluvälineissä on mukana myös Suomessa valmistettuja tuotteita. Täten uudelleenkäyttöaste on todellisuudessa tässä selvityksessä esitettyä matalampi. Urheilukaupan liikevaihto Suomessa oli 1 200 miljoonaa euroa vuonna 2013 (Santasalo & Koskela, 2015).

3. Uudelleenkäyttöön liittyvät liiketoimintamahdollisuudet

3.1 Aineisto ja menetelmät

Uudelleenkäytön tehostamistarpeita ja liiketoimintapotentiaalia arvioitiin haastattelemalla kirpputori-toimijoita. Jokaisella seudulla lähetettiin kysely tai haastateltiin vähintään kahta kirpputoritoimijaa, Vastausta pyydettiin seuraaviin kysymyksiin:

- Mitkä ovat mielestäsi keskeisimmät asiat, jotka vaikuttavat kirpputoritoiminnan liiketoimintamahdollisuuksiin seudulla?
- Onko kirpputoreillanne jokin asiakasryhmä mielestäsi aliedustettuna?
- Onko kirpputoreillanne jokin tuoteryhmä mielestäsi aliedustettuna?
- Vaatteet: Näetkö mahdollisuuksia lisätä uudelleenkäyttöön menevien vaatteiden osuutta? Mikä voisi olla keskeinen tekijä?
- Sähkölaitteet: Korjaatteko sähkölaitteita? Minkä verran tällä toiminnalla saadaan nostettua uudelleenkäyttöön menevien sähkölaitteiden määrää ja arvoa?
- Huonekalut: Miten huonekalujen uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaa voitaisiin edistää? Mitkä ovat pullonkaulat?
- Urheiluvälineet: Miten urheiluvälineiden uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaa voitaisiin edistää? Mitkä ovat pullonkaulat?
- Vapaa sana: Mitä haluat sanoa tavaroiden uudelleenkäytön ja siihen liittyvän liiketoiminnan edistämisen mahdollisuuksista ja kirpputorien roolista siinä?

Uudelleenkäytettävien tuotteiden arvon säilymistä (luku 3.3.) selvitettiin vertaamalla tiettyjen esimerkituotteiden myyntihintoja nettikirpputoreilla tuotteiden alkuperäisiin myyntihintoihin. Esimerkituotteiksi valittiin tuotteita, joita myytiin useampia kappaleita (taulukko 12) eri nettikirpputoreilla samaan aikaan luotettavamman keskihinnan selvittämiseksi. Tarkastelussa ei ollut mukana perinteisiä kirpputoreja. Uudelleenkäytön mahdollisuuksia ja haasteita (luku 3.4) ja uudelleenkäyttöön liittyviä liiketoimintaratkaisuja (luku 3.5) tunnistettiin ja arvioitiin haastatteluiden ja kyselyn sekä kirjallisuuden perusteella.

3.2. Uudelleenkäytön seudulliset liiketoimintamahdollisuudet

Haastateltujen kirpputoritoimijoiden mukaan kirpputorit kohtaavat niin toimitiloihin, tuotteisiin kuin kulutustottumuksiinkin liittyviä haasteita. Toimiakseen kirpputorit tarvitsevat edullisia toimitiloja. Kirpputoritoimijoiden saattaa vastaajien mukaan olla vaikea päästä keskeisille toimipaikoille, sillä osa vuokranantajista ei halua kirpputoritoimijoita kiinteistölleen. Liiketoiminnan kehittämisen esteenä voivat olla myös riittämättömät myynti- ja varastointitilat sekä ammattitaitoisen työvoiman heikko saataavuus. Seutukohtaiset haastatteluyhteenvedot on esitetty liitteessä 2.

Moni toimija tunnisti vaatteet haastavaksi tuoteryhmäksi. Vaatteiden uudelleenkäyttöön vaikuttavat monet asiat: vaatteiden huono laatu, muodin jatkuvat muutokset sekä second hand -tekstiilien pieni hinta. Tämän vuoksi vain pieni osa vaatteista päätyy uudelleenkäyttöön. Myös huonekalujen uudelleenkäyttö on haasteellista. Nykyhuonekalujen laatu on usein niin huono, ettei niitä pysty korjaamaan. Kirpputorit eivät mielellään ota vastaan lastulevyistä tehtyjä huonekaluja. Suurinta osaa huonekaluista ei korjata, koska se ei ole taloudellisesti kannattavaa. Lisäksi huonekalut ovat tilaa vieviä tuotteita ja nii-

den keskihinta on pieni. Urheiluvälineiden uudelleenkäytön pullonkaulana on tuotteiden kehittyminen teknisten uudistusten myötä: täten esimerkiksi lasketteluvälineet vanhentuvat kuluttajien silmissä nopeasti.

Haastateltujen mukaan kirpputoreilla käy ihmisiä kaikista tuloluokista. Kirpputorit palvelevat kuitenkin enemmän löytäjää kuin täsmäostoksia tekevää, sillä kiireiset ihmiset keskittävät helposti ostoksensa kauppakeskuksiin, joista saa tehtyä kaikki hankinnat nopeasti ja vaivattomasti. Kausivaihtelut näkyvät kirpputorien kysynnässä: suurimpia piikkejä ovat kesäkuukaudet, kuunvaihteet ja ne kuukaudet, jolloin opiskelijoita muuttaa paikkakunnalle tai sieltä pois. Osin kirpputorien toimintaa hankaloittavat ns. ammattimaisesti toimivat asiakkaat, jotka ostavat tavaraa ja vievät ne muualle myyntiin.

Tiettyjen tuoteryhmien osalta kysyntä on haastateltujen mukaan tarjontaa suurempaa, eli liiketoiminnan laajentaminen olisi mahdollista paremman keräysverkoston ja logistiikan avulla. Esimerkiksi IT-laitteita tulee tietoturvakysymysten takia sisään huomattavasti kysyntää vähemmän. Sähkölaitteiden ja elektroniikan osalta kysynnän kannalta keskeiseksi tekijäksi on tunnistettu hinnoittelu. Myös keittiövälineille ja sekä tietyille käytetyille urheiluvälineille, kuten polkupyörille ja luistimille, on runsaasti kysyntää.

3.3 Uudelleenkäytettävien tuotteiden arvon säilyminen

Jotta voidaan arvioida uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintapotentiaalia, selvitettiin uudelleenkäytettävien tuotteiden arvon säilymistä. Tuotteiden hintavertailu tehtiin vertaamalla tiettyjen esimerkkituotteiden myyntihintoja nettikirpputoreilla tuotteiden alkuperäisiin myyntihintoihin. Esimerkkituotteesta riippuen hinta putosi alkuperäisestä 24–84 prosenttia (taulukko 12). Parhaiten arvo vaikutti säilyvän korkean brändin tuotteilla, kuten Luis Vuittonin käsilaukulla (–24 %), Jopo polkupyörällä (–45 %) ja iPhone puhelimella (–56 %). Toisaalta myös Ikean pöytä säilytti hyvin arvonsa (–56 %). Yksittäisten esimerkkituotteiden nettikirpputorihinnassa saattoi toisaalta olla suuria eroja (IKEAn sohvan hinta vaihteli 50–200 euron välillä). Hintaero johtui todennäköisesti tuotteen kunnosta ja iästä sekä tuotetta myyvän tahon henkilökohtaisista motiiveista. Jos myyjä haluaa tuotteesta nopeasti eroon, hän voi määritellä tuotteen hinnan matalaksi. Nettikirpputorilla myytävien tuotteiden iästä ei ollut saatavilla kattavaa tietoa.

Taulukko 12. Eri tuoteryhmien hintavertailua uutena ja nettikirpputorien myynti-ilmoituksissa (Lähteet: Tori.fi, AEKI, Huuto.net, tiedot kerätty keväällä 2018)

Tuoteryhmä	Tuote	Alkuperäinen hinta (€)	Kirpputorien hinta (€, keskiarvo)	Hinnan lasku (%)	Hinnan vaihteluväli (€)
Huonekalu	Bjursta ruokapöytä, jatkettava, IKEA	149	65 (N=21)	56	30–120
Huonekalu	Ektorp, 3 hengen sohva, IKEA	399	137 (N=16)	65	50–200
Huonekalu	AULUM, tv-taso, Jysk	199	56 (N=3)	72	45–72
Elektroniikka	TV, Samsung, 32 tuumaa	249	103 (N=7)	59	70–150
Elektroniikka	iPhone 5s	299	130 (N=8)	56	100–170
Sähkölaite	Pyykinpesukone, Rosenlew 5,5 kg 1000 linkous	249	98 (N=6)	61	50–140

Vaatteet	Neverfull MM, käsilaukku, Luis Vuitton	1023	779 (N=7)	24	540–920
Vaatteet	Naisten kauluspaita, Vero Moda	31 (N=38, 19,90–39,90)	5	84	1–10
Vaatteet	Miesten smokki, Turo	534 (N=2, 498–570)	99	81	55–185
Vaatteet	Naisten huppari, Peak Performance	107 (N=13, 80–149)	27	75	10–50
Urheiluvälineet	Polkupyörä, Jopo 24"	445	246 (N=6)	45	200–295
Urheiluvälineet	Poikien hokkarit	78 (N=3, 30–139)	13 (N=26)	83	5–25
Urheiluvälineet	Tennismaila, Wilson Blade	149	32,50 (N=2)	78	30–35

Merkkikäsilaukkua lukuun ottamatta vaatteiden hinnat putosivat nettikirpputoreilla merkittävästi (75–84 %), samoin urheiluvälineiden hinnat lukuun ottamatta Jopo-polkupyörää (taulukko 12). Elektrooniikan ja huonekalujen arvo vaikutti säilyvän paremmin kuin vaatteiden ja urheiluvälineiden. Vaatteiden ja urheiluvälineiden trendien nopea vaihtuvuus voi olla yhtenä syynä tuotteiden nopeaan hinnan laskuun. Myös tuotteen maantieteellisellä sijainnilla voi olla vaikutusta sen hintaan. Lisäksi suurempien tuotteiden postittaminen on kalliimpaa kuin pienempien ja kevyempien tuotteiden.

Koska tässä selvityksessä tehtiin vain yksi hintavertailu, niin sen tulokset ovat vain suuntaa antavia. Sattumalla voi olla hintavertailun kohdalla suuri vaikutus, ja hintatarkastelu ajoittui vain lyhyeen aikajaksoon vuoden 2018 keväällä.

3.4 Uudelleenkäytössä tunnistettuja mahdollisuuksia ja haasteita

Tuotteiden uudelleenkäytölle on helppo löytää perusteluita. Tuotteiden ostaminen käytettynä on ympäristön kannalta parempi ratkaisu kuin uuden tuotteen hankinta. Esimerkiksi uusien vaatteiden tuotanto vaikuttaa ilmastoon yhtä paljon kuin lentäminen ja merirahti yhteensä (Ellen MacArthur Foundation 2017a). Kuluttaja voi osaltaan edistää kiertotaloutta pidentämällä vaatteiden käyttöikä viemällä vaatteet kirpputorille poiston sijaan. Tällöin jätteen määrä ja materiaalien hukkaaminen vähenevät. Dahlbo ym. (2015) mukaan ympäristöhyötyjä saavutetaan kuitenkin vain, jos kirpputoreilta ostettavat tuotteet korvaavat uusia vaatteita. Kirpputoreilta ostetut, uudelleenkäytettävät tuotteet kuormittavat vähemmän paitsi ympäristöä, myös ostajien kukkaroa (taulukko 12).

Hinnan lisäksi yhteisöllisyys ja ekologiset trendit ovat uudelleenkäytön vahvoja vaikuttimia. Elämästä on tullut kulutuskeskeisempää, ja downshiftauksen yleistymisen voi nähdä vastareaktionä tälle suuntaukselle. Downshifting-aahteen tavoitteena on helpottaa ihmisten arkea vähentämällä työtä ja kulu-tusta. Siinä uusia tavaroita hankitaan tarpeeseen. Downshiftaajat tavoittelevat myös onnellisuutta, joka aatteen mukaan on osaltaan tavoitettavissa pienemmällä kuluttamisella.

Uudelleenkäyttö kohtaa kuitenkin haasteita niin lainsäädännön kuin käytännön olosuhteiden ja asenteiden tasolla. Euroopan unionin jättepuitedirektiivissä (2008/98/EC) jätteen määritelmä perustuu käytöstä poistamiseen. Aina ei ole selvää, mitä käytöstä poistaminen tarkoittaa. Kun tavara poistetaan käytöstä, se muuttuu jätteeksi, jolloin uudelleenkäyttö voi hankaloitua jätelakien ja asetusten vuoksi. Käytöstä poistamisena pidetään myös kierrätystä ja keräystä (Watson ym. 2017).

Tämän selvityksen yhteydessä tehtyjen kirpputoritoimijoiden haastatteluiden pohjalta voidaan tunnistaa useita uudelleenkäytön edistämisen haasteita. Selvityksen tulokset eivät kuitenkaan tarjoa tietoa siitä, mitä uudelleenkäyttöön liittyviä haasteita esimerkiksi kuluttajat tai tuotteiden valmistajat kokevat. Tarkastelun laajentaminen näihin kahteen ryhmään tarjoaisi enemmän mahdollisuuksia löytää liiketoimintaa, joka ratkaisee uudelleenkäytön haasteita kokonaisvaltaisemmin. Selvityksessä tunnistetut uudelleenkäytön haasteet ja esteet on seuraavassa ryhmitelty seuraavien otsikoiden alle:

- Kustannukset
- Käsittelyyn liittyvä ammattitaito
- Logistiikka
- Laatu- ja kunto-ongelmat
- Asiakassegmentit ja kyky vastata asiakkaiden tarpeisiin
- Asenteet ja mielikuvat
- Ajanmukaisuus

Tämä ryhmittely kattaa merkittävänä pidetyt haasteet sekä kuluttaja-, valmistaja- että kirpputoritoimijoiden tasolla.

3.4.1 Kustannukset

Kustannuksilla tarkoitetaan tässä yhteydessä yksilöille tai yrityksille koituvia taloudellisia tai ajallisia kustannuksia, jotka vaikuttavat kykyyn tai haluun suosia uudelleenkäyttöä (kierrätyksen tai loppukäsittelyn sijaan). Haastatellut kirpputoritoimijat mieltävät yleisesti alan kilpailuksi, katteet pieniksi ja toimitilat kalliiksi. Verkkokaupan lisäämisessä nähdään olevan mahdollisuuksia erityisesti toimitilakustannusten osalta, mutta toisaalta verkkokaupan lisääminen aiheuttaa myös kustannuksia ja sisältää omat haasteensa.

Uudelleenkäyttötoiminnassa riskinä on kerättyjen tuotteiden myymättä jääminen, jolloin niiden kierrätys ja loppukäsittely voi synnyttää merkittäviäkin kustannuksia. Tämä korostuu erityisesti huonekalujen ja kookkaiden kodinkoneiden kohdalla, niistä maksettavat jätemaksut ovat kirpputoritoimijoille korkeita ja vähentävät halukkuutta ottaa myyntiin tuotteita, joiden kysyntä on epävarmaa. Jos kirpputori nostaa tuotteen hinnan liian korkealle, se voi jäädä myymättä. Lisäksi suurten tuotteiden, kuten huonekalujen ja kodinkoneiden, varastointi on kirpputoreille kallista.

Suomessa työvoimakustannukset ovat tyypillisesti suuret. Esimerkiksi korjaustyö muodostuu usein tavaran arvoon nähden liian kalliiksi. Kirpputorit käyttävät usein osa-aikaista työvoimaa ja erilaisia harjoittelijoita. Henkilökunnan vaihtuvuus on tällöin suurta, mikä vaikuttaa mahdollisuuksiin kouluttaa työntekijöitä esimerkiksi tuotteiden oikeassa hinnoittelussa.

Kodinkoneiden ja muiden sähkö- ja elektroniikkalaitteiden korjaaminen voi olla kallista ja nostaa käytettyjen laitteiden myyntihintaa, mikäli varaosia ei saada käytettynä. Ignatiuksen ym. (2009) mukaan sähkö- ja elektroniikkalaitteiden valmistelu uudelleenkäyttöön on kallista ja vaatii käsityötä. Uusien laitteiden hinnat puolestaan ovat niin alhaiset, että käytetty laite on harvoin merkittävästi uutta edullisempi. Sähkö- ja elektroniikkalaitteen korjauksessa jo pelkkä työn hinta voi olla hyvin lähellä laitteen senhetkistä arvoa.

3.4.2 Käsittelyyn liittyvä ammattitaito

Käytettyjen tavaroiden uudelleenkäytön valmistelu voi vaatia erityistä ammattitaitoa esimerkiksi puhdistamiseen, korjaamiseen ja lajitteluun liittyen. Esimerkiksi käsityöammattilaiset (kuten, verhoilijat, entisöijät ja puusepät) voisivat entisöidä tai personoida monia huonekaluja, mutta heidän työpanostaan saatetaan pitää kalliina. Osa entisöintityöstä ei vaadi pitkälle erikoistunutta ammattitaitoa, mutta kylläkin aikaa ja viitseliäisyyttä. Tällaisten tuotteiden hinnoittelu voi olla vaikeaa.

Etenkin elektroniikan kierrossa korostuu osaavan korjaustyövoiman ja sen hinnan merkitys. Sähkö- ja elektroniikkalaitteiden valmistelu uudelleenkäyttöön vaatii ammattitaitoa ja usein käsityötä (Ignatius ym. 2009). Työn hinta on erityisesti Pohjoismaissa korkea varsinkin verrattuna uuden laitteen hintaan (Watson ym. 2017). Kallis korjaus ei monelle kuluttajalle ole houkutteleva vaihtoehto, jos maksamalla hieman lisää saa täysin uuden tuotteen. Lisäksi myyjän on tärkeää kertoa laitteisiin liittyvistä turvallisuus- ja tietoturvanäkökohdista mahdollisille ostajille, sillä kuluttajalla itsellään ei välttämättä ole asian-
tuntemusta arvioida niitä.

Tiettyjen tuoteryhmien, kuten eri urheilulajien varusteiden myynti vaatii ammattitaitoa, jota harval-
la lajia tuntemattomalla on. Haasteena voi olla myös urheiluvälineiden markkinointi kuluttajille, minkä
vuoksi kuluttaja ei välttämättä osaa etsiä erikoisvälineitä kirpputoreilta ja kierrätyskeskuksista. Lisäksi
kuluttajien neuvonta urheiluvälineiden valinnassa vaatii erityistä osaamista, mikä voi heikentää mahdol-
lisuuksia saada tällaisia tuotteita kaupaksi.

Vaatteiden lajitteluun tuovat oman haasteensa poistetut ja haalistuneet pesu-, koko- ja materiaalila-
put. Tämä näkyy etenkin paljon pestävissä lastenvaatteissa. Myös poistotekstiilien lajittelu vaatii am-
mattitaitoista työvoimaa. Osaamista tarvitaan myös muiden tuotteiden lajittelussa ja hinnoittelussa.
Esimerkiksi Koiviston (2017) mukaan olisi tarpeellista saada siirrettyä uusille työntekijöille jonkinlai-
nen perustieto huonekalujen tyyleistä, alan klassikoista ja trendikkäistä tuotteista. Tämän tyyppistä hel-
posti omaksuttavaa tietopakettia ei tiettävästi ole tällä hetkellä saatavissa. Vastaavan perustietopankin
koostaminen voisi helpottaa myös muiden tuoteryhmien osalta lajittelijoiden työtä sekä hinnoittelua.

3.4.3 Logistiikka

Käytetyn tavaran logistiikka on mutkikkaampaa kuin uusien tavaroiden, sillä tuotteiden tarjonta vaihte-
lee. Logistiikan suunnittelu on hankalaa, kun muun muassa kuljetusreitit, -määrät sekä varastotilan tarve
vaihtelevat. Toisaalta kyky optimoida olisi tärkeää, sillä tuotteiden kate on tyypillisesti matala.

Myös sesongit ja vuodenaajat asettavat logistisia haasteita. Usein tuotteista halutaan luopua sesongin
pääteeksi, jolloin tuotteille ei ole kirpputoreilla kysyntää. Uusien tuotteiden valmistajat voivat varas-
tointiongelman ratkaisemiseksi ajoittaa tuotantoaan, mutta käytetyt tavarat ovat olemassa myös sesongin
ulkopuolella. Urheiluvälineissä sesongit aiheuttavat varastotilan epätasaista kuormitusta vuoden ympäri.
Haastatellut kirpputoritoimijat kertovat, että pyöräilykauden kysyntäpiikkiin vastatakseen heidän on
otettava vastaan ja korjattava paljon polkupyöriä talven aikana ja varastoitava niitä kevääseen asti.

Suurien tavaroiden kuljettaminen ja varastointi ovat myös ratkaisua odottavia haasteita. Monet ko-
dinkoneet ja huonekalut ovat suurikokoisia, jolloin niiden kuljettaminen ja varastointi on vaikeaa ja
kallista. Logistiikkakustannusten siirtäminen asiakkaalle voi vähentää käytettyjen laitteiden kysyntää.
Lisäpalveluna ostettavaa kuljetusta voidaan pitää tuotteen hintaan nähden kalliina.

Vaatteiden ja kenkien kohdalla varastointi on huonekaluja helpompaa, sillä ne vievät suhteellisen
vähän tilaa. Niidenkään pitkäaikainen varastointi ei kuitenkaan ole suotavaa tuotteiden vanhenemisen
vuoksi. Lisäksi säilytysolosuhteiden on oltava sopivat, jotta tuotteiden laatu säilyy tarkoituksenmukai-
sena. Aallon (2014) tutkimuksen mukaan vaikuttaa siltä, että Suomessa käyttökelpoisten vaatteiden
kierrätyksestä tiedetään ja sitä hyödynnetään hyvin, mutta keräyspisteiden hankala sijainti saattaa erityi-
sesti syrjäseuduilla vaikeuttaa tekstiilien toimittamista uudelleenkäyttöön. Myös sähkö- ja elektroniikka-
laitteiden keräyskanavia olisi tehostettava, sillä niiden uudelleenkäyttöä hankaloittaa merkittävästi lait-
teen päätyminen SER-kierrätykseen ja luokitteluun jätteeksi. Tuote voidaan SER-kierrätyksen kautta
palauttaa uudelleenkäyttöön, mutta ihanteellista olisi kerätä toimivia laitteita uudelleenkäyttöön muiden
kanavien kautta, jolloin myös riski laitteiden rikkoutumiseen keräyksessä pienenesi (Ignatius ym. 2009).
Logistiikan helppous usein ratkaisee, päätyykö esimerkiksi vanha pesukone jätteeksi vai uudelleenkäyt-
töön. Uudenlaisia noutopalveluja tarvitaan.

3.4.4 Laatu- ja kunto-ongelmat

Uudelleenkäytön lisäämisen mahdollisuuksiin vaikuttaa myös kirpputoreille päätyvien tuotteiden laatu. Heikkolaatuista tai huonokuntoista tuotetta ei voi käyttää yhtä pitkään kuin hyvälaatuista. Kuluttaja valitsee todennäköisimmin käytetyn tuotteen, joka on mahdollisimman hyvässä kunnossa.

Joidenkin tuotteiden osalta laatua on hankala määritellä päältä päin. Esimerkiksi elektroniikan laatu selviää vasta käytössä. Haastatellut kirpputoritoimijat kokivat myyntiin tulevien käytettyjen laitteiden olevan myös usein liian vanhoja. Laitteita saatetaan säilyttää pitkään varalaitteina, eivätkä ne enää kirpputorille päätyessään täytä muiden kuluttajien vaatimuksia. Laitteita on myös voitu käyttää huolimattomasti. Esimerkiksi puhdistuksen laiminlyönti voi aiheuttaa sähkölaitteen vioittumista ja osien ennenaikaista kulumista. Ulkoiset viat, kuten lommot ja naarmut, voivat vähentää laitteen kysyntää, vaikka laitteessa ei toiminnallista vikaa olisikaan.

Urheiluvälineisiin tulee usein oikeanlaisesta kohtelusta ja huollosta huolimatta käytön jälkiä. Välineestä riippuu, milloin kulumat todella estävät uudelleenkäytön. Esimerkiksi luistimia voi teroittaa, mutta vahingoittunutta kypärää ei kannata ostaa.

Tuotteiden valmistajat voivat pelätä uudelleenkäytön edistämisen heikentävän heidän pääliiketoimintaansa (Sitra & Circle Economy 2015). Uudelleenkäytön voidaan nähdä sotivan esimerkiksi luksusbrändäystä vastaan. Myös sähkölaitevalmistajat saattavat vaikeuttaa tuotteiden uudelleenkäyttöä turvallisuus- tai imagosyistä. Tämä voi johtaa jopa tuotteiden suunnitteluun sellaisiksi, ettei niitä voi korjata, tai varaosien heikkoon saatavuuteen. (Watson ym. 2017).

3.4.5 Asiakassegmentit ja kyky vastata asiakkaiden tarpeisiin

Uudelleenkäyttömarkkinoiden asiakasryhmiä on tunnistettu muun muassa kirpputoritoimijoiden haastatteluisissa. Niin kiertotalouden kuin liiketoiminnankin näkökulmasta käytettyjen tavaroiden markkinoiden on edelleen laajennettava asiakaskuntaansa ja löydettävä keinoja, joilla se pystyy vastaamaan nykyistä useampien kuluttajien tarpeisiin. Alan haasteet liittyvät esimerkiksi kysyntään ja tarjontaan sekä resursseihin, joilla varmistetaan kyky palvella kuluttajia. Kirpputorien asiakaskunnassa esimerkiksi miehet ovat usein aliedustettuina, ja asiakaskunnasta suuren osan voivat muodostaa niin sanotut vakioasiakkaat.

Kirpputorivaatteissa korostuu usein naisten vaatteiden suuri määrä suhteessa miesten vaatteisiin, mikä vähentänee miesasiakkaiden määrää. Yksi syy miesten vaatteiden vähyyteen voi olla se, että ne kulutetaan useammin loppuun kuin naisten vaatteet (Dahlbo ym. 2015). Dahlbo ym. (2015) tutkimuksen mukaan yli 26 % talouksista, joissa on miehiä, eivät poista lainkaan miesten vaatteita käyttökelpoisena. Vastaavasti naisten käyttökelpoisia vaatteita ei poista 13 % vastanneista talouksista. Samankaltaista sukupuolivertailua ei ole tehty muiden tuoteryhmien osalta.

Suurin osa ihmisistä lienee valmiita lisäämään uudelleenkäyttöä, jos se on heille helppoa ja taloudellista. On pohdittava, miten asiakas voisi varmistua tuotteen löytymisestä haluamaltaan markkinapalkalta. Esimerkiksi kirpputorien valikoima palvelee enemmän löytöjen kuin täsmäostosten tekijöitä. Monen tuoteryhmän haasteena ovat kysynnän ja tarjonnan vaihtelut, sekä niihin liittyvä resurssien sovittaminen asiakkaiden tarpeisiin vastaamiseksi. Esimerkiksi opiskelijakaupungeissa huonekalujen kysynnässä on havaittavissa kasvua lukukausien alkaessa.

3.4.6 Asenteet ja mielikuvat

Asenteet ja mielikuvat, jotka vaikuttavat tuotteiden mahdolliseen uudelleenkäyttöön, ovat useimmiten liitettävissä kuluttajiin. Mänty ja Aalto (2017) ovat tunnistanee tavarasta luopumiseen liittyviä psykologisia esteitä, jotka liittyvät vahvasti kuluttajien asenteisiin ja mielikuviin tavarasta ja sen uudelleenkäytöstä. Yksilön voi esimerkiksi olla vaikeaa luopua tavarasta, koska hän arvioi sen arvon korkeammaksi kuin vastaanottaja (Mänty & Aalto 2017). Kuluttajan on siis vaikea hyväksyä omien tavaroittensa arvon laskua.

Uudelleenkäytön esteitä aiheuttavia mielikuvia voi liittyä myös tavaran hankintaan. Tuotteiden koettu arvo vaikuttaa myös käytetyn tavaran ostajan päätökseen. Erityisesti elektroniikassa arvon lasku voi olla merkittävää ja nopeaa, ja teknologian kehittyessä nopeasti uuden tuotteen ostaminen voi tuntua turvallisemmalta kuin käytetyn hankkiminen. Esimerkiksi älytelevisioiden osalta on hankalaa tietää, mitkä laitteet ja käyttöjärjestelmät ovat käyttökelpoisia parin vuoden päästäkin. Vaikka älypuhelin ja muiden älylaitteiden kehitys on hidastunut viime vuosina eikä disruptiivisia kehitysaskelaita enää tapahdu samalla vauhdilla kuin 2010-luvun alkuvuosina, älylaitteiden mielletään yhä vanhenevan nopeasti (Watson ym. 2017).

Eilisen ylellisyydet muuttuvat tämän päivän perustasoksi, jolloin tuotteet vanhenevat ennen kaikkea kuluttajien silmissä. Mikäli käytetylle laitteelle ei voida antaa takuuta tai sen laatua ja jäljellä olevaa käyttöikää muuten varmistaa, voi kuluttaja kokea uuden tuotteen olevan parempi valinta. Käytettyihin laitteisiin liittyy myös erilaisia turvallisuushuolia, esimerkiksi älylaitteen tietoturvaan tai pyöräilykypärän turvallisuuteen liittyen.

Vilhunen (2014) tutki opinnäytetyössään ihmisten suhtautumista kirpputorivaatteisiin, niiden ostamiseen ja niihin pukeutumiseen. Aineisto koostui kahdesta kyselystä, vuosilta 1989 ja 2014. Vuoden 2014 vastauksista tunnistettiin useita syitä välttää kirpputorivaatteiden hankintaa ja niihin pukeutumista. Kirpputoreilla asiointi koettiin vaivalloiseksi, kokovalikoimaa pidettiin suppeana ja vaatteita huonokuntoisina ja liian kalliina. Kirpputoreja pidettiin sekavina ja vaatteissa pelättiin olevan hometta. Lisäksi kirpputoreilla ei voi sovittaa vaatetta. Osa vastaajista kertoi myös kokevansa toisen vaatteisiin pukeutumisen epämiellyttävänä, ja osalle ne toivat mieleen lapsuuden lama-aikana, jolloin oli pakko käyttää kirpputorivaatteita. Osa vastaajista koki, etteivät kirpputorit tue minimalistisuutta parhaalla tavalla. (Vilhunen 2014, s. 79) Samankaltaisia rakenteellisia ja psykologisia esteitä ovat havainneet myös Mänty ja Aalto (2017). Vilhunen aineistona vuodelta 2014 oli 300 vastausta 1 176 annetusta vastauksesta. Aineistoa rajaamalla pyrittiin tasaamaan esimerkiksi sukupuoli- ja ikäjakaumaa sekä saamaan paljon informaatiota sisältäviä vastauksia (Vilhunen 2014 s. 36), mikä parantaa tulosten yleistettävyyttä, sillä Laitalan (2014) mukaan vaatteiden kierrätys- ja uudelleenkäyttötutkimukset koskevat pääasiassa nuoria naisia ja muista ryhmistä tarvitaan lisätutkimusta.

Huonekalujen osalta jotkin tuotemerkit ja valmistajat erottuvat sekä edukseen että haitakseen. Esimerkiksi osa kuluttajista haluaa ostaa IKEAn huonekaluja muun muassa siksi, että niistä on helppo löytää mittatietoja ja hintavertailuja. Toiset taas voivat pitää kyseisiä huonekaluja huonolaatuisina. Käytettynä ostetaan mielellään myös design-tuotteiksi miellettyjä kalusteita, joiden koetaan olevan pitkäkestoisia. Toisaalta huonekaluja ja sisustusta vaihdetaan nykyisin aiempaa tiheämmin.

3.4.7 Ajanmukaisuus

Tuotteen koettu ajanmukaisuus on tekijä, joka rajoittaa monen tuotteen uudelleenkäyttöaikaa. Kuluttajan silmissä toimiva tuote ei välttämättä tarkoita käyttökelpoista tuotetta, jos tuote näyttää vanhalta. Moni vanha puhelin toimisi edelleen, mutta teknologia on vanhentunut älypuhelin rinnalla. Erityisesti vaateollisuuden pikamuotisesongit asettavat uudelleenkäytölle monia haasteita. Tämän vuoksi osa hyväkuntoisistakin vaatteista jää myymättä. Myös muissa tarkasteltavissa tuoteryhmissä ajanmukaisuus ja tuotteen ikä osoittautuvat uudelleenkäyttöä rajoittaviksi tekijöiksi. Toisaalta huonekaluissa klassikko-tuotteen voi olettaa säilyttävän viehättävyytensä tietyn asiakasryhmän silmissä pitkäänkin. Maalaus, tuunaus ja muunlainen muokkaus voi antaa tuotteelle uuden ilmeen, josta alkaa tuotteen uusi elämä.

Sähkölaitteissa myös teknologisesti vähäpätöiset uudistukset voivat aiheuttaa ennenaikaista vanhenemista. Esimerkiksi älylaitteiden laturi- ja kuulokeliitäntöjen muuttuminen vaikeuttaa vanhojen ja uusien laitteiden yhteensopivuutta. Kodinkoneet puolestaan kestävät toiminta-ajatuksensa puolesta aikaa paremmin. Esimerkiksi pyykinpesukoneisiin liittyvät uudet teknologiset innovaatiot, kuten pesuaineen automaatiannostelu ja internet-yhteys, eivät ole vielä valtavirtaistuneet kuluttajien silmissä välttämättömyyksiksi. Vanhakin pesukone täyttää tehtävänsä, jos se on toimintakuntoinen. Yksi kodinkonekan-

nan päivittämistä ajava tärkeä tekijä kuluttajalle voi olla esimerkiksi veden- ja energiankulutus, joka on usein vanhemmilla koneilla suurempi kuin uusilla.

Huonekalujen osalta siirtymä nopeasti muuttuviin trendeihin on sekä haitannut että tukenut uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaa. Esimerkiksi tällä hetkellä trendikkäiksi ovat nousseet rottinkikalusteet ja vanhat seinäryijyt, joita monilla löytyy vielä kotien varastoista. Koiviston (2017) mukaan tällä hetkellä kysyntää on esimerkiksi 1950–60-luvun tuoleista. Huonoiten menevät kaupaksi suuret, tummat kirjahyllyt ja 1970-luvun plyysisohvat, jotka mielletään 1980–90-luvun kalusteiksi. Myöskään lastulevyiset huonekalut eivät mene kaupaksi. (Koivisto 2017)

3.5 Uudelleenkäyttöön liittyviä liiketoimintaratkaisuja

Uudelleenkäyttöä tukevaa uutta liiketoimintaa voidaan rakentaa useilla eri tavoilla, mutta eri tuoteryhmiin yhdistyy toistaiseksi vain tietynlaisia liiketoimintamalleja. Uudelleenkäytön edistämiseen liittyvät liiketoimintamallit jakautuvat muun muassa tuotteiden palautusjärjestelmiin ja jälleenmyyntiin, korjaus- ja huoltopalveluihin sisältäen myös neuvonnan, tuotteen vuokraukseen tai leasing-sopimukseen, tuote palveluna -malleihin sekä alustaratkaisuihin, joilla kuluttajat käyvät kauppaa keskenään. Seuraavassa on esitelty esimerkkejä uudelleenkäyttöön liittyvistä liiketoimintaratkaisuista tuoteryhmittäin.

3.5.1 Vaatteet ja kengät

Suomessa on viime vuosina kehitetty edelleen vaatteiden ja kenkien uudelleenkäyttöä lisääviä uusia liiketoimintamalleja. Yritykset ovat muun muassa ottaneet käyttöönsä takaisinostojärjestelmiä ja alkaneet tarjota huoltopalveluita sekä vuokrata ja lainata tuotteita. Monet näistä yrityksistä ovat vielä aloittelevia ja verrattain pieniä, mutta ne ovat löytäneet uudelleenkäytön saralta kannattavaa liiketoimintaa.

Esimerkkejä uudeltaisesta liiketoiminnasta ovat vaatelainaamot, joita on toiminut Suomessa jo vuodesta 2011 (Paukku 2011). Aktiivisia alan yrityksiä ovat esimerkiksi Vaaterekki ja Vaatepuu. Vaatelainaamot toimivat usein jäsenyysperiaatteella. Asiakas voi lainata määrätyn määrän tuotteita, jotka tulee palauttaa tietyn ajan kuluttua. Halutessaan tuotteen voi myös ostaa tai vuokrata kertaluontoisesti kokonaisen asukokonaisuuden. Vaatelainaamot toimivat siis osittain sekä jälleenmyyjänä että vuokraajana. Vaatelainaamotoiminta on pääasiallisesti tuote palveluna - liiketoimintaa, sillä asiakas maksaa jäsenyydestään ajan perusteella eivätkä lainattavat tuotteet vaikuta jäsenyyden hintaan.

Vaateteollisuuden globaalien kestävyysongelmien ratkaisemisessa vaatevalmistajien vastuu muodostuu yhä tärkeämmäksi (Niinimäki & Hassi 2011). Siksi erityisen kiinnostavia ovat mallit, joissa tuotteiden valmistaja osallistuu myös niiden uudelleenkäyttöön esimerkiksi takaisinostopalvelujen tai korjaus- ja huoltopalvelujen muodossa. Joidenkin valmistajien tiedetään pitävän tätä ydinliiketoimintansa heikentämisenä (Sitra & Circle Economy 2015), mutta toiset yritykset voivat nähdä kestävyuden yhä tärkeämpänä arvona ja osana liiketoimintapotentiaalia. Esimerkiksi yksi Ruotsin johtavista vaatevalmistajista, laadukkaana pidetty Filippa K viestii aktiivisesti kestävyteen liittyvistä arvoistaan kuluttajille ja on lanseerannut useita kestävyteen liittyviä aloitteita (Filippa K 2018a, Filippa K 2018b, Filippa K 2012). Vuonna 2008 Filippa K aloitti yhteistyön ruotsalaisen käytettyjen vaatteiden liikkeen, Judits Secondhandin, kanssa, ja perusti oman käytettyjen vaatteiden kivijalkaliikkeensä. Vuonna 2015 Filippa K laajensi uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaansa muun muassa Suomeen ja mahdollisti tuotteiden palauttamisen kaikkiin merkin liikkeisiin maasta riippumatta. (Filippa K 2018c)

Suomalainen, pääasiallisesti premium-brändättyjä kašmirneuletuotteita valmistava Arela puolestaan toteuttaa oman Arela for Good -kestävyyskonseptinsa mukaista takaisinostoa kampanjoitain (Arela 2017). Tuotteet huolletaan ja korjataan, ja ne myydään eteenpäin yrityksen pop-up-liikkeissä. Tuotteet,

joita ei voida korjata, tuotteistetaan uudelleen esimerkiksi unimaskeiksi. Konseptinsa mukaisesti Arela pyrkii myös pidentämään tuotteittensa käyttöikää tarjoamalla kuluttajille lisäpalveluna korjausta ja huoltoa, huoltovälineitä sekä ohjeita vaatteiden käsittelyyn (Arela 2018).

Sekä Filippa K että Arela ovat profiloituneet enemmän luksusmuodin kuin suurille asiakasryhmille kohdistetun muodin puolelle. Näissä yrityksissä on havaittu, että käytettyjen vaatteiden kauppaan laajentaminen ei syö uusien tuotteiden myyntiä, vaan saattaa luoda uusia markkinoita tuotteille. Käytetyt tuotteet pidetään kuitenkin erillään merkkien varsinaisista liikkeistä. Pikamuotivalmistajille siirtymä palvelupohjaisempaan liiketoimintaan vaikuttaa kannattamattomammalta, sillä palvelun lisääminen tarkoittaisi väistämättä myös lisäkuluja ja korkeampia tuotteiden hintoja. Pikamuodissa mielletään myös olevan enemmän laatuongelmia, jotka saattavat tehdä uudelleenkäytöstä tai tuotteen elinkaaren pidentämisestä ylipäänsä vaikeaa.

3.5.2 Sähkö- ja elektroniikkalaitteet

Kirpputorihaastatteluissa todettiin vaikeaksi sähkö- ja elektroniikkalaitteiden, ja erityisesti IT-laitteiden, saaminen riittävän ajoissa uudelleenkäyttöön kuluttajilta. Myös lainsäädäntö ja sen jätemääritelmat (esim. EU:n jättepuitedirektiivi 2008/98/EC) voivat asettaa haasteita laitteiden ja niiden osien uudelleenkäyttöön. Uusi liiketoiminta saattaa vaatia uusia kanavia laitteiden toimittamiseen uudelleenkäyttöön sekä kuluttajien houkuttelua omaksumaan uudelleenkäyttöön valmisteleva kierrätys toimintatavakseen.

Tällaisen kanavan on kyennyt kehittämään Swappie, joka ostaa kuluttajilta vanhoja älypuhelimia, huoltaa ne, ja myy eteenpäin. Kun laitteet ostetaan suoraan kuluttajilta eikä hankita SER-keräyksen kautta, niitä koskee tuotelainsäädäntö (Ignatius ym. 2009). Laitteiden keräyksessä pystytään kiinnittämään huomiota niiden kunnon säilymiseen. Swappien liiketoiminnan yksi menestystekijä on ollut erikoistuminen yrityksen alkuvaiheessa iPhone-älypuheliin, joiden uudelleenkäyttömarkkinat on todettu toimiviksi (Sitra 2017). Tuote säilyttää arvonsa hyvin ja on erittäin suosittu, mutta uudelleenkäyttömarkkinoita on vaivannut huoli tavarankäytön alkuperästä ja mahdollisuus päätyä huijatuksi. Swappie perustettiin luomaan luotettava kanava myydä vanha iPhone ja ostaa käytetty älypuhelin turvallisesti ja hyväkuntoisena. Swappien voidaankin ajatella kauppaavan luottamusta ja kaupankäynnin helpoutta käytettyjen älypuhelinien markkinoilla. (Swappie 2018)

Suurempien kodinkoneiden ja it-laitteiden osalta uusia liiketoimintamahdollisuuksia voisi tarjota myös palvelullistaminen. Yritysmaailmassa esimerkiksi leasing-sopimukset ja palvelujenn ostaminen ovat jo melko yleisiä malleja, mutta kuluttajapuolen uudelleenkäyttöliiketoimintaan palvelullistaminen ei ole Suomessa rantautunut. Kodinkoneiden vuokraaminen vaikuttaa olevan yleisempää Yhdysvalloissa, mutta mielenkiintoinen, ja yhdysvaltalaisia yrityksiä enemmän kestävyyttä painottava, yritysesimerkki löytyy myös Alankomaista. Alankomaalainen Bundles on yritys, joka vuokraa Mielen pyykinpesukoneita leasing-sopimuksilla. Bundles perustettiin vuonna 2014, ja sen tausta-ajatuksena on käyttää laadukkaita koneita halpojen ”kertakäyttökoneiden” sijaan (Bundles 2017). Bundlesin mukaan useimmat pyykinpesukoneet käyttävät enemmän vettä ja kemikaaleja kuin olisi tarpeen ja niiden käyttöikä on vain noin kuusi vuotta, jonka jälkeen koneet kierrätetään alemman jalostusarvon tuotteiksi tai materiaaleiksi (Bundles 2017). Bundles toimittaa, asentaa, huoltaa ja korjaa vuokraamansa laitteet sekä vie tarvittaessa kuluttajan vanhat laitteet pois. Laitteilla on kiinteä kuukausi- ja käyttökertakohtainen hinnasto, eli kyseessä on tuote palveluna -malli. Joihinkin laitemalleihin pesuaineen voi esiannostella ja myös sen tilata kestotilauksena. Koneet ovat yhteydessä internetiin ja keräävät käyttötietoja energiankulutuksen optimoimiseksi (Ellen MacArthur Foundation 2017b, Bundles 2017).

3.5.3 Huonekalut

Haastattelun perusteella huonekaluille on paljon erilaisia asiakasryhmiä ja -toiveita. Huonekaluille kaivataan muun muassa erillisiä kauppapaikkoja, joista kuluttajan olisi helppo etsiä tarvitsemaansa. Suomesta löytyykin paljon huonekalujen uudelleenkäyttöön kannustavaa liiketoimintaa, lähtien antiikkiliikkeistä ja päättyen käytettyjen IKEA-huonekalujen alustaratkaisuihin (Aeki.fi). Huonekalujen valmistajalla ei ole Suomessa tuottajavastuuta, joten uudelleenkäytön ja kierrätyksen ottaminen osaksi valmistajien liiketoimintaa perustuu lähinnä siinä nähtyihin hyötyihin ja liiketoimintapotentiaaliin.

IKEA on kokeillut viime vuosina useita kiertotalouden mukaisia uusia toimintatapoja osana pyrkimystään kestävämpään toimintaan (Kaupan liitto 2017). Suomessa näkyvimpiä aloitteita ovat tavaratalojen pihalla järjestetty kirppistapahtuma, jossa kuluttajat saivat myydä toisilleen IKEA-tuotteitaan, sekä tavarataloissa toimiva Kodista kotiin -osasto (Kaupan liitto 2016). Kodista kotiin -konseptissa kuluttajat voivat viedä käytetyt IKEA-huonekalunsa tavarataloon hyvityskupongia vastaan. Käytetyt tuotteet asetetaan myyntiin tavarataloissa (Toivonen 2016). Myymättä jääviä huonekaluja tarjotaan lahjoituksena SPR:lle ja loput hyödynnetään materiaalina tai energiana. Käytetyn huonekalun hinta muodostuu siitä annetun hyvityskupongin arvosta sekä arvonlisäverosta (Toivonen 2016, Mansikkamäki 2016).

Suomalainen designhuonekaluja valmistava ja myyvä Artek edustaa IKEAA verrattuna hyvin erilaista brändiasemaa. Artekin tuotteet mielletään designtuotteiksi, joiden tiedetään kestävän aikaa kulutuksen ja tyylin osalta. Artek perusti vuonna 2007 Artek 2nd Cycle -malliston, joka sai vuonna 2011 myös oman liikkeen Helsingistä (Proventus 2007, Alvesalo 2011). Artek 2nd Cycle -tuotteita on myyty myös ulkomailla Artekin liikkeissä ja näyttelyjen yhteydessä. Malliston aloittaessa kalusteita hankittiin esimerkiksi kirpputoreilta ja kunnilta. Nykyään myös yksityishenkilö voi pyytää tarjouksen omista designhuonekaluistaan. Valikoimassa on Artekin tuotteiden lisäksi myös muiden tunnettujen ja arvostettujen valmistajien tuotteita. (Artek 2018)

Vaikuttaa siltä, että IKEAA ja Artekia saattaa yhdistää sama uudelleenkäyttöliiketoiminnan menestystekijä, josta myös Swappie, Filippa K ja Bundles ovat hyötäneet. Nämä yritykset keskittyvät liiketoiminnassaan tuotteisiin, joilla on vahva brändi ja kuluttajien luottamus. IKEA poikkeaa joukosta selvästi vain hinnoittelultaan, mutta senkin brändi on etenkin Suomessa hyvin vahva ja tunnistettava.

Huonekalujen osalta leasing- tai muita palvelupainotteisia ratkaisuja ei juuri ole saatavilla kuluttajille, joskin IKEAn kerrotaan tutkivan esimerkiksi huonekalujen modulaarisempaa suunnittelua, mikä mahdollistaisi huonekalun muuttamisen kuluttajan tarpeen mukaan toiseen käyttötarkoitukseen (Hullinger 2016). Yrityskäyttöön IKEA myy huonekaluja myös leasing-sopimuksella (IKEA 2018).

3.5.4 Urheiluvälineet

Urheiluvälineiden uudelleenkäyttöön on useita vakiintuneita kanavia, kuten urheiluvälinedivarit, urheiluseurojen sisällä tapahtuva myynti ja lasten varusteiden jatkokäyttö esimerkiksi nuoremmilla sisaruksilla. Polkupyöriä myydään käytettynä paljon, mutta varsinkaan yksityishenkilöltä ostettaessa tavaran alkuperän laillisuudesta ei voi olla varma. Liiketoiminnalle, joka varmistaa sekä ostajan ja myyjän oikeuksien toteutumisen, voikin olla kysyntää.

Yhdysvalloissa ryhmä entisiä college-urheilijoita perusti SidelineSwap-yrityksen vuonna 2012 tavoitteenaan luoda urheiluvälineille online-alusta, joka on verrattavissa käsityöläisten online-kauppapaikka Etsyyn. (Vanni 2016). Yritys tarjoaa kuluttajille alustaratkaisun, jonka avulla tuotteiden ostaminen ja myyminen on aiempaa helpompaa. Kuluttajat omistavat siis itse myymänsä tuotteet, mutta SidelineSwap saa myyntihinnasta komission ja laskutuspalkkion (SidelineSwap 2018). Tämä poistaa yritykseltä varastotilan tarpeen ja sesongeista johtuvan kysynnänvaihtelun haasteet. Myyjät toimittavat tuotteet suoraan uusille omistajille etukäteen maksetuilla postitustarroilla ja lähettävät tuotteet ulkoisten postipalvelujen kautta. Tämä vähentää yrityksen tarvetta omalle logistiikalle. Myyjä voi myös lähettää tuotteet SidelineSwapin myyntipalveluun, joka hoitaa ilmoitukset, myynnin ja lähetyksen.

Myyntipalvelun komissio on 30 prosenttia myyntihinnasta. Näiden palveluelementtiensä vuoksi SidelineSwap eroaa Suomessa toimivista myyntialustoista. Forbesin (Rashid 2017) mukaan SidelineSwapilla oli vuonna 2017 jo yli 100 000 käyttäjää Pohjois-Amerikassa, mikä kertoo yrityksen onnistuneen luomaan uuden liiketoimintamuodon käytettyjen urheiluvälineiden kauppaan.

Polkupyörien uudelleenkäyttöön liittyviin haasteisiin vastaa alankomaalainen yritys EasyFiets. Se tarjoaa käytettyjä, uudelleentuoteistettuja ja kunnostettuja polkupyöriä sekä niiden täydet huoltopalvelut leasing-sopimuksella (EasyFiets 2018). Erityistä yrityksen toiminnassa on, että kaikki vuokrattavat pyörät ovat käytettyjä. Yrityksen mukaan ne olisivat muussa tapauksessa päätyneet romumetalliksi. Yritys lisää pyörien varustelua valoin ja yritykselle tunnusomaisin punaisin satuloin ja kahvoin. Tämä lisää brändin tunnistettavuutta. Yritys toimii Alankomaissa kahdessa kaupungissa ja tarjoaa paitsi pitkäaikaisia leasing-sopimuksia, myös lyhyitä vuokrausjaksoja matkailijoille. Lyhytaikaisiin päivävuokriin EasyFiets tarjoaa myös sähkö-, kuorma- ja tandempyöriä sekä lastenistuimia (EasyFiets 2018). Helmikuussa 2018 EasyFiets aloitti joukkorahoituskampanjan polkupyörienkorjauspajan rakentamiseksi. (Expacentre Leiden 2018)

4. Johtopäätökset

Kiertotaloudessa resurssien käytön pitää olla kestävä. Kestävyyttä voidaan edistää esimerkiksi materiaalien kierrätyksellä, mutta sitäkin arvokkaampaa voi olla tuotteiden huoltaminen ja uudelleenkäyttö. Tässä selvityksessä tarkasteltiin uudelleenkäyttöä erityisesti niiden tuotteiden osalta, joita myydään kirpputoreilla. Selvityksen tavoitteena oli tuottaa tietoa valittujen tuotteiden uudelleenkäyttömäärästä ja -asteesta sekä niihin liittyvistä liiketoimintamahdollisuuksista. Tässä selvityksessä uudelleenkäytöllä tarkoitetaan tuotteiden luovuttamista uudelle omistajalle samassa käyttötarkoituksessa käytettäväksi. Uudelleenkäyttö ei tarkoita käyttökelvottomien tuotteiden luovuttamista jätteenä toiselle toimijalle.

Suomessa ei tällä hetkellä tuoteta johdonmukaisesti tietoa tuotteiden uudelleenkäytöstä valtakunnallisesti eikä paikallisesti. Saatavilla oleva tieto on parhaassakin tilanteessa sirpaleista, hajallaan ja heikosti yhteismitallista. Kiertotalouden edistäminen edellyttää kuitenkin perinteisen jätehuollon materiaalivirtojen seurannan lisäksi luotettavaa tietoa tuotteiden kohtalosta ennen jätteeksi päätymistä.

Hankkeessa tunnistettiin nykytilanne ja otettiin ensimmäinen askel uudelleenkäytön määrätietojen yhdenmukaiselle kokoamiselle. Tavoitteena oli tuottaa numeerista kappale- ja painotietoa kuutoskaupungeissa vuosittain myytävistä tai lahjoitettavista käytetyistä tuotteista valittujen tuoteryhmien osalta. Hankkeessa tuotetut määrääarviot ovat kuitenkin vain suuntaa-antavia johtuen lähtötietojen rajallisuudesta ja selvityksessä tehdyistä oletuksista. Tarkastelu kattoi vain neljä tuoteryhmää ja vain osan siitä toiminnasta, jonka kautta tuotteet päätyvät uudelleenkäyttöön. Näin ollen määrääarviot antavat vain osittaisen ja kokonaisuutta aliarvioivan kuvan seutujen uudelleenkäyttöön päätyvistä tavaravirroista ja todelliset määrät ovat suurempia.

Selvityksessä havaittiin, että kuutoskaupungeissa (Helsinki, Espoo, Vantaa, Tampere, Turku ja Oulu) uudelleenkäytön määrät ja mahdollisuudet vaihtelevat. Esimerkiksi valtakunnallisten kirpputoritoimijoiden osuus uudelleenkäytettävien tuotteiden painosta on pääkaupunkiseudulla noin neljännes, kun se muissa kaupungeissa on 4–7 prosentin luokkaa. Palvelutarjonnan osalta voidaan sanoa, että pääkaupunkiseudulla erilaisia uudelleenkäyttövaihtoehtoja on tarjolla kattavammin kuin muualla, sillä pääkaupunkiseudulla on aktiivista vertaisverkkokauppaa, valtakunnallisten ketjujen kirpputoritoimintaa ja paikallisia kirpputoritoimijoita. Turussa, Tampereella ja Oulussa uudelleenkäyttö on suurelta osin paikallisten toimijoiden hallussa.

Tarkasteltujen alueiden välillä oli eroja uudelleenkäytön määrässä ja -asteessa. Vaihtelun syitä ei tässä selvityksessä pystytty kattavasti osoittamaan. Tuloksissa ilmenevät erot voivat johtua esimerkiksi kulutuskäyttäytymisen vaihtelusta ja lähtöaineistojen eroavaisuuksista. Laskentaa pyrittiin yhtenäistämään mahdollisuuksien mukaan.

Uudelleenkäyttömäärien lisäksi selvityksessä tarkasteltiin uudelleenkäytettävien tuotteiden arvoa ja sen säilymistä. Selvitykseen valittujen tuotteiden hinta laski vähimmillään noin neljäsosan, mutta enimmillään jopa yli 80 prosenttia alkuperäishinnasta. Vähäisintä arvonlasku vaikuttaa olevan korkean brändin tuotteilla, mutta toisaalta yksittäisissä myyntitapahtumissa hinta vaihteli merkittävästi. Uudelleenkäytettävien tuotteiden hinnanvaihtelussa merkittäviä ovat muun muassa tuotteen kunto, ikä ja myyjän tarpeet. Myyjä voi vaikuttaa hinnoittelulla myyntiaikaan. Myyjän on myös hyvä tietää uudelleenkäytettävien tuotteiden hintataso; tarkastelluista tuoteryhmistä etenkin vaatteet ja urheiluvälineet menettivät arvoaan merkittävästi. Syynä hinnanlaskuun voi olla esimerkiksi vaatteiden heikko laatu, urheiluvälineiden kuluminen tai trendien vaihtelu.

Uudelleenkäytön lisääminen kohtaa nykyisessä toimintaympäristössä haasteita ja mahdollisuuksia. Haasteena ovat etenkin käytettyihin tavaroihin liittyvät asenteet, logistiikka, toiminnan kannattavuus ja korkeat työvoimakustannukset. Toisaalta erilaiset uudet liiketoimintamallit voivat tehdä käytettyjen

tuotteiden ostamisesta entistä helpompaa, edullisempaa tai muodikkaampaa. Lisäksi ympäristötietoisuuden ja kulutuskriittisyyden kasvu voivat lisätä uudelleenkäytön suosiota.

Uudelleenkäyttötietojen kokoaminen edellyttää jatkossakin monien toimijoiden yhteistyötä. Tämä selvitys voi toimia yhtenä lähtökohtana uudelleenkäytön kattavammalle ja luotettavammalle arvioinnille sekä uusien liiketoimintamahdollisuuksien tarkastelulle.

LÄHTEET

- Aalto, K. (2014). Kuluttajien halukkuus ja toimintatavat tekstiilien kierrätyksessä. Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuksia ja selvityksiä 12/2014.
- Alvesalo, T. (14.10.2011). ARTEK AVAA 2ND CYCLE MYYMÄLÄN HELSINKIIN. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <http://www.tiinaalvesalo.com/artek/>
- Arela. (2017). Arela For Good – Take Back (tapahtumakutsu). [viitattu 2.4.2018] saatavissa: <https://www.facebook.com/events/416954458646574/>
- Arela. (2018). Cashmere care. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.arelastudio.com/pages/cashmere-care>
- Artek. (2018). News. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.artek.fi/2ndcycle/en>
- Blauberg, T-R. Leinen, R. Sten, S. 2018. Yhdyskuntajätteet ja tuottajavastuun alaiset jätteet: Jätedirektiivien ja Valtakunnallisen jätesuunnitelman (Valtsu) uudet tavoitteet koskien yhdyskuntajätettä ja tuottajavastuujätteitä, Kierrätyksestä kiertotalouteen - valtakunnallinen jätesuunnitelma vuoteen 2023 – keskustelutilaisuus 20.3.2018 [viitattu 12.6.2018] saatavissa: [http://www.materiaalitkiertoon.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Uutiset/VALTSU_kokosi_kiertotalouden_asiantunti\(46388\)](http://www.materiaalitkiertoon.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Uutiset/VALTSU_kokosi_kiertotalouden_asiantunti(46388))
- Bundles. (2017). About us. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.bundles.nl/en/about-us/>
- Dahlbo, H., K. Aalto, H. Salmenperä, H. Eskelinen, J. Pennanen, K. Sippola, M. Huopainen. 2015. Tekstiilien uudelleenkäytön ja tekstiilijätteen kierrätyksen tehostaminen Suomessa. Suomen ympäristö 4/2015.
- EasyFiets. Bike Rental Leiden | Lease a Bike Leiden. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.easyfiets.nl/en/>
- Ellen MacArthur Foundation. (2017a). https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/A-New-Textiles-Economy_Full-Report_Updated_1-12-17.pdf
- Ellen MacArthur Foundation. (2017b). CE100 Member: Bundles. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/ce100/directory/bundles>
- ExpatCentre Leiden. (1.3.2018). Bike rental EasyFiets starts crowdfunding for new recyclefactory. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.expatscentreleiden.nl/en/about-expat-centre-leiden/news-and-calendar/news/bike-rental-easyfiets-starts-crowdfunding-for-new-recyclefactory>
- Filippa K. (2012). *Sustainability report 2012* (raportti). [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.filippa-k.com/media/wysiwyg/filippa-k-world/sustainability/reports/Filippa-K-Sustainability-Report-2012.pdf>
- Filippa K. (2018a). The Story About Us - Filippa K. [viitattu 27.4.2018] saatavissa <https://www.filippa-k.com/fi/filippak-world/about-us>
- Filippa K. (2018b). OUR METHOD. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.filippa-k.com/fi/filippak-world/our-method>
- Filippa K. (2018c). Collect - About - Filippa K. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.filippa-k.com/fi/filippak-world/collect>
- Himanen, R. (2015). Kierrätyskalusteet ja niiden uusiokäyttö ympäristötehokkaan muotoilun ja julkiskalustamisen mahdollisuutena. Opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoilu- ja taideinstituutti, Muotoilun ja media-alan YAMK.
- Hullinger, J. (28.1.2016). Ikea Wants You to Stop Throwing Away Your Ikea Furniture. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.fastcompany.com/3055971/ikea-wants-you-to-stop-throwing-away-your-ikea-furniture>
- Ignatius, S.-M., Myllymaa, T., Dahlbo, H. (2009). Sähkö- ja elektroniikkaromun käsittely Suomessa. Suomen ympäristökeskuksen raportteja 20/2009.
- IKEA. (2018). IKEA BUSINESS. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: https://www.ikea.com/fi/fi/catalog/categories/business/ikea_business/
- Kaupan liitto. (19.8.2016). Ikea kokeilee kiertotaloutta. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: http://kauppa.fi/ajankohtaista/uutiset/ikea_kokeilee_kiertotaloutta_25750
- Kaupan liitto. (2017). IKEA haluaa kiertotalouden edelläkävijäksi / Kaupan vuosi 2017. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://kaupanvuosi.fi/kauppa-muutoksessa/case-ikea/>
- Koivisto, V. (2017). Kättä pidempää: Kierrätyshuonekalujen kategorisointi ja arvottaminen kierrätyskeskuksen liiketoiminnan tehostamisessa. Opinnäytetyö. Lahden ammattikorkeakoulu, Muotoilun YAMK.

- Laitila, K. 2014. Consumers' clothing disposal behaviour – a synthesis of research results. *International Journal of Consumer Studies*. Vol 38, 444-457
- Mansikkamäki, E. (19.8.2016). Ikea keksi kierrätysuonekaluista uuden bisneksen. *Kauppalehti*. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: https://www.kauppalehti.fi/uutiset/ikea-keksi-kierratysuonekaluista-uuden-bisneksen/xcrhHFdw?_ga=2.154311416.1159468233.1522945990-1290750583.1522838119
- Mänty, A. & Aalto, I. (2017). Millainen palvelu herättäisi käytettyjen tavaroiden kysynnän ruususen unesta? [blogiteksti]. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.sitra.fi/blogit/millainen-palvelu-herattaisi-kaytettyjen-tavaroiden-kysynnan-ruususen-unesta/>
- Niinimäki, K., & Hassi, L. (2011). Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing. *Journal of Cleaner Production*, 19(16), 1876-1883. doi: 10.1016/j.jclepro.2011.04.020
- Paukku, P. (17.6.2011). Vaatekaapillinen ekologista muotia. *Helsingin Sanomat*. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.hs.fi/kaupunki/art-2000004813028.html>
- Pirkanmaan ELY-keskus (2015) http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kartat_ja_tilastot/Jatetilastot/Tuottajavastuun_tilastot/Sahko_ja_elektroniikkalaitetilastot
- Proventus. (25.11.2007). Artek 2nd Cycle at Comme des Garçons - Aoyama, Tokyo. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <http://www.proventus.se/news/artek-sustainability-as-an-attitude/>
- Rashid, B. (17.5.2017). How This Millennial CEO Is Making Sports Affordable Again For Gen-Z Consumers. *Forbes*. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.forbes.com/sites/brianrashid/2017/05/17/how-this-millennial-ceo-is-making-sports-affordable-again-for-gen-z-consumers/#4c3b74ec1ed5>
- Santasalo, T. & Koskela K. (2015). Vähittäiskauppa Suomessa 2015. Santasalo Ky. https://www.pam.fi/media/vahittaiskauppa_suomessa_2015_web_20150629_smaller.pdf
- SidelineSwap. How It Works. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://sidelineswap.com/how-it-works>
- Sitra (2017). Käytettyjä älypuhelimia uudenveroisina. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.sitra.fi/caset/kaytetyja-alypuhelimia-uudenveroisina/>
- Sitra & Circle Economy (2015). Service-based business models & circular strategies for textiles. saatavissa osoitteessa: <http://www.slideshare.net/SitraEkologia/servicebased-business-models-circular-strategies-for-textiles>
- Suomen virallinen tilasto (SVT): Jätetilasto [verkkojulkaisu]. ISSN=1798-3339. Yhdyskuntajätteet 2016. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 1.3.2018].
Saantitapa: http://www.stat.fi/til/jate/2016/13/jate_2016_13_2018-01-15_tie_001_fi.html
- Swappie. (2018). Miten palvelu toimii. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://swappie.fi/>
- Toivonen, T. (19.8.2016). Kodista tuli tavarahelvetti – nyt jopa Ikea haluaa helpottaa tuskaasi. *Yle Uutiset*. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-9100369>
- Vaatelainaamo Vaatepuu. (2016). Tarina. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <http://www.jarvenpaanvaatepuu.fi/tarina/>
- Vanni, O. (21.9.2016). This Online Marketplace for Secondhand Sports Gear Snagged \$1.5M in Seed Funding. *BostInno*. [viitattu 27.4.2018] saatavissa: <https://www.americaninno.com/boston/sidelineswap-used-sports-equipment-helmets-pads-cleats/>
- Viitanen, L. & Kumpula, T. 2016. Sortti-asemien sekajäte: Pienen, suuren ja palamattoman sekajätteen määrä- ja laatututkimus. Sito.
- Vilhunen, K. (2014). Vaateostoksilla kirpputorilla – Tutkimus suhtautumisesta kirpputorivaatteisiin, niiden ostamiseen ja niihin pukeutumiseen Suomessa vuosina 1989 ja 2014. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Käyttätymistieteellinen tiedekunta. Opettajankoulutuslaitos.
- Watson, D., Gylling, A. C., Tojo, N., Throne-Holst, H., Bauer, B., & Milios, L. (2017). *Circular Business Models in the Mobile Phone Industry* (Vol. 2017560). Nordic Council of Ministers.

LIITTEET

Liite 1. Tuotteiden arvioidut keskiarvopainot

Taulukko 13. Tuotteiden arvioidut keskiarvopainot

	Selvityksessä käytetty tuotteen keskiarvopaino (kg)	Tuotteen keskiarvopaino (kg) erään kirpputoritoimijan arvion mukaan
Sähkö- ja elektroniikkalaitteet		3,6
Kodinkoneet	17,1	9,0
Tiskikoneet	38	
Jääkaapit ja pakastimet	55	
Uunit, hellat ja mikrot	30	
Pesu- ja kuivauskoneet	43	
Pölynimurit ja siivousvälineet	7,0	
Muut kodinkoneet	3,0	
Puhelimet ja tarvikkeet	0,1	
Puhelimet	0,2	
Puhelintarvikkeet	0,1	
Viihde-elektroniiikka	3,4	2,7
Televisiot	22	
Digiboksit	2,0	
Audio ja musiikkilaitteet	3,0	
Kotiteatterit ja DVD laitteet	6,0	
Pelikonsolit ja pelaaminen	0,5	
Muu viihde-elektroniiikka	1,0	
Tietotekniikka	2,7	2,7
Tabletit	0,8	
Kannettavat	3,5	
Pöytäkoneet	10	
Oheislaitteet	3,5	
Komponentit	0,5	
Verkkotuotteet	0,5	
Tietokoneohjelmat	0,2	
Muu tietotekniikka	0,5	
Sisustus ja huonekalut	18,9	20
Hyllyt ja säilytys	15	
Pöydät ja tuolit	20	
Sohvat ja nojatuolit	30	
Sängyt ja makuuhuone	10	
Vaatteet ja kengät	0,5	0,29 (pelkät vaatteet ilman kenkiä 0,26)
Farkut	0,5	
Hameet, mekot ja tunikat	0,3	

Housut ja shortsit	0,3	
Hääpuvut	2,0	
Kengät	0,5	0,45
Muut	0,2	
Neuleet ja neuletakit	0,3	
Paidat	0,2	
Paidat ja bodyt	0,2	
Puvut ja bleiserit	0,4	
Takit ja päällysvaatteet	1,0	
Topit	0,1	
Ulkoiluvaatteet	0,6	
Ulkovaatteet	0,7	
Äitiysvaatteet	0,3	
Lastenvaatteet ja kengät	0,12	
Vaatteet	0,1	
Kengät	0,2	
Urheiluvälineet		2,3 kg (ilman pyöriä 1,8 kg)
Urheilu ja ulkoilu	4,8	
Jääkiekko ja luistelu	2,0	
Hiihto ja lautailu	4,0	
Jalkapallo	0,5	
Rullaluistelu ja skeittaus	1,0	
Kamppailulajit	0,5	
Uinti ja sukellus	0,7	
Juoksu ja lenkkeily	0,4	
Golf	2,0	
Kuntoilu ja fitness	20	
Pallopelit	0,5	
Ulkoilu ja retkeily	0,5	
Muu urheilu ja ulkoilu	4,0	
Pyöräily ja tarvikkeet	9,4	
Kilpapyörät	8,0	
Maastopyörät	12	
Lasten pyörät	10	
Muut pyörät	13	
Pyörätarvikkeet ja kypärät	1,0	

Liite 2. Seudulliset tehostamistarpeet ja kirpputorien liiketoimintapotentiaalien havainnointi

Pääkaupunkiseutu

Pääkaupunkiseudulla vastaukset saatiin kolmelta kirpputoritoimijalta, joista kahdella on seudulla useita keskikokoisia tai suurehkoja kirpputorimyymälöitä ja yhdellä kaksi keskikokoista kirpputoria. Toimijoiden näkemykset on esitetty alla.

Mitkä ovat mielestäsi keskeisimmät asiat, jotka vaikuttavat kirpputoritoiminnan liiketoimintamahdollisuuksiin seudulla?

Kaikki kirpputoritoimijat kertoivat, että toimiakseen kirpputorit tarvitsevat edullisia toimitiloja. Lisäksi esille nostettiin toimipisteiden hyvä sijainti ja liikenneyhteydet. Yksi vastaajista koki, että kirpputoritoimijoiden on vaikea päästä keskeisille liiketoimintapaikoille, sillä osa vuokranantajista ei halua kirpputoritoimijoita kiinteistölleen.

Yhdessä vastauksessa todettiin, että tulevaisuudessa tavaran uudelleenkäyttöön liittyvät palvelumallit voivat luoda perinteisen kirpputoritoiminnan rinnalle arvoa. Esimerkkeinä tästä ovat vuokraus, tuunaus- korjaus- ja korjauspalvelut, logistiikan kehittyneet ratkaisut sekä palvelut siihen, ettei asiakkaan tarvitse itse osata määritellä tuotteen uudelleenkäyttöarvoa. Näissä digitaaliset ratkaisut ovat keskeisiä. Yksi vastaajista kertoi, että kirpputorimarkkinoilla on kova kilpailu, mikä heikentää kirpputoritoiminnan liiketoimintamahdollisuuksia.

Yksi kirpputoritoimija kertoi toiminnan kannalta keskeisimpiä olevan materiaalihankinnan onnistumisen. Toisessa vastauksessa ehdotettiin, että kirpputorien pitäisi saada vapautusta jätemaksuista.

Onko kirpputoreillanne jokin asiakasryhmä mielestäsi aliedustettuna?

Kaikki vastaajat kertoivat, että kirpputoreilla käy vähemmän miehiä kuin naisia. Yhden vastaajan näkemyksen mukaan syy tähän löytyy muassa tarjonnasta: vaatteet, kodin pientavarat ja sisustukseen liittyvät esineet kiinnostavat lähinnä naisia. Myös miesten vaatetarjonta on huomattavasti vähäisempää, koska miehet käyttävät vaatteita pidempään, jolloin niitä ei enää pysty tai kannata kierrättää. Kahden vastaajan mukaan heidän kirpputoreillaan myös nuoret ovat aliedustettu asiakasryhmä.

Yksi vastaajista nosti esille kirpputorien palvelevan erityisesti niitä, joilla on aikaa kolta kirpputoreilla. Vastauksessa kerrottiin, etteivät monet kiireiset ihmiset ehdi piipahtamaan kirpputoreilla. He keskittävät ostonsa kauppakeskuksiin, josta saavat kaikki tehtyä kaikki hankinnat nopeasti ja vaivattomasti. Kirpputoreilla käy kuitenkin ihmisiä kaikista tuloluokista. Toisin sanoen monet kirpputorit palvelevat löytäjiä ja aarteen etsijöitä, eivätkä niinkään täsmäostoksia tekevää. Verkkokauppa voisi vastaajan mukaan tarjota tähän yhden, osittaisen ratkaisumallin.

Vastauksissa nostettiin myös esiin kirpputorien potentiaali tavoittaa ympäristövastuusta kiinnostuneita arvoasiakkaita uusien palveluiden kautta (esim. vuokraus, tuunaus, DIY). Tämä asiakasryhmä pyrkii luopumaan omistamisesta ja käyttämään sen sijaan palveluita. Tämä kuluttajajoukko kasvaa vastaajan mukaan jatkuvasti.

Onko kirpputoreillanne jokin tuoteryhmä mielestäsi aliedustettuna?

Kaksi vastaajista kertoi, että miehille suunnattuja tuotteita (esim. miesten vaatteet) tulee niukasti sisään ja ne ovat sen vuoksi aliedustettuja. Kaksi vastaajista nosti aliedustettuina tuotteina esiin elektroniikan. Esimerkiksi tietoturvakysymysten vuoksi it-laitteita tulee sisään huomattavasti kysyntää vähemmän. Koettiin, että uudehkoa elektroniikkaa voisi mennä enemmän kaupaksi. Yksi vastaajista kertoi, että myös keittiövälineitä (esim. kattiloita, paistinpannuja) olisi mahdollista myydä nykyistä enemmän.

Vaatteet: Näetkö mahdollisuuksia lisätä uudelleenkäyttöön menevien vaatteiden osuutta? Mikä voisi olla keskeinen tekijä?

Kirpputoritoimijat kokivat, että vaatteet ovat vaikea uudelleenkäyttöryhmä. Vaatteiden kierrättämiseen vaikuttavat monet asiat, kuten vaatteiden huono laatu, niiden huono käsittely kodeissa ja muodin jatkuvat muutokset. Tämän vuoksi vain pieni osa vaatteista päätyy uudelleenkäyttöön. Second hand -tekstiilin hinta on myös suhteellisen pieni, joten vaatteiden korjaamiseen on vaikea panostaa.

Yhdessä vastauksessa kerrottiin, että kuluttajat ovat hyvin vaativia käytetyn tekstiilin laadun suhteen ja tuotteen pitää olla lähes uutta vastaava. Uutena ostettavien tekstiilien laatu on heikentynyt vuosien varrella ja se näkyy myös lahjoitettavien tekstiilien laadussa. Uusien tekstiilien halvat ostohinnat laskevat myös käytetyn tekstiilin myyntikatetta. Kuluttajien valistus on keskeistä, jotta tekstiilien laatu paranisi (hankinta ja huoltaminen). Arvotekstiilien kohdalla pesu, nappien ompelu ja muut toimet voisivat lisätä uudelleenkäyttöön ohjautumista, mutta toisaalta ne vaativat työtä ja ovat siten kalliita. Vastajan mukaan keskeisimpiä uudelleenkäyttöä lisääviä tekijöitä olisivat tehostettu tekstiilien kerääminen ja lajittelun laadun parantaminen. Osaava ja koulutettu – vähintään hyvin perehdytetty – lajittelija tunnustaa uudelleenkäyttöön kelpaavan tekstiilin nopeammin ja varmemmin.

Yhdessä vastauksessa esitettiin, että keskeisimpiä tekijöitä vaatteiden uudelleenkäytön lisäämiseksi olisivat keräystoiminnan kehittäminen ja tehostaminen sekä yhteiskunnallisten toimintaedellytysten turvaaminen.

Sähkölaitteet: Korjaatteko sähkölaitteita? Minkä verran tällä toiminnalla saadaan nostettua uudelleenkäyttöön menevien sähkölaitteiden määrää ja arvoa?

Yksi vastaajista kertoi edustamiensa kirpputorien korjaavan sähkölaitteita. Painossa mitattuna he pystyvät ohjaamaan uudelleenkäyttöön noin 25 % sisään tulevista sähkö- ja elektroniikkalaitteista. Tämä on merkittävästi enemmän kuin Suomessa yleisesti (1,5 %). Vastajan mukaan monissa tuoteryhmissä kuluttajapuolella on ongelmana ns. kaappi- ja varastotavaran syndrooma. Sähkölaitteista erityisesti it- ja data-laitteissa tämän ongelmallisuus korostuu; laitteen kaupallinen uudelleenkäyttöarvo häviää hyvin lyhyessä ajassa. Parhaassa tapauksessa kuluttaja luopuisi itselleen turhasta laitteesta heti sen jäätyä turhaksi, jolloin sillä olisi kahdesta neljään vuotta jatkoaikaa käytössä ennen materiaali kierrätystä.

Kaksi vastaajista kertoi, etteivät he pysty korjaamaan sähkölaitteita, mutta niitä testataan ja vain toimivat laitteet myydään. Yksi vastaajista piti ongelmallisena, etteivät monet sähkölaitteet ole nykyisin edes korjattavissa.

Huonekalut: Miten huonekalujen uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaa voitaisiin edistää? Mitkä ovat pullonkaulat?

Kyselyyn vastanneet kirpputoritoimijat kertoivat, että huonekalujen uudelleenkäyttö on vaikeaa. Nykyhuonekalujen laatu on usein niin huono, ettei niitä pysty korjaamaan. Huonekalut ovat tilaa vieviä tuotteita joiden keskihinta on tyypillisesti pieni. Niiden siirtely vaatii mittavasti resursseja. Huonekaluista tulee myös paljon jätettä, jos niitä ei saada ohjattua uudelleenkäyttöön. Huonekaluihin liittyvä jätehuolto on kallista kirpputoritoimijoille. Näistä johtuen huonekalujen kannattavuus on heikkoa. Huonekalujen vastaanottoon voi myös liittyä ikäviä asiakaspalvelutilanteita. Mikäli huonekaluihin saataisiin tuottajavastuutyypinen malli, niiden vastaanottaminen yksinkertaistuisi erään vastajan mukaan huomattavasti. Asiakas voisi tuoda kaikki huonekalut maksutta kirpputoreille, ja uudelleenkäyttötoimijan tehtävä olisi arvioida tuotteiden uudelleenkäyttökelpoisuus. Huonekalujen tuottajat ja maahantuojat keräisivät tässä mallissa jättekulut uusien tuotteiden yhteydessä.

Yhden vastajan mukaan tulisi löytää logistisia ratkaisuja ja digitaalisia palvelumalleja, joilla turhat, asiakkaalle lisäarvoa tuottamattomat ja kustannuksia aiheuttavat kuljetukset minimoitaisiin. Samalla ratkaisulla tietyissä kalusteiden sisällä kiinnostavissa tuoteryhmissä päästäisiin tarjonnassa volyymeihin, joka saisi liikkeelle uusia asiakkaita.

Urheiluvälineet: Miten urheiluvälineiden uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaa voitaisiin edistää? Mitkä ovat pullonkaulat?

Yhden vastaajan mukaan urheiluvälineiden uudelleenkäytön pullonkauloissa korostuvat voimakkaasti trendit ja teknisten uudistusten tuomat muutokset. Esimerkiksi laskettelussa välineet ”vanhenevat” kulluttajien silmissä nopeasti, vaikka niiden kunto olisi erinomainen. Osassa tuoteryhmistä tilanne ei ole niin kriittinen. Esimerkiksi luistimia vastaajan kirpputoreilla pystyttäisiin ohjaamaan nykyistä enemmän uudelleenkäyttöön, jos sisään tuleva virta olisi isompi. Liiketoiminnan näkökulmasta tällä hetkellä suurinta roolia näyttävät vastaajan mukaan talviurheiluvälineet.

Yksi vastaajista kertoi, että heidän kirpputoreiltaan ei useimmiten osata etsiä urheiluvälineitä. Kalliitkaan välineet eivät mene kaupaksi (esim. ratsastukseen tai golfiin liittyvät) edes nimelliseen hintaan. Yksi vastaajista nosti keskeisimmiksi kehityskohteiksi keräystoiminnan kehittämisen ja tuotteiden markkinoinnin.

Vapaa sana: Mitä haluat sanoa tavaroiden uudelleenkäytön ja siihen liittyvän liiketoiminnan edistämisen mahdollisuuksista ja kirpputorien roolista siinä?

Yksi vastaajista näki, että tulevaisuudessa tavarain uudelleenkäyttöön liittyvät palvelumallit voivat luoda perinteisen kirpputoritoiminnan rinnalle arvoa ja tavoittaa uusia asiakasryhmiä. Esimerkkeinä tästä ovat vuokraus, tuunaus- ja korjauspalvelut, DIY-palvelut, keräyspalvelut, logistiikan kehittyneet ratkaisut sekä palvelut siihen, ettei asiakkaan tarvitse itse osata määritellä tuotteen uudelleenkäyttöarvoa. Näissä digitaaliset ratkaisut ovat keskeisiä.

Yksi vastaajista painotti, että nykyteollisuuden tuottamat vaatteet, huonekalut ja muut tavarat ovat usein huonolaatuisia ja korjauskelvottomia. Näin ne eivät kelpaa käytettynä enää myyntiin vaan joutuvat jätteisiin, josta kirpputorit sitten maksavat jätemaksuja. Vastaaja toivoi myös Suomeen uutta materiaalikäyttöä jätetekstiileille, etteivät ne joutuisi poltettaviin sekajätteeseen. Yksi vastaajista painotti, että tulevaisuudessa on tärkeää taata hyväntekeväisyysjärjestöjen toiminta, sillä niiden vaikutus ulottuu ympäristöhyötyjen lisäksi esimerkiksi lasten ja nuorten hyvinvointiin.

Turku

Selvitykseen haastateltiin kahden eri kierrätyskeskuksen johtotason henkilöä. Yhdessä tarkastellussa toimipisteessä yhdistyy itsepalvelukirppis ja kierrätyskeskus.

Mitkä ovat mielestäsi keskeisimmät asiat, jotka vaikuttavat kirpputoritoiminnan liiketoimintamahdollisuuksiin seudulla?

Kierrätyskeskuksia ja kirpputoreja on Turun seudulla paljon ja laatu koetaan korkeaksi, kilpailu on siis kova. Myös verkon eri palvelut (tori.fi, facebook-kirppikset) ovat pienentäneet tulevan myyntikelpoisen tavarain määrää. Mainostamiseen ja viestintään ym. kampanjointiin panostetaan vähän, ja siinä olisi parannettavaa esimerkiksi sesonkiaikoina ja tiettyjen tuoteryhmien kohdalla.

Molemmat haastatellut toimijat nostivat esiin tilastoinnin kehittämisen, jolla voitaisiin parantaa varautumista kausivaihteluihin. Suurimpia piikkejä ovat kesäkuukaudet, kuunvaihteet ja ne kuukaudet, jolloin opiskelijoita muuttaa paikkakunnalle tai sieltä pois. Valtakunnallisen kierrätysverkon tai verkko-kaupan kehittämistä on mietitty ja kehitetään.

Suurimpia esteitä ja pullonkauloja ovat riittämättömät myynti- ja varastointitilat sekä työvoiman saatavuus. Molempien kierrätyskeskusten henkilökunta on töissä palkkatuella tai tukityöllistettynä. Näin ollen osaavan henkilökunnan (esim. korjaus tai laadunvarmistus) tarjontaa on erittäin vaikea suunnitella. Kierrätetyn tavarain hinta on pidettävä matalana, mikä laskee kokoaikaisen henkilöstön palkkaamisen kannattavuutta. Kaikki huolto- ja korjaustyöt tehdään käytössä olevilla varaosilla, eikä mitään osteta sisään. Varaosien saatavuus riippuu sisään tulevan tavarain määrästä.

Kierrätystä kannatetaan, mutta kaikki eivät ole valmiita maksamaan esim. kierrätysmaksuja ja nouppalvelua. Toisaalta kierrätetyn tavaran hinta on herkkä ja sitä suhteutetaan uuden tavaran hintaan. Hinnanmuodostaminen on jatkuva haaste ja siitä opitaan koko ajan paljon.

Onko kirpputoreillanne jokin asiakasryhmä mielestäsi aliedustettuna?

Kumpikaan vastaaja ei kokenut, että jokin tietty asiakasryhmä olisi aliedustettuna vaan asiakkaina on kaikenlaisia ihmisiä kaikenlaisista ihmisryhmistä tasapuolisesti. Toisen vastaajan kertomassa huomionarvoista oli, että jopa 70 % asiakkaista on vakioasiakkaita, jotka käyvät keskuksessa erittäin usein.

Molemmat kokivat, että toimintaa hankaloittavat ns. ammattimaisesti toimivat asiakkaat, jotka ostavat tavaraa ja vievät ne muualle myyntiin. Tämän koetaan vaikeuttavan hinnoittelua niin, että hintaa pitää tasapainotella, jotta nämä ammattilaiset eivät saisi tavaraa liian halvalla. Tuloksena on, että tavara saattaa olla tavallisen asiakkaan mielestä liian kallista.

Onko kirpputoreillanne jokin tuoteryhmä mielestäsi aliedustettuna?

Molemmissa kierrätyskeskuksissa parhaiten liikkuvat sähkö- ja elektroniikkalaitteet sekä huonekalut, ja nämä ovat kierrätyskeskuksille myös kannattavimpia myydä. Toinen keskus kertoi, että huonekalut muodostavat jopa 40 % ja sähkö- ja elektroniikkalaitteet 35 % kierrätyskeskuksen kokonaistuotosta.

Vaatteet: Näetkö mahdollisuuksia lisätä uudelleenkäyttöön menevien vaatteiden osuutta? Mikä voisi olla keskeinen tekijä?

Kumpikaan haastatelluista kierrätyskeskuksista ei myy itse vaatteita. Toisessa on itsepalveluosasto, jossa on vaatteita myynnissä, mutta määrästä ei pidetä tarkkaa kirjaa. Tiedossa on, että vaatteista eniten liikkuvat lasten vaatteet. Vaatteita pyritään ohjaamaan asiankuuluvaan paikkaan.

Sähkölaitteet: Korjaatteko sähkölaitteita? Minkä verran tällä toiminnalla saadaan nostettua uudelleenkäyttöön menevien sähkölaitteiden määrää ja arvoa?

Sähkölaitteet huolletaan ja korjataan perusteellisesti käytettävissä olevilla resursseilla. Toinen kierrätyskeskus antaa sähkö- ja elektroniikkalaitteille takuun. Sähkö- ja elektroniikkalaitteiden turvallisuutta säädetään normeilla. Suurimpia pullonkauloja sähkö- ja elektroniikkalaitteille on oikea hinnanmuodostus.

Huonekalut: Miten huonekalujen uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaa voitaisiin edistää? Mitkä ovat pullonkaulat?

Pullonkauloina ovat välivarastointitilan puute ja yleisesti toimitilojen koko. Helposti myytävät huonekalut huomataan jo vastaanottovaiheessa. Vaikeasti myytävät viedään suoraan jätteeksi ja niistä kerätään jätteiden käsittelymaksu.

Molemmat keskuksat karsastavat IKEAn huonekaluja ja lastulevyistä tehtyjä huonekaluja. Turussa on myös tiedossa tietyt osoitteet, joista ei oteta huonekaluja ollenkaan vastaan luteiden vuoksi. Kaikille huonekaluille tehdään tarkistus luteiden varalta, kiristyksset sekä pienet pesut. Suurinta osaa huonekaluista ei korjata, koska se ei ole kannattavaa. Poikkeuksena tästä ovat kalliit antiikkiset huonekalut. Toinen toimija tekee myös huonekalujen kuljetuspalvelua.

Urheiluvälineet: Miten urheiluvälineiden uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaa voitaisiin edistää? Mitkä ovat pullonkaulat?

Polkupyörät ovat molemmissa keskuksissa hyvä myyntituote ja niiden kysyntä ylittää tarjonnan. Korjaustoimintaan ei riitä tarpeeksi työvoimaa sesonkiaikaan, ja pyöriä korjataan varastoon talven aikana. Muut urheiluvälineet liikkuvat vaihtelevasti.

Vapaa sana: Mitä haluat sanoa tavaroiden uudelleenkäytön ja siihen liittyvän liiketoiminnan edistämisen mahdollisuuksista ja kirpputorien roolista siinä?

Valtakunnallisen ja seudullisen yhteistyön kehittäminen nähdään hyvänä asiana. Molemmat toimijat kehittävät noutopalveluitaan jatkuvasti ja niille tuntuu olevan kysyntää. Korjaustoimintaa tehdään vain vanhoista tuotteista saaduilla varaosilla, mitään ei osteta. Korjaustoiminta edellyttää tasaista tavarantoimitusta.

Tampere

Tampereen kirpputorihaastattelun tulokset saatiin kahdelta, sijainniltaan ja kooltaan eroavalta paikalliselta itsepalvelukirpputorilta ja yhdeltä valtakunnalliselta kirpputoritoimijalta, joka toimii perinteisellä tavalla, jossa tuotteet ovat kirpputorin omaisuutta. Kysymyksien alta löytyvät haastattelujen kootut vastaukset.

Mitkä ovat mielestäsi keskeisimmät asiat, jotka vaikuttavat kirpputoritoiminnan liiketoimintamahdollisuuksiin seudulla?

Sijainti tuo monia näkökulmia liiketoiminnan kannattamiseen. Kaksi kirpputoria näki oman sijaintinsa hyvät puolet ja ominaisuudet liiketoiminnan edistäjänä. Yksi niistä oli sitä mieltä, että lähistöllä sijaitsevat useammat kirpputorit lisäävät aktiivista asiakaskuntaa myös heidän omassa toimipisteessään. Toinen kirpputori nosti ison parkkipaikan, muun samassa rakennuksessa sijaitsevan liiketoiminnan ja alueellisen kilpailun vähyden liiketoimintansa edistäjiksi. Eräs kirpputori mainitsi myös materiaalihankinnan onnistumisen olevan keskeinen tekijä liiketoiminnan onnistumiseksi. Lisäksi yksi kirpputori pohti alueen väestön jakautumista, kirpputorin markkinoinnin ja liiketoiminnan pyörittämisen ammattimaisuuden vaikutusta toiminnan mahdollisuuksiin Tampereen alueella.

Onko kirpputoreillanne jokin asiakasryhmä mielestäsi aliedustettuna?

Kirpputorit eivät varsinaisesti tunnista aliedustettua asiakasryhmää. Kaikki kirpputorit mainitsivat miesten olevan vähemmän aktiivisia kirpputorikävijöitä ja myyjiä kuin naiset, mutta määrän on huomattu nousseen jo vuosien varrella. Yksi kirpputori mainitsi nuorten olevan myös yksi vähemmän kirpputoreilla käyvä asiakasryhmä.

Onko kirpputoreillanne jokin tuoteryhmä mielestäsi aliedustettuna?

Aliedustettuna tuoteryhmänä nousivat esiin miesten vaatteet.

Vaatteet: Näetkö mahdollisuuksia lisätä uudelleenkäyttöön menevien vaatteiden osuutta? Mikä voisi olla keskeinen tekijä?

Vaatteiden uudelleenkäyttöön menevän osuuden lisäämiseen vaikuttaa erään kirpputorin mukaan esillepano ja alennuslappujen tuoma huomio. Toisen kirpputorin mukaan myyntiartikkeleiden siisteyteen ja kuntoon panostamalla luodaan mielikuva laadukkaammasta tuotetarjonnasta, mikä lisää luottamusta ja jatkossa lisää vaatteiden liikkuvuutta. Yksi kirpputori näki tekstiilikierrättämisen toiminnassa parannettavaa, tehostettavaa ja toimintaedellytysten turvaamisessa aiheita, joilla vaikutetaan vaatteiden uudelleenkäytön osuuden kasvattamisessa. Tuotteen laatu ja saatavuus ovat siis keskeisimmät näkökulmat vaatteiden uudelleenkäytössä.

Sähkölaitteet: Korjaatteko sähkölaitteita? Minkä verran tällä toiminnalla saadaan nostettua uudelleenkäyttöön menevien sähkölaitteiden määrää ja arvoa?

Kaikki kolme kirpputoria mainitsi, etteivät he korjaa sähkölaitteita. Yksi kirpputori mainitsi, että sähkölaitteet, joilla on keräilyarvoa, saatetaan myydä rikkinäisenä, mutta tästä yleensä huomautetaan kirjallisesti laitteen ohella. Toinen kirpputori mainitsi kuitenkin testaavansa myytävät sähkölaitteet ennen myyntiä.

Huonekalut: Miten huonekalujen uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaa voitaisiin edistää? Mitkä ovat pullonkaulat?

Yksi kirpputoreista on huomannut huonekalujen menekissä kasvua, minkä arvioitiin johtuvan trendikästä huonekalujen personointibuumista. Huonekaluja myyvät kirpputorit olivat samaa mieltä siitä, että vaikka netissä liikkuu paljon huonekaluja ja se on oiva väline mainostaa niitä, asiakkaat kuitenkin arvostavat sitä, että kirpputorilla huonekalu on käsin kosketeltava ja nähtävissä omin silmin. Osassa tapauksissa huonekaluja pääsee vertailemaan paremmin kirpputorilla kuin netissä. Ongelmaksi yksi kirpputori nosti isojen huonekalujen liikuttelun myyjän, kirpputorin ja asiakkaan välillä. Kirpputorien tarjoamat kuljetuspalvelut auttavat tilannetta hieman. Eräs kirpputori mainitsi huonekalujen hinnoittelun tuovan joskus päänvaivaa myyjille. Mikäli hinnoittelu ei ole vastannut asiakkaiden näkemyksiä, on myyjä usein pettynyt.

Urheiluvälineet: Miten urheiluvälineiden uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaa voitaisiin edistää? Mitkä ovat pullonkaulat?

Haastatteluiden perusteella urheiluvälineitä liikkuu kirpputoreilla melko vähän. Ajankohdalla on suuri merkitys urheiluvälineiden liikkuvuuteen. Kesällä ei kannata myydä suksia. Myyntiä edistäisi erään kirpputorin mukaan mainostetut teemapäivät oikeaan ajankohtaan. Erään kirpputorin mukaan aloittelijoille suunnattu mainonta tietyistä urheiluvälineistä voisi lisätä myyntiä. Yksi kirpputori näki, että kierrätystoiminnan kehittämällä urheiluvälineiden liikkuvuutta saadaan nostettua.

Vapaa sana: Mitä haluat sanoa tavaroiden uudelleenkäytön ja siihen liittyvän liiketoiminnan edistämisen mahdollisuuksista ja kirpputorien roolista siinä?

Kaikki haastatellut kirpputorit olivat yhtä mieltä kirpputorien tärkeydestä kierrättämisen ja hyväntekeväisyyden osalla. Kirpputorit lisäävät asiakkaiden valinnan vapautta. Eräs kirpputoritoimija mainitsi, että on tyytyväinen siihen, että toiminnan maine on noussut ja kirpputoriostaminen nähdään trendikkäänä toimintana. Yksi kirpputori mainitsi asiakkaille tärkeästä tuotteisiin tutustumisesta kosketus- ja näköaisteilla. Tämä luo luotettavuutta verrattuna netin kautta ostettuun kierrätettyyn tuotteeseen.

Eräs toimija mainitsi asiakasviihtyvyyteen panostamisen, näpistelyn vähentämiseen liittyvät toimet, modernin kassajärjestelmän, helpon pöytien varaamisen ja reaaliaikaisen myynnin seuraamisen edistävän kirpputorien suosiota. Näihin seikkoihin panostamalla lisätään sekä ostavaa että myyvää asiakaskantaa.

Oulu

Oulun haastatteluiden tulokset saatiin kahdelta paikalliselta kirpputorilta, jotka toimivat itsepalvelutoimintamallilla, sekä yhdeltä valtakunnalliselta kirpputoritoimijalta. Valtakunnallisen toimijan kirpputori toimii perinteisellä tavalla, jossa tuotteet ovat kirpputorin omaisuutta. Kysymyksien alta löytyvät kootut vastaukset haastateluille.

Mitkä ovat mielestäsi keskeisimmät asiat, jotka vaikuttavat kirpputoritoiminnan liiketoimintamahdollisuuksiin seudulla?

Keskeisimmäksi tekijäksi haastatteluissa mainittiin ihmisten into kierrättää itselleen tarpeetonta tavaraa kirpputorien kautta.

Onko kirpputoreillanne jokin asiakasryhmä mielestäsi aliedustettuna?

Kirpputorit eivät varsinaisesti tunnustaneet aliedustettua asiakasryhmää.

Onko kirpputoreillanne jokin tuoteryhmä mielestäsi aliedustettuna?

Toinen haastatelluista toimijoista ei tunnistanut aliedustettua tuoteryhmää, toinen mainitsi miesten vaatteet aliedustetuiksi.

Vaatteet: Näetkö mahdollisuuksia lisätä uudelleenkäyttöön menevien vaatteiden osuutta? Mikä voisi olla keskeinen tekijä?

Kaikki toimijat mainitsivat vaatteiden laadun keskeiseksi tekijäksi uudelleenkäytön kannalta. Uudelleenkäyttöön menevien vaatteiden osuus kasvaa sitä mukaa, mitä parempilaatuisia vaatteita myyntiin tulee. Yhden haastattelun toimijan toimipisteistä myyntikelvottomat vaatteet toimitetaan ulkomaille käsiteltäväksi.

Sähkölaitteet: Korjaatteko sähkölaitteita? Minkä verran tällä toiminnalla saadaan nostettua uudelleenkäyttöön menevien sähkölaitteiden määrää ja arvoa?

Mikään haastatelluista kirpputoreista ei korjaa sähkölaitteita.

Huonekalut: Miten huonekalujen uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaa voitaisiin edistää? Mitkä ovat pullonkaulat?

Mikään haastatelluista kirpputoreista ei myy huonekaluja.

Urheiluvälineet: Miten urheiluvälineiden uudelleenkäyttöön liittyvää liiketoimintaa voitaisiin edistää? Mitkä ovat pullonkaulat?

Haastatteluiden perusteella urheiluvälineitä liikkuu kirpputoreilla hyvin. Esimerkkinä mainittiin lapsille pieniksi jääneet talviurheiluvälineet.

Vapaa sana: Mitä haluat sanoa tavaroiden uudelleenkäytön ja siihen liittyvän liiketoiminnan edistämisen mahdollisuuksista ja kirpputorien roolista siinä?

Kaikki haastatellut kirpputorit olivat yhtä mieltä kirpputorien tärkeydestä kierrättämisen ja hyväntekeväisyyden osalla. Yksi kirpputoreista mainitsi ihmisten asenteet olennaisena tekijänä ja itsepalveluperiaatteella toimivan kirpputorin näkökulmasta tuotteiden hinnoittelun. Yksi haastatelluista puolestaan nosti esille, että kirpputorien tulisi saada vapautusta tai helpotusta jätemaksuihin.

Uudelleenkäytön edistäminen on niin Suomessa kuin maailmanlaajuisesti vasta alkutaipaleellaan. Kirpputorit ja kierrätyskeskukset tekevät tällä sektorilla hyvää työtä, mutta niiden toiminnan laajentamismahdollisuudet ovat usein rajallisia muun muassa vähäisistä resursseista johtuen.

Uudelleenkäytön lisääminen kohtaa nykyisessä toimintaympäristössä haasteita ja mahdollisuuksia. Haasteena ovat etenkin käytettyihin tavaroihin liittyvät asenteet, logistiikka, toiminnan kannattavuus ja korkeat työvoimakustannukset. Toisaalta erilaiset uudet liiketoimintamallit voivat tehdä käytettyjen tuotteiden ostamisesta entistä helpompaa, edullisempaa tai muodikkaampaa. Lisäksi ympäristötietoisuuden ja kulkuskriittisyyden kasvu voivat lisätä uudelleenkäytön suosiota.

Tämän selvityksen tavoitteena oli arvioida valittujen tuotteiden osalta niiden uudelleenkäyttöön ohjautuvia määriä Suomen kuuden suurimman kaupungin alueella ja valtakunnallisesti. Lisäksi tavoitteena oli arvioida uudelleenkäytettävien tuotteiden arvon säilymistä, havaita potentiaalisia uudelleenkäytön kehittämiskohteita ja tunnistaa liiketoimintamahdollisuuksia muun muassa seudullisia eroavaisuuksia analysoimalla.

Selvitys on osa 6Aika: Tulevaisuuden kiertotalouskeskukset -hanketta (CircHubs), jonka tavoitteena on löytää kiertotaloudesta uutta liiketoimintaa ja tukea alan innovaatioiden kaupallistamista kuutoskaupunkien alueella. Hanke on osa Suomen kuuden suurimman kaupungin 6Aika-strategiaa, ja sitä rahoittaa Euroopan aluekehitysrahasto (EAKR).



6Aika

Vipuvoimaa
 EU:lta
 2014–2020



Uudenmaan liitto
 Nylands förbund



ISBN 978-952-11-4951-1 (nid.)

ISBN 978-952-11-4952-8 (PDF)

ISSN 1796-1718 (pain.)

ISSN 1796-1726 (verkkok.)