

AAVAO  
BANG&

# Vastuullisuus brändin rakentamisessa

Vilja Laaksonen  
6.3.2026

**Sitoudumme  
rakentamaan  
kestävää  
B2B-kasvua  
kanssanne**



# Vastuullisuus on osa brändin uskottavuutta.

#luottamus, läpinäkyvyys, sääntely



## Luottamus ratkaisee brändissä.

EU:n selvityksen mukaan yli 50 % ympäristöväitteistä on epäselviä ja noin 40 % ilman todennettavaa näyttöä.



## Vastuullisuus vaikuttaa ostopäätöksiin.

Yritykset ja kuluttajat huomioivat yhä useammin vastuullisuuden ostopäätöksissä.



## Siksi vastuullisuus ei ole vain viestintää.

Se vaikuttaa suoraan brändin uskottavuuteen ja siihen, pääseekö brändi mukaan kilpailuun.

## Miten vastuullisuus näkyy brändityössä?

### **Vastuullisuus alkaa strategiasta.**

Vastuullisuusteemat tunnistetaan yrityksen strategiasta ja liiketoiminnasta.

### **Vastuullisuus on osa bränditarinaa.**

Se tuodaan osaksi brändikonseptia ja viestintää.

**Aitous ratkaisee.** Brändi ei voi luvata enempää kuin organisaatio pystyy toteuttamaan.



# Case: Vastuullisuus brändin kärkenä

Mitä käy, kun organisaation todellisuus ja viestinnän tavoitteet eivät täysin kohtaa?

**Vahvin brändi syntyy  
silloin**, kun vastuullisuus  
näkyvät ensin teoissa ja vasta  
sitten viestinnässä.

“Organisaatiot eivät häviä siksi, etteivät ne kasva, vaan siksi, etteivät ihmiset pysy kasvussa mukana.”

Kestävän kasvun nykytilatutkimus 2026

Lataa maksuton Kestävän kasvun nykytilatutkimus 2026 täältä:



Saatavilla myös osoitteessa [bang.fi/kestavakasvu](https://bang.fi/kestavakasvu)