

Materiaalikierron ja toimijoiden vuorovaikutus

Työpaja 2.1

Laura Harjaluoma

4.9.2019

Erilaisia materiaalivirtoja

Tekstiilit

Elektroniikka

Tuhka

Ruoka

Rakentaminen

Keinoja vaikuttaa eri toimijoihin

- Kiertotaloudesta viestiminen
 - Organisaatioille
 - Kuluttajille
 - Sosiaalisen median kautta nuorille
 - Mielipidevaikuttaminen julkisuudenhenkilöiden toimesta
- Sateenvarjobrändi
 - Tarve brändille, joka pitää sisällään erilaisia kiertotalouden aiheita
 - Kohtaamispaikka eri toimijoille
 - Pitkäjänteistä työtä, ei projektiluonteinen brändi
 - Synnyttää hankeideoita ja yhteiskehittämistä

Ongelmia toimijoiden vuoro- vaikutuksessa

- Strategian puuttuminen
 - Monilta pieniltä organisaatioilta puuttuu strategia kokonaan
 - Ei ole organisaation läpi kulkevaa yhtenäistä näkemystä asioista, joihin panostetaan
 - Yksittäisen yhteydenoton tapahtuessa työntekijällä vaikeuksia toimia
 - Tarvitaan tuki strategian rakentamiseen
- Kiertotalousprojektien epäselvät roolitukset
 - Selvät roolit kiertotalousprojektien toimijoille, jotta yhteydenottaminen onnistuu vaivattomasti eikä oteta yhteyttä väriin henkilöihin.
 - Erotetaan, ketkä ovat ydinosajia siinä teemassa, josta halutaan lisää tietämystä
 - Tiedon siiloutuminen ja henkilöityminen

Tekstiilit markkinoilla tällä hetkellä

- Kuluttajakunnan polarisoituminen
 - Toiset panostavat kestäviin ratkaisuihin ja toiset kuluttavat enemmän kuin koskaan
- Tekstiilien ylitarjonta
 - Useita saman tekstiilimerkin liikkeitä pienellä alueella
 - Kuluttajilla usein runsaasti tekstiilejä
 - Kirpputorien hinnat ovat laskeneet, eikä vaatteita saa myydyksi aina edes alhaisella hinnalla tai jopa ilmaiseksi antamalla eivät kelpaa