

Juha Lindroos | Jaana Teriö (toim.)



ihmiset



taloudellisuus



ympäristö

Vastuullisen ja kestävä
tapakumatuotannon elementit

Vastuullisen ja kestävän tapahtumatuotannon elementit

JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUN JULKAISUJA 138

JUHA LINDROOS
JAANA TERIÖ
(TOIM.)

Vastuullisen ja kestävän tapahtumatuotannon elementit



JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU

JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUN JULKAISUJA –SARJA
Toimittaja • Teemu Makkonen

© 2012
Tekijät & Jyväskylän ammattikorkeakoulu

VASTUULLISEN JA KESTÄVÄN TAPAHTUMATUOTANNON ELEMENTIT

Kannen kuva • iStock
Ulkoasu • Pekka Salminen
Taitto & paino • Suomen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print • 2012

ISBN 978-951-830-240-0 (NID)
ISBN 978-951-830-241-7 (PDF)
ISSN 1456-2332

JAKELU
Jyväskylän ammattikorkeakoulun kirjasto
PL 207, 40101 Jyväskylä
Rajakatu 35, 40200 Jyväskylä
Puh. 040 552 6541
Sähköposti: julkaisut@jamk.fi
www.jamk.fi/julkaisut

Sisällys

ESIPUHE	7
1 JOHDANTO	8
2 ENERGIAN TUOTANTO JA KULUTUS VASTUULLISISSA TAPAHTUMISSA.....	9
2.1 Lämmitys	9
2.2 Tapahtumien valaistus	11
2.3 Koneet ja laitteet.....	11
2.4 Uusiutuvat energialähteet.....	12
2.5 Energiapolitiikka tapahtuman jälkeen.....	18
3 MATERIAALIT JA HANKINNAT	19
3.1 Tavarantoimittajien vastuullisuus	21
3.2 Hankintojen ja tuotteiden elinkaari	21
3.3 Hankintojen kilpailuttaminen	23
3.4 Ekologisen vastuullisuuden mittaaminen	24
4 LOGISTIIKAN JA VASTUULLISEN TOIMINNAN YHTEYS	26
4.1 Tapahtuman kuljetukset	26
4.2 Osallistujien liikkuminen	26
4.3 Kuljetusten yhteistyökumppanit.....	32
5 RUOKAPALVELUT TAPAHTUMAN AIKANA	33
5.1 Vastuullisuuden osa-alueet ruokapalveluissa.....	34
5.2 Luomutuotanto.....	34
5.3 Lähiruoka.....	35
5.4 Kausiruoka	36
5.5 Pakkaus- ja ruokajätteet	37
5.6 Sähkö ja vesi ruokatuotantoprosessissa	38
5.7 Ekologiset ruokavalinnat	38

6	KESTÄVÄN KEHITYKSEN MUKAINEN JÄTEHUOLTO	41
6.1	Jätehuoltoon liittyvä lainsäädäntö.....	41
6.2	Tapahtumien jätehuolto.....	42
6.3	Jätteiden lajittelu.....	45
6.4	Jättemäärien mittaaminen ja seuranta	47
7	VASTUULLISUUDESTA VIESTIMINEN – LÄPINÄKYVÄÄ,	
	LUOTETTAVAA VUOROPUHELUA	50
7.1	Vastuullisuusviestintä.....	50
7.2	Maineenhallinta.....	50
7.3	Tapahtuman sidosryhmät ja viestintä	51
7.4	Tapahtuman aikainen viestintä ja tiedotus	54
7.5	Mediasuhteet.....	56
7.6	Perinteinen media	57
7.7	Sosiaalinen media	59
7.8	Jälkiviestintä.....	60
7.9	" Viherpesu "	61
7.10	Vastuullisuuspalapelin kokoaminen.....	61
8	POHDINTA	63
	KIRJOITTAJIEN KIITOKSET	66
	LÄHTEET	68
	LIITTEET	73

Esipuhe

Sinulla on edessäsi Vastuullisen ja kestäväen tapahtumatuotannon elementit -julkaisu. Syksyllä 2011 Jyväskylä Paviljongissa järjestettiin Tuottava vastuullisuus -seminaari (Strength from Responsible Choices), jota varten Jyväskylän ammattikorkeakoulun (JAMK) kuluttajapalvelujen restonomiopiskelijat tuottivat yhdessä JAMK:n asiantuntijoiden kanssa projektiluonteisen työn Vastuullisen tapahtuman käsikirja osana Kuluttajapalveluiden eettinen ja ekologinen kehittäminen -opintojaksoa. Tämä julkaisu pohjautuu Vastuullisen tapahtuman käsikirja: Case Tuottava vastuullisuus -seminaarin projektityöhön.

Käsikirja oli vastuullisuuden elementit moniulotteisesti huomioon ottava, ja sitä hyödyntäen seminaariin sisällytettiin lukuisia kestäväen kehityksen ulottuvuuksia. Tapahtuma itsessään rakennettiin elementteittäin yhtäläiseksi seminaarin teeman ja kansainvälisesti arvostettujen seminaaripuhujien sanoman kanssa, jotta tilaisuudesta muodostui aihetta arvostava ja uskottava kokonaisuus.

Tämä julkaisu sisältää käsikirjan parhaat käytänteet siitä, kuinka erilaiset tapahtumat järjestetään ympäristöystävällisemmin sekä vastuullisen yritystoiminnan hengessä, mutta taloudelliset näkökulmat ja reunaehdot huomioon ottaen.

Kiitokset seuraaville henkilöille ja tahoille

Kuluttajapalvelujen opiskelijat Jasmin Ahila, Senja Auranen, Rita Enckell, Päivi Kautto, Maiju Lyytikkä, Marjaana Mattila, Juho Rintamäki, Sanna Uusi-Einola, Satu Vehmas

Opettajat ja asiantuntijat Anne Törn, Jorma Asunta, Pauliina Silvennoinen, Marianne Ekonen

Nordic Business Forum, Tuottava vastuullisuus -seminaarin järjestävä taho, erityisesti Hans-Peter Siefen ja Jyri Linden.

Jyväskylässä 3.10.2012

Juha Lindroos ja Jaana Teriö

1 Johdanto

Vastuullisen tapahtuman käsikirjasta (Case Tuottava vastuullisuus) kootun julkaisun tärkein tavoite on auttaa tapahtuman järjestäjää ottamaan huomioon vastuullisuuden ja kestävyuden näkökulmat tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa. Tarkoituksena on antaa hyödyllisiä käytännön vinkkejä itse tapahtuman toteutukseen sekä herättää ajattelemaan uudella, eettisemmällä ja vastuullisemmalla tavalla. Jos tapahtuma järjestetään vastuullisten periaatteiden mukaisesti, vastuullisuuden täytyy kattaa koko tapahtumaprosessi ja näkyä sekä suurissa linjoissa että pienissä, konkreettisissa asioissa.

Julkaisu käsittelee vastuullisuuden ulottuvuuksista sosiaalista, taloudellista ja ympäristövastuuta painottuen kuitenkin ympäristön näkökulmaan. Yhteiskuntavastuuta ja vastuullista toimintaa pidetään nykyään yrityksen kilpailuetuna. Vastuullinen toiminta on yrityksen tapa vastata kestävä kehityksen haasteisiin ja vaatimuksiin. Ympäristövastuullisuus, sosiaalinen hyvinvointi ja eettiset aspektit ovat ajankohtaisia asioita ja puheenaiheita. Vastuullisuus on päivän sana, ja myös imagon vuoksi se kannattaa ottaa vakavasti, sillä kuluttajien ja muiden sidosryhmien vaatimukset kasvavat jatkuvasti. Vastuullisilla toimintatavoilla viestitään kuluttajille yrityksen ja organisaation arvoista ja annetaan vaihtoehto, vastuullinen ja kestävä kuluttaminen.

Myös yhteiskunnallisesti tapahtumajärjestämisen vastuullisuus kaikilla liiketoiminnan osa-alueilla on eduksi ja hyödyksi, niin tuottajalle kuin muille osallistujille. Varsinkin suurten massatapahtumien vaikutukset paikallisyhteisöön ja ympäristöön ovat usein, tapahtuman luonteesta riippuen, varsin merkittäviä. Niin pienten kuin suurtenkin tapahtumien järjestäjät voivat oppia tästä julkaisusta.

Käsikirjatyyppistä julkaisua voidaan käyttää erilaisten tapahtumien järjestämisen apuvälineenä mutta myös yleisesti yritys- ja muussa toiminnassa, koska tiedot ovat helposti sovellettavissa eri tilanteisiin. Pääteemat ja näkökulmat vastuulliseen liiketoimintaan ovat hankinnat, materiaalit, liikenne ja kuljetusjärjestelyt, ruokailu ja ruokatuotanto, energian käyttö, jätehuolto sekä viestintä ja tiedottaminen. Laajan tietopohjan lisäksi kuhunkin osuuteen on laadittu tärkeimpien asioiden muistilista ja nostettu esimerkkejä, mitä konkreettisia tekoja ja toimenpiteitä tapahtumissa voidaan tehdä. Käsikirja on kirjoitettu siten, että se tarjoaa ratkaisut mutta antaa mahdollisuuden omiin valintoihin.

2 Energian tuotanto ja kulutus vastuullisissa taphtumissa

Energian tuotannosta ja siirrosta aiheutuu monenlaisia ympäristövaikutuksia, joista osa on globaaleja tai vaikutusalueeltaan laajoja, osa alueellisia tai paikallisia. Suurimpia huolen aiheita ympäristön kannalta ovat ilmastonmuutos, happamoituminen, luonnonvarojen ja luonnon monimuotoisuuden väheneminen, ja jätteen määrän lisääntyminen. Energian käytön kehittymiseen vaikuttavat muun muassa väestön lisääntyminen, tuotantotavat ja kulutustottumukset. Energian tuotantoa ohjaavat monet erilaiset lait ja asetukset, kuten ympäristösuojelulaki, päästökauppalaki sekä rakentamista koskevat lait (Energieollisuus 2011).

Energian käytön seurannan ja järkeyyden arvioinnin on oltava osa jokapäiväistä työskentelyä, sillä energiaa ei voi säästää, jos ei tunne lähtötilannetta. Kulutuksen seurantaan varten, esimerkiksi ammattikeittäisiin, tarvitaan laite- tai laiteryhmäkohtaiset sähkö- ja vesimittarit. Mahdollisiin muutoksiin on tärkeää reagoida heti ja selvittää, mistä ne johtuvat. (Motiva 2010.)

2.1 Lämmitys

Kaukolämpö on ympäristöystävällistä lämmitysenergiaa, jos se tuotetaan yhteistuotannossa sähkön kanssa, koska tällöin sen hyötysuhde on erittäin hyvä (Motiva 2011). Joissain tapahtumissa järjestäjällä voi olla vähäiset mahdollisuudet energiamuotojen valintaan, minkä vuoksi toinen hyvä vaihtoehto on keskittyä energiatehokkuuteen.

Tapahtuman järjestäjästä, tilaisuudesta ja toimintaympäristöstä riippuen suurimmat lämpöhukkatilanteet aiheutuvat tapahtumien fyysisten puitteiden rakentamisvaiheessa, jolloin messuhallien isot huolto-ovet ovat kauan auki rakennustarvikkeiden siirtämisen takia. Huolto-ovet vuotavat jonkin verran myös kiinni ollessaan, minkä vuoksi, esimerkiksi talvella, ne aiheuttavat melko suuren lämpöhukan. (Natri 2011.) Vastaavasti kesällä halliovista karkaa viileää ilmaa, jota tuotetaan ilmastointilaitteiden kautta. Tätä lämmön karkausta pystytään vähentämään ovien huolellisella tiivistämisellä, mutta on myös tärkeää selvittää suurimmat vedon aiheuttajat ja tiivistää ne hyvin, jotta lämmön karkaukselta vältytään. Ennen uuden lämmityskauden alkua on hyvä tarkistaa ovien ja

ikkunoiden tiivisteiden kunto sekä huoltaa lämmön talteenottolaitteisto (Helsingin Energia 2011).

Natrin (2011) mukaan kesäisin lämpiminä aikoina, esimerkiksi Jyväskylän Paviljongissa, käytetään paljon ilmastointia messuhallien viilentämiseksi. Messukeskuksen sisätilojen liiallista lämpenemistä voidaan yrittää vähentää muillakin keinoilla. Paviljongin rakennuksessa on paljon lasipinta-alaa, jonka kautta auringonvalo pääsee hyvin sisään ja lämmittelee rakennusta. Tätä lämpenemistä pystytään estämään kuumimpina aikoina vetämällä ikkunoiden eteen esim. lämpenemistä estävät verhot tai sälekaihtimet niin, ettei valaistus ja viihtyisyys kärsi. Vastaavasti keväisin aurinko voi paistaa vapaasti ikkunoista sisään ja lämmittelee rakennusta, jolloin lämmityslaitteita ei tarvitse käyttää isolla teholla.

Samaa tekniikkaa voidaan käyttää myös talvisin kylmimpinä aikoina, sillä lasipintojen kautta karkaa paljon lämpöä, minkä vuoksi lämmitystä joudutaan lisäämään. Talvella on myös huolehdittava, etteivät lämmön lähteet, esimerkiksi patterit, jää verhojen taakse. Mikäli verhoja ei pystytä pitämään talvipäiväisin kiinni vähäisen päivänvalon vuoksi, voidaan tekniikkaa hyödyntää ainoastaan öisin, jolloin pakkanen on yleensä kiireimmillään. Tekniikka on mainittu usein kotitalouksien energiansäästövinkeissä, joten samaa voi soveltaa myös tapahtumien järjestämiseen.

Lämmitys tapahtuman aikana

Toimitilan lämpötilaan voidaan vaikuttaa säätelyllä. Erityisesti tapahtuman tilojen lämpötila kannattaa pyrkiä pitämään suhteellisen alhaalla mutta ottaen huomioon tapahtumaan osallistujien hyvinvoinnin. Mikäli kyseessä ovat esim. messut, lämmitystä ei tarvita niin paljoa tapahtuman aikana, koska näytteilleasettajilla on omilla osastoillaan usein erilaisia kohdevaloja, jotka hohkavat lämpöä ollessaan päällä. Lisäksi paikalla olevat ihmiset tuottavat lämpöä sisätiloihin.

Lämpötilat tulee säätää tilojen käyttötarpeiden mukaisesti. Sisälämpötiloiksi suositellaan asuin- ja toimistohuoneissa 20–22 astetta, työhuoneissa ja teollisuustiloissa 18 astetta. Jo yhden asteen pudotus huonelämpötilassa vastaa noin viiden prosentin säästöä vuotuisessa energiankulutuksessa, joten lämpötilojen seuranta ja säätäminen on varsin hyödyllistä vastuullisuusnäkökulman lisäksi. Lämpömittareita kannattaa sijoitella useampaan tilaan, ja niiden avulla voi seurata, ettei lämpötila nouse tarpeettoman korkeaksi. (Helsingin Energia 2011.)

2.2 Tapahtumien valaistus

Kaikki lamput kannattaa vaihtaa energiansäästö- tai led-lamppuihin, sillä ne ovat energiatehokkaimpia. Led-valot ovat mainioita kohdevalaisimia esimerkiksi messupaikoilla, ja ne kuluttavat huomattavasti vähemmän energiaa kuin hehku- tai halogeenilamput (Motiva 2011). Vuonna 2009 astui voimaan laki, jonka mukaan vuoden 2009 syksyn jälkeen valmistajat eivät saa enää valmistaa ja tuoda maahan himmeäkupuisia ympärivalaisevia hehkulamppuja. Kaupat ja maahantuojat saavat kuitenkin myydä vanhat varastonsa loppuun. Kirkaskupuiset hehkulamput poistuivat asteittain, ensin 60W syyskuussa 2011, ja pienempitehoiset vuoden kuluttua suuritehoisten poistuttua (Lampputieto 2011).

Energiansäästölamput ovat ympäristöystävällisiä energian säästön, päästöjen vähentämisen ja kustannusten säästön kannalta. Energiaa säästyy aina, kun hehkulamppu korvataan energiansäästölampulla. Energiansäästölamppu ei hehku samalla tavalla lämpöä kuin hehkulamppu, minkä vuoksi lämmitettävissä tiloissa joudutaan lämmitystä hieman lisäämään, kun hehkulamput vaihdetaan energiansäästölamppuihin. Vaikka lämmitystä joudutaankin lisäämään, on energian säästö silti suurempi verrattuna hehkulamppujen energian kulutukseen. Vaikka energiansäästölamppu maksaa enemmän kuin hehkulamppu, sen elinikä on 10 kertaa pidempi, joten se maksaa itsensä takaisin ajan myötä. Energiansäästölamppujen huono puoli on se, että ne sisältävät elohopeaa, minkä vuoksi ne kuuluvat ongelmajätteisiin (Motiva 2011).

Energiatehokkaassa valaistuksessa olennaista on, että valaistusta käytetään vain siellä, missä sitä tarvitaan ja vain silloin, kun sitä tarvitaan. Joihinkin tiloihin liiketunnistimet tai muunlaiset ohjausratkaisut ovat paras vaihtoehto. Yleisvalaistukseen kannattaa valita valaisin, joka jakaa valon mahdollisimman tasaisesti koko huoneeseen. (Motiva 2011.) Kokovalaistusta ei aina tarvita, vaan valaistusta kannattaa säädellä tarpeen mukaan (sytyttää esimerkiksi vain puolet valoista, mikäli mahdollista), ja kirkkaalla säällä valoja ei tarvita välttämättä ollenkaan.

2.3 Koneet ja laitteet

Tietokoneet ja muut oheislaitteet voivat kuluttaa yhtä paljon energiaa kuin tilan valaistus. Tietokone yksinään voi käyttää yhtä paljon energiaa kuin sen oheislaitteet, kuten tulostimet ja näytöt. Työasemien virran kulutusta voi ja kannattaa hallita virransäästöjärjestelmien avulla.

Yksinkertainen ja tehokas tapa säästää energiaa on sammuttaa tietokoneen näyttö virtanäppäimestä aina, kun poistuu pidemmäksi aikaa tietokoneen ääreltä. Mikäli tietokone on käyttämättömänä pidemmän ajan, kannattaa se sammuttaa kokonaan. (Motiva 2011.) Tietokoneita ei välttämättä itse tapahtumassa käytetä, mutta tapahtuman suunnittelussa ja valmistelussa ne ovat keskeisessä roolissa.

Kopiot ja tulosteet

Kopioitaessa ja tulostettaessa kannattaa valita kaksipuolinen tulostus ja hyödyntää pienennysominaisuuksia, mikäli mahdollista. Näin säästyväriajuhetta, sähköä ja paperia, ja konekin kuormittuu vähemmän. Kun käyttö lopetetaan, kannattaa kytkeä virransäästö päälle, mikäli kone ei tee sitä automaattisesti. Kopioitaita on hyvä keskittää niin, että kopioi kaikki tarvittavat materiaalit kerralla, sillä aina kun kone lämpenee lepotilasta aktiivitilaan, sähkön kulutus lisääntyy. Uusia kopiointi- ja tulostuslaitteita hankittaessa kannattaa valita energiaa säästävä vaihtoehto, esimerkiksi Energy Star -merkillä varustettu laite. Kopiokoneet ovat toimistoissa yleensä päällä koko päivän, ehkä jopa yön yli, vaikka niiden todellinen käyttöaika on päivällä vain muutaman tunnin, minkä vuoksi laitteen tehokkaalla virransäästöjärjestelmällä on merkitystä. Vaikka ekologisempi vaihtoehto olisi kalliimpi, maksaa se usein itsensä takaisin sähkön kulutuksessa säästämällä samalla ympäristöä. Ennen kopiointia on hyvä miettiä, tarvitseeko välttämättä kopioida vai voiko asian hoitaa esimerkiksi sähköpostitse. Niin kopiokoneiden kuin muidenkin laitteiden läheisyyteen kannattaa asentaa lyhyet käyttö-ohjeet, jotka opastavat käyttämään koneita energiatehokkaasti. (Motiva 2011.)

2.4 Uusiutuvat energialähteet

Uusiutuvaa energiaa ovat aurinko-, tuuli-, vesi- ja bioenergia, maalämpö sekä aalloista ja vuoroveden liikkeistä saatava energia (Motiva 2011). Suomi on yksi maailman johtavista maista uusiutuvien energialähteiden ja erityisesti bioenergian hyödyntämisessä. Koko Suomen energian kulutuksesta neljännes saadaan uusiutuvista energiamuodoista, samoin sähkön tuotannossa niiden osuus on yli neljännes. Vuonna 2010 uusiutuvan energian käyttö kasvoi 12,5 % ja sen osuus koko energiankulutuksesta oli noin 26 %. Vuonna 2020 osuuden pitäisi olla 38 % (Tilastokeskus 2011).

Uusiutumattomien energiamuotojen korvaaminen uusiutuvilla on vastuullinen ratkaisu kaikessa tuotannossa ja toiminnassa. Seuraavassa on kuvattu yleisempiä uusiutuvia energiamuotoja ja niiden käyttöä. Nämä ovat hyödynnettävissä myös tapahtumajärjestämisen osana.

Tärkeimpiä Suomessa käytettäviä uusiutuvia energialähteitä ovat bioenergia (varsinkin puu ja puupohjaiset polttoaineet), vesivoima, tuuli-voima, maalämpö ja aurinkoenergia. Aalto- ja vuorovesienergian tuotannolle ei Suomessa ole sopivia olosuhteita, eikä niillä siten ole merkitystä energian tuotannossamme. Uusiutuvien energialähteiden käyttö ei lisää hiilidioksidipäästöjä, ja niiden käyttö edistää työllisyys- ja aluepoliittisia tavoitteita, lisää huoltovarmuutta sekä tukee alan teknologian vientiä, josta on tullut merkittävä osa suomalaista vientiä. Kansallisen energia- ja ilmastostrategian tavoitteena on edelleen lisätä uusiutuvien energialähteiden käyttöä ja osuutta energian kulutuksesta, mikä on energian säästön ohella merkittävimpiä keinoja saavuttaa Suomen ilmastotavoitteet (Työ- ja elinkeinoministeriö 2011). Fossiilisten polttoaineiden ehtyminen ja ilmastomuutoksen hidastaminen lisäävät kiinnostusta erilaisia korvaavia energialähteitä kohtaan (Motiva 2011). On totta, että uusiutuva energia ei yksin ole ratkaisu koko maailman sähkön tarpeeseen, mutta maksimoimalla sen käyttö saadaan parhaat tulokset ympäristön kannalta (Sustainable Event Management 2010, 95).

Bioenergia

Bioenergia on puhdasta ja ympäristöystävällistä uusiutuvaa energiaa. Bioenergiaa saadaan erilaisista biomassoista, kuten puusta, peltokasveista ja bioperäisistä jätteistä (esim. hakkuujäte). Biopolttoaineiden polton yhteydessä syntyvä hiili sitoutuu uudelleen kasvavaan biomassaan, mutta polton yhteydessä vapautuu saman verran hiilidioksidia kuin vapautuisi vastaavan biomassan hajotessa luonnossa. Korvaamalla fossiilisia polttoaineita biopolttoaineilla voidaan vähentää kasvihuonekaasupäästöjä ja hidastaa ilmastomuutosta. Biomassojen käytöllä voidaan vähentää myös muita energian tuotannon haittoja, kuten raskasmetalli- ja rikkipäästöjä. Kotimaisten biomassojen hyödyntäminen edistää myös energiatuotannon omavaraisuutta ja huoltovarmuutta ja luo uusia työpaikkoja erityisesti maaseudulle. Suomessa biomassan osuus energian kokonaiskulutuksesta on teollisuusmaiden korkein. (Motiva 2011.)

Erytisesti puun merkitys on suuri, sillä puupohjaisten polttoaineiden ja metsäteollisuuden jäteliemien osuus bioenergian koko tuotannosta

oli vuonna 2008 noin 95 %. Loput 5 % tulivat kierrätyspolttoaineiden, peltobiomassojen ja biopohjaisten polttonesteiden käytöstä. Puun ja puupohjaisen energian osuus koko uusiutuvan energian tuotannosta oli vuonna 2008 noin 76 %. Teollisuuden käyttämien jäteliemien osuus tästä oli 36 % ja teollisuuden puupolttoaineiden osuus 26 %. Loput 14 % koostui puun pienkäytöstä. Puulla on tärkeä merkitys Suomen energian tuotannossa, sillä kaikesta Suomessa käytettävästä energiasta noin viidennes tuotetaan puulla ja puupohjaisilla energialähteillä. Bioenergian merkitys tulee olemaan yhä suuri, sillä Suomen ilmasto- ja energiastrategiassa tavoitellaan erityisesti metsähakkeen, tuulivoiman ja liikenteen biopolttoaineiden käytön merkittävää lisäystä. Bioenergian merkitys tulee korostumaan entisestään myös EU:n vuotta 2020 koskevien sitoumusten myötä. (Motiva 2011.)

Puusähkön käyttäminen ei asiantuntijoiden mukaan ole ainoastaan ympäristön kannalta vastuullista vaan myös eettisesti vastuullista. Polttoaine on puuta, joka on kotimaista ja paikallisesta maakunnasta hankittua. Kotimaisilla polttoaineilla pystytään energian tuotannossa korvaamaan kalliita ja ympäristöä kuormittavia tuontipolttoaineita, kuten kivihiihtä ja öljyä. Paikallisilla polttoaineilla vahvistetaan energian toimitusvarmuutta, hintavakautta ja edullisuutta. Kotimaisten polttoaineiden käytöllä on myös merkittävä työllistävä vaikutus, ja samalla eurot jäävät kotimaahan ja maakuntaan.

Aurinkoenergia

Suomen oloissa auringosta saadaan energiaa niin paljon, että sitä voidaan ja sitä kannattaa hyödyntää. Auringosta saatava energia ja lämpö on ilmaista, ja se syntyy lähes ilman hiilidioksidipäästöjä. Vaikka auringon säteilyn sisältämä energiamäärä on huomattavan suuri, siitä voidaan käytännössä hyödyntää vain pieni osa. Aurinkoenergian käyttöä rajoittavat aurinkosähkön kustannukset, aurinkolämmön käyttökohteiden lukumäärä ja säteilyn vuodenaikavaihtelut. (Energiateollisuus 2011.)

Yksinään auringosta saatava lämpöenergia ei yleensä riitä lämmitämään rakennuksia, mutta sitä voidaan käyttää yhdessä jonkin toisen lämmitysmuodon kanssa, kuten esimerkiksi öljylämmityksen. Tällä tavalla pystytään vähentämään päästöjä ja alentamaan lämmityksen kokonaiskustannuksia sekä vähentämään fossiilisten polttoaineiden kulutusta. Sekä sähkön että lämmön tuotantoon tarvittavien laitteiden valmistuksessa käytetään usein kierrätyskelpoisia materiaaleja, kuten kuparia tai alumiinia. Laitteet ovat yleensä pitkäikäisiä, eivätkä ne juuri tarvitse huoltoa. (Auringosta lämpöä ja sähköä 2009, 2–9.)

Tähän asti aurinkoenergiaa on käytetty lähinnä omakotitalojen ja kesämökkien energialähteenä, mutta tulevaisuudessa sitä pystytään hyödyntämään entistä enemmän teknologian kehittyessä. Esimerkiksi talon ulkoseinä voi muuttua energiaa tuottavaksi osaksi ja parvekkeen kaide voi olla erinomainen aurinkopaneelin paikka. Aurinkoenergiatekniikka kehittyy koko ajan, ja sitä pystytään hyödyntämään enemmän ja tehokkaammin. Esimerkiksi aurinkopaneeleja on alettu käyttää toimistorakennuksissa varjostimina auringon häikäisyn estämiseksi. Uudenlainen tekniikka mahdollistaa myös lasin korvaamisen aurinkopaneeleilla ilman esteettisiä haittoja, ja nykyään paneelien tekniikka voidaan piilottaa pois näkyvistä, jolloin lopputulos näyttää lähes samalta kuin lasia käytettäessä. Tulevaisuudessa tätä tekniikkaa voitaisiin mahdollisesti hyödyntää Paviljongissa, sillä rakennuksessa on paljon lasipintaa, joka voitaisiin korvata aurinkopaneeleilla. Vaikka aurinkoenergiatekniikka on nyt käytössä lähinnä vain pientaloissa ja muissa pienissä rakennuksissa, voi se tekniikan kehittyessä olla tulevaisuudessa yksi merkittävä uusiutuvan energian lähde. Aurinkoenergian hyödyntäminen voi olla kannattava ratkaisu myös julkisissa ja toimistorakennuksissa, joissa kalliita pintamateriaaleja voidaan korvata aurinkopaneeleilla tai -keräimillä. Aurinkoenergian avulla kuluttaja voi vähentää fossiilisten polttoaineiden käyttöä ja alentaa energiakustannuksiaan. (Auringosta lämpöä ja sähköä 2009, 15.)

Tuulienergia

Tuulen liike-energiaa voidaan muuttaa pyörimisliikkeeksi ja edelleen sähköksi generaattorissa. Tuulta syntyy, kun ilma liikkuu ilmamassojen lämpötila- ja paine-erojen seurauksena. Suomessa on runsaasti tuulivoiman tuotantoon sopivia alueita, ja tuulivoimakapasiteettia olisikin mahdollista lisätä merkittävästi nykyisestä. Tällä hetkellä maamme tuulivoimat tuottavat noin 0,4 % Suomessa kulutetusta sähköstä. Energiategorisuuden vision mukaan vuonna 2050 tuulivoimalla voitaisiin kattaa noin 10–15 % sähkön tuotannosta. Suomen sääolot asettavat omat haasteensa tuulivoimaloiden toiminnalle, sillä kylmät ja jäiset olosuhteet vaativat omanlaisiaan teknisiä ratkaisuja erityisesti merelle rakennettaessa. (Energiategorisuus 2011.)

Tuulivoima on uusiutuvaa energiaa, eikä sen tuotannossa synny päästöjä ilmaan, veteen tai maahan. Tuulivoiman suurin ympäristövaikeutus on lähinnä maisemallinen. Erityisesti suuret voimat poikkeavat

muodoltaan muunlaisista rakennuksista ja erottuvat siksi usein liian hyvin maisemasta. Toisena haittana on voimaloiden tuottama melusaaste. Tuulivoimalat voivat myös vaikuttaa lintujen elämään joko siten, että linnut törmäävät roottorin lapoihin tai siten, että ne muuttavat käyttäytymistään ja pesimistään tuulivoimalan läheisyydessä. (Energiateollisuus 2011.)

Tuulivoiman tuotannon vaihdellessa sähköverkon vakaus on hoidettava säätämällä muiden voimalaitosten tehoa, mutta tulevaisuuden älykkäät sähköverkot tarjoavat mahdollisuuksia tuulivoiman huomattavallekin lisärakentamiselle. (Energiateollisuus 2011.) Tuulienergian osuus koko energian tuotannosta on vielä pieni, mutta teknologian kehittyessä määrä tulee varmasti kasvamaan. Kokonaan tuulivoimalla tapahtuva energian tuotanto voi siis tulevaisuudessa olla mahdollista. Tällä hetkellä tuulivoimaa voidaan käyttää vain yhdessä toisen energialähteen kanssa.

Vesivoima

Uusiutuvista energialähteistä vesivoiman osuus on toiseksi suurin bioenergian jälkeen. Vuonna 2008 vesivoiman osuus Suomen koko energian tuotannosta oli noin 4 %, ja sähkön tuotannossa vesivoiman osuus on vaihdellut 10–15%:n välillä sen mukaan, millainen vesivuosi on ollut. Vesivoima on merkittävin uusiutuvan sähkön tuotantomuoto Suomessa. Vesivoimalaitoksissa tuotetaan energiaa hyödyntämällä kahden eri vesitason välistä korkeuseroa, jolloin vesi virtaa alas turbiinin kautta ja turbiini pyörittää generaattoria, joka muuntaa veden energian sähköksi. Suomessa on yli 200 vesivoimalaitosta ja mahdollisuuksia lisärakentamiseen on yhä, vaikka suurimmat kohteet onkin jo pääasiassa rakennettu. Kokonaan uuden vesivoiman merkittävä lisärakentaminen onkin epätodennäköistä myös ympäristönsuojelullisista syistä. Kiristyvät ilmastotavoitteet tukevat kuitenkin vesivoiman käyttöä. Hyödyllisintä on vesivoimakapasiteetin lisäys nykyisten laitosten peruskorjauksella, jolloin pääkoneistoja voidaan suurentaa. Tuotantokustannuksiltaan vesivoimalat ovat edullisia pitkän käyttöikänsä ansiosta, sillä kun vanhojen voimalaitosten pääomakustannukset on hoidettu, tarvitsee huolehtia vain käyttö- ja huoltokuluista. (Motiva 2011; Energiateollisuus 2011.)

Vesivoiman yksi etu on, että vettä voidaan varastoida suuriin varastoaltilaisiin ja käyttää sitä sähkön kulutuksen ollessa huipussaan. Silti vesivoimatuotanto on riippuvainen säästä, joten vähäsaateisina vuosina ja vuosina, jolloin lumen sulamisvettä kerääntyy vähän, varastoitavasta vedestä saattaa olla pulaa ja tuotanto voi vähetä. Suomessa sähkön kulutus

on suurimmillaan talvella, jolloin vettä virtaa luonnontilaisissa vesistöissä vain vähän. Vesivoimalaitoksia pystytään käynnistämään, säätelemään ja pysäyttämään muita voimalaitoksia nopeammin, mikä tehostaa sähkön tuotantoa. Laitosten toimiluvat edellyttävät, että kalakannoista ja muusta vesiympäristöstä pidetään huolta. (Energiateollisuus 2011.)

Vesivoiman vaikutukset rajoittuvat lähivesistöön, ja vesivoimasta ei aiheudu jätettä ja päästöjä ilmaan, veteen tai maaperään. Vesivoiman avulla pystytään estämään Suomessa keväisin ilmeneviä tulvia ja vähentämään niiden aiheuttamia vahinkoja. Suurimmat ympäristövaikutukset ilmenevät patojen ja säännöstelyaltaiden rakennusvaiheessa. Kun kalat eivät pääse patojen takia liikkumaan, vaikuttaa se kalakantoihin ja kalastukseen. Näitä vaikutuksia pyritään lieventämään kalaportilla ja -istutuksilla. Vesivoiman tuotannon aikaiset säännöstelystä johtuvat ympäristövaikutukset tulevat veden säännöstelystä, sillä kun veden pinnan korkeudet ja virtaamat muuttuvat, voi sillä olla vaikutuksia niin kalakantaan, virkistystoimintaan kuin ekologiaan.

Maalämpö

Maalämpö on energiataloudellista ja ympäristöystävällistä energiaa, sillä se kuluttaa sähköenergiaa vain kolmanneksen tuottamastaan lämpöenergiasta. Maalämpöjärjestelmä hyödyntää maahan, kallioon ja veteen varastoitunutta aurinkoenergiaa, jota käytetään rakennusten ja käyttöveden lämmittämiseen. Kallioon varastoitunut lämpöenergia saadaan talteen porakaivon avulla. Maasta saatu energia taltioidaan maaputkistojen avulla ja vesistöistä vesistöpumppun keruuputkien avulla. (Suomen Uusiutuva Energia Oy 2010.)

Lämpöpumppulämmitys on käyttökustannuksiltaan edullinen ja pitkäikäinen, mutta haittana maalämpöpumppujärjestelmässä ovat suhteellisen suuret perusinvestointikustannukset, ja erityisesti pientaloille järjestelmän takaisinmaksuaika on melko pitkä. Lämpöpumppujen suosio on ollut jatkuvassa nousussa, johon syynä saattaa olla ihmisten kasvava tietoisuus ja huoli ilmastonmuutoksesta. Noin 40–66% perinteisestä kotitalouden lämmöntuotannosta pystytään korvaamaan lämpöpumpuilla, mikä on melko merkittävä osuus (Motiva 2010).

Vuonna 2008 Vaasan asuntomessuilla oli hyödynnetty maalämpöä tehokkaasti, kun merenpohjan lämpövarastot otettiin ensimmäistä kertaa hyötykäyttöön. Messualueen talot saavat lämpö- ja viilennysenergiansa merenpohjasta matalaenergiaverkoston avulla. (Vaasan asuntomessut 2008.)

2.5 Energiapolitiikka tapahtuman jälkeen

Energian käytön tuloksia voidaan seurata ja mitata sekä asettaa tavoitteita tulevaisuudelle: missä voidaan vielä säästää ja millä keinoilla. Tapahtuman aiheen ja teeman mukaan kannattaa yhteistyökumppaneiksi etsiä yrityksiä, jotka tuottavat hiilidioksidivapaita tuotteita, kuten aurinkoenergialla toimivia latureita, joita osallistujat voivat käyttää. Samoin sponsoreiksi kannattaa hankkia ympäristöasioista tietoisia yrityksiä, jotka tuottavat energiatehokkaita ja ympäristöä säästäviä tuotteita. (Sustainable Event Management 2010, 84.)

Henkilöstölle tulisi järjestää riittävästi koulutusta energia-asioista, jotta jokainen työntekijä osaisi toimia työssään energiatehokkaasti. Koulutusta on oltava riittävästi, ja sen on oltava jatkuvaa, koska tekniikka kehittyy ja uusia koneita ja menetelmiä tulee jatkuvasti. Energiakoulutus pitää ottaa huomioon myös perehdytettäessä uutta työntekijää työtehtäviinsä.

ENERGIA-MUISTILISTA

- Mikäli mahdollista, vaihda energiapalvelut uusiutuvaan energiaan.
- Keskity energiatehokkuuteen.
- Tarkista ovien ja ikkunoiden tiivisteet ennen uuden lämmityskauden alkua, ja korjaa vuotokohdat heti.
- Jos tapahtumaan/messuille on odotettavissa paljon osallistujia, pienennä lämpöä ennen tapahtuman alkua.
- Vähennä ilmanvaihtoa öisin, ja säättele lämpötiloja aina tarpeen mukaan.
- Käytä energiansäästölamppuja ja led-valaisimia aina, kun mahdollista. Käytä valaistusta järkevästi ja vain, jos sitä todella tarvitaan.
- Huolehdi, että kaikki koneet ja laitteet siirtyvät automaattisesti virransäästötilaan.
- Kopioi vain välttämättömät materiaalit, ja valitse kaksipuolinen tulostus.
- Huolehdi, että laitteiden läheisyydessä on käyttö-ohjeet.
- Kannusta osallistujia energiavastuullisiin tekoihin.
- Sovi sidosryhmien kanssa yhteiset käytänteet energiatehokkaasta toiminnasta.
- Palkitse vastuullisesti toimineet sidosryhmät.
- Aseta energiankulutukseen tavoitteita, ja seuraa niiden toteutumista.
- Järjestä henkilöstölle riittävästi energiakoulutusta.

3 Materiaalit ja hankinnat

Järjestettäessä tapahtumaa vastuullisesti ovat materiaalihankinnat keskeisessä asemassa. Hankintoja tehtäessä on otettava huomioon eettiset, taloudelliset ja ympäristönäkökulmat. On syytä pohtia, voidaanko materiaaleja kenties tilata yhdessä muiden kanssa vai ovatko materiaalit vain yhtä tilaisuutta varten. Sosiaalisen vastuullisuuden mittari tapahtumaa järjestettäessä on esimerkiksi se, käytetäänkö paikkakunnan työvoimaa ja elinkeinoja sekä työllistetäänkö työttömiä henkilöitä. Kestävän kehityksen ottaminen huomioon hankinnoissa ja ympäristömerkittyjen tuotteiden valitseminen ovat tärkeitä, jotta vastuullisuus toteutuu. Hyvä lähtökohhta on arvioida kaikkien materiaalien tarpeellisuutta ja tapahtumalle tuottamaa lisäarvoa.

VIRALLISET YMPÄRISTÖMERKIT

- Pohjoismainen ympäristömerkki
- EU:n ympäristömerkki
- EU:n energiamerkki
- Viralliset luomumerkit
- Alkuperämerkit kertovat, missä maassa tuote on valmistettu.

EPÄVIRALLISET YMPÄRISTÖMERKIT

- Yritysten merkit
- Ympäristöjärjestöjen merkit, kuten Luonnonsuojeluliiton ekoenergiamerkki
- Eettiset merkit, kuten Reilun kaupan merkki
- Pakkausten hyötykäyttömerkit, kuten kierrätysmerkit
- Ulkomaiset ympäristömerkit

(Kuluttajavirasto 2011)

TAPAHTUMISSA YLEISESTI KÄYTETTÄVÄT MATERIAALIT

- Käsiohjelma, aikataulu
- Ohjelmataulut aulaan
- Osallistujaluettelot
- Lehdistötiedotteet
- Mediamainonta
- Osallistujille jaettava materiaali
- Nimineula, voi toimia myös pääsylippuna
- Liput, nimikortit pöytiin
- Esitteet, kannattaa miettiä minkä kokoinen esite on käyttökelpoinen, liian iso on hankala käsitellä ja postittaa
- Liikelahjat
- Kynät ja muistiinpanovälineet, kierrätysmateriaalista
- Sähköinen materiaali osallistujille etukäteen ja raportti nettiin tapahtuman jälkeen
- Esitteet ja päivän ohjelma tuoleille
- Kulkuluvat, pysäköintiluvat
- Tilaisuuden teemaan sopivat materiaalikassit tai kansiot osallistujille tarvittaessa
- CD-levyt, muistitikut
- Opasteet ulos ja sisälle
- Neuvontapiste ja sen somistus
- Julisteet

3.1 Tavarantoimittajien vastuullisuus

Nykyisin tarjolla on useita tavarantoimittajia, jotka valmistavat tuotteita kierrätysmateriaaleista, kuten biohajoavia puisia kyniä. Myös jaettavat tavaralahjat voivat olla kierrätysmateriaalista valmistettuja.

Yleisimmät ympäristömerkit

Helpoin tapa tunnistaa ympäristöystävälliset tuotteet, palvelut ja yritykset on kiinnittää huomiota ympäristömerkkeihin. Ympäristömerkityt tuotteet kuormittavat ympäristöä vähemmän kuin muut vastaavat tuotteet. Merkit auttavat ostopäätösten tekemisessä ja antavat puolueetonta tietoa tuotteiden ympäristövaikutuksista. Ympäristömerkin käyttöoikeuden saaneet tuotteet ovat omassa tuoteryhmässään ympäristöystävällisin vaihtoehto. Merkkejä on monia, ja niiden painotus on erilainen, kuten esimerkiksi sosiaalinen vastuu tai ympäristön säästäminen.

Vastuullisesti valmistettu paperi

Oikeilla paperivalinnoilla tapahtuman järjestäjä voi vähentää päästöjä ja jätteen määrää sekä ehkäistä luonnon monimuotoisuuden vähenemistä. Paperi valmistetaan uusiutuvista luonnonvaroista, ja jos paperi on tuotettu vastuullisesti ekologiset kriteerit huomioiden, on sillä erittäin paljon etuja verrattuna uusiutumattomilla luonnonvaroilla tuotettuun paperiin.

Maailman luonnonsäätiön (WWF) laatima opas auttaa tapahtuman järjestäjää kestävien paperivalintojen tekemisessä ja paperin käyttö- ja ostopolitiikassa. Paperioppaassa on mukana paperimittari, jolla WWF pyrkii vaikuttamaan paperimarkkinoihin siten, että ostopäätösten tärkeimpänä kriteerinä ei ole hinta. Päätökseen vaikuttavat myös eettiset asiat, kuten puun alkuperä, tehtaiden energian käyttö ja päästöt. Paperimittarilla paperin tuottaja voi pisteyttää omia papereitaan vastuullisuuden kriteereiden mukaisesti (WWF 2011).

3.2 Hankintojen ja tuotteiden elinkaari

Tapahtuman järjestämisessä on huomioitava, että tilaisuutta varten hankittava materiaali vastaa tarkoitustaan. Hankintojen tarpeellisuus ja jatkokäyttömahdollisuus tulevissa tapahtumissa on syytä selvittää etukäteen. Tapahtuman järjestäjä voi pohtia, voidaanko hankintoja tehdä

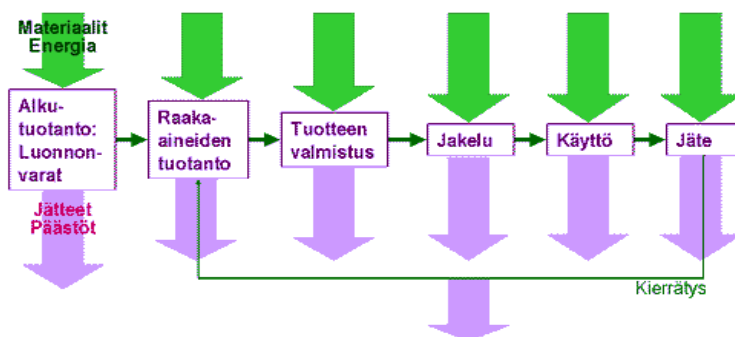
yhteistyössä muiden kanssa, vai ovatko tarvikkeet pelkästään yhtä tilaisuutta varten.

Tilaisuuden järjestäjä voi päättää, käytetäänkö paikallisia toimittajia vai otetaanko tuotteet tarjouskilpailun perusteella. Tarjouspyyntöihin pitää sisällyttää kestävä kehitys näkökulma ja ympäristömerkityt tuotteet.

Tapahtumassa työskentelevät henkilöt on perehdytettävä ympäristömerkittyihin tuotteisiin ja kierrättämiseen. Kestävä kehitys ja eettisyys on otettava huomioon tapahtuman kaikissa vaiheissa.

Hankintoja tehdessä on hyvä miettiä tuotteen elinkaarta aina tuotteen valmistuksesta, käytöstä ja loppusijoituspaikasta alkaen (Kuvio 1). Elinkaareen vaikuttavia tekijöitä ovat mm. tuotteen valmistuksessa käytetty energia ja materiaalit, tuotteen käyttö koko sen olemassaolon aikana sekä siitä aiheutuvat ympäristövaikutukset ja tuotteen käytöstä syntyvä jäte. Osa yleisötapahtumien ympäristövaikutuksista syntyy epäsuorasti hankintojen kautta. Hankittavien tuotteiden ja materiaalien ympäristövaikutukset syntyvät raaka-aineen hankinnan, tuotteen valmistuksen, käytön, hävittämisen ja kierrätyksen aikana. Nämä vaikutukset ovat järjestettävän tapahtuman kannalta epäsuoria ympäristövaikutuksia.

Tuotteen elinkaari



KUVIO 1. Tuotteen elinkaari (Suomalainen tiedekeskus Heureka 2011)

Niin sanottujen vihreiden hankintojen vaikutuksesta kasvihuonekaasupäästöihin on tehty Euroopan Unionin toimesta tutkimus vuonna 2009. Tutkimustuloksissa todettiin, että hankintaorganisaatio voi vähentää kasvihuonepäästöjään 25 % sisällyttämällä ympäristönäkökulman hankintoihin (Finland Convention Bureau 2011).

Paperituotteiden ja kalusteiden kuormittavuus ja elinkaari

Paperin CO₂-päästöjen laskenta poikkeaa sähkön, lämmön ja liikenteen laskentatavasta. Paperin hiilidioksidipäästöt määritellään sen koko elinkaaren aikaisen energian kulutuksen perusteella. Paperin elinkaareen kuuluvat muun muassa puun korjuu, massan ja paperin tuotanto, energian tuotanto, kuljetukset sekä loppukäyttö (WWF 2011).

Kalusteiden CO₂-päästöt lasketaan niiden koko elinkaaren aikaisen energian kulutuksen perusteella. Kalusteiden elinkaareen kuuluvat muun muassa raaka-aineiden hankinta, jalostus, tuotantoon tarvittava energia, kalusteiden käyttö ja loppusijoitus.

Paperinen vai sähköinen lasku

Itella Informationin tutkimuksen mukaan sähköisen laskun hiilidioksidipäästöt ovat vähentyneet huomattavasti vuosien 2008 ja 2010 välillä. Uusimmassa tutkimuksessa sähköisen laskun hiilijalanjälki on keskimäärin viisi grammaa ja paperisen laskun noin 50 grammaa. Vuonna 2008 sähköisen laskun hiilijalanjälki oli vielä 30 grammaa. Paperilaskun hiilijalanjälki on pysynyt suunnilleen samana (Itella 2011).

3.3 Hankintojen kilpailuttaminen

Hankintojen kilpailuttamisessa on muistettava eettiset periaatteet, kuten tavarantoimittajan sitoutuminen kestäväan kehitykseen, toiminnan läpinäkyvyys ja toimittajan käyttämä työvoima. Vastuullista tapahtumaa järjestettäessä on mahdollista käyttää paikallista työvoimaa, opiskelijoita tai työttömiä. Järjestäjä voi käyttää myös esimerkiksi talkooväkeä, paikallisia oppilaitoksia, partiolaisia tai Martta-järjestöä.

Hankintoja tehdessä on selvitettävä hankintojen vaikutus ympäristölle ja yhteiskunnalle. Tapahtuman järjestäjä voi vaikuttaa vastuullisuuden toteutumiseen hankinnoissa mm. määrittelemällä tarjouspyyntöön kriteerit esimerkiksi laadulle, ympäristövaikutuksille ja sosiaalisen vastuun toteutumiselle (UPM 2011).

Messurakentajat

Suomessa on useita ammattimaisia messujärjestäjiä, joilta tapahtuman järjestäjä voi tilata näyttelyiden ja kongressien pystytys- ja purkutöitä.

Messurakentajilta voidaan tilata muun muassa suunnittelupalveluita, vuokrata näyttelyrakenteita ja kalusteita, valaisimia, opasteita ja telineitä. Messurakentajilta on mahdollista hankkia mainosmateriaalia, somistustöitä, logoja, teippauksia, kuva- ja tekstitauluja, jättikuvia, mainoskylttejä ja valokaappeja (Aarrejärvi 2003, 27–28).

Tapahtuman järjestäjä voi varata kaiken helposti Suomen Messujen kautta, mutta kannattaa miettiä, voidaanko ensisijaisesti käyttää paikallisia työntekijöitä. Alan yrittäjien yhteystiedot löytyvät osoitteesta www.finnexpo.fi (Suomen Messut, 22–23).

Kokoustilojen koristelulla voidaan osallistujille kertoa kokouksen arvoista ja teemasta. Esitteiden ja somistuksen ulkoinen tyyli tukee tavoitellun mielikuvan syntymistä. Kokouksen teemaan liittyvät somistukset palauttavat myöhemmin osallistujien mieleen kokouksen tavoitteet miellyttävällä tavalla ja edistävät tavoitteiden toteutumista (Blinnikka & Kuha 2004, 182).

3.4 Ekologisen vastuullisuuden mittaaminen

Seuraavaksi esitellään erilaisia mittareita, joilla voidaan osoittaa muun muassa tuotteiden hiilidioksidipäästöjä ja muita ekologisuuteen vastuullisuuteen liittyviä asioita.

EKOLOGISEN VASTUULLISUUDEN MITTAREITA

- Elinkaarianalyysi: raaka-ainehankinnat, kuljetukset, tuotteen valmistus, jakelu, käyttö, jätteiden käsittely
- Hiilijalanjälki
- Ekologinen selkäreppu
- MI: Materiaalipanos (tuotteen oma paino + ekologinen selkäreppu)
- MIPS: Materiaalipanos/yhteenlasketut palvelusuoritteet
- Energialaskurit ja vedenkulutus
- LCA: elinkaaritutkimus

MATERIAALIT JA HANKINNAT -MUISTILISTA

- Vastuullisuus ja ekologisin vaihtoehto
- Julisteilla täytyy olla yhtenäinen ilme muiden painotuotteiden kanssa, visuaalinen tunnistettavuus.
- Kiinnitä huomio julisteen materiaalin ympäristöystävällisyyteen.

- Varmista, ettei paperivalintasi kiihdytä ilmastonmuutosta.
- Suosi sertifioituja papereita.
- Käytä valkaisuamatonta tai klooritonta paperia.
- Tarkista ympäristömerkit (<http://www.ymparistomerkki.fi/joutsentuotteet/>).
- Tavarantoimittajille voidaan asettaa kriteereitä yhteiskunnan ja ympäristön kannalta vastuullisesta toiminnasta.
- Käytä mahdollisuuksien mukaan paikallisia toimittajia ja henkilökuntaa.

- Tarkista, millaisia tulkkauspalveluita tarvitaan.
- Tarkista, onko kongressipaikalla tulkkauskopit, tarvittavat tekniset valmiudet ja kalusteet.
- Tarkista, onko kongressipaikalla tarvittavat tekniset valmiudet.
- Selvitä, mitä tilavuokriin sisältyy.

- Ammattimaisten messurakentajien palvelut
- Vuokrausmahdollisuus ostojen sijaan
- Yhteistyö

4 Logistiikan ja vastuullisen toiminnan yhteys

4.1 Tapahtuman kuljetukset

Liikenne on usein suurin hiilidioksidipäästöjen aiheuttaja tapahtumissa. Tavaroiden, elintarvikkeiden ja ennen kaikkea osallistujien liikkuminen on tapahtuman kannalta elintärkeää, joten lähtökohtana päästöjen vähentämiselle voidaan pitää hyvää suunnittelua. Sillä voidaan vaikuttaa muun muassa siihen, kuinka pitkiä kuljetuksia ja millaisia kuljetusmuotoja käytetään. Kuljetusten yhtenäistäminen ja lähituotteet vähentävät rahdin hiilidioksidipäästöjä. Yksityisautoilua voidaan ohjata julkisen liikenteen piiriin kokonaisvaltaisen suunnittelun avulla (Sustainable Event Management 2010, 139).

Suunnittelussa täytyy ottaa huomioon tapahtumapaikan sijainti ja tapahtuman luonne sekä tuntea osallistajat, jotka saapuvat tapahtumaan. Erilaiset osallistajat ovat tottuneet käyttämään erilaisia kulkuvälineitä, minkä vuoksi täytyy osata tunnistaa keinot, joilla kyseessä olevan tapahtuman osallistajat saadaan vähentämään hiilidioksidipäästöjä (Sustainable event management 2010, 139–140).

Osallistajat ovat ehkä tottuneet oman auton käyttöön. Heidän odotuksensa ovat korkealla, joten laadusta ei voida tinkiä. Onkin löydettävä keinot, joilla liikenteen kuormittavuutta saadaan vähennettyä ilman, että mukavuus ja laatu kärsivät.

Tapahtuman osallistajat eivät välttämättä ole valmiita poistumaan mukavuusalueeltaan vastuullisuuden tähden. Myöskään pakotteita ei voi käyttää, joten vastuulliselle vaihtoehdolle täytyy löytää mielekäs lisäarvo, jonka avulla osallistajat saavat hyötyä ja samalla mm. ympäristön kuormittavuus pienenee.

4.2 Osallistujien liikkuminen

Osallistujien liikkuminen on yleensä suurin hiilidioksidipäästöjen tuottaja tapahtumissa. Lentoliikenteen jälkeen yksityisautoilu on kestävämmän tapa saapua tapahtumaan. Tapahtuman järjestäjä voi ohjailta liikennemääriä haluamaansa suuntaan maksuilla tai helpotuksilla. Tärkeintä on,

että tapahtumaan saapuvissa kyydeissä ei ole tyhjiä paikkoja (Sustainable Event Management 2010, 139–140).

Kävely ja pyöräily hyvää oloa tuottamassa

Mikäli tapahtumapaikka on lyhyen matkan päässä juna- tai linja-autostasemasta, se on hyvä tehdä osallistujille selväksi, jottei ylimääräisiä taksimatkoja synny pelkän tietämättömyyden takia. Tietämättömyys on helposti poistettavissa hyvien opasteiden ja etukäteen osallistujille lähetettyjen ohjeiden avulla. Opasteiden lisäksi asemalla tai saapumispaikoilla voi olla esim. ammattikorkeakoulun tai yliopiston opiskelijoita opastamassa osallistujia ja vastaamassa kysymyksiin. Se edellyttää, että opiskelijat osallistetaan myös muuten kyseiseen tapahtumaan. Se tuo esille järjestäjän vastuullisuutta.

Kävelijöitä voidaan kannustaa kertomalla kävelyn terveysvaikutuksia asiaankuuluvalla ja hausalla tavalla, kuten: Jos kävelee tapahtumapaikalle ja takaisin, kuluttaa x-määrän kcal:ita, mikä vastaa x-määrää suklaata. Kyseinen kannustava ja konkreettinen informointi on käytössä Helsingin seudun liikenteen reittioppaassa, jossa kävelty matka ilmoitetaan kulutettuina suklaapaloina. Samassa taulukossa näkyy vastaavan matkan kuormittavuus kuljettaessa junalla, bussilla tai autolla (Helsingin seudun liikenne 2011).

Yksityisautoilu

Tapahtumaa suunnitellessa täytyy miettiä, halutaanko oman auton käytöstä ”sakottaa”, esimerkiksi parkkimaksujen tai vähäisten parkkipaikkojen avulla, vai kannustetaanko autoilijoita käyttämään julkisia kuluvälineitä tai saapumaan kimppekyydein. Autoilun rajoittamisesta voi tehdä myös haasteen osallistujille: Jokainen, joka jättää autonsa kotiin ja tulee sen sijaan kimppekyydillä tai julkisella kuljetuksella, ilmoittaa pois jääneet autoilukilometrit järjestäjälle. Tapahtuman jälkeen voidaan kaikkien osallistuneiden pois jääneet kilometrit laskea yhteen ja katsoa, paljonko hiilidioksidipäästöjä saatiin vähennettyä. Pelkät numerot eivät ehkä riitä, vaan tuloksia on hyvä verrata johonkin konkreettiseen asiaan (Sustainable Event Management 2010, 154–155).

Autoilusta syyllistämisen ei kuitenkaan ole aina oikea keino, sillä tapahtuman luonteeseen sopii usein paremmin kannustaminen ja havainnollistaminen. Osallistujat ovat kenties maksaneet lipustaan paljon

ja odotukset ovat korkealla. Jos parkkipaikkoja rajoitetaan ja maksuja lisätään, osallistujien odotuksia ei voi täyttää, saati ylittää.

Verkostoituminen matkan aikana

Kimppakyyti on ulkomailla suosittu tapa saapua live-tapahtumiin. Tapahtuman järjestäjät kannustavat osallistujia kimppakyyteihin, mutta lisäksi kannustimena on kulujen jakaminen. Live-tapahtumiin kimppakyydeillä saapuminen aloittaa tapahtumaan valmistautumisen jo automatkalla. Auton jakaminen ei ole osallistujille pakollinen taakka vaan hauska tapa virittäytyä tunnelmaan. Autot koristellaan ja ikkunoihin kiinnitetään kylttejä. Auton jakaminen on siis ennen kaikkea mukavaa (Sustainable Event Management 2010, 156).

Koska yksi tapahtumien tarkoituksista on verkostoituminen, voi sen liittää myös kimppakyytiin. Esimerkiksi sosiaaliseen mediaan luotu kimppakyytisivu ohjaa halukkaita osallistujia yhteiselle matkalle verkostoitumisen kautta. Tällainen yleinen kimppakyytisivu löytyy sähköisestä mediasta, mutta yleensä tapahtumille laaditaan joka tapauksessa oma internetsivu. Eri yritysten edustajat voisivat jättää sivustolle lähtöpaikkansa, kulkureittinsä ja autossa olevien vapaiden paikkojen määrän. Kiinnostuneet toisten organisaatioiden edustajat voivat sitten kysyä paikkaa autossa. Perille saavuttaessa kimppakyytiläisten täydet autot voitaisiin palkita parhailla autopaikoilla. Kimppakyydin etuja osallistujalle olisivat verkostoituminen, matkakulujen pieneminen ja parempi parkkipaikka perille saavuttaessa.

Riskinä kimppakyytimallin onnistumiselle on osallistujien negatiivinen suhtautuminen kimppakyytiin. On helpompi lähteä ajelemaan yksin kuin sopia kyyti jonkun vieraan osallistujan kanssa. Siksi onkin tärkeää tehdä kimppakyydistä myyvä kokonaisuus, johon osallistuminen on helppoa ja jonka avulla voi luoda uusia suhteita. Jos mukaan saadaan muutama suuren yrityksen edustaja, on todennäköistä, että myös muut tulevat mukaan. Siksi ennen kimppakyytimahdollisuuden julkistamista on hyvä olla yhteydessä yrityksiin ja kerätä mukaan muutama esimerkkiyritys. Sen jälkeen pienemmät toimijat tulevat mukaan ja kimppakyytimalli alkaa toimia kyydin tarjoajien ehdoilla.

ESIMERKKI KÄYTÄNNÖN TOIMINTAMALLISTA

- Yritys ilmoittaa vapaat paikat autossa.
- Kiinnostunut osallistuja kysyy paikkaa autossa sähköisesti (sähköposti tai facebookissa viestintä).
- Tarjoaja ilmoittaa vapaasta paikasta.
- Kyytiläinen ottaa yhteyttä puhelimitse ja sopii käytännön seikoista.
- Tarjoaja ilmoittaa sivustolle uuden paikkamäärän ja ehkä lisäksi, minkä yrityksen edustajia autossa on.

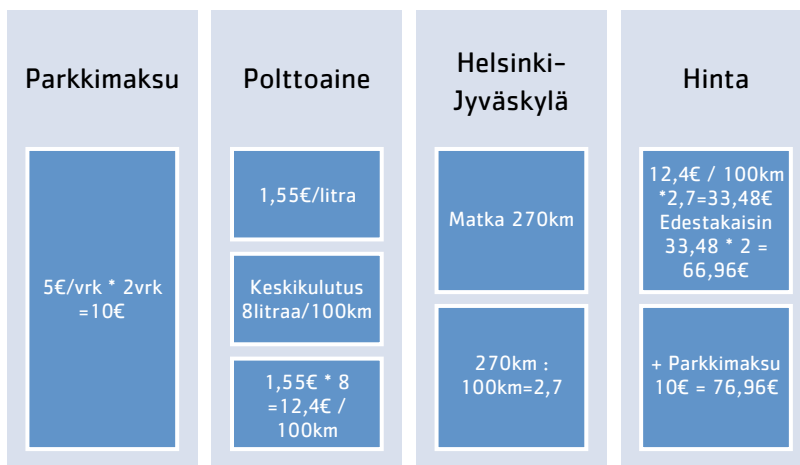
Julkinen liikenne

Yleinen keskustelu on saanut ihmiset tietoisiksi liikenteen aiheuttamien päästöjen ympäristöhaitoista, ja moni haluaakin vähentää yksityisautoilua. Suomessa junaliikenne lasketaan päästöttömäksi, sillä VR:n sähköjunat kulkevat täysin vesisähköllä (VR 2011).

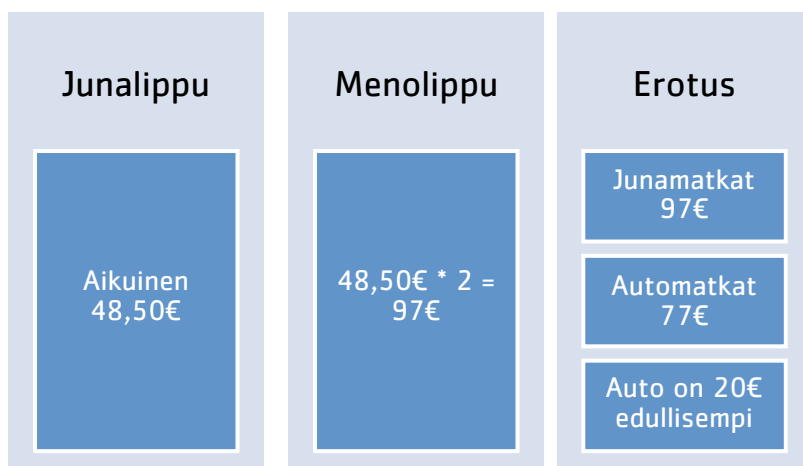
VR:n nettisivuilla on päästölaskuri, jonka avulla voi vertailla eri liikennemuotojen kuormittavuutta. Laskurin antamat tiedot autojen ja lentokoneen kuormittavuudesta pohjautuvat VTT:n Lipasto-laskentajärjestelmän tietoihin yhdistettynä tiehallinnon ja Finavian etäisyyslaskureiden tietoihin. Laskurin mukaan matka Helsingistä Jyväskylään tuottaa henkilöautolla 25 kg hiilidioksidipäästöjä, kun taas bussi tuottaa 14 kg ja juna 0 kg. Lentokone tuottaa päästöjä 44 kg. (VR 2011; Lipasto liikenteen päästöt 2009.) Tässä vaiheessa on syytä muistaa, että hiilidioksidin mittaamiseen laaditut päästölaskurit ja niiden tulokset eroavat paljoltikin toisistaan. Yleinen sääntö kuitenkin on, että joukkoliikenne (paitsi lentoliikenne) kuluttaa vähemmän kuin yksityisautoilu.

Jotta osallistujat saadaan käyttämään julkisia liikennevälineitä, täytyy niiden käytöstä tehdä helpompaa ja houkuttelevampaa kuin henkilöautolla liikkumisesta. Julkisilla liikennevälineillä täytyy päästä vähintään yhtä lähelle määränpäättä kuin autolla. Aikataulujen täytyy täsmätä tapahtuman aikataulujen kanssa, ja matka-ajan täytyy olla kohtuullinen. Esimerkiksi junaa voi mainostaa sen rentoudella omaan autoon verrattuna, ja junalla matkustaville voidaan tarjota orientoitumista viikonlopun tapahtumaan vaikkapa sähköisen materiaalin avulla. Juna tai bussi saattaa olla kalliimpi vaihtoehto kuin auto. Siksi matkalipun ja tapahtumalipun

yhdistäminen niin, että tapahtumalipun avulla saisi alennusta matkalipusta, saattaa houkuttaa osallistujia käyttämään julkisia kulkuvälineitä.



KUVIO 2. Esimerkkihinnat Jyväskylässä järjestetystä seminaarista vuonna 2011



KUVIO 3. Lippujen hinnat matkalla Helsinki-Jyväskylä vuonna 2011

Sopivat julkisen liikenteen aikataulut on hyvä tuoda esiin tapahtuman käsiohjelmassa. Itse tapahtumassa julkisen liikenteen aikataulut voivat olla esillä näyttöruuduilla eteisessä ja aulassa. Mikäli julkisen liikenteen suosittelu tehoaa ja suurin osa osallistujista tulee paikalle julkisilla kuluvälineillä, täytyy niiden kapasiteetti varmistaa.

Järjestetyn kyydin etu osallistujalle

Yhteiskuljetus on tapahtuman järjestäjän tarjoama vaihtoehto julkisen liikenteen vakiovuoroille. Yhteiskuljetuksen etuna julkiseen liikenteeseen ovat nopeus, edullisuus ja helppous. Jos osallistujat varaavat esimerkiksi bussista paikat etukäteen, ei kuljetuksen tarvitse kiertää kaikkia pysäkkejä ja matka taittuu nopeammin. Tilausbussi pystyy jättämään osallistujat mahdollisimman lähelle tapahtumaa, eikä osallistujien tarvitse kävellä.

Yhteiskuljetusten järjestäminen osallistujille heidän poistuessaan tapahtumasta, esimerkiksi lentokentälle, osoittaa sidosryhmävastuullisuutta. Kaikkien osallistujien ei tarvitse tilata erikseen taksia lentokentälle, jos tapahtuman järjestäjä tilaa paikalle pikkubussin tilaisuuden päätyttyä. Järjestäjän tilaama ajoneuvo voi olla tavallinen tilataksi, jonka kanssa tehdään sopimus matkasta etukäteen. Näin osallistujat matkustavat edullisemmin ja voivat jatkaa tapahtumasta keskustelua autossa.

Lentoliikenne

Yritysten ja eri toimijoiden verkostoituminen maailman laajuisesti on saanut aikaan sen, että lentoliikenne on kasvanut voimakkaasti. Koska lentoliikenne kuormittaa ympäristöä, pitäisi sen käyttöä vähentää. Pitkillä matkoilla lentäminen on välttämätöntä, mutta lyhyillä matkoilla, kuten Suomessa, sitä perustellaan ajan säästöllä.

Lentokoneiden tekniikkaa on pyritty kehittämään energiatehokkaammaksi ja polttoaineita luontoa säästävemmiksi, mutta ympäristön kannalta olisi parasta olla lentämättä ollenkaan. Lentämisen tarvetta voidaan vähentää videoneuvotteluiden ja videoitujen puheiden avulla, mutta se ei tietenkään ole sama asia kuin olla itse paikalla kuuntelemassa esiintyjää. Jos kyse on helposti järjestettävästä tapahtumasta, voidaan järjestää sama tapahtuma eri paikoissa, jolloin tapahtuma menee osallistujien luo eikä toisinpäin. (Sustainable Event Management 2010, 160.)

4.3 Kuljetusten yhteistyökumppanit

Useimmiten tapahtumiin, seminaareihin ja messuille saapuu yhteistyökumppaneita, jotka esittelevät tuotteitaan ja toimintaansa. Yhteistyökumppaneille on hyvä kertoa vaihtoehdot kuljetusmuodoista etukäteen ja miettiä, toimitetaanko esimerkiksi ständit järjestäjän puolesta keskitetysti vai tuoko jokainen omansa. Yhteistyökumppaneiden työtä helpottaa, jos ständit ovat valmiina. Se myös vähentää kuljetusten tarvetta.

Hybridiautojen käyttö tapahtumassa on hyvä keino tuoda esille tapahtuman järjestäjän vastuullisuutta ja vähentää päästöjä. Osa takseista on jo nykyään hybridiautoja, joten tapahtuman järjestäjä voi yrittää tehdä sopimuksen taksien kanssa siitä, että ruuhkahuippuja purkamaan tulee ensisijaisesti hybridiautoja. Järjestäjän täytyy arvioida, onko se ylipäättään järkevää ja kannattavaa, sillä toiminnalla vaikutetaan lähinnä mielikuviin.

Tavarankuljetus

Rahdin tuottamia hiilidioksidipäästöjä saadaan vähennettyä hyvällä suunnittelulla. Huomioon otettavia asioita ovat muun muassa vastuullisten kuljetusyriyten käyttö, kuljetuskilometrien vähentäminen ja yhteistyöverkostojen kannustaminen vastuullisten kuljetusmuotojen käyttöön. (Sustainable event management 2010, 142.)

Yhteistyökumppaneilla on usein omat sopimukset kuljetuksille, eikä tapahtuman järjestäjä voi suoraan vaikuttaa niihin. Sen sijaan järjestäjä voi vaikuttaa lähituotteiden käyttöön, joka lyhentää kuljetusmatkoja. Esimerkki paikallisesta yhteistyökumppanista Jyväskylässä on Kopijyvä, joka toimittaa painotuotteita tietyn tapahtuman tarpeisiin. Kopijyvä käyttää toimituksissaan ekodieselautoja, jotka ovat ekologisempi vaihtoehto tavallisille jakelautoille. (Sustainable event management 2010, 142–143; Kopijyvä 2011.)

Kuljetusyriykset pyrkivät energiatehokkuuteen tuottavuuden nimissä. Polttoainekustannukset ovat kuljetusyriyksille merkittävä kuluerä, joten niihin kiinnitetään huomiota muun muassa kuljettajia kouluttamalla ja järjestämällä kilpailuja kuljettajien kesken. Myös EU:n lait ja vapaaehtoiset ympäristöjärjestelmät, kuten ISO14001, asettavat vaatimuksia kuljetusyriyksille. Kaikki suuret kuljetusyriykset, kuten VR, Transpoint, Kiitolinja (osa DB Schenkeriä), Ahola Transpoint ja Nurminen Logistics, käyttävät vapaaehtoisia ympäristösertifikaatteja, jotka auttavat orga-

nisaatioita muun muassa parantamaan ympäristönsuojelunsa tasoa. (SFS – Ympäristöjärjestelmä 2011.)

Kuljetusyrittäjä kannattaa tietenkin valita tarpeen mukaan, sillä suuret kuljetusyrittäjät voivat tarjota maantierahdin lisäksi lento-, laiva- ja rautatiekuljetuksia ympäri Eurooppaa. Jos joitain laitteita ja rakenteita ei ole Suomessa, täytyy ne tuoda ulkomailta. Tällöin sama luotettavaksi ja vastuulliseksi havaittu yritys voi kuljettaa rahdin ilman välikäsiä.

Pieniä paikallisia kuljetusyrittäjiä kannattaa käyttää lyhyillä matkoilla. Näin vältetään tavaraturhalta välivarastoinnista suuriin kuljetusvarastoihin, joista jakeluautot hakevat ne eteenpäin. Koska on vastuullista käyttää paikallisia tavarantoimittajia, niille on hyvä hankkia myös paikalliset kuljetusyrittäjät. Näin saadaan aikaan räätälöidyt paketit, joissa ei ole turhia kuljetuskilometrejä. Riskinä tavaroiden kuljetusta suunniteltaessa on se, ettei tapahtuman järjestäjä voi vaikuttaa siihen, miten tavarat toimitetaan.

LOGISTIIKKA-MUISTILISTA

- Tee osallistujaprofiili ja selvitä, mikä on mahdollisesti suosituin kulkumuoto.
- Mieti, sopiiko autoilusta sakottaminen tapahtuman luonteeseen vai onko parempi kannustaa joukkoliikenteen käyttöön.
- Tuo esille kimppakyydin verkostoitumisnäkökulma.
- Palkitse täydellä autolla saapuvat parhailla parkkipaikoilla.
- Tuo julkisten kulkuneuvojen aikataulut hyvin esille.
- Tuo esille joukkoliikenteen helppous (ei ruuhkia, ei väsyneenä ajamista).
- Käytä vastuullisia kuljetusyrittäjiä.

5 Ruokapalvelut tapahtuman aikana

Koska tapahtumatuotannossa ruokapalvelut ovat yleensä ulkoistettu, vastuullinen ja kestävä palvelu voi olla vaikeaa. Seuraavassa on pohdittu tärkeimpiä huomioita otettavia asioita vastuullisen tapahtuman järjestämisessä.

5.1 Vastuullisuuden osa-alueet ruokapalveluissa

Tässä julkaisussa pääpaino on ekologisessa vastuullisuudessa, mutta muutkin osa-alueet otetaan huomioon. Tässä luvussa vastuullisuuden osa-alueita pohditaan ruokatuotannon, ruoan hankinnan ja muiden ruokaan liittyvien tekijöiden kannalta.

Taloudellinen vastuullisuus ruokatuotannossa näkyy mm. eettisinä kilpailutuksina, läpinäkyvänä sidosryhmädialogina ja kestävinä asiakkuussuhteina. Sosiaaliseen vastuullisuuteen kuuluvat Reilun kaupan periaatteet: suosi Reilun kaupan tuotteita, tue paikallista työllisyyttä ja tuotantoa, valitse kotimaista ja tue omavaraisuuden säilymistä. Kulttuuriseen vastuullisuuteen kuuluvat perinteisen ruoka- ja tapakulttuurin vaaliminen ja elävöittäminen, perinnekasvien kasvattaminen ja perinneruokien valmistaminen. Hyvänä esimerkkinä mainittakoon eri vuodenaikojen sesonkituotteiden käyttö. Ekologiseen vastuullisuuteen kuuluvat lähistöllä tuotetun ympäristöystävällisen luomuruoan suosiminen, pakkauksien ja kuljetusten minimointi, kompostointi ja lajittelu sekä jätteiden kierrätys.

5.2 Luomutuotanto

Luomutuotannolla tarkoitetaan sellaista tapaa tuottaa eläinperäistä ravintoa, viljelykasveja ja tekstiilikuituja, jossa säästetään ympäristöä ja vältetään haitallisia aineita. Esimerkiksi keinotekoisien lannoitteiden ja kemiallisten torjunta-aineiden sijasta käytetään vuoroviljelyä ja tuholaisten luonnollisia saalistajia. Luomuviljelyn perusperiaatteita ovat terveys, ekologisuus, kohtuullisuus ja huolenpito. Näiden periaatteiden tarkoituksena on, että luomutuotanto suojelee niin luontoa, pieneliöitä kuin ihmistäkin (Hough 2007, 35). Luomutuotteeksi voidaan kutsua

tuotetta, jonka raaka-aineista vähintään 95 % on luomutuotantoa. Maatalous vastaa 35 prosentista ihmisen aiheuttamista typpikuormituksesta ja 30 prosentista kaikesta vesistöjen fosforikuormituksesta (Kuivanen 1999, 78). Luomutuotannolla voidaan näitä määriä vähentää huomattavasti.

Luomutuotteiden käyttö

Syömällä luomutuotteita voidaan vähentää tarpeettomien lisäaineiden saantia. Luomuvalmisteissa sallitaan vain luonnosta peräisin olevat aineet, kuten sitruunahappo ja pektiini. Luomutuotannossa kielletään geneettisesti muunneltujen organismien käyttö, kuten geenisoija. Esimerkiksi C-vitamiinipitoisuudet on todettu luomuperunoissa ja -vihanneksissa korkeammiksi. Eviran 1994 tuottaman tutkimuksen mukaan kotimaiset luomuperunat, -porkkanat ja -punajuuret sisältävät huomattavasti vähemmän nitraatteja kuin tehokasvatetut vihannekset. Nitraatti voi muuntua elimistössä nitriitiksi, joka toimii karsinogeenina. Luomukasviksissa ei ole myöskään synteettisiä torjunta-aineita, lannoitteita eikä kasvinsuojeluaineiden jäämiä. Vuonna 1999 tavallisissa tuotteissa sallittiin noin 250 lisäainetta ja luomussa vain 34. (Kuivanen 1999, 82–83.)

Vastuullisessa tapahtumassa pyritään siihen, että suurin osa raaka-aineista olisi luomumerkittyjä. Esimerkiksi kananmunissa on nykyisin useita vaihtoehtoja, joten kilpailuttamalla on mahdollista saada niitä melko edullisesti. Myös kasviksissa ja lihatuotteissa on useita luomuvaihtoehtoja. Tapahtuman osallistujille kannattaa markkinoida luomuvaihtoehtojen terveellisyyttä ja puhtautta.

5.3 Lähiruoka

Lähiruoalla tarkoitetaan lähellä tuotettua, helposti jäljitettävää ja tuoretta ruokaa. Lisäaineita ja pakkaamista tarvitaan vähemmän, koska kuljetus- ja säilytysajat ovat lyhyitä. Kaukaa tuotuja ruoka-aineita, kuten banaani, appelsiini ja riisi, pyritään korvaamaan kotimaisilla vaihtoehdoilla. Myös paikallisen ruokakulttuurin säilymisen ja omavaraisuuden kannalta lähiruoan merkitys on suuri. Kuluttaja voi toimia vastuullisesti suosimalla toreja, viljelijöitä, suoramyyntipisteitä ja lähikauppoja.

Ruoan kulkema matka

Suuri osa hedelmistä, säilykkeistä sekä maito- ja lihatuotteista tulee satojen, jopa tuhansien kilometrien päästä. Tuoreutta ja ulkonäköä parannetaan usein torjunta- ja säilöntäaineilla. Supermarkettien logistiikan vuoksi peruna saattaa matkustaa monia kilometrejä pakattavaksi ja palata takaisin lähtöpaikkaan. Jos tapahtumajärjestäjänä on suuren ketjun yksikkö, tavarat toimitetaan suurien keskusvarastojen kautta. Siksi tavaroiden kulkema matka voi olla pitkä. Ruokakilometrien vähentäminen vaikuttaa polttoainemääriin. Sillä on vaikutuksia myös ihmisten ja eläinten terveyteen ja hyvinvointiin, sillä ruoan ravintopitoisuus laskee kilometrien myötä ja eläviä eläimiä kuljetetaan toisinaan maasta toiseen epämääräisissä olosuhteissa. (Hough 2007, 108.)

Vastuullista tapahtumaa järjestettäessä kannattaa suosia paikallisia tuottajia, esimerkiksi leipomoita tai kanaloita. Näin säästetään ympäristöä ja tuotteet ovat tuoreempia, puhtaampia ja maukkaampia. Voi hyödyntää paikallista leipomoa, jos se on tarpeeksi iso yritys tuottaakseen suureenkin tapahtumaan leivonnaiset ja leivät. Lähiruoan suosiminen on myös imagokysymys sekä tapahtuman järjestäjän että tapahtumamaan kannalta.

5.4 Kausiruoka

Vaikka suurella osalla vihanneksista ja marjoista satokausi ajoittuu tiettyyn vuodenaikaan, joka kuukaudelta voi löytää omat kausituotteensa. Seuraavassa esimerkkejä kunkin kuukauden kausituotteista:

Vastuullista tapahtumaa järjestettäessä kannattaa muistaa kunkin kauden tyypilliset tuotteet, koska siten voidaan säästää kustannuksia ja ympäristöä ja tuotteet ovat tuoreita. Tässä on oivallinen tilaisuus korostaa Suomi-brändiä puhtaalla ja maukaalla suomalaisella ruoalla. Ruokailtaessa on käytävä ilmi, että raaka-aineet ovat alusta loppuun puhtaasta suomalaisesta luonnosta.

TAULUKKO 1. Kausituotteet (Kuivanen 1999).	
Tammikuu	Kasviskeitot, vilja, palkokasvit, kaali, juurekset
Helmikuu	vilja, palkokasvit, idut, made
Maaliskuu	hapankaali, versot, vilja, palkokasvit, siika
Huhtikuu	lammas, lahna, ahven, kuha
Toukokuu	voikukka, nokkonen, korvasienet, lohi, hauki
Kesäkuu	vihannekset, uudet perunat, silli, tomaatti, varhaiskaali, kurkku
Heinäkuu	marjat, sienet, vihannekset
Elokuu	marjat, lummut, vihannekset
Syyskuu	sienet, kaalit, omenat, puolukat, sorsa, jänis
Lokakuu	siika, siianmäti, kuha, muikku, riistaeläimet, karpalot
Marraskuu	juurekset, hanhi, ankka, kuha, made
Joulukuu	sika, kalkkuna, lipeäkala, kuivatut hedelmät ja pähkinät

5.5 Pakkaus- ja ruokajätteet

Tapahtumissa suurimmat jätemäärät muodostuvat tyypillisesti erilaisista esitemateriaaleista ja ruokailusta. Etenkin ruokajäte aiheuttaa valtavat ympäristökuormitukset, ja siksi sen välttäminen olisi todella tärkeää.

Ruokasuomi-lehdessä vuonna 2011 julkaistu FutupackEKO2010-tutkimus osoittaa, että ruoan tuotannossa suurimmat ympäristövaikutukset syntyvät pakkausvaiheessa. Pakkauksen oikea koko ja sen suunnittelu yhtä aikaa tuotteen kanssa sekä tuotteen saaminen oikeille kohderyhmille vähentävät ympäristökuormitusta merkittävästi (Ruokasuomi 2011, 22).

Elinkaariajattelu on erittäin tärkeää ruoan tuotannossa. Kaiken lähtökohdana on suunnitella prosessit siten, että ruokajätettä syntyy mahdollisimman vähän. Tavarahankintojen kuormien suunnittelussa ja ajoituksessa mahdollisimman suuret kuormat vähentävät pahvi- ja muovijätteen määrää. Kestoastiat vähentävät jätteiden syntyä ja sopivat elinkaariajatteluun. Kestoastioissakin muoviasiastoita kannattaa välttää ja suosia sen sijaan lasia ja posliinia.

5.6 Sähkö ja vesi ruokatuotantoprosessissa

Ruoan valmistusmenetelmissä voidaan säästää yllättävän paljon sähköä ja vettä kiinnittämällä huomiota pieniin asioihin. Paitsi että säästetään luontoa, säästetään myös paljon rahaa. Tässä luvussa on esitelty keskeisiä sähkön ja veden säästövinkejä ruoan valmistuksessa.

Ruoan liedellä lämmittäminen kuluttaa paljon energiaa, varsinkin jos kyseessä on sähköliesi. Niin suur- kuin kotikeittiöissäkin kannattaa kiinnittää huomiota esimerkiksi siihen, että käytetyt kattilat ovat samankokoisia kuin lieden paistolevy. Lieden voi laittaa pois päältä noin 10 minuuttia ennen kypsennyksen loppumista ja näin hyödyntää jälkilämmön tehokkaasti. Kaikkia ruokalajeja ei välttämättä tarvitse edes lämmittää, joten siten säästyy energiaa ja ravintoaineet säilyvät paremmin. Pieniä ruokamääriä voidaan suurkeittiöissäkin lämmittää mieluummin mikrossa kuin uunissa. Kiertoilmuunilla kypsentaminen voi vähentää sähkön kulutusta jopa 30 prosenttia tavalliseen uuniin verrattuna, ja mikroaaltouunilla energiaa voidaan säästää jopa 70 prosenttia. Suurimot, täysjyväreisi ja muut sellaiset raaka-aineet, joissa kuitupitoisuus on suuri ja siksi kypsennysaika pitkä, voidaan liottaa vedessä edellisenä yönä. Tuoreita kasviksia kannattaa käyttää mieluummin kuin pakaste- ja kuivatuotteita. Pakasteita ei kannata koskaan sulattaa lämmittämällä vaan antaa niiden sulaa itsestään. (Varpiala 2007.)

Suurkeittiöissä veden kulutusta on helppo vähentää ja mitata (Motiva 2009). Keittämisen sijaan ruokia voi hauduttaa miedommalla lämmöllä, ja vihanneksia tai muita raaka-aineita ei tarvitse huuhdella juoksevilla vedellä. Jos mahdollista, pesulaitteissa voidaan käyttää säästö- ja vaaja-tyttöohjelmia. Laitteet on huollettava säännöllisesti ylimääräisten vuotojen estämiseksi. Kalliit investoinnit laitteisiin eivät ole välttämättömiä, jos toimintatapoja muutetaan hieman säästäväisemmiksi. Lisäksi säästyy vettä, energiaa ja rahaa.

5.7 Ekologiset ruokavalinnat

Ekologisilla ruokavalinnoilla suositaan ruokia, joiden tuottaminen kuormittaa ympäristöä mahdollisimman vähän ja on samalla puhdasta ja terveellistä. Tärkeintä on ottaa huomioon ruoan kokonaisvaikutukset luontoon ja terveyteen. Ekologisten ruokavalintojen tekeminen vaatii laajaa tietopohjaa, koska tietoa on paljon ja se saattaa olla ristiriitaista, jolloin on vaikea punnita tuotteiden todellista ekologisuuutta.

Ruokalistaa suunnitellessa on tärkeää miettiä, mitä raaka-aineita käytetään. Eri raaka-aineilla, esimerkiksi riisillä ja perunalla, on hyvin erilaiset ekologiset vaikutukset.

Kasvisten valinnassa kannattaa käyttää harkintaa. Talvella kannattaa valita mieluummin espanjalaiset kuin kotimaiset tomaatit, vaikka helposti voi luulla, että kotimaiset olisivat ekologisempia. Espanjalaisten tomaattien kuljettamisesta Suomeen muodostuu vähemmän ympäristövaikutuksia kuin kotimaisten tomaattien viljelystä lämmitetyissä kasvihuoneissa. Yleensäkin kasvisten valinnassa on syytä pohtia, ovatko ne kasvatettu avomaalla vai kasvihuoneessa. Esimerkiksi avomaalla kasvatettua kurkua on runsaasti saatavilla kesäisin, ja se on edullista. Toisaalta taas ulkomailta tuotujen tuotteiden valmistusmenetelmiä, ympäristömyrkyjä ja viljelijöiden olosuhteita on hankala arvioida, mikä on myös hyvä muistaa tomaatteja valitessa. (Estlander 2006.)

Kala on hyvä vaihtoehto lihalle, kunhan eläin on pyydystetty eettisesti ja tuotu läheltä. Kotimaiset järvikalat, kuten lahna, kuha, made, ahven ja hauki ovat ihanteellisia raaka-aineita. Tapahtumaa järjestettäessä pitää selvittää, mistä kala on peräisin ja millä tavalla se on pyydystetty. Esimerkiksi katkarapujen troolaus vaurioittaa koralleja ja tuottaa paljon sivusaalista. Katkarapujen viljelyllä puolestaan tuhotaan mangrovemetsiä ja muita herkkiä rantaekosysteemejä. Trooppisilta alueilta tuotujen katkarapujen pakkausmerkinnät tai tiedot siitä, miten ne on tuotettu, puuttuvat usein kokonaan tai ovat puutteellisia. (Estlander 2006.)

Tapahtumassa kannattaa painottaa kasvisruokaa, mikäli tarjolla oleva liha on tehotuotettua. Hyviä vaihtoehtoja ovat kotimaiset järvikalat ja kausituotteet, kuten marjat ja sienet.

Reilun kaupan tuotteet

Reilun kaupan tuotteiden käyttäminen tukee kehitysmaiden pienyrittäjiä. Reilun kaupan merkillä merkityt tuotteet ostetaan suoraan tuottajilta, joille maksetaan maailmanmarkkinahintaa parempi hinta. Näin parannetaan tuottajien elintasoja ja tarjotaan mahdollisuus esimerkiksi lasten koulunkäyntiin ja terveydenhuoltopalveluihin. Reilun kaupan valikoimasta löytyy useita suosittuja tuotteita, kuten kahvi, tee, suklaa, kaakao, mehut, hunaja, kuivatut hedelmät ja pähkinät, sokeri, banaani sekä appelsiini. Tapahtuman järjestämisessä on helppo toimia eettisesti vaikkapa tarjoamalla ainoastaan Reilun kaupan kahvia. (Kuivanen 1999.)

Ruokatuotannon vastuullisuuteen liittyvät haasteet

Ruokahankinnoissa suuri haaste on hankintavaiheessa saatu väärä tieto. Ruoan valmistukseen, hankintaan ja säilytykseen liittyy paljon yleisiä riskejä, kuten ruoan pilaantuminen tai virhe toimituksessa. Tuoretuotteet pilaantuvat herkemmin kuin pakasteet, ja esimerkiksi lihan kylmäketjun katkeaminen voi aiheuttaa ruokamyrkytyksen. Yleisesti vastuullisen tapahtuman järjestämisessä piilee riski, ettei henkilökunta ole tietoinen vastuullisista toimintavoista ja saattaa toimia jopa periaatteiden vastaisesti. Tapahtuman järjestäjän on onnistuttava viestimään vastuullisuudesta asiakkaille oikealla tavalla: niin, että vastuullisuus tulee selvästi esille, mutta kuitenkin niin, ettei herätetä syyllisyydentuntoa ja aiheuteta vastareaktiota.

6 Kestävän kehityksen mukainen jätehuolto

Jäte on mistä tahansa toiminnasta syntyvää tarpeetonta materiaa, jota ei voida enää hyödyntää uusiokäyttöön. Myös hukkalämpöä voidaan pitää jätteenä. Jätelain mukaan jätteellä tarkoitetaan ainetta tai esinettä, joka on poistettu, aiotaan poistaa tai velvoitetaan poistamaan käytöstä. Hyötykäytön näkökulmasta jäte on itse asiassa vain väärässä paikassa olevaa raaka-ainetta. (Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu 2010.) Jätteistä voi pahimmillaan aiheutua monia haittoja, kuten maaperän, veden tai ilman pilaantumista ja erilaisia terveyshaittoja. Haitat johtuvat yleensä jätteiden sisältämistä myrkyllisistä aineista ja jätteessä elävistä taudinaiheuttajista. Jätteet voivat myös haitata ympäristön käyttöä ja pilata maiseman. (Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu 2010.)

Jätehuollon ympäristöhaitat aiheutuvat suurimmaksi osaksi jätteen kuljetuksesta ja käsittelystä. Niiden ympäristövaikutukset riippuvat jätteen laadusta, kuljetustarpeesta ja menetelmistä, joilla jäte käsitellään. Jätteiden keräyksestä ja kuljetuksesta johtuvia terveys- ja ympäristöhaittoja ovat ympäristön roskaantuminen, päästöt ilmaan sekä liikenteen aiheuttama pöly- ja melusaaste. (Edu 2011.)

6.1 Jätehuoltoon liittyvä lainsäädäntö

Jätehuolto-ohjeet perustuvat jätelakiin ja -asetukseen. Jätelaki sisältää säännökset jätteiden synnyn ehkäisemisestä ja hyödyntämisen edistämisestä, jätehuollon järjestämisestä, roskaantumisen ja maaperän saastumisen ehkäisemisestä sekä saastuneen alueen puhdistamisesta. Jätelainsäädäntömme seuraa EU:n jätelainsäädännön kehitystä, mutta joiltakin osin Suomen säädökset ovat EU:n vastaavia säännöksiä tiukemmat. Jätteistä aiheutuvia ympäristöhaittoja säätelee keskeisesti myös ympäristönsuojelulaki, joka on pilaantumisen torjunnan yleislaki. (Valtion Ympäristöhallinnon verkkopalvelu 2010.)

Laissa pakkausten tuottajavastuullisuus laajenee ja jätteen määritelmä selkeytyy. Yhä useampi nykyään jätteeksi luokiteltava materiaali voi jatkossa ollakin sivutuote. Määritelmällä on merkitystä, sillä siitä riippuu käytöstä poistetun aineen käsittely. Jätehuollon hierarkia on viisiportai-

nen, ja tärkeimmäksi siinä nousee jätteen määrän vähentäminen yleensä. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2011.) Laadullisessa jätteen ehkäisyssä vältetään lyhytikäisiä ja ongelmajätettä aiheuttavia tuotteita. Materiaalien käytön ja jätteiden välttäminen ovat keinoja jätteiden määrälliseen ehkäisyyn. (Helkala 2009.)

Esimerkiksi Jyväskylän kaupungilla on omat jätehuoltomääräyksensä, joiden mukaan Jyväskylän messu- ja kongressikeskus Paviljongissa järjestetään jätteiden lajittelu. Paviljongin kiinteistön jätehuoltoon kuuluvat keskeisimmin jätteiden keräys, välivarastointi ja kuljetuksen järjestäminen. Varsinaisen jätteiden lajittelun tekevät kiinteistön käyttäjät eli tapahtuman henkilökunta ja messutapahtuman järjestäjät sekä osallistujat. (Partanen 2003, 54.)

Jyväskylässä tapahtuman järjestäjän pitää laatia jätehuoltosuunnitelma kaupungin jätehuoltomääräysten mukaisesti. Suunnitelmassa selvitetään muun muassa, kuinka jätteet lajitellaan, minne jäteasiat sijoitetaan, astioiden tyhjennyksistä vastaava jätehuoltoyritys ja milloin alueen loppusiivous on hoidettu. Suunnitelma on hyväksyttävä kaupungin yhdyskuntatoimen ympäristöosastolla ennen tilaisuuden järjestämistä. (Jyväskylän kaupungin jätehuoltomääräykset 2008.) Jyväskylän Paviljongilla on laadittuna jätehuoltosuunnitelma, joka koskee kaikkia siellä järjestettäviä tapahtumia. Sen mukaisesti SOL-palveluiden kanssa laaditaan tapahtumakohtainen siivoussuunnitelma. Jätehuoltosuunnitelma on pohjana toimivalle jätehuollolle, ja sen ajantasaisuus onkin syytä tarkistaa säännöllisesti.

6.2 Tapahtumien jätehuolto

Tilaisuuden järjestäjä on päävastuussa jätehuollon järjestämisestä. Tärkeää on huolehtia, että syntynyt jäte lajitellaan ja toimitetaan hyötykäyttöön (ks. jätelaki). Toimivalla jätehuollolla vähennetään jätteiden haittoja ja edistetään ympäristövastuullisuutta. Jätteen synnyn ehkäisy vähentää tuntuvasti myös roskaantumista ja jälkisiivouksen tarvetta. (Jyväskylän kaupunki 2007.)

Jätteen haltijan on oltava selvillä sen määrästä, alkuperästä, laadusta sekä terveys- ja ympäristövaikutuksista. Tällöin koko jätteen kuljetukseen, tuotantoon ja käsittelyyn liittyvän ketjun on myös mahdollista olla perillä näistä asioista. (Helkala 2009.)

Jätehuolto Jyväskylän Paviljongissa

Jyväskylän Paviljongissa jätehuolto on suunniteltua ja organisoitua. Jätehuollon suunnittelutyö tehdään yhdessä Lassila & Tikanojan yhteishenkilön kanssa. Keinoja tapahtumissa syntyvän jätteen määrän minimoimiseksi ei ole tarkoin kartoitettu. Yleinen kierrättäminen ja muun muassa turhien paperitulosteiden vähentäminen kuuluvat kuitenkin Paviljongin toimintaan. (Natri 2011.)

Paviljongissa järjestettävien tapahtumien jätehuollosta vastaa Lassila & Tikanoja. Paviljonki vuokraa siltä käyttöönsä biojäte-, pahvi- ja energiajätepuristimet. Kerättävät jäteluokat ovat energiajäte eli polttokelpoinen jäte, keräyspahvi ja -paperi, biojäte, kaatopaikkajäte, keräysmetalli ja -lasi. Keräysastiat ovat Paviljongin omia. Lassila & Tikanoja huoltaa ja tyhjentää astiat sekä puristimet. Rakennuksessa sijaitsevien roska-astioiden tyhjentämisestä huolehtivat SOL-palveluiden siistijät.

Paviljongissa järjestettävistä yleisötapahtumista syntyvä jäte koostuu suurimmaksi osaksi ruokailun yhteydessä syntyvästä kertakäyttö- ja biojätteestä sekä näytteilleasettajien erilaisista pakkausmateriaaleista. Näytteilleasettajiä informoidaan tapahtuman jätehuollosta etukäteen lähetettävässä kirjeessä. Etukäteen annettavilla kattavilla ohjeilla jätehuollon opastus tapahtuu tehokkaimmin eikä vaadi liian näyttäviä ohjeistuksia itse tapahtumassa. Kukin näytteilleasettaja on velvollinen toimittamaan tapahtuman aikana omat jätteensä kierrätys- tai jätepisteisiin. Tapahtuman päätyttyä näytteilleasettaja voi halutessaan tilata SOL-palvelut hoitamaan oman messuosastonsa siivouksen tai siistiä paikan itse. (Natri 2011.)

Paviljongin käytössä olevien jätipuristimien avulla voidaan mitata tapahtumasta syntyvän jätteen määrää. Jätipuristimet puristavat jätteen mahdollisimman pieneen tilaan, jolloin sen kuljetus ja punnitseminen on helpompaa. Jätteen kuljettamisesta Lassila & Tikanoja laskuttaa Paviljonkia tuotetun jätteen painon mukaan. (Natri 2011.)

Paviljongissa henkilöstölle tiedotetaan tapahtumien jätehuollosta tapahtumapalaverissa ja yleisölle tarvittaessa kyltein ja opastein (Natri 2011). Tehokas viestintä tapahtumassa on tärkeää jätehuollon onnistumiseksi. Viestintä ei saa kuitenkaan olla liian hyökkävää eikä viedä huomiota itse pääasiasta. Henkilökunnalle ja näytteilleasettajille tiedottaminen etukäteen on tärkeää, jotta he toimivat jätehuolto-suunnitelman mukaisesti ja osaavat tarvittaessa ohjeistaa myös yleisöä lajittelussa.

Siistijöitä on oltava tarpeeksi, jotta roska-astioiden tyhjennys ja alueen siistiminen sujuvat tarpeen mukaan. Yleisilmeen kannalta on tärkeää, että roska-astiat eivät ole liian täysiä ja että niiden ympäristö on siisti. Jätteet puristetaan jäteastiaan mahdollisimman tiukkaan, jotta astiaan mahtuu enemmän jätettä ja vältetään yli pursuaminen (Infopaketti kauppiaille 2003). Siistijöiden tulisi tapahtumapäivinä kierrellä litistämässä käytetyimpien roska-astioiden jätemassoja.

Jättemäärän hallinta tapahtumassa

Kaikkeä tapahtumassa syntyvää jätettä ei voi välttää, mutta kaatopaikalle menevän jätteen määrää voidaan huomattavasti vähentää tehostamalla jätteiden hyötykäyttöä, lajittelua ja kierrätystä. Materiaalien kierrätys säästää energiaa ja raaka-aineita. Kiinnittämällä huomiota hankintoihin ja materiaalivalintoihin pystytään tapahtumassa vähentämään syntyvän jätteen määrää ja parantamaan sen laatua.

Paviljongissa järjestettävän tapahtuman ruokailussa kannattaa käyttää lähiruokaa, josta tulee vähemmän pakkausjätettä. Lähiruoan hyviä ominaisuuksia ovat sen alkuperätieto ja tuoreus. Myös kuljetuksesta aiheutuvat haitat ja kustannukset ovat pienempiä. Vastuullisessa tapahtumassa pitää välttää muun muassa kertakäyttöastioita, yksittäin pakattuja voinappeja ja maustepusseja.

Yleisölle jaettavan promootio- ja esitemateriaalin määrään ja laatuun tulee kiinnittää huomiota. Tarpeettoman materiaalin jakaminen pitää karsia kokonaan. Tapahtumassa kannattaa myös suosia mainostamista ilmoitustauluilla ja näyttöruuduilla. Jaettavan materiaalin on oltava kierrätettävää paperia, joka voidaan toimittaa kierrätyspisteeseen. Kierrätettävän paperin elinkaaren päätyttyä siitä voidaan valmistaa muun muassa bioenergiaa. Esimerkkejä uudelleen käytettävistä tuotteista ovat kierrätysmateriaalista valmistetut kynät, lehtiöt ja wc-paperi.

Näytteilleasettajien pakkausmateriaalit ja matot aiheuttavat ison osan tapahtuman aikana kertyvästä jätteestä. Näytteilleasettajien osastojen matot saattavat helposti rikkoutua tai likaantua, jolloin niiden käyttäminen uudelleen ei tule enää kysymykseen. Mattojen materiaalia ja kestävyyttä kannattaa miettiä, jotta voi käyttää mattoja uudelleen seuraavissa tapahtumissa tai vaihtoehtoisesti antaa ne kierrätykseen. Myös pakkausmateriaalien vähentäminen ja kierrättäminen on otettava huomioon, sillä pakkauksissa käytettävistä materiaaleista syntyy merkittävä osa tapahtuman jätteestä. (Natri 2011.) Näytteilleasettajille

lähetettävässä tiedotteessa on syytä muistuttaa välttämään turhaa pakkausmateriaalia, suosimaan uudelleen käytettäviä kuljetuslaatikoita, pakkaamaan mahdollisimman tiiviisti ja suosimaan kierrätettäviä pakkausmateriaaleja, kuten pahvilaatikoita.

6.3 Jätteiden lajittelu

Jyväskylän kaupungissa on voimassa yleinen lajitteluvuoro, joka koskee kaikkia toimintaa kaupungissa. Hyötyjätteet, ongelmajätteet ja erityisjätteet on pidettävä erillään toisistaan ja muista jätteistä. Jyväskylän kaupunki on laatinut jätehuoltoa koskevat määräykset jätelain mukaisesti, ja kaupunkisuunnittelulautakunta on hyväksynyt ja määrännyt ne voimaan. (Jyväskylän kaupunki 2008.)

Jätteiden määrään ja lajittelun tehokkuuteen vaikuttavat merkittävästi ennen tapahtumaa tehdyt valinnat. Jäteastioiden määrällä ja sijoittelulla vaikutetaan koko tapahtuman siivoustarpeeseen ja yleisilmeeseen. Jätteiden määrää vähentämällä toimitaan ekologisen vastuullisuuden lisäksi taloudellisesti kannattavasti, kun jätehuollon kustannukset pienevät. Toisaalta suuri määrä erilaisia jäteasioita nostaa kustannuksia. (Matkailun edistämiskeskus 1999, 22–23.)

Vaadittavat jätteidenkeräysvälineet kiinteistössä ovat keräysastiat biojätteelle, kuivajätteelle, lasille, metallille, keräyskartongille tai -pahville sekä mahdollisille muille hyödyntämiskelpoisille jätteille.

Jätteiden keräysvälineet on merkittävä jätelajin mukaan jätteen nimellä ja värillä. Väri voi vaihtoehtoisesti esiintyä vain kannessa tai keräysvälineeseen kiinnitettävässä tarrassa. Lajittelua helpottaa astian kyljessä oleva luettelo niistä jätteistä, jotka kuuluvat ja eivät kuulu siihen. Tapahtuman kansainvälisyyden vuoksi havainnollistavat kuvat jäteastioiden kyljissä helpottavat kävijöiden jätteiden lajittelua. Kuvat myös toimivat tehokkaampina huomion herättäjinä kuin teksti. Jyväskylän Paviljongilla on omat Lassilan & Tikanojan laatimat jätteen lajitteluohjeensa (ks. liite). Paviljongin kerättävät jäteluokat ovat energiajäte, keräyspahvi ja -paperi, biojäte, kaatopaikkajäte, keräysmetalli ja -lasi.

Keräysvälineiden haltijan on huolehdittava astioiden kunnossapidosta ja puhdistamisesta. Keräysvälineet eivät saa aiheuttaa terveydellistä haittaa, hajuhaittaa, ympäristön likaantumista tai roskaantumista. Välineet sijoitetaan Paviljongin kiinteistön alueelle, tasaiselle, vaakasuoralle, kulu- tusta ja keräysvälineen painoa kestäväälle alustalle. Keräysvälineen haltijan

on huolehdittava, etteivät jätteasiat pääse siirtymään paikaltaan ja että astioiden kannet pysyvät kaikissa sääoloissa suljettuina. Luonnollisesti jätetilaan on oltava esteetön pääsy jätteen kuljetuksen vuoksi. (Jyväskylän kaupunki 2008.) Paviljongin ulkona sijaitseva jäteasema tulee siirtymään ravintolan jäteaseman yhteyteen, jonne kuljetaan B1-huolto-ovesta. Katoksessa ovat energiajäte-, kuivajäte- ja biojätepuristimet. Pahvipuristin poistuu tästä yhteydestä, minkä jälkeen ainut pahvipuristin on D-hallissa (Natri 2011).

Sijoittelussa on otettava huomioon sekä jätteen tuottajien vaivattomuus käytössä että tyhjennyksen sujuminen. Keräyspisteiltä on oltava lyhyt matka hisseille ja hisseiltä jätteiden keräystiloihin. (Partanen 2003, 55.) Strategisille kulkuväylille on mahdollista laatia myös hillittyjä tietoiskuja kävijöille esimerkiksi jätteiden synnystä ja lajittelusta sekä hiilijalanjäljestä. Tiedotuspisteen pitää sijaita keskeisellä kulkuväylällä auditorion, näytteilleasettajien ja ruokalan välillä, esimerkiksi aulassa.

Pahvinkeräystarve on usein suurin ravintolassa. Tapahtumassa pahvijätettä muodostuu paljon myös näytteilleasettajien pakkausmateriaaleista. Pahvinkeräykseen varataan rullakoita jätteen syntypaikkojen läheisyyteen, ja niiden sijoittelusta ja tyhjentämisestä puristimeen vastaavat Paviljongissa SOL-palveluiden siistijät.

Metalli- ja lasijätettä syntyy lähinnä ruokapalveluissa. Keittiöhenkilökunta huolehtii metallipakkauksien puristamisen kokoon ja toimittaa jätteen jätehuoneen metallinkeräysastiaan. Keräystarve pitää selvittää myös muualla tapahtumassa, jonne tarvittaessa sijoitetaan välikeräyspisteitä. Muovipullojen palautusmahdollisuus on hyvä järjestää myös tapahtumassa kävijöille ja näytteilleasettajille. Usein vierailijoilla on mukanaan juomapullo, joka laitetaan energiajakeen roska-astiaan, jollei muuta palautuspistettä ole tarjottu.

Lautasliinojen soveltuvuus biojätteeseen on tarpeellista ilmoittaa. Siistijän pitää tyhjentää astiat tarpeeksi usein, jottei hajuhaittoja ehdi syntyä. Jäte viedään esim. ulkokatoksen biojätepuristimeen.

Energia- ja kuivajäteroskiksia on hyvä sijoittaa ympäri tapahtumaaluetta, jolloin ne ovat kävijöiden käden ulottuvilla. Ennen tapahtumaa on syytä tarkastaa kävijöiden opastus tupakointipaikoille.

Ongelmajätettä ovat esimerkiksi akut ja paristot, puhdistusaineet, loisteputket ja lamput, maalit, liuottimet ja öljyt. Nämä jätteet voivat olla jo pieninä määrinä haitallisia ympäristölle ja terveydelle. Ongelmajätteitä ei saa sekoittaa toisiinsa eikä muihin jätteisiin tai aineisiin. (Lettenmeier 1994, 60–61.)

Jätteiden lajittelua tapahtumassa tehostaisi vapaaehtoisten lajittelu-neuvojien käyttö. Neuvontaa olisi hyvä järjestää ruokalan jätepisteelle ja mahdolliselle aulatilalla lajittelupisteelle. Jäteastioiden vierellä neuvoina voisi toimia esimerkiksi ammattikorkeakoulun tai yliopiston opiskelijoita. Tapahtumaa ennen järjestäjän pitää kertoa heille jätehuollosta ja lajittelusta tapahtumassa sekä jakaa lajitteluohjeet.

Henkilöstön ympäristökoulutus ja tiedotus jätehuollosta

Tapahtumassa syntyvän jätteen määrään ja lajitteluun vaikuttaa osallistujien lisäksi myös henkilökunta. Henkilökunta on avainasemassa kannustamassa ja ohjaamassa jätteiden lajittelua, ja siksi ennen tapahtumaa pitää jätehuoltosuunnitelman tarkastamisen lisäksi tiedottaa henkilökunnalle jätehuollon ratkaisuihin. Lajitteluohjeiden on oltava vaivattomasti saatavilla, ne pitää sisäistää ja niiden pitää näkyä jokaisen toiminnassa jokaisella toimipisteellä.

Paviljongin toimintaan ei kuulu tarkan jätehuoltokoulutuksen järjestäminen tapahtumasta vastaavalle henkilökunnalle. Jäteasioita käydään läpi Paviljongin henkilökunnan omissa palaverissa ja koulutuspäivillä (Natri 2011).

6.4 Jättemäärien mittaaminen ja seuranta

Syntyvän jätteen määrää ja laatua voidaan mitata erilaisilla mittareilla. Esimerkiksi Jyväskylän Paviljonki seuraa suurten messutapahtumien yhteydessä Lassila & Tikanojalta saatavia jätteenkäsittelyraportteja ja -laskureita, joiden perusteella tehdään tulkintoja vuosi- ja kuukausitasolla. Paviljongilla ei ole suoranaista tilastointia aiemmista vastaavista tapahtumista kertyneen jätteen määrästä tai laadusta, joten vertailuarvoja ei ole. Jättemäärien mittaaminen Paviljongissa koetaan hankalaksi muun muassa keräysastioiden täyttymisen vaihtelun vuoksi. Astia saattaa täytyttyään sisältää useammankin tapahtuman jätteitä. (Natri 2011.)

Suunnitelman mukaisesti toteutettua jätehuoltoa on pystyttävä seuraamaan, joten jättemäärien mittaaminen on tärkeää. Jätehuollon toteutumisen seuranta voidaan jakaa ympäristölaskennalliseen ja käytännön seurantaan. Ympäristölaskennallinen seuranta käsittää muun muassa jätteen määrän, jätehuollosta aiheutuvien kulujen ja työtuntien seurannan. Näille mittareille on jokin laskennallinen yksikkö, kuten tonni, euro tai tunti. Käytännön seuranta taas tarkoittaa esimerkiksi työntekijöiltä tai

jätehuoltoyhtiöltä saadun palautteen seuraamista. Myös jäteastioiden silmämääräistä seurantaa tai muiden vastaavien jätehuoltoon liittyvien tapahtumien seuraamista kutsutaan käytännön seurannaksi. Näille huomioille ei ole laskennallista yksikköä. (Jätehuollon suunnittelu 2011.)

Ennen seurannan aloittamista pitää yrityksen päättää seurannan ajanjakso, jonka aikana seurantaväli ei saisi olla vuotta pitempi. Tapahtumassa seurattavia mittareita voivat olla esimerkiksi kokonaisjättemäärä, kerättävät jättemäärät jätejakeittain, kaatopaikalle menevän jätteen määrä, jätteen käsittelystä koituvat kustannukset ja investointikustannukset. Käytännössä seuranta tapahtuu kirjaamalla mittareiden arvoja taulukkoon. (Jätehuollon suunnittelu 2011.) Kehittämällä jätehuoltonsa seurantaa tarkemmaksi ja täsmällisemmäksi Paviljonki saisi siitä suurimman hyödyn.

Mittareista saadut tiedot pitää suhteuttaa toisiinsa, jolloin saadaan jätehuollon indikaattoreita. Ne kertovat huomattavasti enemmän jätehuollon tilasta, ja niitä kannattaakin käyttää yrityksen ympäristöraportoinnissa. Indikaattoreita voivat olla esimerkiksi kaatopaikalle kuljetettavan jätteen määrä/kokonaisjättemäärä (t/t) tai jätehuollon kokonaiskustannukset/kokonaisjättemäärä (€/t). Indikaattorien avulla pystytään seuraamaan yrityksen jätehuollon tilaa ja tekemään vertailua muihin yrityksiin ja oman toiminnan historiaan. (Jätehuollon suunnittelu 2011.)

Jätteiden materiaaliveirrat

Syntyneen jätteen määrän arviointiin tarvitaan yleensä tieto lähtötasosta, johon tuloksia voidaan verrata. Lähtötilanne voidaan ilmaista esimerkiksi jättemäärän tai jätteiden synnyn ehkäisyyden käytetyn taloudellisen panostuksen avulla. Ihannetapauksessa arvioinnissa on käytössä myös jätteen määrän vertailuarvio. (Helsingin seudun ympäristöpalvelut 2011.)

Materiaalivirta-analyysin avulla voidaan antaa kokonaiskuva tuotteen tai toiminnon elinkaaren aikana aiheutuvista ympäristövaikutuksista. Analysoitaessa materiaalivirtoja on otettava huomioon kaikki järjestettävään tapahtumaan liittyvä luonnonvarojen kulutus tai siirto, jota tietty raaka-aine, tuote tai toiminto edellyttää. Analyysi kertoo materiaalihokkuudesta eli olisiko vähemmällä luonnonvarojen käytöllä mahdollista tuottaa enemmän hyödykkeitä tapahtumaa varten. (Helsingin seudun ympäristöpalvelut 2011.)

Jätehuoltosuunnitelman lisäksi jätehuoltokansioon olisi laadittava seurantaraportteja sovituin tarkasteluvälein. Raportoinnissa käytetään

hyödyksi seurannassa saatuja, laskennallisia ja käytännössä seurattavia tietoja. Raporttien muotoilussa pitää muistaa, kenelle ne on suunnattu: yrityksen omistajille ja rahoittajille, sisäiselle johdolle, työntekijöille, viranomaisille vai sidosryhmille. (Jätehuollon suunnittelu 2011.)

Kierrätysasteen avulla voidaan mitata jätteen kierrätyksen tehokkuutta. Kierrätysaste kertoo prosentuaalisesti, kuinka iso osa tapahtumassa syntyvästä jätteestä on kierrätyskelpoista. Lajittelua tehostamalla saadaan toimitettua enemmän jätettä kierrätyspisteisiin. (Helsingin seudun ympäristöpalvelut 2011.)

Korkea kierrätysaste vähentäisi Paviljongin toiminnasta aiheutuvaa ympäristön kuormitusta ja säästäisi jätteen kuljetus ja käsittelykustannuksissa, sillä sekajätteen käsittelyssä aiheutuvat kulut ovat suurempia kuin kierrätettävän materiaalin käsittelyssä.

JÄTEHUOLLON MUISTILISTA

- Tarkista jätehuoltosuunnitelman ajantasaisuus.
- Pyri vähentämään syntyvän jätteen määrää oikeilla hankinta- ja materiaalivalinnoilla.
- Tiedota henkilökuntaa ja näytteilleasettajia jätehuollon toteuttamisesta tapahtumassa (kokoukset, opasteet, tiedotteet).
- Harkitse jäteneuvojien tarvetta tapahtumassa.
- Korosta tiedotteissa jätteen synnyn ehkäisyä.
- Tarjoa kävijöille (vieraat, esiintyjät, näytteilleasettajat) mahdollisuus lajitella kaikki roskansa → yleinen lajittelupiste.
- Tee lajittelusta mahdollisimman vaivatonta kaikille kävijöille → tarpeeksi jäteastioita joka puolella tapahtuma-aluetta.
- Huolehdi selkeät ohjeet jäteastioiden kylkeen sinne kuuluvista jätteistä (sanoin ja kuvin).

7 Vastuullisuudesta viestiminen

– läpinäkyvää, luotettavaa vuoropuhelua

7.1 Vastuullisuusviestintä

Tapahtuman järjestämiseen liittyvien vastuullisten valintojen ja toimintatapojen välittäminen osallistujille on keskeinen osa prosessia. Vastuullisista valinnoista kertomista ja tiedon välittämistä kutsutaan vastuullisuusviestinnäksi. Vastuullisuusviestinnän voi myös kiteyttää tarkoittamaan yritysten avoimuutta ja läpinäkyvyyttä toimintansa suhteen. Ollakseen todella avointa, uskottavaa ja tehokasta täytyy viestinnän kertoa myös toiminnan negatiivisista puolista. (FiBS 2007.)

Tapahtuman järjestämisen yhteydessä kannattaa kertoa sen aiheuttamista negatiivisista ympäristövaikutuksista viestimällä, kuinka aiheutuvat haitat on minimoitu ja kuinka suuri vaikutus sillä on ollut. Tapahtumien osallistujajoukko koostuu usein hyvin erilaisista ihmisistä, ja vastuullisuusviestinnän pitää tavoittaa heidät kaikki. Siksi on käytettävä helposti ymmärrettävää kieltä ja havainnollistavia keinoja.

7.2 Maineenhallinta

Viestittäessä tapahtuman vastuullisuudesta on hyvä tuntee käsite maineenhallinta, jotta sitä voidaan käyttää tehokkaasti apuna viestittäessä vastuullisuudesta. Se ei ole vain yrityksen viestintää yleisessä merkityksessä.

Viestintä pyrkii kertomaan, mikä yritys on. Maineenhallinta puolestaan korostaa yrityksen uskottavien toimintaperiaatteiden merkitystä. Maineenhallinta muodostaa perustan koko yrityksen olemukselle. Se koostuu teoista, yhteisöilmeestä ja viestinnästä, jotka välittyvät sidosryhmien havainnoiksi ja tulkinnoiksi. Mielikuvat vaikuttavat kuluttajien valintoihin yhä enemmän. Siksi yrityksen on kiinnitettävä huomiota siihen, miltä heidän tuotteensa markkinoilla näyttävät. Siihen vaikuttavat esimerkiksi ihmisten käyttäytyminen, arvot, etiikka, moraalit ja yhteiskunnallinen vastuu.

Hyvä maine tuo yritykselle monia etuja. Se helpottaa pääsyä asiakkaiden luokse, houkuttelee asiakkaita ja vaikuttaa asiakkaan lojaalisuuteen. Hyvä maine välittää osallistujille viestin tuotteiden ja palvelujen laadusta. Hyvä maine voi myös vaikuttaa sijoittajien luottamukseen. Se voi tapahtuman järjestämisen kannalta tarkoittaa hyvien sponsoreiden ja yhteistyökumppaneiden saamista. Hyvä maine voidaan nähdä sidosryhmien tunnustuksena siitä, että yritys täyttää sille asetetut vaateet ja sen toiminnassa halutaan olla mukana.

7.3 Tapahtuman sidosryhmät ja viestintä

Jokaisella tapahtumalla on omat sidosryhmänsä. Sidoryhmiksi määritellään kaikki tahot, joiden toimintaan tapahtuma vaikuttaa tai jotka itse vaikuttavat tapahtumaan. Vastuullinen liiketoiminta määritellään yleensä kestäväen kehityksen toteuttamiseksi yrityksessä. Vastuullisen yrityksen pitää ottaa huomioon toimintansa ympäristövaikutukset ja sosiaaliset ulottuvuudet taloudellisen tuloksensa lisäämiseksi. Kyky vaalia suhteitaan sidosryhmiinsä on yrityksen merkittävin pitkän aikavälin menestystekijä. (Kuvaja & Malmelin 2008, 60.)

TAULUKKO 2. Sidoryhmät				
Tapahtuman sidoryhmät				
Järjestäjät	Esiintyjät	Media	Osallistujat	Muut
Tapahtuman suunnittelijat	Juontaja	Sanomalehdet	Kutsuvieraat	Jätehuolto
Työntekijät	Puhujat	Ammattilehdet	VIP-vieraat	Energian tuottaja
Oppaat		Televisio	Yhteistyökumppanit	Tavarantoimittajat
Näytteilleasettajat		Radio		Raaka-aineiden toimittaja
Ruoan valmistaja		Facebook		Logistiikka
Toimitilat		Twitter		
Markkinointi		Blogit		
Lipunmyynti				

Mukana olevilla organisaatioilla on pyrkimys luoda enemmän arvoa kilpailijoiden arvoon verrattuna. (Silius & Tervakari 2007.) Mukana olevat organisaatiot saavat usein myös tärkeää julkisuutta kuulumalla projektiin. Esimerkiksi Tuottava vastuullisuus -seminaarissa Paviljongissa yhteistyökumppaneilla on näytteillepano-oikeus. Yrityksen tuotteita saattaa olla ständeillä esillä, jolloin tuotteet ja yritys saavat näkyvyyttä.

Sidosryhmien viestinnän suunnittelu ja toteutus

Säännöllinen sidosryhmien informointi auttaa niitä pysymään tilanteen tasalla ja tuntemaan olonsa tärkeäksi projektissa. Sidosryhmiä on hyvä informoida heti, kun projektin kannalta jotakin tärkeää tapahtuu. Avoin tiedotus on tärkeää, jotta sidosryhmät tietävät, missä mennään ja voivat reagoida tilanteeseen. (Silius & Tervakari 2007.)

Alla on eritelty Tuottava vastuullisuus -seminaarin tärkeimmät sidosryhmät, joille pitää viestiä ennen tapahtumaa, sen aikana ja tapahtuman jälkeen. Sidosryhmiä ovat muun muassa tapahtuman työntekijät, yhteistyökumppanit, kutsuvieraat ja media. Olemme pohtineet erilaisia vastuullisen viestinnän keinoja, joita voi käyttää viestittäessä eri sidosryhmille. Jälkiviestinnän merkitystä ja sen keinoja on pohdittu tarkemmin omassa osiossaan (ks. Jälkiviestintä).

Tuottajat ja yhteistyökumppanit Tuottava vastuullisuus -seminaarissa

Tuottava vastuullisuus -seminaarin toimijoihin ja tuottajiin kuuluvat muun muassa Nordic Business Forum, Paviljonki, Keskimaa, Jyväskylän Energia, tapahtuman kaikki työntekijät ja tapahtuman puhujat. Paviljongista järjestetään tilat tapahtumalle, Keskimaa vastaa ravintolapalveluista ja Jyväskylän Energia energian tuotannosta.

Viikonloppuseminaarin viralliset yhteistyökumppanit ovat Toyota, Lexus, Jyväskylän kaupunki, Sonera, Blue Saga, Energiapankki, Kemira, Vapo, Nordea, Varapuu Oy, Pwc ja Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Kaikki ovat lueteltuina Nordic Business Forumin internetsivuilla.

Markkinointimateriaalit, kuten esitteet ja banderollit on painanut Kopijyvä. Osallistujille jaettavat muistiinpanovälineet ja tavaralahjat voivat olla myös kierrätysmateriaalista valmistettuja. Niiden toimittajana toimii Globe Hope.

Sidosryhmien toiminnassa on suurin haaste saada keskinäinen viestintä riittävän hyväksi. Siihen päästään tukemalla ja kannustamalla tapahtuman toimijoita viestintään. Näin projektiryhmän jäsenet saadaan sitoutettua tapahtumaan ja samalla motivaatio ja innovatiivisuus kasvavat. (Silius & Tervakari 2007.)

Avoin tiedotus tapahtuman tuottajan ja yhteistyökumppaneiden kesken on tärkeää. Ennen tapahtumaa tiedotus hoidetaan esimerkiksi sähköpostitse tai nettisivujen kautta. Tietoa on päivitettävä tasaisin väliajoin ja pidettävä jokainen sidosryhmän edustaja ajan tasalla. Internetsivujen suunnittelussa on kiinnitettävä huomiota asettelun synnyttämän vaikutelman lisäksi saavutettavuuteen ja käytettävyyteen. Jokaisen toimijan ja yhteistyökumppanin on tunnettava tapahtumapäivien aikataulu niin ennen tapahtumaa kuin sen aikanakin.

Nordic Business Forumin etusivulla on ensimmäisenä Tuottava vastuullisuus -tapahtuman mainos. Etusivulla on lisäksi tapahtumaa koskeva uutinen, jossa kerrotaan tapahtuman siirtymisestä uusiin, suurempiin tiloihin. Internetsivuilta on helposti ladattavissa myös tapahtuman esite, jossa on selkeästi kerrottu kaikki perustiedot hinnoista ja aikatauluista aina tapahtuman puhujien lyhyisiin kuvauksiin. Yhteistyökumppanit saavat näkyvyyttä jokaisessa tapahtuman esitteessä. Nordic Business Forumin ilmaisessa kuukausikirjeessä on myös erikseen esitelty seminaarin yhteistyökumppaneita.

Kutsuvieraat

Ennakkotiedotteen lähettäminen mahdollisimman aikaisessa vaiheessa ei todennäköisesti tuota montaa ilmoittautumista, mutta se vaikuttaa lopulliseen osallistujamäärään. Liike-elämässä kalenterit täyttyvät nopeasti, ja siksi on tärkeää, että potentiaaliset osallistujat voivat merkitä tapahtuman ajankohdan kalenteriinsa silloin, kun siellä on tilaa, vaikka eivät vielä uskalla lopullisesti päättää osallistumisesta. Ensimmäisiksi tiedotuskanaviksi soveltuvat hyvin ammattilehdet, suoramarkkinointikirjeet ja sähköposti. Ensimmäisen tiedotteen pitää erottua muusta päivittäisestä postista, herättää vastaanottajan huomio nopeasti ja sisältää ydinasiat tapahtumasta.

Kun kiinnostus on herätetty ja asiakkaat ovat ilmoittaneet osallistuvansa Tuottava vastuullisuus -tapahtumaan, jokainen tapahtumaan ilmoittautunut osallistuja saa postitse kutsun. Kutsu sisältää ennakkomateriaalin, ohjeistuksen ja vahvistuksen. Lippuja on myyty sekä normaaleille kutsuvieraille että VIP-kohtelua saaville osallistujille.

Kun vaihdetaan paperikutsut sähköisiksi, saadaan hiilidioksidipäästöt pienemmiksi. Itella Information on tutkinut iPost-palvelun sähköisen ja paperisen tuotannon ja jakelun hiilidioksidipäästöjä Suomessa. Tutkimuksen mukaan täysin sähköisen kirjeen tuotantoprosessin hiilidioksidipäästöt ovat noin 40 prosenttia pienemmät kuin paperisen perinteisesti jaetun kirjeen. Osallistumisen vahvistamisen yhteydessä on hyvä antaa osallistujille tietoa sähköisen kirjeen hyödyistä ja mahdollisuus valita yhteydenotot jatkossa sähköisenä. (Vihreä ICT.)

iPost on Itella Informationin palvelu, jonka avulla yritykset lähettävät aineistoja, esimerkiksi laskuja, asiakastiedotteita tai palkkalaskelmia sähköisessä muodossa Itellaan, joka lähettää aineiston vastaanottajan haluamalla tavalla perille joko sähköisesti tai postitse. (CO2-raportti 2011.)

7.4 Tapahtuman aikainen viestintä ja tiedotus

Tiedottaminen tapahtuman aikana on tärkeää. Työntekijöiden ja osallistujien on tunnettava tapahtuman aikataulu ja ohjelma. Tauko ei ole pelkästään hetki, jolloin syödään tai juodaan, vaan siihen liittyvät muun muassa suhteiden solmiminen, seurustelu, saniteettitiloissa käynti ja informaatiopalvelujen hyödyntäminen.

Esimerkiksi Tuottava vastuullisuus -tapahtumassa yrityksillä on Paviljongissa 30–40 ständiä, joihin osallistujat voivat tutustua. Tauoilla on syytä olla myös mahdollisuus käyttää tietokoneita sekä sähköpostin lukemiseen että esimerkiksi oman hiilijalanjäljen ja ekologisen jalanjäljen laskemiseen. Taukojen kuulutukset voivat sisältää erilaisia tietoiskuja vastuullisuudesta tai esimerkiksi Al Goren parhaimpia mietteitä. Osallistujille pitää kuitenkin antaa mahdollisuus myös vapaaseen lepo hetkeen, eivätkä tauot saa olla täynnä ohjelmaa.

Osallistujien ja sidosryhmien kannustus

Asiakkaita on hyvä kannustaa käyttämään portaita hissien sijasta. Tapahtuman järjestäjä voi kertoa osallistujille portaiden hyödyn hausalla tavalla, esimerkiksi: ”kun käytät portaita hissien sijaan, kulutat määrän X energiaa, minkä vuoksi voit hyvällä omallatunnolla nauttia kahvin kanssa toisenkin keksin”, tai ”kun käytät portaita hissien sijaan, säästät energiaa ja autat samalla luontoa taistelussa ilmastonmuutosta vastaan”. Tärkeintä on, että asia tuodaan esiin jollakin rennolla tavalla keskittyen myös terveydellisiin syihin, ei tylsällä ja käskevällä tyylillä.

Näytteilleasettajien ja muiden yhteistyökumppaneiden kanssa on hyvä sopia yhteisistä käytännöistä (esimerkiksi niin, että kaikki sitoutuvat käyttämään messupaikoillaan valaistuksessa joko led-valoja tai energiansäästölamppuja). Strategisia sidosryhmiä ja yhteistyökumppaneita on hyvä kannustaa toimimaan vastuullisesti, esimerkiksi antamalla energiatehokkaasti toimiville kumppaneille ”porkkanamielessä” kunniamaininnan tai jonkin muun energian säästöön kannustavan palkinto. (Sustainable Event Management 2010, 84.)

Esimerkiksi tapahtumaan voidaan heijastaa tietokonegrafiikan avulla taulukko, jossa on jokaisen sidosryhmäyhteyden nimi ja energiansäästö-/tehokkuutta mittaava sijaluku. Aina kun yrityksen jäsenet tekevät jonkin energiaa säästävän tai energiatehokkaan teon, he saavat nostettua omaa sijoitustaan. Taulukko kannustaa yrityksiä toimimaan vastuullisesti ja ajattelemaan omaa energian käyttöään sekä kilpailemaan leikkimielisesti siitä, kenen sijoitus nousee korkeimmalle. Samalla asiakkaat näkevät, mitkä yritykset ovat toimineet tapahtuman aikana ympäristövastuullisesti, mikä auttaa positiivisen yrityskuvan luomisessa. Vastaavasti vähiten sijoitustaan parantaneet yritykset jäävät ilman positiivista julkisuutta ja joutuvat miettimään, miten voisivat toimia ympäristövastuullisemmin. On kuitenkin erittäin tärkeää, että idea toteutetaan hausalla ja innostavalla tavalla ja niin, ettei kenenkään maine kärsi.

Tiedonkeruu

Tapahtumapäivien lopuksi osallistujilta voidaan kysyä, millä he ovat saapuneet paikalle ja miten kaukaa. Tiedot kootaan lyhyeksi esitykseksi, jossa osallistujille näytetään, kuinka paljon vastuullisilla valinnoilla on säästetty. Hiilijalanjäljen voi kuvata konkreettisesti euroina, jolloin tapahtuman teema eli tuottava vastuullisuus pääsee oikeuksiinsa.

Tällainen tiedonkeruu on mahdollista esimerkiksi iPadilla eli kämmen-tietokoneella. iPad-kyselyn toimintakonseptin ovat yhdessä laatineet Haaga-Helia, Webropol ja Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Vastaavia projekteja toteutetaan osallistujien tarpeiden mukaan. Järjestelmää on käytetty esimerkiksi Salpausselän kisoissa.

Asiakaskyselyyn tarvitaan lisenssi Webropol Oy:hyn tai vastaavaan sähköiseen palautejärjestelmään, järkevästi laadittu kyselylomake ja henkilö, joka kykenee koodaamaan lomakkeen järjestelmään. Lisäksi tarvitaan kyselyn tavoitteen mukainen määrä iPad-laitteita ja työntekijöitä keräämään kyselyihin vastauksia.

TAULUKKO 3. Viestintä tapahtuman aikana Viestinnän tilanteita ja keinoja tapahtuman aikana. (Blinnikka & Kuha 2004, 81.)			
Tapahtuman aikainen viestintä			
Henkilöstö	Yhteistyökumppanit	Media ja yleisö	Osallistujat
Tiedotus	Tiedotus	Tiedotustilaisuudet	Info-screen
Koulutus	Viestintä	Mainokset	Infopisteet
Sisäinen markkinointi	Internetsivut	Internetsivut	Opasteet
Infotaulut	Infopisteet	Opasteet	Infotaulut
Käsiohjelma	Info-screen	Infotaulut	Kuulutukset
Palaverit	Opasteet		Käsiohjelma

7.5 Mediasuhteet

Median merkitys yrityksille on kasvanut viime vuosina todella suureksi. Suomalainen on alttiina medialle jopa kahdeksan tuntia päivässä. Se, mitä yrityksestä kerrotaan mediassa, on usein ainoa keino muodostaa käsitys yrityksestä ja sen toiminnasta, mikä vaikuttaa todella paljon yrityksen maineeseen. Hyvä julkisuus on aina seurausta hyvästä toiminnasta. Media on nykyään pirstaloitunut ja digitalisoitunut, mikä asettaa uusia haasteita sen ymmärtämiseen ja julkisuuskuvan hallitsemiseen.

Mediajulkisuutta on mahdollista saada joko maksettuna mainontana tai tiedottamisen keinoin. Tiedottamisella välittyvä näkyvyys on uskottavampaa ja kustannustehokkaampaa kuin mainonta, mutta sen haasteena on median kiinnostuksen kohteiden ja toimintatapojen ymmärtäminen. (Pohjoisranta 2007–2011.)

Tapahtuman järjestäjän täytyykin pohtia, miten vastuullisuudesta kerrovista toimintatavoista ja valinnoista tehdään toimittajia kiinnostavia. Asiaa helpottaa, jos seuraa julkista keskustelua ja reagoi siihen oikeaan aikaan. Päätöksiä tehtäessä on muistettava, että päätökset voivat vaikuttaa tapahtuman saaman julkisuuden sävyyn. Kun tapahtuman keskeinen ja kantava arvo on vastuullisuus, mediaviestinnän kanavan on oltava vakavasti otettava ja luotettavana pidetty, kuten esimerkiksi Helsingin Sanomat, Keski-suomalainen tai Kauppalehti.

Tiedotussuunnitelman laatiminen

Menestyksekkään tapahtuman lähtökohtia ovat tunnettuus ja näkyvyys. Siksi tiedottaminen kannattaa ottaa huomioon jo tapahtuman suunnittelussa. Tunnettuus lisää yhteistyömahdollisuuksia ja helpottaa oikeanlais-

ten osaajien rekrytointia. Myönteisellä näkyvyydellä saadaan tapahtuman työntekijät ja yhteistyökumppanit sitoutettua projektiin tiiviimmin. Yksinkertaisimmillaan tiedotussuunnitelma voi olla aikataulu tapahtuman tiedotustoimenpiteistä ja kohderyhmistä.

TAULUKKO 4. Tiedotussuunnitelma				
Tiedotustarpeet tapahtuman eri vaiheissa	Sisäinen tiedotus	Ulkoisen tiedotus	Mistä tiedotetaan?	Miten tiedotetaan?
Suunnittelu- vaiheessa	Järjestäjät	Yhteistyökumppanit	Tapahtuman sisällöistä	Henkilökohtaiset tapaamiset
Ennen tapahtumaa	Työntekijät	Sponsorit	Ajankohtaisesta tilanteesta	Vierailut
Tapahtuman lähestyessä	Vapaaehtoiset	Potentiaaliset hyödyn saajat	Osallistumismahdollisuuksista	Lehti-ilmoitukset
Tapahtuman aikana			Mahdollisista muutoksista	Sähköposti, internet
Tapahtuman päättyessä			Tuloksista	Paikallismediat
Tapahtuman jälkeen				Alustukset, esitelmät, artikkelit

7.6 Perinteinen media

Perinteistä mediaa edustavat muun muassa sanomalehdet, ammattilehdet, televisio ja radio. Viestintä on hoidettu oikein, kun yhteydenpito tiedotusvälineisiin on pitkäjänteistä, suunnitelmallista ja aktiivista. Jotta kiinnostavista aiheista voidaan kertoa oikealla tavalla ja oikeaan aikaan, on tunnettava median toimintatavat ja uutiskriteerit.

Lehdistötiedotteen tarkoituksena on saada tieto tapahtumasta välitettyä tiedotusvälineille sellaisessa muodossa, että toimittaja tekee siitä jutun - joko suoraan tiedotteen pohjalta tai lisätietoja kysytyään.

Lehdistötiedotteiden ongelma on, ettei kaikista tapahtuman kannalta tärkeistä asioista tehdä uutista. Tiedottamisessa on myös otettava huomioon, että samanaikaisesti on ajateltava sekä median että lopullisen vastaanottajan tarpeita. Tiedotteessa käytettävän kielen on oltava ymmärrettävää ja selkeää.

Tiedotustilaisuus

Kirjallisten tiedotteiden lisäksi kannattaa ehkä järjestää myös tiedotustilaisuus, johon kutsutaan sähköisesti median edustajia sekä sellaisten yritysten ja organisaatioiden edustajia, joille tästä vastuullisen tapahtumajärjestämisen käsikirjasta voi olla hyötyä. Tiedotustilaisuuden keskeinen hyöty ja ero kirjallisiin tiedotteisiin on vuorovaikutus; median edustajat saavat esittää kysymyksiä ja tapahtuman järjestäjät perustella kantansa.

Tuottava vastuullisuus -tapahtuman tiedotustilaisuuteen kannattaa kutsua lehdistön, radion ja television edustajien lisäksi tahoja, jotka ovat julkaisun potentiaalisia ostajia ja käyttäjiä. Tällainen taho on esimerkiksi Jyväskylä Convention Bureau, joka tarjoaa maksutonta ja puolueetonta asiantuntija-apua, kun suunnitellaan kansainvälistä kokousta tai kongressia Jyväskylään (Jyväskylä Convention Bureau 2010).

Kutsu tiedotustilaisuuteen muokataan vastaanottajan mukaan. Julkaisun potentiaalisille ostajille kutsun on oltava henkilökohtainen ja houkutteleva, jolloin vedotaan tilaisuudesta ja käsikirjasta saatavaan hyötyyn omassa liiketoiminnassa. Lehdistölle, radiolle ja televisiolle lähetetyt kutsun taas pitää olla sopivan tiivis ja kertoa tapahtuman uutisarvo.

Tiedotustilaisuus on vuorovaikutustilanne, jossa paikalle kutsutut median edustajat haluavat todennäköisesti tietää, mitä käsikirjan asioita Nordic Business Forum käyttää Tuottava vastuullisuus -tapahtumassa. Siksi Nordic Business Forumille on annettava mahdollisuus tutustua käsikirjaan ennen tiedotustilaisuutta, jotta he osaavat vastata mahdollisiin kysymyksiin.

Tapahtumasta ja sen vastuullisuudesta tiedottaminen eri tiedotusvälineitä hyödyntäen on tärkeä osa vastuullisuusviestintää. Mediassa esitetyt kommentit ja ”jutut” tapahtumasta mielletään usein tapahtuman ulkopuolisen tahon kirjoittamiksi, mikä lisää niiden uskottavuutta. Siihen, mitä eri tiedotusvälineet tapahtumasta kertovat, voi vaikuttaa esimerkiksi lähettämällä lehdistötiedotteita ja järjestämällä lehdistötilaisuuksia. Tiedotteita ei ole kannattavaa lähettää kaikille mahdollisille tahoille, vaan hyvä suunnittelu helpottaa tiedotteen läpimenoa. Tapahtuman kohdeyleisö vaikuttaa siihen, minkä median kautta kannattaa tiedottaa, jotta halutun kohderyhmän huomio saavutetaan.

Lehdistötiedote

Lehdistötiedotteen keskeinen tarkoitus on saada julkisuutta. Tekstin on oltava valmiiksi julkaisukelpoista, jotta toimittajan ei tarvitse editoida sitä. Tärkein viesti kirjoitetaan alkuun ja vähemmän tärkeät asiat loppuun, sillä tekstiä saatetaan lyhentää. Tekstin alku kuitenkin säilyy julkaistavassa tiedotteessa. Tiedotteen lähettämisen jälkeen on tärkeää soittaa perään ja varmistaa, ettei tiedote ole hukkunut satojen muiden sähköpostien joukkoon. Soittamalla saa myös luotua henkilökohtaisen suhteen median edustajaan, mikä edistää tiedotteen julkaisemista.

7.7 Sosiaalinen media

Mediaviestinnän kanavia pohdittaessa on syytä harkita myös sosiaalista mediaa. Vaikka tekisi päätöksen olla viestimättä sosiaalisen median keinoin, osallistujat saattavat keskustella yrityksestä sosiaalisessa mediassa.

Sosiaalinen media tarkoittaa verkkoviestintää, jossa jokaisella käyttäjällä on mahdollisuus olla aktiivinen sisällön tuottaja tiedon vastaanottamisen lisäksi. Sosiaalisessa mediassa viestintä tapahtuu monelta monelle, eli perinteisille joukkotiedotusvälineille ominainen viestijän ja vastaanottajan välinen ero puuttuu. Internetissä julkaistava sisältö muodostaa niin sanotusti sosiaalisia objekteja, joiden ympärille ihmiset muodostavat verkostoja.

Sosiaalisessa mediassa markkinointi voi kuitenkin olla vähemmän uskottavaa kuin tapahtuman ulkopuolisen tahon julkaisema lehtijuttu. Facebook ja järjestäjätahon blogi ovat kuitenkin tehokkaita tapoja levittää tietoa tapahtumasta ja viestiä sen vastuullisista arvoista. Sosiaalisen median avulla on mahdollista tavoittaa paljon ihmisiä.

Ennen kuin markkinoi sosiaalisessa mediassa, on ymmärrettävä, mistä siinä on kyse. Sosiaalinen media ei ole vain Facebook ja Twitter, vaan sen kanavia ovat myös erilaiset keskustelufoorumit ja blogit. Kun on ymmärretty, mitä sosiaalisella medialla tarkoitetaan ja tehty päätös sen hyödyntämisestä, luodaan toimintamalli, tavoitteet, organisaatio ja työkalut sosiaalisen median seuraamiseen, analysointiin ja reagointiin. Tapahtuman järjestäjän tavoitteita ovat tiedottaminen, tiedon löydettävyyden parantaminen ja vuorovaikutus potentiaalisten osallistujien kanssa. Tapahtuman markkinointi ja sen arvojen viestiminen onnistuu tehokkaimmin, kun osallistutaan keskusteluun, tehdään aloitteita ja kampanjoidaan. Sisällön pitää olla mielenkiintoista, informatiivista, huomiota herättävää, kohde-

ryhmää puhuttelevaa ja tapahtuman arvojen mukaista. Tietoa voi aluksi antaa vähemmän osallistujien mielenkiinnon herättämiseksi. Tapahtuman lähestyessä lisätään sisältöä ja julkaisuvauhtia. Näin siksi, että osallistujien voi olla vaikea sisäistää suurta määrää tietoa yhdellä kertaa.

Tavoitteiden täyttymistä kannattaa mitata tapahtumaa koskevien kommenttien ja keskustelujen määrällä, merkittävien kontaktien määrällä, verkoston laajuudella (seuraajat, fanit, kirjautuneet ym.) ja kävijämäärällä. Mikäli sosiaalinen media valitaan yhdeksi mediaviestinnän kanavaksi, sen kautta viestiminen kannattaa aloittaa hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, esimerkiksi jo kuukautta ennen. Myös sosiaalisessa mediassa viestinnän on oltava avointa ja läpinäkyvää ollakseen uskottavaa.

Sosiaalisen median kautta voi todella vaikuttaa ihmisten mielikuviin ja päätöksiin. Blogin tai keskustelupalstalla olleen kommentin perusteella 42 % nettikäyttäjistä on päättänyt jättää jonkin tuotteen ostamatta, 47 % on ostanut jonkin tuotteen ja 62 % on muuttanut mielipidettään jostain tuotteesta. (Get it Right 2011.)

7.8 Jälkiviestintä

Tapahtuman kaikkien osioiden huolellinen loppuun saattaminen varmistaa toiminnan kehittymisen ja jatkuvuuden. Tapahtuman imagoa vahvistava innovatiivinen jälkimarkkinointi on tehokas tapa tiivistää yhteistyötä osallistujien ja järjestäjien välillä. Hyvä tapa on esimerkiksi kokousmateriaalin lähettäminen sähköpostitse kaikille osallistujille.

Tapahtuman jälkeen osallistujille voidaan lähettää sähköpostitse kokousmateriaalin lisäksi valokuvia tapahtumasta. VIP-osallistujille saman paketin voisi lähettää esimerkiksi kierrätysmateriaaleista valmistetulla USB-tikulla. Myös matkapuhelimeen lähetettävä kiitosviesti osallistumisesta on hauska tapa ja ilahduttaa osallistujaa jo kotimatalla.

Osallistujille lähetettävässä jälkiviestintäpaketissa voi olla infoa siitä, kuinka vastuullisilla valinnoilla vaikutettiin hiilijalanjälkeen ja ekologiseen jalanjälkeen. Säästöt voidaan kuvata konkreettisesti myös euroina. Samalla osallistujille voidaan lähettää vapaaehtoinen kysely, joka toimii mittarina, kuinka hyvin viestintä on tavoittanut osallistujat. Kyselyn pohjalta tapahtumaa voidaan arvioida ja kehittää.

Tapahtuman esiintyjien, rahoittajien ja sponsoreiden muistaminen on tärkeää, sillä asiallisella palautteella ja kiitoksilla lujitetaan tulevaa yhteistyötä. Yhteistyökumppaneiden, jotka ovat olleet mukana tuottamassa ydin- tai oheispalveluja, on saatava kirjallisen palautteen lisäksi mahdol-

lisuus tavata kasvokkain kiitosten, kehittämisehdotusten, palautteen ja kokemusten jakamiseksi. (Blinnikka & Kuha 2004, 192.)

7.9 " Viherpesu "

Niin sanottu viherpesu on monimutkainen nykymainontaan liittyvä ilmiö, jossa organisaatiot käyttävät suhteettoman paljon resursseja sellaisen ekologisen mielikuvan luomiseen, joka ei vastaa todellisuutta. Toisin sanoen kuluttajalle viestitään organisaation ympäristövastuullisuudesta, mutta jätetään tahallaan viestimättä tuotannon, jakelun ja/tai käytön aikana syntyvistä ympäristöongelmista.

Viherpesu on ongelmallinen ilmiö monestakin syystä, kuten epäeettinen mainonta yleensä. Viherpesusta kärsivät niin ympäristö, kuluttajat kuin liiketoimintakin. Paras tapa viestiä ympäristöargumenteista on olla totuudenmukainen ja läpinäkyvä koko organisaatiossa ja antaa selkeä kuva kaikesta toiminnasta.

7.10 Vastuullisuuspalapelin kokoaminen

Jotta hahmotetaan vastuullisen tapahtumajärjestämisen ja siitä viestimisen laaja-alaisuus sekä eri osa-alueiden merkitys, prosessi voidaan ajatella palapelin kokoamisena. Palapeli on valmis vasta, kun sen jokainen pala on oikealla paikallaan ja kuva yhtenäinen. Yhden palan puuttuminen vaikuttaa siihen, miltä palapeli lopulta näyttää. Tapahtuman yhden osa-alueen huomiotta jättäminen vaikuttaa kokonaisuuteen, siitä välittyvään viestiin ja tapahtuman järjestäjän sekä yhteistyökumppaneiden maineeseen. On ensiarvoisen tärkeää ottaa vastuullisuusviestinnässä huomioon kaikki tapahtumajärjestämisen osa-alueet, joissa vastuullisilla valinnoilla on merkitystä.

VASTUULLISUUSVIESTINNÄN MUISTILISTA

- Mieti, mitä lisäarvoa tapahtumassa mukana oleminen osallistujille tuottaa ja määritä jokaisen sidosryhmän kohdalla yksilölliset ratkaisut heidän tarpeisiinsa.
- Huolehdi, että selkeä ja ajan tasalla oleva informaatio on helposti saatavilla.
- Vaihda kirjeitse lähetettävät tiedotteet ja kutsut sähköiseen kirjeeseen, mikäli mahdollista.
- Muista tiedotteessa muun muassa tapahtuman sisältö, pääesiintyjät, ajankohta, paikka, Internet-sivut, yhteystiedot ja ilmoittautumiskäytännöt
- Lähetä kaikille osallistujille tapahtuman jälkeen esimerkiksi sähköpostitse ohjelmasisältöjen tiivistelmä ja valokuvia tapahtumasta.
- Muista kiittää ja antaa palautetta, se lujittaa tulevaa yhteistyötä. Tapahtuman jälkeisen tiedonkeruun tulee olla nopeaa. Suunnittele mitä palautteenantojärjestelmää haluat käyttää ja paljonko siihen tulee varata aikaa.
- Lähetä kaikille osallistujille tapahtuman jälkeen esimerkiksi sähköpostitse ohjelmasisältöjen tiivistelmä ja valokuvia tapahtumasta.
- Älä unohda jälkiviestinnässä tapahtuman esiintyjä, rahoittajia ja sponsoreita.

8 Pohdinta

Yhteiskuntavastuu ja eettis-ekologiset arvot ovat nousseet tärkeään rooliin 2000-luvulla. Kuluttajat haluavat tuotteille ja palveluille entistä enemmän eettisiä ja ekologisia vaihtoehtoja. Yritysten ja tapahtumien järjestäjien on mahdollista herättää osallistujien mielenkiinto vastuullisilla valinnoilla ja tarjota vastuullisesti tuotettuja yleisötapahtumia. Eettinen ja vastuullinen toiminta ottavat huomioon kestävän kehityksen ja pyrkivät minimoimaan toiminnasta aiheutuvia haittoja ympäristölle ja yhteiskunnalle.

Yleisötapahtumien suurin hiilidioksidipäästöjen aiheuttaja on liikenne. Hyvällä suunnittelulla voidaan vaikuttaa kuljetusten kestoon ja välimatkoihin. Kuljetusten yhtenäistäminen ja lähituotteiden käyttäminen vähentävät hiilidioksidipäästöjä. Tapahtuman osallistujien liikkumisen aiheuttamiin päästöihin voidaan vaikuttaa muun muassa järjestämällä vaihtoehtoja yksityisautoilulle. Hankinnoissa on otettava ensisijaisesti huomioon tuotteen ympäristövaikutukset koko tuotteen elinkaaren ajalta sekä niiden eettiset ja sosiaaliset vaikutukset. Palveluiden tuottamisessa voidaan työllistää paikkakunnan omaa väkeä, työttömiä tai tehdä yhteistyötä oppilaitosten kanssa. Jos tapahtumassa halutaan jakaa osallistujille oheismateriaalia, on hyvä perehtyä materiaalien kierrätettävyyteen.

Jätehuollon organisointi tuo puolestaan tapahtuman järjestämiseen usein haasteita. Järjestäjän pitää laatia jätehuoltosuunnitelma kaupungin jätehuoltomääräysten mukaisesti ja saada koko tapahtumatuotantoon osallistuva toimijajoukko toiminaan sen mukaisesti. Osallistujien perehdyttäminen vastuullisen toiminnan käytänteisiin ja kannustaminen toimimaan niiden mukaisesti on keskeisessä asemassa tapahtuman onnistumisen kannalta. Viestinnän merkitys tapahtuman järjestämisessä on siis suuri. Järjestäjän on informoitava sidosryhmiään oman vastuullisen toimintansa periaatteista ja linjauksista sekä kannustettava osallistujia ja eri sidosryhmiä toimimaan niiden mukaisesti. Vastuullisuus ei tule esiin ilman yhdenmukaista viestintää, ja viestintä liittyy jokaiseen osa-alueeseen sekä sisäisesti että ulkoisesti. Viestinnän pitää kuitenkin perustua todellisiin tekoihin.

Parhaassa tapauksessa vastuullinen liiketoiminta parantaa kustannustehokkuutta, auttaa hallitsemaan riskejä, pitää yllä ja kehittää hyviä sidosryhmäsuhteita sekä luo mahdollisuuksia uusiin innovaatioihin. Kuitenkin käsitys vastuullisuuden yltiöpositiivisista taloudellisista hyödyistä on muuttunut realistisempaan suuntaan. Vastuullisuuden kannattavuuden arviointi on hankalaa, koska kaikkia vaikutussuhteita ei tunneta. Vastuullisuutta toteuttava organisaatio kuitenkin haluaa katsoa kauemmas ja kehittää toimintaansa pitkällä aikavälillä. Tärkeintä on toimia aidosti omien arvojen ja julkituotujen periaatteiden mukaisesti.

Tapahtuman järjestämisestä on runsaasti hyviä käsikirjoja, mutta vastuullisuus ja kestävyuden edistäminen tässä yhteydessä on uusi näkökulma. Tässä oppaassa vastuullinen tapahtuman järjestäminen on pyritty ottamaan huomioon mahdollisimman monella osa-alueella ja antamaan konkreettisia esimerkkejä. Toivottavasti opas helpottaa ja kannustaa tapahtuman järjestäjää ottamaan ainakin pieniä askeleita ja tekemään käytännön tekoja kohti vastuullisempia tapahtumia.

KIRJOITTAJAT

Kirjoittajien kiitokset

Saimme vastuullisen tapahtumajärjestämisen käsikirjan tekemiseen paljon apua ja hyödyllistä tietoa myös Jyväskylän ammattikorkeakoulun ulkopuolelta. Ilman näitä tietoja ja tapaamisia käsikirjan kokoaminen olisi ollut paljon vaikeampaa.

Kiitämme Paviljonki Ravintolat ravintolatoimen johtajaa Markku Pitkästä opiskelijoiden lämpimästä vastaanotosta ja siitä, että hän kertoi avoimesti ruokapalveluiden toiminnasta. Paviljongin energiankäyttöraatkaisuista ja jätehuollosta saimme haastatella Paviljongin hallimestari Samuli Natria. Kiitämme häntä tärkeistä tiedoista ja oman vapaa-ajan käyttämisestä. Hankinnoista ja materiaaleista haastattelimme Kopijyvä Oy:n myyntipäällikkö Pasi Naukkarista. Häntä kiitämme yrityskierroksesta ja tiedoista painotalon käyttämisestä materiaaleista sekä digipainotekniikasta.

Koko projektiryhmä teki yritysvierailun Jyväskylän Energialle, missä asiakkuusjohtaja Teuvo Kangas ja markkinointipäällikkö Risto Pernu kertoivat todella kattavasti Jyväskylän Energiasta sekä sähkön ja veden tuotannosta yleisesti. Jyväskylän Energian henkilökunnasta lämpimät kiitokset ansaitsevat Teuvo Kangas, Pekka Puttonen, Merja Heinonen ja Risto Pernu upean opiskelijavierailun järjestämisestä.

Kiittäen

*Jasmin Ahila,
Senja Auranen,
Rita Enckell,
Päivi Kautto,
Maiju Lyytikkä,
Marjaana Mattila,
Juho Rintamäki,
Sanna Uusi-Einola ja
Satu Vehmas*

LÄHTEET

Lähteet

Aarrejärvi, L. 2003. Kokoukset ja kongressit. Järjestäjän käsikirja. Helsinki: Edita.

Auringosta lämpöä ja sähköä. 2009. Viitattu 27.4.2011. [Http://www.motiva.fi/files/2220/AurinkoEnergia_www.pdf](http://www.motiva.fi/files/2220/AurinkoEnergia_www.pdf).

Bergström, S. & Leppänen A. 2002. Markkinoinnin maailma. Helsinki: Edita.

Blinnikka, P. & Kuha, M. 2004. Ideasta kokoukseksi. Asiakaslähtöisten kokousten ja kongressien järjestäminen. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

CO2-raportti.fi. n.d. Viitattu 30.4.2011. [Http://www.co2-raportti.fi/](http://www.co2-raportti.fi/)

Edu.fi – opettajan verkkopalvelu. 2011. Jätteet ja ympäristö. Viitattu 20.4.2011. [Http://www.edu.fi/yleissivistava_koulutus/aihekokonaisuudet/kestava_kehitys/teemoja/jatteet_hyotykykayttoon/jatteet_ja_ymparisto](http://www.edu.fi/yleissivistava_koulutus/aihekokonaisuudet/kestava_kehitys/teemoja/jatteet_hyotykykayttoon/jatteet_ja_ymparisto).

Ekologinen pakkaus – millainen se on? 2011. Ruokasuomi 1, 22.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2011. Uusi jätelaki selkeyttää jätteen määritelmän. Viitattu 20.4.2011. [Http://www.ek.fi](http://www.ek.fi)

Energiateollisuus. 2011. Viitattu 14.4.2011. [Http://www.energia.fi/fi](http://www.energia.fi/fi), ympäristö.

Estlander, S. WWF Ruotsi. 2006. Meren herkkuja, ole hyvä! WWF:n kalaopas kuluttajille. Toim. S. Korpinen, J. Luukkonen, A. Mäkinen & L. Tahkokallio. Julk. WWF. WWF Suomen raportti nro 23. Viitattu 14.4.2011. [Http://www.cc-kilta.fi/pdf/kalaopas.pdf](http://www.cc-kilta.fi/pdf/kalaopas.pdf)

FiBS. 2007. Yhteiskuntavastuullisuudesta on tulossa itsestään selvä osa liiketoimintaa. Viitattu 23.4.2011. [Http://www.fibsry.fi/yhteiskuntavastuullisuudesta-on-tulossa-itsestaan-selva-osa-liiketoimintaa](http://www.fibsry.fi/yhteiskuntavastuullisuudesta-on-tulossa-itsestaan-selva-osa-liiketoimintaa)

Finland Convention Bureau. 2011. Viitattu 14.4.2011. [Http://www.fcb.fi/](http://www.fcb.fi/)

Get It Right Helsinki. n.d. Sosiaalisen median optimointi (SMO). Viitattu 30.4.2011. [Http://www.getitright.fi/sosiaalinen_media](http://www.getitright.fi/sosiaalinen_media)

Globaali piknik. 2009. Peruna vs. Riisi. Viitattu 14.4.2011. [Http://gloaalipiknik.wordpress.com/peruna-vs-riisi](http://gloaalipiknik.wordpress.com/peruna-vs-riisi).

Helkala, T. 2009. Jukolan viestin jätehuollon suunnittelu. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu, Luonnonvara ja ympäristöala, kestävän kehityksen koulutusohjelma. Viitattu 20.4.2011. https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/2106/Helkala_Terhi.pdf?sequence=1.

Helsingin Energia. n.d. Energia ja ympäristö. Viitattu 25.4.2011. <http://www.helen.fi/>, energia ja ympäristö.

Helsingin seudun liikenne. n.d. Viitattu 24.3.2011. <Http://www.hsl.fi/FI/sivut/default.aspx>.

Helsingin seudun liikenne. n.d. Jälki – Arkiliikenteen hiilidioksidilaskuri. Viitattu 23.3.2011. <Http://www.hsljalki.fi/>.

Helsingin seudun ympäristöpalvelut. 2011. Petra-jätevertailu. Viitattu 20.4.2011. <Http://www.hsy.fi/seututieto/ilmasto/tyokaluja/petra/Sivut/default.aspx>.

Hough, R. 2007. Sinä voit pelastaa maapallon. Karkkila: Kustannus-Mäkelä.

Infopaketti kauppiaille. 2003. Roskajoukon ilmastonmuutos-info. Viitattu 4.5.2011. <Http://www.ilmastonmuutos.info/projektit/fi/cfmldocs/index.cfm?ID=227>

Itella. 2011. Viitattu 18.4.2011. <Http://www.itella.fi/>

Jones, M. 2010. Sustainable event management. A practical guide. London: Sterling, VA: Earthscan.

Jyväskylän Convention Bureau – Conference excellence. 2010. Onnistuneen kansainvälisen tapahtuman järjestäminen Jyväskylässä. Viitattu 30.4.2011. <http://www.jcb.fi/etusivu>.

Jyväskylän kaupunki. 2008. Jyväskylän kaupungin yleiset jätehuoltomääräykset. Viitattu 20.4.2011. www.jyvaskyla.fi/.../prime.../26320_jatehuoltomaaraykset2009.pdf

Jätehuollon suunnittelu. n.d. Seuranta- ja raportointiohjeet. Viitattu 20.4.2011. Http://www.garbagex.net/kiinteistöjen_jätehuolto.

Kansalaisten bioturva-yhdistys. 2000. Tarvitsemme geenimuunneltua ruokaa? Viitattu 11.4.2011. <Http://www.bioturva.org/art/gmruoka.htm>.

Kopijyvä. n.d. Kopijyvä, oivallus palvelusta. Suurkuvapalvelut, markkinointitelineet, tapahtumateltat, ulkomarkkinointi. Esite.

Kuivanen, T. 1999. Vihreät silmälasit. Helsinki: WSOY.

Kuluttajavirasto. 2010. Ympäristömerkit auttavat kuluttajaa tuoteviidakossa. Viitattu 28.4.2011. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/ymparisto-merkit/>.

Kuvaja, S. & Malmelin, K. 2008. Vastuullinen yritysviestintä, kilpailuetua vuoropuhelusta. Helsinki: Edita.

Lampputieto. n.d. Viitattu 27.4.2011. <http://www.lampputieto.fi/>, lamppujen valintaopas & hyvästit hehkulampulle.

Lettenmeier, M. 1994. Roskapuhetta –Jäteneuvonnan käsikirja. Jyväskylä. Ympäristöministeriö, Vesi- ja ympäristöhallitus, Rakennusalan kustantajat

Lipasto – Liikenteen päästöt. n.d. Suomen liikenteen pakokaasupäästöjen ja energiankulutuksen laskentajärjestelmä. Viitattu 13.4.2011. <http://lipasto.vtt.fi/liisa/index.htm>.

Matkailun edistämiskeskus. 1999. Vastuullisen tapahtuman järjestäminen.

Motiva – Asiantuntija energian ja materiaalien tehokkaassa käytössä. 2011. Viitattu 27.4.2011 ja 13.4.2011. <http://www.motiva.fi/>.

Motiva – Asiantuntija energian ja materiaalien tehokkaassa käytössä. 2011. Energiansäästöviikko. Viitattu 27.4.2011. <http://www.energiansaastoviikko.fi>

Natri, S. Hallimestari. Jyväskylän Paviljonki. Haastattelu 24.3.2011.

Naukkarinen, P. 2011. Myyntipäällikkö. Kopijyvä Jyväskylä. Haastattelu 31.3.2011.

Naukkarinen, P. 2011. Sähköpostiviesti 19.4.2011. Vastaanottaja P. Kautto & S. Vehmas. Asiatietojen tarkennusta.

Partanen, E. 2003. Käyttäjälähtöisyyttä tilasuunnitteluun. Toimivat tilat tilapalveluille. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Pirkanmaan Jätehuolto Oy. n.d. Tapahtumien jätehuolto. Viitattu 20.4.2011. [Http://www.pirkanmaan-jatehuolto.fi/Palvelut/yritys_tapahtumat](http://www.pirkanmaan-jatehuolto.fi/Palvelut/yritys_tapahtumat).

Pohjoisranta. 2007–2011. Mediasuhteet. Viitattu 15.4.2011. [Http://www.pohjoisranta.fi/palvelualueet/mediasuhteet/](http://www.pohjoisranta.fi/palvelualueet/mediasuhteet/)

Rautiainen, M & Siiskonen, M. 2002. Kokous ja kongressipalvelut. Vantaa: Tumavuoren Kirjapaino

Ruokasuomi – Suomalaisen ruokakulttuurin asialla. 2011. Ihmiset toteuttavat vastuullisia ruokavalintoja, vaikka sana koetaan synkäksi. Viitattu 1.5.2011. [Http://uutiset.ruokatieto.fi/Uutiset/2010](http://uutiset.ruokatieto.fi/Uutiset/2010)

Saarelma, K. 2002. Kongressiopas. Kuinka tieteellinen kongressi järjestetään. Helsinki: Primacarrera-instituutti.

Silius, K. & Tervakari, A.-M. 2007. Hypermedian tuotantoprojektin hallinnan erityispiirteet. Tampereen teknillinen yliopisto, hypermedialaboratorio. Viitattu 18.4.2011. <http://matriisi.ee.tut.fi/hmopetus/tprj-hall/syky2007/HmProjhal-2007-1.pdf>

SOL Palvelut Oy. n.d. Messukeskuksen jätehuolto- ja siivousohje. Viitattu 20.4.2011. <http://web.finnexpo.fi/Sites2/ChemBioTeollisetpalvelut/ChemBio/Naytteilleasettajat/suunnittele/ohjeet/Documents/J%C3%A4tehuolto%20ja%20siivous.pdf>

Sovatek-säätiö. 2010. Viitattu 12.4.2011. <http://www.sovatek.fi/index.shtml>.

Sovatek-säätiö. n.d. Sovatek, uusi tulevaisuus – tuotannolliset yksiköt. Esite.

Suomalainen tiedekeskus Heureka. 2007. Kuva tuotteen elinkaaresta. Viitattu 28.4.2011. http://www.heureka.fi/portal/suomi/nayttelyt/saastavaa_kulutusta/hukkaan_heitetty/.

Suomen Messut. n.d. Kongressijärjestäjät. Viitattu 12.4.2011. <http://web.finnexpo.fi/Kongressijarjestajat/Sivut/Aloitussivu.aspx>.

Suomen standardisoimisliitto SFS. n.d. ISO 14000 – ympäristöjärjestelmämalli. Viitattu 12.4.2011. <http://www.sfs.fi/iso14000/ymparistojarjestelma/>.

Suomen uusiutuva energia. 2010. Viitattu 27.4.2011. www.uusiutuva.fi, energia, energiankulutus.

Tampereen kaupunki. 2007. Tapahtumanjärjestäjän opas. Viitattu 20.4.2011. <http://www.tampere.fi/tampereinfo/tapahtumat/jarjestajanopas>, jätehuolto.

Tilastokeskus 2011. Viitattu 20.3.2011. <http://www.stat.fi/>

Toivola, H. Markkinointipäällikkö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Haastattelu 27.4.2011.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2011. Energia. Viitattu 23.4.2011. <http://www.tem.fi/>, energia.

UPM. 2011. Vastuullisuus. Kestävät tuotteet. Viitattu 22.3.2011. <http://www.upm.com/FI/VASTUULLISUUS/Kestavat-tuotteet/Vastuullinen-hankinta/Pages/default.aspx>.

Vaasan kaupunki. n.d. Asuntomessut Vaasassa 11.7 – 10.8.2008. Viitattu 27.4.2011. <http://asuntomessut.vaasa.fi/>.

Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu. 2010. Viitattu 17.4.2011. <http://www.ymparisto.fi>, yritykset ja yhteisöt, energiatehokkuus.

Valtion ympäristöhallinnon verkkopalvelu. 2010. Viitattu 20.4.2011. <http://www.ymparisto.fi>, jätteet ja jätehuolto, jätelainsäädäntö.

Varpiala, H. 2007. Ekovinkit. Viitattu 14.4.2011. <http://www.merkitys.org/ekovinkit.html>.

Vihreä ICT. n.d Sähköiset palvelut aiheuttavat vähemmän CO₂-päästöjä. Viitattu 2.5.2011. http://www.vihreaict.fi/fi/fi_3_7.html.

VR-yhtymä Oy. 2010. Viitattu 6.4.2011. <http://www.vr-konserni.fi/fi/index/ymparisto/hiilidioksidipaastojenpuolittaminen.html>.

WWF. 2009. Paperinostajan opas. Viitattu 12.3.2011. http://www.wwf.fi/ymparisto/metsat/metsa_paperiteollisuus/paperin_ostajan_opas.html.

Ympäristö.fi. [Http://www.ymparisto.fi/lainsaadanto/valmisteilla_oleva_lainsaadanto/ymparistosuojelun_lainsaadantohankkeet/jatealan_lainsaadannon_kokonaisuuudistus](http://www.ymparisto.fi/lainsaadanto/valmisteilla_oleva_lainsaadanto/ymparistosuojelun_lainsaadantohankkeet/jatealan_lainsaadannon_kokonaisuuudistus)

LIITTEET

LIITE 1. Linkejä vastuullisesti tuotettujen tuotteiden myyjistä

<http://www.artepro.fi>

<http://www.globehope.com/fi/products.html>

<http://ekliikelahjat.fi/>

<http://www.taitomaa.fi/667>

<http://www.napakka.fi/eko2010.html>

<http://www.sunglobe.net/muistiinpanovalineet-239>

<http://www.greenstreet.fi>

LIITE 2. Energia- ja ympäristömerkinnät

Energia- ja ympäristömerkinnät	
	<p>Euroopan unionin energiamerkintä, jonka avulla energialaitteet jaetaan aakkosjärjestyksessä luokkiin A-G, jossa A on paras ja G huonoin. Energiamerkinän ylläpitoa ja oikeellisuutta valvoo Turvatekniikan keskus.</p>
	<p>Ekoenergia-merkki kertoo uusiutuville energianlähteillä tuotetusta energiasta ja sen voi myöntää Suomen luonnonsuojeluliitto. Merkin voi saada sekä sähkö- että lämpöenergialle.</p>
	<p>Energy Star –merkintä on kansainvälinen merkintä, joka asettaa normeja toimistolaitteiden energiankulutukselle</p>
	<p>TCO-merkin myöntämisessä kiinnitetään huomiota näyttöjen ja tietokoneiden ergonomiaan, energiansäätöön, laitteiden elektromagneettiseen säteilyyn ja ympäristöystävällisyyteen.</p>


	<p>Pohjoismainen Joutsen-ympäristömerkki.</p> <p>Vapaaehtoisen ja puolueettoman pohjoismaisen ympäristömerkintäjärjestelmän tavoitteena on lisätä kuluttajien tietoa tuotteiden ympäristövaikutuksista ja opastaa valitsemaan markkinoilla olevista tuotteista vähemmän ympäristöä kuormittavat vaihtoehdot.</p>
	<p>Avainlippu-alkuperämerkki kertoo, että tuote on valmistettu tai palvelu tuotettu Suomessa.</p> <p>Merkki antaa kuluttajille mahdollisuuden valita suomalainen vaihtoehto ja vaikuttaa omien ostopäätösten kautta omaan ja muiden ihmisten elämään.</p>
	<p>Reilun kaupan sertifiointijärjestelmä pyrkii parantamaan kehitysmaiden pienviljelijöiden ja suurtilojen työntekijöiden asemaa kansainvälisessä kaupankäynnissä. Reilun kaupan merkki tuotteessa tarkoittaa, että tuotantoketju noudattaa Fairtrade International -järjestön Reilun kaupan kriteerejä, ja merkin tarkoituksena on ympäristömerkien tavoin vaikuttaa kuluttajien ostopäätöksiin.</p>
	<p>Luomumerkki myönnetään maataloustuotteille, rehuille, elintarvikkeille ja alkoholijuomille, jos vähintään 95 % tuotteen maataloudesta peräisin olevista ainesosista on tuotettu luonnonmukaisesti.</p>

LIITE 3. Jyväskylä Paviljonki Lajitteluohje

www.lassila-tikanoja.fi

Jyväskylä Paviljonki lajitteluohje

Näin lajittelet jätteet oikein. Seuraa opasteita ja tunnuksia.




ENERGIA-JAE

KYLLÄ

- polkupyörät (ei PVC)
- lämpöeristyspaperit ja -pölyt
- muovipakkaukset
- muovit (ei PVC)
- eristykset
- paperitrypinat
- vaahdot ja kiveäiset

EI

- lasit
- huonekalut
- metallit, lasit, keramiikka
- öljyt, öljyt, maalien jäänteet
- PVC-muovit
- eristysmateriaalit
- huonekalujen jäänteet
- öljyt, värit, laastarit
- akkujen jäänteet
- huonekalujen jäänteet



Energiajäte

Lajiteltua energiajätettä käytetään lisäpoltoaineena energiantuotantolaitoksissa.



KERÄYS-PAHVI

KYLLÄ

- ruokaa pakatut
- ruokaa karterit
- vatsapaperit
- astiopölyt
- ruokien paperipakkaukset
- astiat, lasit ja tikkaset ei lajitella poisista

EI

- vaahdot tai hirtin pakatut
- öljyt tai kermapölyt
- eristykset
- muovit



Keräyspahvi

Kierrätystä pahvista valmistetaan erilaisia kartonkeja, ennen kaikkea hylsykartonkia.



BIOJÄTE

KYLLÄ

- eläinruuakat
- ruokajätteen perusteella
- lämpöeristys- ja eristysmateriaalit
- maahaneristys
- kivet
- puut, oksat ja haamamätkät
- maan kompostoituvat jätteet

EI

- muovipakkaukset ja -pakkausmateriaalit
- metallipakkaukset
- lasit
- nestemäiset jätteet
- huonekalujen jäänteet
- öljyt ja polttoaineet
- jätit



Biojäte

Lajiteltu biojäte kerätään käsiteltäväksi käsitelylaitokseen. Kompostimutua hyödynnetään esimerkiksi viherrakentamisessa.



KAATOPAIKKA-JÄTE

KYLLÄ

- huonekalut, öljyt, maalien jäänteet
- PVC-muovit
- eristysmateriaalit
- öljyt, värit, laastarit
- huonekalujen jäänteet
- maan kierrätysmateriaalien jäänteet

EI

- lasit
- huonekalujen jäänteet, puut, lasit, energiajäte (jälj.)
- eristysmateriaalit
- öljyt ja vaahdot



Kaatoaikajäte

Kun jätteestä on lajiteltu erillään hyöty- ja ongelma-jätteet, jää jäljelle kaatoaikajäte. Kaatoaikajätettä käsitellään L&T:n kierrätysmateriaalien tuotantolaitoksella.



KERÄYS-PAPERI

KYLLÄ

- sanomien- ja aikakauslehdet
- maahaneristys- ja eristysmateriaalit
- kiviäiset jätteet
- kiviäiset jätteet
- vatsapaperit

EI

- huonekalujen jäänteet
- jätteenkäsittelypaperit
- huonekalujen jäänteet
- puut ja kuitu
- öljyt ja kiviäiset jätteet
- eristysmateriaalit
- muovit



Keräyspaperi

Paperitehtaalla keräyspaperista poistetaan päivittäin pesemällä eli sisältämällä ja pestystä massasta valmistetaan paperin raaka-ainetta.



KERÄYS-METALLI

KYLLÄ

- akkujen jäänteet
- maahaneristys- ja eristysmateriaalit
- öljyt ja kiviäiset jätteet
- huonekalujen jäänteet
- öljyt ja polttoaineet
- huonekalujen jäänteet
- huonekalujen jäänteet, huonekalujen jäänteet

EI

- puut ja maan ongelma-jätteet
- huonekalut
- muovipakkaukset



Keräysmetalli

Keräysmetallia käytetään uuden metallin valmistukseen. Metallipakkauksia kierrätettäessä energiansäästö on jopa 75-95 % neutraalisen raaka-aineen käyttöön verrattuna.



KERÄYS-LASI

KYLLÄ

- tyhjiä lasipölyt
- tyhjiä lasipölyt

EI

- lasit
- eristysmateriaalit ja -pölyt
- keramiikka
- öljyt
- eristysmateriaalit
- huonekalujen jäänteet
- huonekalujen jäänteet ja puukinon keräykset
- maahaneristys- ja eristysmateriaalit
- huonekalut



Keräyslasi

Keräyslasista valmistetaan mm. lasivillaa ja lasipakkauksia.

Jätelain määrittely:

Jätteellä tarkoitetaan ainetta tai esinettä, jonka haltija on poistanut tai aikoo poistaa käytöstä, tai on velvollinen poistamaan käytöstä.

Ongelmajätteellä tarkoitetaan jätettä, joka kemiallisen tai muun ominaisuutensa takia voi aiheuttaa erityisiä vaaroja tai haittaa terveydelle tai ympäristölle. Ongelmajätteen pitää lajitella ja pitää erillään muista jätteistä.

Jätehuolto- ja kierrätyspalvelut, Sepelitie 6, 40320 Jyväskylä, puh. 010 636 186

Ongelmajätteenpalvelut, Sääksvuorentie 4, 40530 Jyväskylä, puh. 010 636 6070

Jätevesipalvelut, Heinämäentie 20, 40250 Jyväskylä, puh. 010 636 5155



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULUN Julkaisuja



MYyntI JA JAKELU

Jyväskylän ammattikorkeakoulun kirjasto
PL 207, 40101 Jyväskylä
Rajakatu 35, 40200 Jyväskylä
Puh. 040 552 6541
Sähköposti: julkaisut@jamk.fi
www.jamk.fi/julkaisut

VERKKOKAUPPA

www.tahtijulkaisut.net



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU

PL 207, 40101 Jyväskylä
Rajakatu 35, 40200 Jyväskylä
Puh. 020 743 8100
www.jamk.fi

AMMATILLINEN OPETTAJAKORKEAKOULU

HYVINVOINTIYKSIKKÖ

LIIKETOIMINTA JA PALVELUT -YKSIKKÖ

TEKNOLOGIAYKSIKKÖ



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU

Edessäsi on *Vastuullisen ja kestävä tapahtumatuotannon elementit* -julkaisu. Julkaisu sisältää vinkkejä siitä, kuinka tapahtumat järjestetään ympäristöstävällisemmin ja sosiaalisen vastuullisuuden periaatteita noudattaen, mutta taloudelliset näkökulmat huomioiden. Julkaisu on käytännöllinen kokonaisuus seikoista, joita tapahtuman järjestäjän on hyvä huomioida voidakseen luoda ja saavuttaa arvoa vastuullisesti toteutetun tapahtuman muodossa.

Julkaisussa tarkastelun kohteina ovat mm. energiankäyttö ja siihen liittyvä tehokkuus, tapahtuman jätehuolto, lähiruoka, materiaalihankinnat sekä vastuullinen viestintä. Jokaisen luvun lopussa on tiivistetty muistilista käsitellyn aihealueen merkittävimmistä seikoista käytännön totutuksen kannalta.

Julkaisu pohjautuu JAMKin restonomiopiskelijoiden *Tuottava vastuullisuus* -seminaariin rakentaman vastuullisen tapahtumajärjestämisen käsikirjan sisältöihin. Syksyllä 2011 Jyväskylässä järjestetty tapahtuma toimii julkaisussa case-esimerkkinä.

ISBN 978-951-830-240-0 (NID)

ISBN 978-951-830-241-7 (PDF)