

Tiivistelmä tuloksista 19.11.2020

Kuluttajat kiinnostuneita ympäristöystävällisestä netin käytöstä

Liikenne- ja viestintävirasto Traficomin tutkimuksen mukaan Suomessa kaivataan lisää tietoa tietoteknisten laitteiden ja palveluiden ympäristövaikutuksista. Internetpalveluiden energiankulutukseen liittyvät ympäristövaikutukset ovat selkeästi vaikeampia ymmärtää kuin päätelaitteiden elinkaari-vaikutukset valmistuksesta kierrätykseen. Jopa 68 prosenttia kuluttajista voisi muuttaa internetpalveluiden käyttöönsä lisätiedon perusteella.

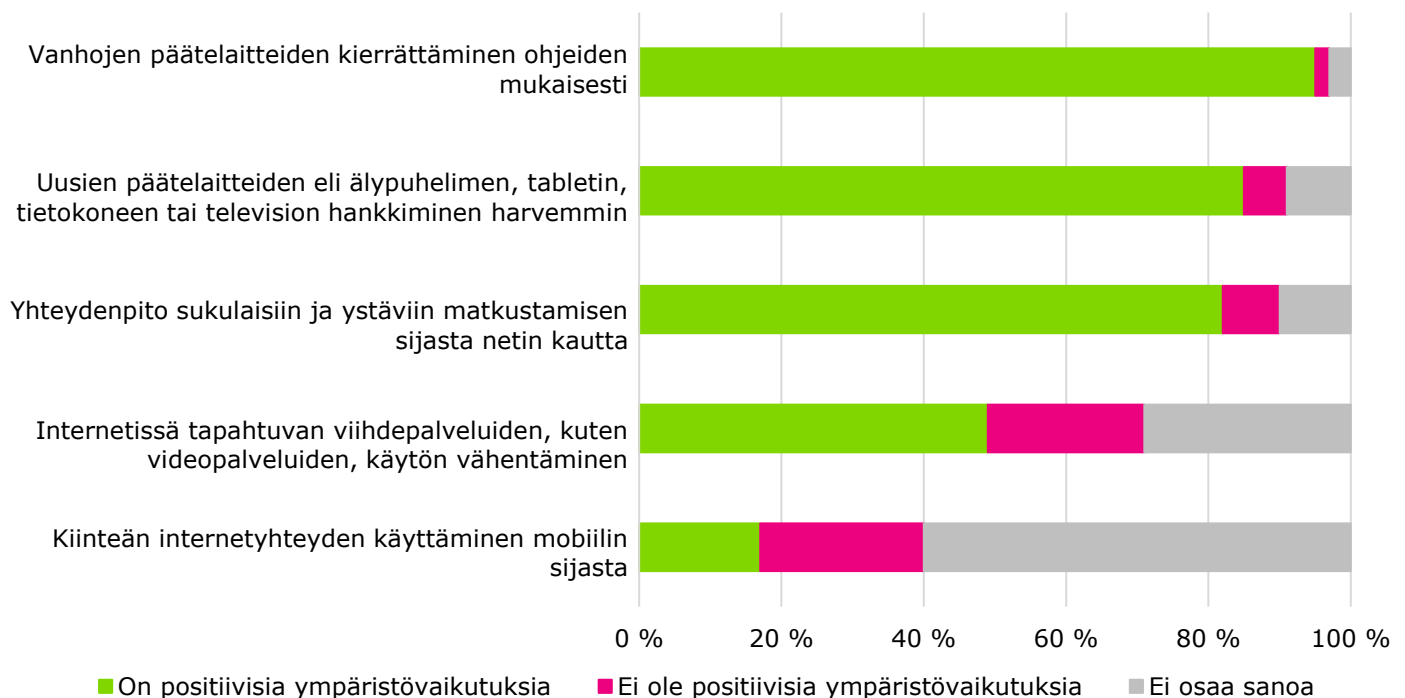
Tutkimuksessa kartoitettiin muun muassa kuluttajien näkemyksiä tieto- ja viestintäsektorin (ICT-ala) laitteiden ja palveluiden ympäristövaikutuksista. Lisäksi tutkimus sisälsi kysymyksiä palveluiden käyttömääristä, laitteiden vaihtoväleistä ja niiden kierrättämisestä.

Näkemykset kuluttajien valintojen positiivisista ympäristövaikutuksista

Kuluttajat olivat yhtä mieltä siitä, että erilaisten päätelaitteiden (esim. älypuhelimien) pidempiaikaisella käytämisellä ja kierrättämisellä on positiivisia ympäristövaikutuksia. Myös liikenteen vähentyminen etätapaamisten seurauksena ymmärrettiin laajasti positiiviseksi ympäristöteoksi.

Noin puolet kuluttajista uskoi, että esimerkiksi videopalveluiden käytön vähentäminen tuottaa positiivisia ympäristövaikutuksia. Noin 60 prosenttia kuluttajista ei pystynyt ottamaan kantaa siihen, onko kiinteä internetyhteys mobiiliyhteyttä ympäristöystävällisempi valinta.

Videon välittäminen netin yli vaatii enemmän tiedonsiirtoa kuin esimerkiksi tekstisisällön siirtäminen ja siksi videoiden prosessointi kuluttaa enemmän energiaa verkoissa ja datakeskuksissa. Tutkimuksissa on myös esitetty, että tiedonsiirto matkaviestinverkossa kuluttaa enemmän energiaa kuin kiinteän laajakaistayhteyden käyttäminen.



Kuvio 1. Kuluttajien näkemys siitä, onko tutkimuksessa esitellyillä kuluttajan tekemillä valinnoilla positiivisia ympäristövaikutuksia.

Vajaa kolmannes kuluttajista oli sitä mieltä, että ICT-päätelaitteiden, internetpalveluiden ja sovellusten käytön kokonaisvaikutuksista ympäristöön on tarpeeksi saatavilla ymmärrettävää ja luotettavaa tietoa. Vastaavan kokoinen joukko koki, että tietoa on saatavilla, mutta se on vaikeasti ymmärrettävää tai epäluotettavaa. Hieman näitä suurempi joukko kuluttajia koki, että ICT-alan ympäristövaikutuksista ei ole tarpeeksi tietoa saatavilla.

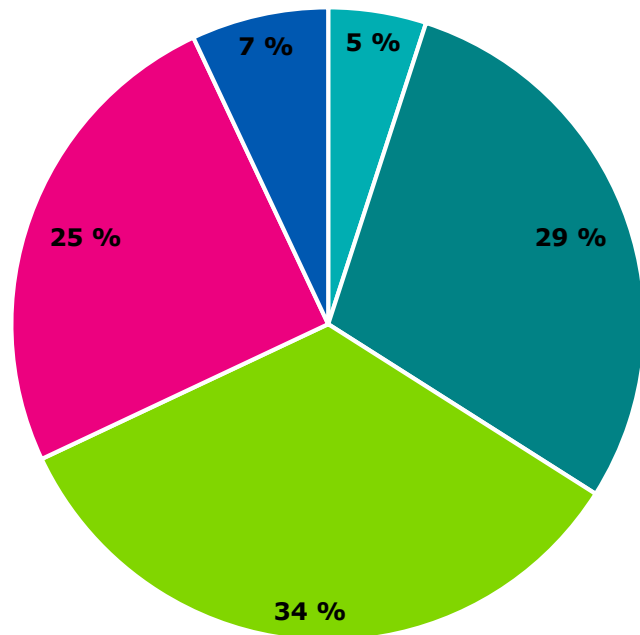
Reilu enemmistö kuluttajista olisi kiinnostunut lisäämään tietoaan ICT-laitteiden ja -palveluiden ympäristövaikutuksista. Ainoastaan vajaa kymmenes kuluttajista ei ollut kiinnostunut sektorin ympäristövaikutuksista.

Palveluiden käyttö ja valmius käyttäytymisen muutokseen

Kuluttajatutkimuksessa vastaajilta tiedusteltiin, miten lisätieto internetpalveluiden ja sovellusten kokonaisvaikutuksista vaikuttaisi heidän käyttökseen. Selkeä enemmistö, 68 prosenttia, kuluttajista olisi valmis muuttamaan internetpalveluiden käyttöönsä, jos saisivat niiden ympäristövaikutuksista lisää tietoa.

Kuluttajista 5 prosenttia oli valmis kokonaan lopettamaan joidenkin palveluiden käytön ja 29 prosenttia oli valmis vähentämään joidenkin palveluiden käyttöä. Reilu kolmannes oli valmis vaihtamaan vaihtoehtoisin ympäristöystävällisempiin palveluihin. Neljännes suomalaisista ei ollut valmis muuttamaan internetpalvelujen käyttöönsä mitenkään.

- Valmis lopettamaan joidenkin internetpalveluiden ja sovellusten käytön
- Valmis vähentämään joidenkin internetpalveluiden ja sovellusten käyttöä
- Valmis vaihtamaan vaihtoehtoisin ympäristöystävällisempiin internetpalveluihin
- Ei valmis muuttamaan käyttäytymistään mitenkään
- Ei osaa sanoa



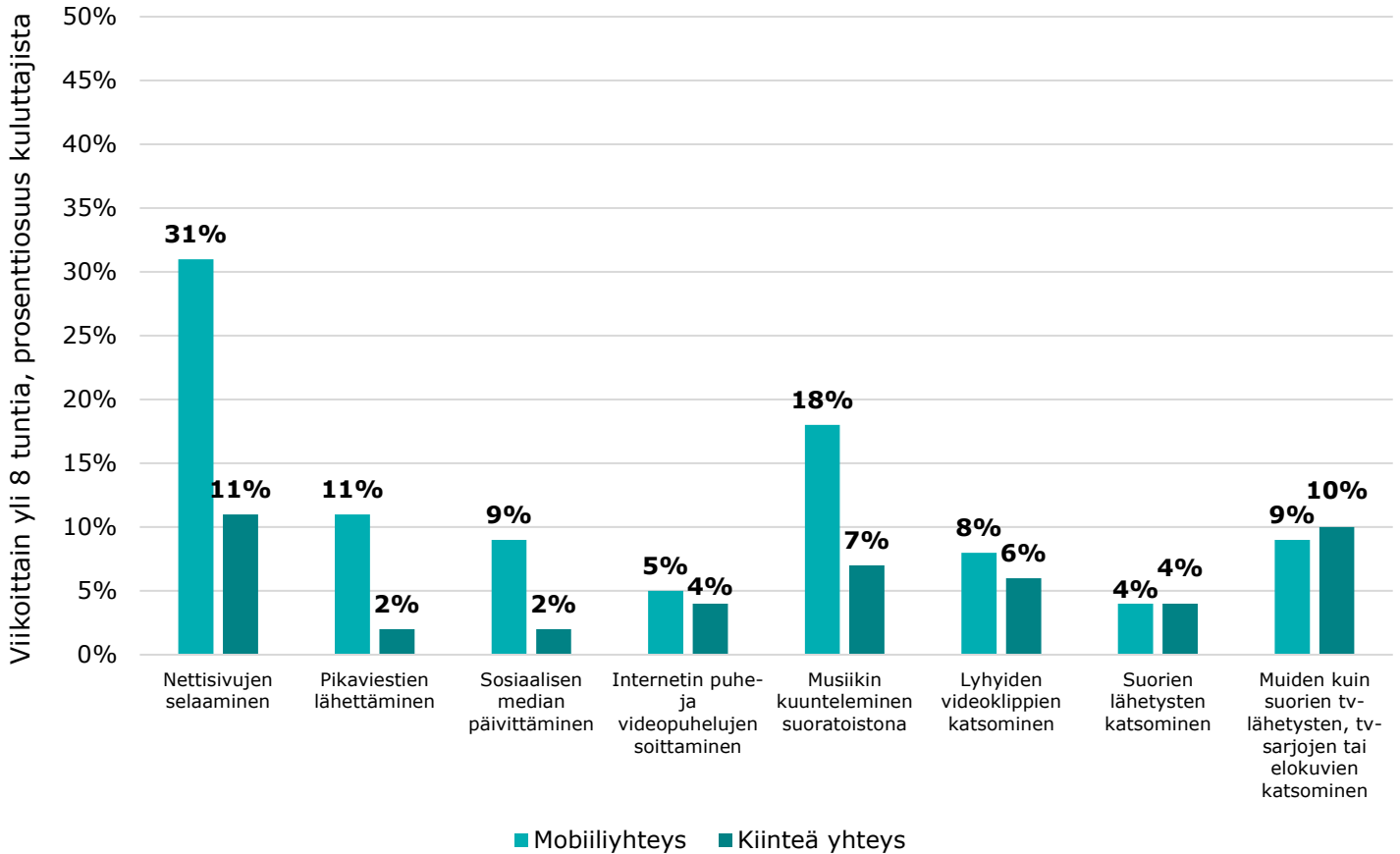
Kuvio 2. Kuluttajien valmius muuttaa internetpalveluiden ja -sovellusten käyttöönsä, jos tietoa näiden palveluiden käytön ympäristövaikutuksista olisi selkeämmin ja luotettavammin saatavilla.

Vaikutuksia käyttöön kysyttiin hieman eri tavalla niiltä, joiden mielestä tietoa oli jo selkeästi ja luotettavasti saatavilla ja niiltä, joiden mielestä näin ei ollut. Ne, joiden mielestä tietoa ei ollut saatavilla, olivat valmiimpia siirtymään vaihtoehtoisin palveluihin. Tätä vastoin ne, joilla tietoa jo oli, olivat harvemmin valmiita muuttamaan käytöstään mitenkään.

Kuluttajatutkimuksen mukaan kuluttajista yli 90 prosenttia selasi esimerkiksi uutisia, verkkokauppojen sivuja tai muita nettisivuja viikoittain. Lähes 80 prosenttia surffaili netissä yli 2 tuntia viikossa ja yli 30 prosenttia selaili sivuja viikossa yli 8 tuntia.

Kuluttajista 72 prosenttia kuunteli viikoittain musiikkia suoratoistona. Vajaa viidennes käytti musiikin suoratoistopalveluja yli 8 tuntia viikossa. Mobiiliyhteydellä käytettiin lähes kaikkia palveluita pidempään kuin kiinteällä yhteydellä. Kiinteän yhteyden merkitys kuitenkin kasvoi videosuoratoistopalveluiden kohdalla, kun käyttö kasvoi yli 8 tuntiin viikossa.

Kuluttajista 24 prosenttia käytti jotakin kuviossa 3 esitetyistä palveluista yli 15 tuntia viikossa.



Kuvio 3. Prosenttiosuus kuluttajista, joka käytti palvelua yli 8 tuntia viikossa mobiiliyhteydellä ja kiinteällä laajakaistayhteydellä.

Päätelaitteiden vaihtaminen ja kierrätys

Kuluttajista yli puolet ilmoitti vaihtavansa matka- tai älypuhelimensa vähintään kolmen vuoden välein, vajaa kymmenys jopa vuosittain. Jopa 76 prosenttia kuluttajista oli joutunut vaihtamaan puhelimensa, koska se oli hajonnut, sen järjestelmään tai palveluihin ei saanut enää päivityksiä tai laitteen ominaisuudet olivat heikentyneet käytön myötä. Uuden puhelimen oli 15 prosenttia kuluttajista hankkinut siksi, että oli halunnut uuden laitteen tai lisää ominaisuuksia.

Tabletti tai muu kannettava tietokone vaihdetaan puhelinta harvemmin, useimmiten 4-5 vuoden välein tai vielä tätäkin harvemmin. Vain 15 prosenttia ilmoitti vaihtavansa tabletin tai kannettavan vähintään kolmen vuoden välein. Tablettien ja kannettavien vaihdon syyt noudattivat samoja linjoja kuin puhelinten kohdalla. Kuluttajista 77 prosentilla oli tutkimuksen mukaan käytössään kannettava tietokone ja 55 prosentilla oli tabletti.

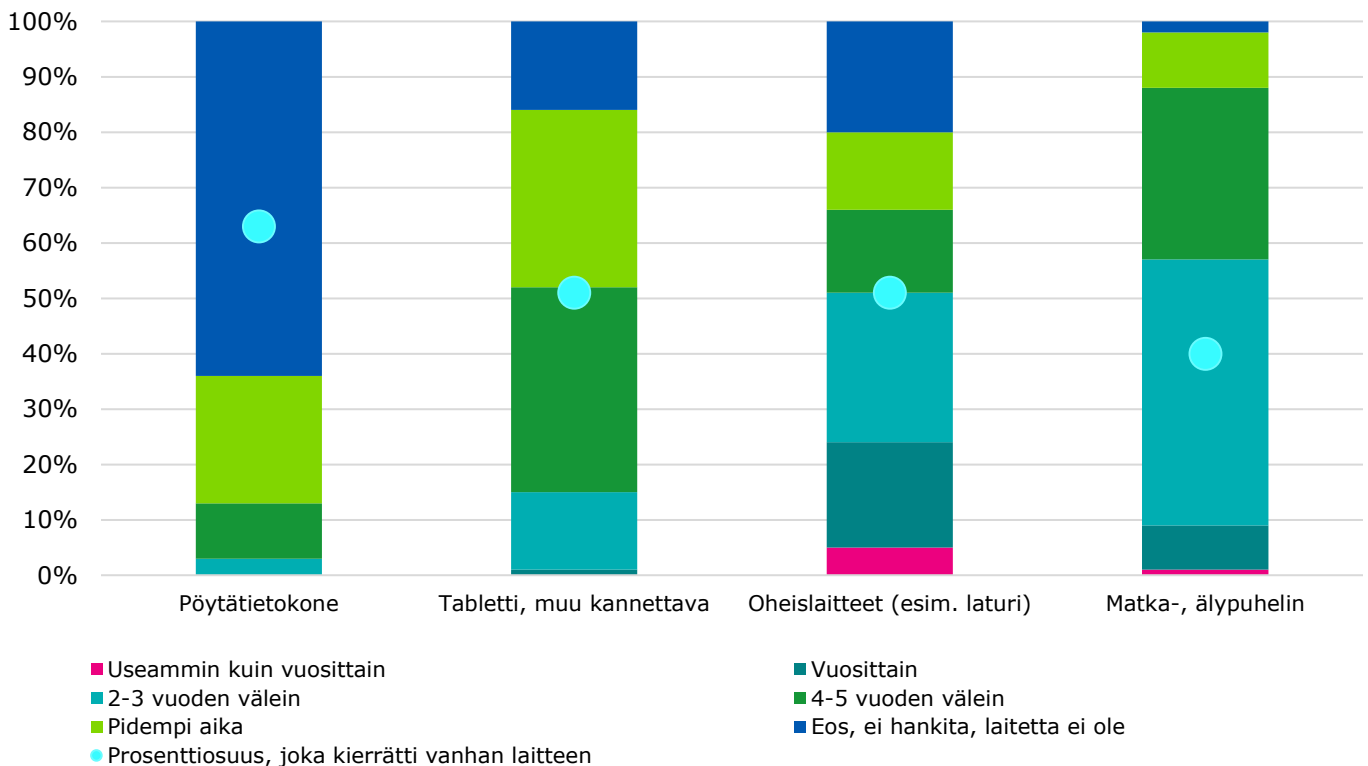
Useimmin kuluttajat vaihtavat mobiililaitteiden oheislaitteita, kuten kuulokkeita tai latausjohtoja. Lähes neljännes kuluttajista vaihtaa oheislaitteen ainakin vuosittain. Oheislaitteiden kohdalla selkeästi yleisin syy vaihtamiseen oli laitteen hajoaminen. Näiden

laitteiden kohdalla myös muut syyt, kuten laitteen katoaminen, nousivat muita laitteita enemmän esiin.

Pisimpään käytössä säilyvät pöytätietokoneet, jotka menevät useimmin vaihtoon yli viiden vuoden välein. Koska käyttöikä on pidempi, korostuivat hajoamisen ja ominaisuuksien heikentymisen ohella pöytätietokoneiden kohdalla vaihtamisen syynä myös halu ostaa uusi laite. Toisaalta vain 36 prosentilla kuluttajista oli pöytätietokone käytössään.

Laitteiden kierrättäminen vaihteli laitekohtaisesti. Tutkimuksen mukaan pöytätietokoneita kierrätettiin näistä laitteista ahkerimmin, yli 60 prosenttia vastaajista kertoi kierrättäneensä vanhan pöytätietokoneensa ostaessaan uuden. Sen sijaan vanhan puhelimensa kierrätti vain 40 prosenttia kuluttajista. Syyt sille, että vanhaa laitetta ei viety kierrätyspisteeseen vaihtelivat suuresti laitteiden välillä. Monesti puhelin oli jäänyt pöytälaatikkoon pyörimään nostalgiasyistä tai vanhojen valokuvien ja tiedostojen takia. Lisäksi tietoturvakysymykset huolettivat osaa vastaajista. Pöytätietokoneet ja kannettavat tietokoneet päätyivät usein toisten perheenjäsenten tai ystävien käyttöön tai ne myytiin sen sijaan, että ne olisi viety kierrätyspisteeseen.

Kaikilla vastaajilla ei ollut tietoa siitä, missä kierrätyspiste sijaitsee tai, että laitteita tulisi kierrättää. Kolmannes kuluttajista ilmoitti, että kierrättäminen oli jäänyt tekemättä saamattomuuden takia, mikä voi olla seurausta siitä, että kierrättämispaikasta tai -tavoista ei ole täyttä varmuutta. Monet ICT-laitteet ovat kooltaan niin pieniä, että niiden pyörimistä kotona ei pidetty ongelmana.



Kuvio 4. Päätelaitteiden vaihteluvälien yleisyys ja vanhan laitteen kierrätysprosentti.

Myös laitteisiin liittyvistä ympäristövaikutuksista kaivattiin kuluttajien keskuudessa lisää tietoa. Kuluttajista yli puolelle tieto ICT-laitteen ympäristövaikutuksesta olisi ainakin melko tärkeä ostopäätökseen vaikuttava tekijä hinnan ohella, yli 80 prosentilla tieto vaikuttaisi ostopäätökseen edes vähän. Vajaa kymmenys ilmoitti, että tieto olisi tärkein ostopäätökseen vaikuttava tekijä hinnasta huolimatta. Vain 14 prosentilla kuluttajista tieto ympäristövaikutuksista ei vaikuttaisi mitenkään ICT-päätelaitteen ostotilanteessa.

Vastauksissa oli eroavuuksia jälleen sen mukaan, oliko tietoa vastaajan mielestä jo tarpeeksi luotettavasti saatavilla. Ne, joilla tietoa ei ollut tarpeeksi, uskoivat lisätiedon vaikuttavan ostopäätökseensä enemmän, kuin ne, joilla luotettavaa ja selkeää tietoa jo oli.

Tutkimuksen taustaa

ICT-sektorilla nähdään mahdollisuus toimia haitallisten ympäristövaikutusten vähentäjänä ja energiatehokkuuden takaajana. ICT-sektorin vaatima infrastruktuuri ja laitemäärä sekä sen tuottamat palvelut aiheuttavat päästöjä ja myös muita haitallisia ympäristövaikutuksia. Vaikka digitaalisen infrastruktuurin energiatehokkuus jatkuvasti paranee, ei ole varmuutta siitä, että se pysyy mukana alati kasvavan netinkäytön kanssa. Energiatehokkuuden paraneminen ei riitä, jos kokonaispäästöt kuitenkin kasvavat. Energiankulutuksen lisäksi ICT-sektori vaatii huomattavia laitemääriä niin verkkojen ja palveluiden rakentamiseen kuin niiden käyttöönkin.

Kuluttajat valinnoillaan lopulta ratkaisevat, millaisia laitteita ja palveluita heille on tarjolla sekä kuinka paljon niitä käytetään. Traficom tilasi liikenne- ja viestintäministeriössä valmisteltavan ilmasto- ja ympäristöstrategiatyön tueksi loppukesällä 2020 kuluttajatutkimuksen, jossa kartoitettiin kuluttajien käyttäytymistä liittyen ICT-alan palveluihin ja laitteisiin sekä kiinnostusta alan ympäristökysymyksistä.

Ympäristökuluttajatutkimuksen toteutti IROResearch Oy heinä-elokuussa 2020. Tutkimukseen haastateltiin puhelimitse 2000 vähintään 15-vuotiasta henkilöä.

Lisätietoja

Liikenne- ja viestintäministeriön tieto- ja viestintäsektorin ilmasto- ja ympäristöstrategiatyö [Hankeikkunassa](#).

Viestintämarkkina-asiantuntija Marja Heinonen, marja.heinonen(at)traficom.fi, p. 029 539 0306