

Ekotiimillä on asiaa – Green Office tutuksi työyhteisöviestinnän keinoin

Jaana Korpinen

Opinnäytetyö

Hotelli- ja ravintola-alan liikkeen-
johdon koulutusohjelma

2013



26.3.2013

Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma

<p>Tekijä tai tekijät Jaana Korpinen</p>	<p>Ryhmätunnus tai aloitusvuosi 2009</p>
<p>Raportin nimi Ekotiimillä on asiaa – Green Office tutuksi työyhteisöviestinnän keinoin</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 41 + 14</p>
<p>Opettajat tai ohjaajat Elina Levänen, Mia Tarhanen</p>	
<p>Ekotiimi ylläpitää HAAGA-HELIA -ammattikorkeakoulun Haagan toimipisteen ympäristövastuuta ja siitä viestimistä koulun opiskelijoille ja henkilökunnalle. Ekotiimin toiminta alkoi vuonna 2000 ja yhdeksän vuotta myöhemmin Haagaan saatiin Green Office -ympäristömerkki. Green Officesta ympäristövastuu on laajentunut majoitus- ja ravintola-alan koululle sopivasti Portaat Luomuun -ohjelmaan.</p> <p>Opinnäytetyö on toimeksianto Ekotiimiltä ja sen tuotoksena on työkaluja Ekotiimin sisäisen viestinnän sujuvoittamiseksi. Tavoitteena on selvittää, miten suunnitellaan toimivat materiaalit tukemaan toimeksiantajan sisäistä eli työyhteisöviestintää ympäristöasioissa. Tuotoksien tavoitteena on toimia viestintää helpottavina työkaluina Ekotiimin viestinnästä vastaaville henkilöille. Työn tietoperustassa käsitellään työyhteisö- ja muutostiestintää, verkkoviestintää sekä viestinnän suunnittelua. Lisäksi työssä perehdytään Ekotiimin toimintaan Green Office -ympäristöohjelman ja Portaat Luomuun -ohjelman kautta.</p> <p>Työyhteisöviestintää on organisaation jäsenten välinen kaikki viestintä ja kommunikaatio, jotka tukevat työntekoa. Muutostiestintä on tehostettua viestintää tulevasta ja käynnissä olevasta muutoksessa organisaatiossa. Verkkoviestintä on kommunikaatiota sähköisten välineiden avulla (intranet, sähköpostit). Viestinnän suunnittelussa on huomioitava aikaväli, jolle suunnitelma tehdään ja mahdollisesti sitoutettavat resurssit. Green Office on WWF Suomen suunnittelema ympäristöjärjestelmä, johon kuuluu määriteltujen indikaattoreiden seuranta ja raportointia. Portaat Luomuun on ammatti-keittäöille suunnattu ohjelma, jossa vaiheittain siirrytään täysin luomuravintolaksi.</p> <p>Opinnäytetyön tuotokset Ekotiimille ovat vuosikalenteri, Teemaviikon informaatioviestit ja kestävän kehityksen mukaisen elämäntapaan ohjeistava Power Point -esitys. ”Ekotiimin vuosi 2013” -kalenterista ilmenee kyseisen vuoden tehtävät ja kampanjat. Teemaviikon informaatioviestit laadittiin monivuotiseen käyttöön soveltuviksi. Power Point -esitys on yleispätevä ohjenuora elämäntavan omaksumiseen.</p>	
<p>Asiasanat työyhteisöviestintä, verkkoviestintä, ympäristövastuu, ympäristöjärjestelmä</p>	

Restaurant and Hospitality Management

<p>Authors Jaana Korpinen</p>	<p>Group or year of entry 2009</p>
<p>The title of thesis Ekotiimi calls up – introducing Green Office by means of internal communication</p>	<p>Number of pages and appendices 41 + 14</p>
<p>Supervisor(s) Elina Levänen, Mia Tarhanen</p>	
<p>Ekotiimi is a team managing environmental responsibility and communicating it to students and personnel on Haaga campus of HAAGA-HELIA University of Applied Sciences. Ekotiimi started its operation in 2000 and nine years later Haaga campus was entitled to Green Office eco-label. What was started with Green Office was followed by an organic food project called Portaat Luomuun, within the hotel and restaurant degree program.</p> <p>This bachelor’s thesis is product type and it was commissioned by Ekotiimi. The products include tools to ease internal communication. The aim is to find out how to plan good materials to support internal or organizational communication about environmental issues. The products are meant for Ekotiimi members for managing communications. The theory discusses organizational communication and communication in change, network communication and planning communication. The thesis also describes Green Office environmental management program and the Portaat Luomuun project.</p> <p>Organizational communication means all communication between people in an organization in order to manage work. Communication in change is strengthened communication about both changes on-coming and on-going. Network communication is assisted by electronic devices such as computers and smartphones. When planning the communication one has to notice the timespan for which it is being made and the resources engaged to communication. Green Office is an environmental management system launched by WWF Finland and it consist of monitoring defined indicators and reporting them. Portaat Luomuun is a project for professional kitchen to change step by step to all-organic restaurants.</p> <p>The products of the thesis for Ekotiimi are annual calendar, informational messages for Theme week and a Power Point show promoting living by sustainable development. The calendar “Ekotiimin vuosi 2013” shows tasks and campaigns in 2013. The informational messages are planned to be used as they are or altered, for many years to come. The Power Point show is a universal guideline to adopt sustainable way of life.</p>	
<p>Key words organizational communication, network communication, environmental responsibility, environmental management system</p>	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Viestintä.....	5
2.1	Sisäinen eli työyhteisöviestintä.....	5
2.2	Muutosviestintä.....	9
2.3	Sähköinen eli verkkoviestintä.....	13
2.4	Viestinnän suunnittelu	15
3	Haagan Ekotiimi.....	19
3.1	Green Office -ympäristöohjelma	20
3.2	Portaat Luomuun	22
4	Produktiosuus – Mitä tuli tehtyä?.....	25
4.1	Ekotiimin vuosi 2013 -kalenteri	25
4.2	Teemaviikko 2012	27
4.3	”Mitä voit tehdä?” – vinkit kestävän kehityksen mukaiseen elämään	28
5	Johtopäätökset ja pohdinta	30
5.1	Kehitysehdotukset.....	34
5.1.1	Tavoitteisiin pohjautuva raportointi näkyville – Ympäristöviestinnällä läpinäkyvyyttä toiminnalle.	35
5.1.2	Henkilökunnan ja opiskelijoiden ahkerampi kannustaminen ympäristöllisesti kestävämpään liikkumiseen ja vihreään sähkösovimukseen vaihtamiseen.....	37
5.1.3	Henkilökunnan ja opiskelijoiden haastaminen vertailemaan omaa sähkön ja paperin kulutusta.	38
5.1.4	Ruokapiirin perustaminen	39
5.2	Itsearviointi.....	40
	Lähteet	42
	Liitteet.....	45
	Liite 1. Ekotiimin vuosi 2013	45
	Liite 2. Teemaviikon 2012 materiaalit.....	46
	Liite 3. PowerPoint -esitys vastuullisimmista valinnoista.	57

1 Johdanto

Yritysten toteuttama yritysvastuu on yhä enemmässä määrin osa jokapäiväistä toimintaa. Yritys vastuun kehittämiseen voi olla monia syitä: taloudelliset, imagoon liittyvät tai halu omalta osaltaan huolehtia tästä planeetasta ja sen hyvinvoinnista. Yritys vastuun jae-taan yleensä kolmeen pääryhmään: ympäristö-, sosiaalinen ja taloudellinen vastuu.

HAAGA-HELIA -ammattikorkeakoulun Haagan toimipisteessä opinnäytetyön toi-meksiantaja, Ekotiimi, on työskennellyt yritys vastuun parissa jo yli kymmenen vuotta keskittyen ympäristövastuuseen. Jotta toiminta olisi läpinäkyvää, siitä kerrotaan Haagan toimipisteen opettajille, opiskelijoille, henkilökunnalle sekä osin vieraille. Toiminnasta kertominen eri tavoin on viestintää ja koska vieraille viestimistä ei opinnäytetyössä käsi-tellä, on kyse sisäisestä eli työyhteisöviestinnästä.

Opinnäytetyön päätavoite on selvittää ”Miten suunnitellaan toimivat materiaalit tuke-maan toimeksiantajan sisäistä eli työyhteisöviestintää ympäristöasioissa?” Alatavoitteenä on selvittää ”Miten tiedonvälityskeinoja hyödynnetään toimeksiantajan arvojen mu-kaisesti?”, ”Miten ja kenelle uusista materiaaleista viestitään?” ”Mitkä ovat toimeksian-tajan toiminnan pääkohteet ja mitä toiminta käytännössä on?” Tarkoituksena on luoda vankka tietopohja tukemaan tilattujen materiaalien suunnittelua ja tuotantoa. Tilatut materiaalit ovat viestinnästä vastaavien työtä helpottavia työkaluja.

Opinnäytetyö on produktityyppinen eli teoriaosuudesta saatuja tietoja hyödynnetään materiaalien tuottamisessa. Produktityyppisessä opinnäytetyössä tuotetaan lopputulok-sena (konkreettinen) tapahtuma, tuote tai palvelu. Tämän opinnäytetyön toimeksian-non perusteella laaditaan viestinnän vuosikello havainnollistamaan toimeksiantajan vuotta tehtävien ja kampanjoiden kautta, Teemaviikon eli ympäristövastuun osa-alueisiin pureutuvan tapahtuman infomateriaalit sekä vastuullisempiin yksilön valintoi-hin perustuvan elämäntavan vinkkilista. Vinkkilista oli aluksi vain osa uutta toimeksian-tajan verkkosivustoa, mutta teknisten vaatimusten vuoksi sivusto muuttui sivuksi, jolla on ladattavia tiedostoja ympäristövastuu- ja Green Office -toimintaan liittyen.

Tässä opinnäytetyössä perehdytään viestinnän suunnitteluun, tarkasteluun on valittu sisäinen eli työyhteisöviestintä, muutosviestintä, verkkoviestintä ja viestinnän suunnitte-

lu. Työn edetessä käy ilmi, mistä toimiva viestintä muodostuu edellä mainittujen aiheiden osalta, ja saatujen tietojen perusteella laaditaan itse produktit. Opinnäytetyön varsinaisessa tietoperustassa ei käsitellä ympäristöviestintää, koska ympäristöviestintä, ja ympäristöraportointi sen osana, koetaan yleensä organisaatioissa keinona tavoittaa ja vakuuttaa ulkoiset sidosryhmät. Ympäristöviestinnän keinoja ei sellaisenaan tai hieman muokattuna voi luontevasti käyttää tilattujen produktien tuotantoon. Jos toimeksiantaja, Ekotiimi, tulevaisuudessa raportoi tavoitteisiin ja indikaattoreihin perustuen saavutuksista yritys vastuussa, tarvitaan ympäristöviestinnän teoriatietoutta. Nostan tämän esiin tarkemmin kehitysehdotuksissa. Toimeksiantajan käyttämän Green Office -ohjelman tulokset ja tavoitteet eivät ole HAAGA-HELIA -ammattikorkeakoulun yleisillä sivuilla, vaan tietoja saavat vain sisäisen, eli työyhteisöviestinnän sidosryhmiin kuuluvat henkilöt. Sidosryhmät on määritelty kappaleessa 2.1. Tällöin kyse on ulkoisesta viestinnästä, joka ei ole tämän opinnäytetyön aihe.

Opinnäytetyön produktiosuuden viestintää tukevat materiaalit on suunnattu ainoastaan henkilöille, joilla on pääsy oppilaitoksen sisäiseen verkkoon: näitä ovat opettajat, opiskelijat, sekä toimisto- ja kiinteistöyöntekijät. Opinnäytetyön produktiosa koostuu toimeksiantajalle tehdyistä viestinnän materiaaleista: yhden vuoden viestintäsuunnitelma eli kalenteri vuodelle 2013 tukemaan viestien ajoittamista, sähköpostiviestit ympäristöasioista kertoville teemaviikoille sekä yksilöiden tarpeisiin sopiva PowerPoint -esitys vihjeistä ympäristöystävälliseen arkeen. Produktien tavoitteena on tukea toimeksiantajan, Ekotiimin, harjoittamaa viestintää oppilaitoksessa.

Luku 2 syventyy sisäiseen eli työyhteisöviestintään ja muutosviestintään sen yhtenä ilmenemismuotona. Työyhteisö- ja muutosviestinnän perustukipilareita ovat avoimesti kommunikoiva yhteisö ja vapaa tiedonkulku. Viestinnän kohtaamat haasteet on syytä tunnistaa, jotta niihin voi pureutua ennen ongelmien paisumista liian suuriksi. Sähköinen viestintä on merkittävä osa eri organisaatioiden viestinnässä, ja toimeksiantajalla sähköisen viestinnän merkitys korostuu, sillä arvojen mukaisesti se pyrkii paperittomuuteen. Sähköistä viestintää toteuttaessa tulee olla selvillä, mitä asioita voi käsitellä esimerkiksi sähköposteissa ja mitkä on hyvä hoitaa vaikkapa kaksinkeskeisessä kasvokkaiskeskustelussa. Viestintää tukevien materiaalien laadinta on osa viestinnän suunnittelua, ja siksi on tärkeää tiedostaa, mihin asioihin tulee kiinnittää huomiota. Viestintää

suunnitellessa on pidettävä mielessä organisaation visio, arvot ja tavoitteet. Myös organisaation koko, luonne ja muut tehtävät vaikuttavat viestinnän suunnitteluun.

Luvussa 3 esitellään itse opinnäytetyön toimeksiantaja, Haagan Ekotiimi, sekä perehdytään sen toimintaan toteutettavien ympäristövastuiden kautta. Ekotiimin toiminta pohjautuu Haagan toimipisteen ympäristöpolitiikkaan ja WWF:n Green Office -sertifikaattiin ja sen määrittelemiin tavoitteisiin ja indikaattoreihin. Opinnäytetyötä kirjoitettaessa Portaat Luomuun -ohjelma on koulun ruokala Caffelissa edennyt jo kolmannelle portaalle, eli tarjolla on vähintään neljää luomutuotetta jatkuvasti. Portaat Luomuun -ohjelmaan liittyminen on yksi Ekotiimin toimista Green Officen ohella. Lisätietoa ohjelmasta luvussa 3.2.. Ekotiimille toinen samaan aikaan tehtävä opinnäytetyö käsittelee Joutsenmerkin päivitystä koulun yhteydessä toimivaan Hotelli Haagaan, ja siksi tässä opinnäytetyössä ei Joutsenmerkkiä ole Ekotiimin työskarkana lainkaan käsitelty.

Jo ennen opinnäytetyötä Ekotiimi on viestinyt ympäristöasioista henkilökunnalle ja opiskelijoille sähköposteilla, intranetissä, ilmoitustauluilla ja henkilökuntakokouksissa. Suurin osa henkilöstöstä Haagan toimipisteessä tietää, mistä löytää ohjeita ja tietoa ympäristöasioihin liittyen, mutta keskusteluihin aiheesta ei juurikaan osallistuta. Henkilökunnalle järjestetään kerran tai kahdesti vuodessa koulutusta ympäristöasioista. Koulutustapahtumien teemat ovat olleet muiden muassa energian- ja vedenkulutuksen vähentäminen, työstä syntyvän jätteen määrän vähentäminen sekä yleisimmät ympäristöongelmat ja niiden vaikutukset. Lisäksi työntekijöillä on mahdollisuus tutustua ja kehittää ympäristöasioita työpaikalla niin paljon kuin itse kokee tarpeelliseksi. Ympäristöasioihin osallistuvia henkilöstön jäseniä palkitaan Reilun Kaupan tuotepaketeilla. (Ekotiimi ia -raportti.)

Opinnäytetyössä käytetään terminologiaa, joiden merkitys voi olla eri tavoin määritelty. Seuraavassa listauksessa määritellään opinnäytetyön kannalta tärkeitä yleistermejä tämän työn osalta:

- Sisäinen eli työyhteisöviestintä: Kaikki viestintä ja dialogi organisaation jäsenten välillä, viestinnän ja dialogin tarkoituksena on luoda edellytykset työntekoon. Opinnäytetyössä käytetään termiä työyhteisöviestintä.
- Muutosviestintä: Muutos on joskus pitkäaikainenkin prosessi uuden omaksumiseksi ja vanhan poisoppiseksi. Muutosviestintä on tukitoiminto, jota käytetään kertomaan mitä on tapahtunut, mitä tapahtuu nyt ja mitä myöhemmin.
- Sähköinen eli verkkoviestintä: Sähköpostein, sosiaalisessa mediassa, intranetissä ja niin edelleen tapahtuva kommunikaatio. Opinnäytetyössä käytetään termiä verkkoviestintä.
- Intranet: organisaation sisäinen verkko, jonne ulkopuolisella ei ole pääsyä. Intranet koetaan joko luonnollisena osana työpäivää tai riesana, joka ei edes päivitty tarpeeksi usein tai tarjoa tarvittavia tietoja.
- Luomu: lyhenne sanoista luonnonmukaisesti tuotettu. Luonnonmukaisesti tuotettujen elintarvikkeiden tuotanto ja valmistus eivät ole haitallista ympäristölle eivätkä ihmisten, eläinten tai kasvien terveydelle ja hyvinvoinnille. Luonnonmukaisesti tuottaessa eläinten ruokinta perustuu luonnonmukaiseen rehuun, eikä ruokiin saa lisätä keinotekoisia väri- tai makeutusaineita.

2 Viestintä

Åbergin (1996, 14) mukaan viestintä on prosessi, jossa lähettäjä ja vastaanottaja välittävät toisilleen erilaisia sanomia. Lohtaja ja Kaihovirta-Rapo (2007, 11) täydentävät viestinnän olevan ihmisten välistä vuorovaikutuksellista toimintaa, joka koostuu sanattomasta ja sanallisesta kommunikaatiosta. Sanatonta viestintää ovat esimerkiksi äänenpaino ja ilmeet, sanallista ovat puhe ja kirjoitus. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 11.)

Tässä opinnäytetyössä keskitytään sisäiseen eli työyhteisöviestintään ja sen suunnitteluun. Viestintää voi suunnitella alle vuodesta liki kymmeneen; mitä lyhyemmälle ajalle suunnitelmat ovat laadittuja, sitä tarkempia ja sitouttavampia ne ovat. Pitkälle aikavälille suunnitellaan yleensä viestinnän strategisia päämääriä. Tämän opinnäytetyön tuotokset ovat sähköisessä muodossa eli sähköposteilla ja intrassa levitettävää tietoa, minkä vuoksi työssä perehdytään myös sähköiseen viestintään. Tuotokset ovat myös tämän opinnäytetyön lopussa liitteinä.

Mitä lyhyempiaikainen suunnitelma viestinnän linjoista laaditaan, sitä tarkempia ja sitouttavampia suunnitelmat ovat. Opinnäytetyön produktit ovat tarkasti suunniteltuja vastaamaan havaittuihin tarpeisiin: Ekotiimin vuosi 2013 -kalenteri ilmaisee toteutettavat tehtävät sekä oppilaitoksen omat, kansalliset ja kansainväliset vastuullisuuksien teemat ja teemaviikot, kuten Luomuviikko ja Earth Hour. Haagassa toteutettava Teemaviikko on eri ympäristövastuun osa-alueista tasaisesti tietoa antava toistuva kampanja. Teemaviikon ja intranetin vinkkimateriaalit vastaavat jatkuvan ympäristövalistuksen tarpeeseen.

2.1 Sisäinen eli työyhteisöviestintä

Työyhteisöviestintä on sisäistä viestintää laajempi käsite, joka sisältää kaiken viestinnän ja dialogin organisaation jäsenten ja verkostokumppaneiden kanssa useilla erilaisilla luonnollisilla ja sähköisillä keskustelualustoilla. Luonnollisia keskustelualustoja ovat esimerkiksi kokoukset, palaverit, sekä kahvihuone- ja käytäväkeskustelut. Työyhteisöviestinnän tarkoituksena on luoda edellytykset työntekoon. (Juholin 2010, 85–86.).

Åberg (1996, 61) täydentää työyhteisössä viestinnän olevan työyhteisön ja sen jäsenten tavoitteiden saavuttamista mahdollistavaa kommunikaatiota, ja samalla se liittyy työyhteisön toimintaympäristöönsä. Työyhteisöviestintää ei tule sekoittaa keskinäisviestintään. Keskinäisviestintä on pääosin kahden tai useamman henkilön keskeistä vapaa-ajan keskustelua esimerkiksi kahvilassa tai kotona. Sen sijaan työyhteisöviestintä on organisaation puitteissa järjestettyä sekä yksilön että yhteisön tavoitteiden tukemisista. Lisäksi työyhteisöviestinnässä käytetään teknisiä apuvälineitä kuten tietokoneita ja henkilöstölehtiä. (Åberg 1996, 61.)

Työyhteisöviestinnässä lähin esimies toimii tietolähteenä oman organisaation tai osaston asioista. Näiden ulkopuolelle jäävistä elimistä haetaan tietoa tiedotustilaisuuksista, henkilöstölehdistä ja vuosikatsauksista. Sähköiset eli verkkoviestimet ovat joko osin tai kokonaan korvanneet perinteisinä pidettyjä viestintämedioita, kuten ilmoitustauluja lukuisine muistioineen ja ruutupaperiviestineen. (Åberg 2006, 109.) Sisäinen viestintä voi monessa organisaatiossa olla puutteellista tai liki olematonta; Åberg (2006, 111–112) on jakanut työyhteisöviestinnän haasteet neljään pääryhmään:

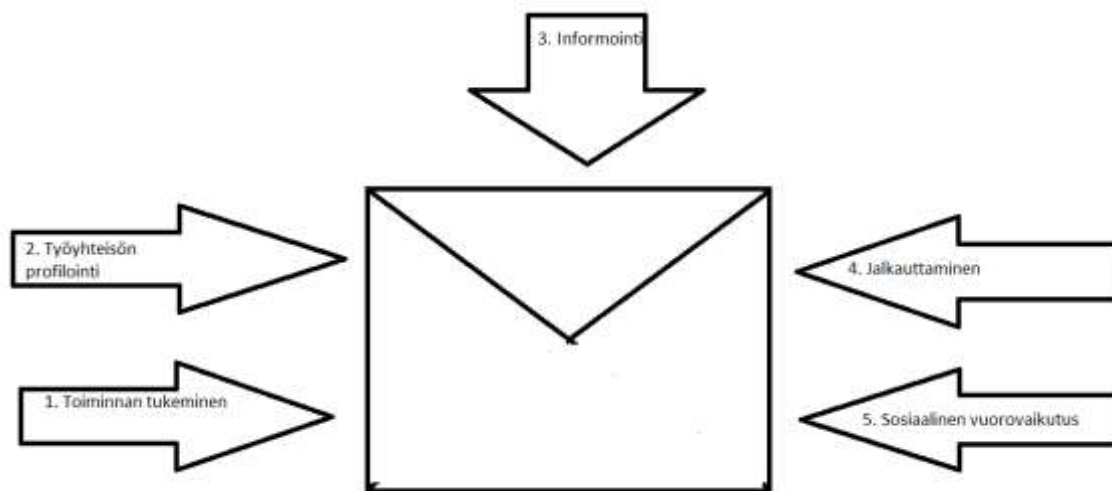
1. Tietojen liikkuminen: Tieto liikkuu riittävästi luoden uutistyhjiön. Tämä käynnistää puskaradion, jonka pääkohdat voidaan muuttaa nopealla, aktiivisella ja luotettavalla viestinnällä. Kaikesta ei kuitenkaan tarvitse viestiä, vaan esimerkiksi muutokset organisaatiossa, nimitykset ja suuret kaupat riittävät.
2. Tietovarastot ja verkot: Tiettyyn paikkaan varastoidut tiedot vaativat pääsyä joko verkon tai tietojen hoitajan kautta. Esimerkkejä tällaisista tiedoista ovat henkilöstöedut, sairaustapausmenettelyt ja projektien väliraportit.
3. Esimiehet: Esimiehen tiedotusvastuu on sekä johdolta alaisille että toisinpäin. Tämä vaatii oman yksikön tuntemisen lisäksi käsitystä koko organisaation toiminnasta.
4. Tietotorit ja ahaa-aukiot: Satunnaisviestintää fyysisessä tilassa, jossa voi esittää hurjiakin ideoita. (Åberg 2006, 111–112.)

Siukosaari (2002, 130) laajentaa Åbergin määritelmää työyhteisöviestinnän haasteista seuraavasti:

1. Viestinnän on kohdattava henkilöstön odotukset, tarpeet ja kiinnostuksen kohteet, minkä saavuttamiseksi on selvitettävä, mitä tietoa henkilöstö kaipaa.

2. Tiedonsaannin on oltava turvattu, johto- tai esimiesasemaa ei tule pönkittää piittämällä tietoa.
3. Koko organisaation on oltava halukas ja valmis avoimeen ja vilkkaaseen tiedonvälitykseen. Tieto ei kulje itsestään, vaan kaikkien tuloksetkoon osallistuvien on saatava koko ajan tarvitsemansa tieto.
4. Jokaisen on tunnettava vähintään oman osaston henkilöt ja talo, jotta tiedon voi pitää liikkeellä.
5. Sanomien tulee olla napakoita ja oikein kohdistettuja. Liiallinen tietotulva turruttaa vastaanottajat ja keskeisimmät sanomat voivat mennä vastaanottajilta ohi.
6. Eri tietoja varten on käytettävä erilaisia keinoja ja kanavia. On siis päätettävä, mitä tietoja annetaan paperilla ja mitä sähköisesti, ja mistä tiedoista kerrotaan kasvotusten, mahdollisesti jopa kahdenkeskisesti esimies – alainen -keskusteluna.
7. Viestinnän onnistumista on arvioitava säännöllisesti, eli viestinnällä tulee olla tavoitteita, ja niiden mittaamista varten on oltava välineet. (Siukosaari 2002, 130.)

Organisaation päämotiivit työyhteisöviestinnän harjoittamiseen ja kehittämiseen (Åberg 1996, 63–64):



Kuvio 1. Työyhteisöviestinnän harjoittamisen ja ylläpidon päämotiivit Åbergin (1996 63–64) mukaan.

Työyhteisöviestinnän harjoittamiseen ja ylläpitoon on viisi ensisijaista syytä eli motiivia, toiminnan tukeminen, työyhteisön profilointi, informointi, jalkauttaminen ja sosiaalinen vuorovaikutus. Toimintaa on aina tuotettava, sillä toimimatonta työyhteisöviestintää ei hyvinkään järjestetty pr tai sisäinen tiedotus korvaa. Etenkin asiakaspalvelualalla on

tärkeää varmistaa, että viesti kulkee myös talon sisällä. Työyhteisön profilointi lisää henkilökunnan yhteenkuuluvuutta ja sitoutumista organisaatioon, pitkäjännitteisen yhteisöprofiilin luomiseksi tarvitaan viestintää. Työyhteisön menneistä ja tulevista tapahtumista kerrotaan viestimällä eri medioita käyttäen eli informoiden. Jalkauttamalla eli viestimällä uusista käyttöön otettavista käytännöistä, toimintatavoista tai välineistä perehdytetään työntekijät työhönsä ja tehtäviinsä. Sosiaalinen vuorovaikutuksen merkitystä ei tule aliarvioida, sillä ihminen on sosiaalinen olento ja viestintää tarvitaan tyydyttämään sosiaaliset tarpeet. Työyhteisössä puskaradio on yksi sosiaalisen viestimisen muodoista. Työyhteisö tai organisaatio ei suoraan pysty valvomaan tai vaikuttamaan sosiaaliseen vuorovaikutukseen mutta välillisesti voi ehkäistä negatiivisten viestien syntyä. Neljä ensimmäistä motiivia muodostavat niin kutsutun tulosviestinnän, joka vaikuttaa suoraan ja ratkaisevasti tuloksen tekoon. Tulosviestintä on kokonaisuus, jonka osat on kehitettävä huippuunsa tukemaan tavoitteiden saavuttamista ja tuloksen tekoa. (Åberg 1996, 63–64.)

Opinnäytetyön toimeksiantajan, Haagan Ekotiimin, mukaan työyhteisöviestinnän piiriin kuuluvat sen jäsenten lisäksi kaikki HAAGA-HELIA -ammattikorkeakoulun Haagan toimipisteen opiskelijat, opettajat sekä toimisto- ja kiinteistötyöntekijät. Kaikki Ekotiimin toimintaan liittyvät tiedot ovat edellä mainittujen ryhmien saatavilla. Produktien sisällön suunnittelussa on huomioitu sekä Ekotiimin että muiden ryhmien tarpeet. Suunnittelussa on myös otettu huomioon muunneltavuus eri tilanteita ja tarpeita varten.

Ekotiimin ulkopuoliset, muihin sisäisiin sidosryhmiin (henkilökunta, opettajat, opiskelijat) kuuluvat voivat hakea tietoa oppilaitoksessa sijaitsevasta Ekonurkasta. Ekonurkka on yhden pöydän työtila erilaisine esitteineen ja kokousaikatauluineen. Ekotiimiin saa halutessaan liittyä kuka tahansa sisäisiin sidosryhmiin kuuluva.

Opinnäytetyön produktien tarkoituksena on tuoda Åbergin ja Juholinin ohjeita mukailen lisätyökaluja toteutettavasta yritys vastuusta kertomiseen sisäisille sidosryhmille. Toteutettavasta yritys vastuusta viestitään pääosin sähköisesti. Opinnäytetyössä keskitytään ratkaisemaan Siukosaaren ja Åbergin esittämiä viestinnän haasteita huomioimalla Tee-maviikon ja vinkkien sanomasisältöjen olevan pysyviä. Tämän vuoksi niiden levittämi-

nen tarpeen tullen on vaivatonta. Ekotiimin vuosi 2013 -kalenterista selviää myös Ekotiimin ulkopuolisille tulevat oppilaitoksen omat, kansalliset ja kansainväliset ympäristövastuun kampanjat. Ennakkotieto tulevasta tapahtumasta antaa aikaa valmistautua tulevaan informaatioon. Informaatioviestit pyritään pitämään lyhyinä, jotta lukija ei tuntisi hukkuvansa tietotulvaan. Ekotiimin tiedonvälityskeinoja ovat sähköpostit, MyNet, intra, Ekonurkka, oppitunnit ja Teemaviikot. Koska lähes kaikki tiedonvälitys tapahtuu sähköisesti, on tiedon sivuuttaminen erittäin helppoa. Vastaanottajilla ei esimerkiksi ole välttämättä aikaa lukea sähköposteja tai ne ohjautuvat suoraan roskapostikansioon. Sähköisen viestinnän saavuttavuus on haaste, mutta sen ratkaisua ei etsitä tämän työn tekemisen aikana.

Åbergin määrittelemiin viestinnän päämotiiveihin perustuen produktit suunnitellaan tukemaan Ekotiimin ympäristövastuun toteuttamista ja sen käytäntöjen jalkauttamista. Informaation levitykseen tarvitaan selkeäsanomisia viestejä. Sosiaaliset vuorovaikutukset ovat sähköisillä medioilla viestiessä pieniä, mutta kontakteja voi hakea Teemaviikolla ja oppitunneilla.

2.2 Muutosviestintä

Jokainen uusi tilanne on muutos, ja tämän opinnäytetyön myötä Ekotiimillä on työkalunaan kalenteri, teemaviikon viestipohjat sekä ohjeistava PowerPoint -esitys. Materiaalien suunnittelusta ja käyttöönosta kertominen on muutosviestintää, ja siksi tässä opinnäytetyössä paneudutaan siihen, mitä muutosviestintä on.

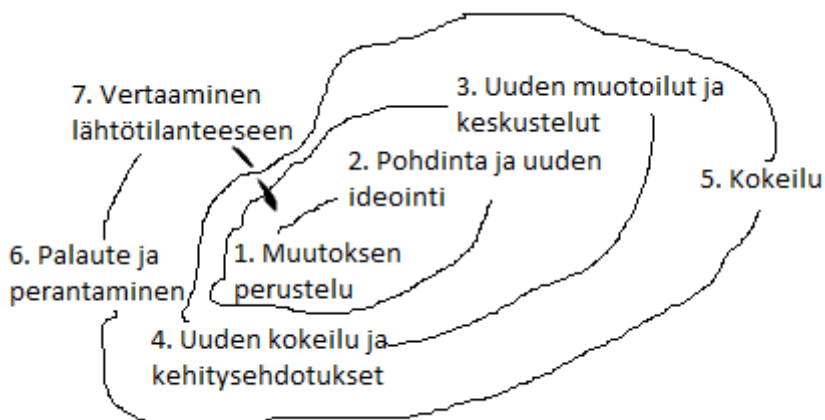
Uusien tiedonvälityskanavien ja sanomapohjien tulo on muutosta, joka vaatii erityistä huomiota lähettäjältä ja vastaanottajalta. Uusista asioista kerrotaan jo ennen voimaan tuloa, muutoksen aikana ja vielä sen jälkeenkin. Muutoksen tuomat hyödyt ja vaikutukset esimerkiksi työntekijöihin tulee ilmaista selkeästi. Muutokseen varautuminen organisaatiossa aloitetaan huolehtimalla viestinnän ammattimaisesta hoitamisesta ja uskosta johdon viestimishaluihin. On myös ennakoitava mitä tietoja henkilökunta haluaa tulevasta tai käynnissä olevasta muutoksesta. (Siukosaari 2002, 119.)

Muutos on tilana jatkuvasti etenevä monivaiheinen prosessi. Viestinnän merkitys muutoksessa korostuu silloin kun edistystä ei tunnu tapahtuvan tai kun muutos ei suju suunnitelmien mukaisesti. Muutos voidaan kokea myös uhkana tai epävarmuutta lisäävänä tekijänä, sillä se on aina matka totutusta kohti tuntematonta. (Åberg 2006, 131.)

Toimintaympäristön muutokset voivat luoda painetta muutoksiin ja käynnistävät uuden strategian laadinnan tai nykyisen tarkistamisen. Ekotiimi ja Green Office tähtäävät jatkuvaan ympäristöystävällisyyden kehittämiseen valituilla osa-alueilla, minkä vuoksi muutosviestintä on erittäin ajankohtainen Green Office -tarkistusten aikaan sekä ennen ja jälkeen tarkistuksen. Muutoksen ja strategian viestintä voivat joskus olla yksi ja sama asia. Muuttuvia isoja asioita voivat olla esimerkiksi organisaation rakennemuutokset ja järjestelyt, uudet strategiat ja toiminnan linjaukset sekä organisaatiomuutokset ja ylimmän johdon vaihdokset. Ne vaativat suunnittelua, tiedottamista ja käsittelyä eri foorumeilla. Tulossa oleva muutos on ikään kuin huutomerkki, joka vaatii erilaista huomiota ja erilaista suunnittelua kuin ajantasaistiedon vaihdanta, joka soljuu lähes huomaamatta osana työpäivää. (Juholin 2008, 125.) Opinnäytetyön materiaalit eivät kuitenkaan ole Juholinin määritelmän mukaisia isoja muutoksia, vaan työkalut vain helpottavat niiden henkilöiden työtä, joiden tehtäviin viestintä sisäisille sidosryhmille kuuluu.

Muutostilanne vaatii enemmän kuin perinteistä tiedottamista, sillä tiedon ja keskustelun tarve lisääntyy sitä enemmän, mitä suurempi muutos on tulossa. Silloin ei pärjätä pelkillä PowerPoint -esityksillä ja tiedotteilla. Henkilöstölähtöinen muutoksen käsittely lähtee siitä, että tiedostetaan ihmisten tunteet ja työyhteisön tunnelma sekä tietämys tai oletus siitä, miten muutokseen oletettavasti suhteudutaan. (Juholin 2008, 126.) Åberg jatkaa jatkuvan viestinnän muutoksessa tarkoittavan sitä, että kerrotaan myös silloin kun kerrottavaa ei ole; muuten erilaiset huhut voivat alkaa levitä (Åberg 2006, 132). Siukosaaren (2002, 120.) mukaan muutos on ristiriitatilanne, jossa pelkkä tiedote ei riitä saamaan vastustajia muutoksen kannalle. Luotettavatkin tietolähteet joutuvat toistamaan ja perustelemaan usein muutoksen tarpeellisuutta. (Siukosaari 2002, 120.)

Kuviossa 2 esitetään ihanteellinen muutoksen käsittely Juholinin mukaan:



Kuvio 2. Muutoksen ihanteellinen käsittely Juholinin (2008, 129) mukaan.

Käsittely aloitetaan käymällä perusteellisesti läpi mihin tarvittava, suunnitteilla oleva tai päätetty muutos perustuu ja mitä sillä haetaan. Tässä vaiheessa on suositeltavaa varoa abstrakteja ilmaisuja, kuten ”haemme parempia synergiaetuja” tai ”tehostamme toimintaamme”. Muutoksen tulosta tiedotettaessa on sanottava auki, mitä esimerkiksi toiminnan tehostaminen tarkoittaa, mitä tai keitä se koskee ja mitä konkreettista etua sillä pyritään saavuttamaan. Prosessi etenee uuden ideointiin, kokeiluun ja palautteeseen. Muutoksen lopputulosta verrataan alkutavoitteisiin ja arvioidaan onnistumista. (Juholin 2008, 128.) Muutos aiheuttaa lähes poikkeuksetta vastustusta ja vastustajien välittömällä vaimentamisella voi jäädä hyödyllisiä näkemyksiä huomioimatta. Kriittisyys muutosta kohtaan ei aina kerro heikosta sitoutumisesta vaan päinvastoin; kärkevä arvostelija voi olla hyvin sitoutunut organisaatioon ja tarkoittaa sen parasta. (Juholin 2008, 135.)

Åberg kiteyttää muutosviestinnän seuraavasti (Åberg 2006, 132):

- Mitä on tapahtunut? Mitä tapahtuu nyt? Mitä on tulossa?
- Mistä asioista ei voi vallitsevalla hetkellä antaa lisätietoja ja miksi? (Åberg 2006, 132.)

Siukosaari (2002, 120.) täydentää Åbergia listaamalla ne asiat, joita viestinnältä odotetaan muutostilanteessa:

- Normaalitilanteeseen verrattuna jopa kymmenkertaista tiedottamista.

- Riittävästi tietoa riittävän aikaisin. On myös kerrottava, jos uutta tietoa ei ole kertoa.
- Empaattisuus, aktiivinen vuorovaikutus sekä odotuksiin ja palautteisiin vastaaminen tukee työntekijöiden luottamusta johtoon muutostilanteessa. (Siukosaari 2002, 120.)

Uusien viestintää tukevien materiaalien käyttööntulo on muutos, joka vaatii viestintää. Muutosviestintä on kohdistettu Ekotiimin jäseniin, sillä vaikka muutos ei ole suuri, on siitä tiedotettava. Viestintä tulevista muutoksista toteutetaan tilannekatsauksina Ekotiimin kokouksissa sekä muutaman jäsenen keskeisissä palaverissa. Palaverien henkilöt tekevät yhteistyötä uusien materiaalien suunnittelussa ja laadinnassa. Kalenteria voi muokata omiin tarpeisiinsa vuoden 2013 aikana sekä tulevana vuosina. Teemaviikkojen pääaiheet ovat samoja ja sitä silmällä pitäen materiaalit suunniteltiin.

Esitykseen on koottu useasta Ekotiimin aiemmin käyttämästä vinkkilistasta yhtenäinen kokonaisuus, joka on jaettu teemaviikkoja mukaileviin teemoihin.

Muutosviestintä toteutetaan sanallisena kasvokkaisuviestintänä Ekotiimin kokouksissa sekä muutaman jäsenen keskeisissä palaverissa. Muutos on prosessi ja sen etenemistä kerrotaan tilannekatsauksissa. Lopulliset materiaalit lähetetään sähköisesti koko tiimille tai sen viestintää hoitaville henkilöille ennen julkilevitystä. Muutosviestintää toteutetaan kertomalla suunnitteilla olevista materiaaleista Ekotiimin kokouksissa, ja materiaalien jokaisen välivaiheen arvioi vähintään kaksi Ekotiimin jäsentä. Opinnäytetyön materiaalisuunnittelu pohjautuu todettuun tarpeeseen saada viestintää helpottavia työkaluja käytettäväksi.

Juholinin (2008, 129) muutoksen käsittelyn mallin mukaan ensin perustellaan materiaalien suunnittelu ja käyttöönotto havaitulla tarpeella. Seuraavaksi keskustellaan toiveista uusien materiaalien sisällöstä ja toiminnallisuudesta. Eri väliversioihin tehdään parannuksia saatujen palautteiden mukaan kunnes lopputulos täyttää aluksi määritellyt tavoitteet. Suunnitelmien muutos on myös osa muutosprosessia. Tässä opinnäytetyössä tämä käy ilmi verkkosivuston suunnittelun muuttumisena informatiivisen PowerPoint -esityksen suunnitteluksi.

2.3 Sähköinen eli verkkoviestintä

Verkkoviestinnän ymmärtäminen on opinnäytetyön kannalta erittäin tärkeää, sillä laadittavat viestintämateriaalit tulevat olemaan saatavilla ainoastaan sähköisessä muodossa. Materiaaleja käytetään sähköposteissa, intranetissä sekä opiskelijoiden MyNetissä. Osaa materiaalisällöistä voi käyttää myös koulun info-tv:ssä. Materiaaleja suunniteltaessa on pidetty mielessä sähköinen levitysmuoto koko ajan, tämä näkyy muun muassa luettavuudesta näytöllä sekä nopeasta muunneltavuudesta eri tarpeita varten. Esimerkki muunneltavuudesta on Ekotiimin vuosi 2013 -kalenteri, joka on esitelty tarkemmin luvussa 4.1.

Verkkoviestintää tarkastellessa on Åbergin (2006) mukaan kaksi pääasiallista ajatusmallia siitä, millaisena verkkoviestintä nähdään ja koetaan. Ensimmäinen ajatusmalli havainnoi verkkoviestintää välittömänä viestinvälittäjänä, jossa ei ilmene lainkaan sanatonta viestintää. Välittömyyden merkityksen eroja kasvokkais- ja verkkoviestinnässä ovat verkkoviestinnän luomat mahdollisuudet hioa vastausta kauemmin ja kontrolloida lähetettävää sanomaa. Toinen ajatusmalli ilmentää verkkoviestintää yhteisöllisen vuorovaikutuksen tilana. Verkossa on erilaisia todellisia sosiaalisia ja yhteisöllisiä toimintoja jäljitteleviä osia kuten sosiaaliset rakenteet, keskustelut, verkkoroolit ja -identiteetit. (Åberg 2006, 113–114.)

Verkkoviestinnän arkisimmat ilmentymät tänä päivänä ovat muun muassa kotisivut, sosiaaliset yhteisöt, kuten Facebook ja Twitter, blogit ja sähköpostit. Juholin (2008, 77–78) jakaa sähköpostityypit karkeasti kolmeen eri luokkaan: ilmoitustyyppiset postinkantajaviestit eli liitetiedostot, tiedoksiantavat viestit ja dialogityypiset keskusteluviestit. Roskapostit ovat vieneet pohjan sähköpostiviestinnän alkuperäiseltä tarkoitukselta. Päivittäin tulee kymmeniä, ellei satoja viestejä, jolloin yhden viestin teho laimenee. Toisaalta intranet, pikaviestimet ja matkapuhelimet nakertavat sähköpostin asemaa viestinnässä. (Juholin 2008, 77–78.) Verkkoviestintä menettää helposti merkitystään myös silloin, jos se on järjestetty hitaasti päivittyväksi dokumenttien säilytystilaksi. Etenkin luotettavana pidettyjen tietolähdetahojen, kuten uutistoimistojen, yliopistojen ja korkeakoulujen, on päivitettävä ajantasaista ja riittävää tietoa mahdollisimman nopeasti. (Juholin 2009, 264–265.)

Verkkoviestinnän potentiaalin hyödyntäminen yksilöiden liikuttamiseksi on vielä lapsenkengissään. Juholin havahduttaakin vanhaan koulukuntaan kuuluvia hyödyntämään nykyajan tekniikan mukanaantuuksia. Sosiaaliset mediat, verkkosivut, sähköpostit ja jopa tekstiviestit voi ulkoasultaan kohdistaa yhdelle, mutta välittää usealle ja saada näin aikaan toivotunlaista liikehdintää. (Juholin 2009, 264–265.) Esimerkiksi Facebookissa on suljettu ryhmä, jossa HAAGA-HELIA -ammattikorkeakoulun vastuulliseen liiketoimintaan suuntautuneet opiskelijat ja opettajat voivat jakaa keskenään uutisia, tutkimuksia ja muuta uutta tietoa yritysten ja organisaatioiden ympäristö-, talous- ja sosiaalisesta vastuusta. Ryhmään kuulumisen voi kannustaa ylläpitämään omaa niin kutsuttua vastuullisempaa elämäntapaa ja ohjata esimerkiksi kaupassa tehtäviä valintoja.

Åberg opastaa hyvään verkkoviestintään kahdeksan kohtaisella tarkistuslistalla (Åberg 2006, 118–119):

1. Pohdi milloin käytät sähköpostia ja milloin muita viestinnän välineitä: Vaivattomuudestaan huolimatta sähköpostit eivät ole aina tehokkaimpia. Esimerkiksi motivointi, sitouttaminen ja huonot uutiset tulisi toteuttaa muilla viestinnän välineillä.
2. Muista vuorovaikutuksen tärkeys: Reagoi saapuneeseen viestiin vähintään kiitauksella, että palaat pian asiaan.
3. Huolittele esitystapa: Informoiva otsikko, pääasia alkuun, taustatiedot ja niin edelleen lopuksi. Tarvittaessa poista aiempi keskustelu lähetettävästä sähköpostiviestistä.
4. Tee jakelulista huolella: Lähetä ryhmäviestit kaikille, joille asia kuuluu, ja vain heille.
5. Tarkista viesti ennen lähetystä: Onko vastaanottaja(t) oikein? Poista kirjoitusvirheet ja tarkista viestin sävy.
6. Varaa verkkoviestinnälle oma aikansa: Vastausta harvemmin odotetaan välittömästi sähköpostiin. Jatkuva sähköpostittelu haittaa muuta työntekoa.
7. Lajittele viestit: Vuotuisesti, teemoittain ja turhat.
8. Noudata netikettiä. (Åberg 2006, 118–119.)

Åbergin netiketti ohjeita hyödynnetään tämän opinnäytetyön produktissa Teemaviikon materiaalit liitteessä 2 sivulta 47 alkaen.

Organisaation sisäiseen verkkoviestintään tarkoitettu foorumi tai intranet tulisi järjestää työtä ja työntekoa tukevaksi ympäristöksi ja työkalupakiksi. Intranetiä suunnitellessa ja kehittäessä on otettava huomioon yksittäisten käyttäjien tarpeet, liiketoiminnan realiteetit sekä nopeiden muutosten tehokas ja onnistunut läpivienti organisaatiossa. Intranetin kehitystä voisi verrata oppimiaan sanoja ja lauseita toistelevan taaperon kasvamiseen kyläyhteisön aikuiseksi jäseneksi. Intranet oli aluksi kömpelö hakemistoalusta, mutta teknologian ja tietotaidon kehittyminen on tehnyt intranetin toimivaksi monisuuntaisissa keskusteluissa, tavaravaihdossa, oppimisessa ja opettamisessa sekä keskustelunherättäjänä ajankohtaisista aiheista. Hyvin järjestetty ja toimiva intranet ohjaa itse käyttäjät sen ääreen ilman ulkopuolista motivointia. (Juholin 2009, 265–267.)

Intranet suunniteltiin laajasti tietoa tarjoavaksi sivustoksi, mutta teknisten vaatimusten vuoksi tietoa jouduttiin karsimaan ja mahduttamaan sama asia yhdelle sivulle. Sivulle ladataan erilaisia tiedostoja, kuten kokousmuistiot ja Mitä voit tehdä? -esitys, halukkaiden tutustuttaviksi.

Åbergin määritelmän mukaan laadittavat viestintämateriaalit ovat välittömiä viestinvälittäjiä ilman sanatonta viestintää. Pyrkimyksenä on pitää sanomat asiallisina ilman tulkinnanvaraisia sanavalintoja. Juholinin määritelmä kolmesta päätyypistä on kategorisoiva, eivätkä materiaalit sovi mihinkään tyyppiin sellaisenaan, sillä materiaalit ovat luonteeltaan toimintaan ja keskusteluun osallistuttavia informaatio- ja toimintaohjelistauksia.

2.4 Viestinnän suunnittelu

Työyhteisöviestinnän suunnittelu jaetaan aikajänteen perusteella kolmeen ryhmään:

1. Strateginen suunnittelu: yleensä 5-10 vuoden suunnitelma johon ei sidota aineellisia tai aineettomia resursseja. Strategisen suunnittelun työkaluja ovat esimerkiksi soviteanalyysi, profilointisuunnitelma ja viestintäpoliittinen ohjelma.

2. Taktinen suunnittelu: 2–5 vuoden suunnitelma resurssien sitomisesta. Taktisen suunnittelun työkaluja ovat esimerkiksi operaatioanalyttiset menetelmät, SWOT-analyysi ja voimavarojen kartoitus.
3. Operatiivinen suunnittelu: yhden vuoden suunnitelma sidotuin voimavaroin, esimerkiksi kampanjasuunnittelut. Työkaluja operatiiviseen suunnitteluun ovat mm. projektiakataulut, resurssikaaviot, vuosi- ja kampanjasuunnitelmat. (Åberg 1996, 225–226.)

Kuviossa 3 esitetään työyhteisöviestinnän nelivaiheinen syklinen eteneminen.



Kuvio 3. Työyhteisöviestinnän dynaaminen sykli (Juholin 2010, 86).

Prosessin aloittaminen kuvion 2 sykliin ensimmäiseksi merkitystä vaiheesta ei ole välttämätöntä, vaan aloittaa voi myös kehitysehdotuksien käyttämisestä suunnittelun pohjana. Kuvan esimerkissä prosessi aloitetaan arvioimalla tavoitteiden ja suunnitelmien vaikutusta toimintastrategiaan. Tämän jälkeen arvioidaan olemassa olevien prosessien toimivuutta ja välittömiä vaikutuksia. Kehityskohteiden tunnistamiseksi vaikuttavuutta on seurattava lyhyen aikavälin lisäksi myös pitkällä aikavälillä. (Juholin 2010, 86.)

Työyhteisöviestintäsuunnitelman arvioinnissa on kaksi päävaihetta: 1. Mikä on organisaation nykytilanne? 2. Millaisia haasteita organisaatio itsessään, sidosryhmät ja toimintaympäristö asettavat? Tilanteen kartoittamiseksi on tunnistettava organisaatiokohtaisesti tiedossa olevat suunnitteluun vaikuttavat asiat, kuten esimerkiksi muutokset henki-

löstön rakenteessa tai laadussa, työvoiman saannin haasteet tai tulevat leikkaukset, taikka kustannussäästöt tai muutokset viestintäresursseissa. Jokaisen tilannetekijän vaikutukset organisaatioon konkretisoidaan ja sitä kautta arvioidaan organisaation kykyä mukautua haasteiden vaatimalla tavalla. (Juholin 2010, 87.)

Kun päivitetty työyhteisöviestintäsuunnitelma on jalkautettu, on sen asettamien uusien käytäntöjen ja toimintamallien sulautumista normaaliin työpäivään arvioitava säännöllisesti. Seurannalla havainnoidaan uusien tapojen omaksumista, onnistumisia ja ilmitulleita uusia kehittämiskohteita. (Juholin 2010, 101.)

Tässä opinnäytetyössä tehdään viestintäsuunnitelma yhden vuoden ajalle, eli siihen kootaan vuoden 2013 osuus taktisesta suunnittelusta. Vuosisuunnitelmassa on vastattava kysymyksiin:

- Mitkä ovat viestinnän hoitamiseen osoitetut varat, työmäärät ja tekniikat?
- Miten aikataulutetaan yhteydenpito eri sidosryhmiin ja miten ne käytännössä ilmenevät?
- Mitä viestinnän arvioinnissa esiin tulleita seikkoja kehitetään?
- Mitkä ovat työyhteisöviestinnän pääsanomat ja miten ne tulevat esiin viestinnässä?
- Mitä teemoja käsitellään minäkin ajankohtana henkilöstölehdessä ja/tai intrassa?
- Mitä toteutettavia projekteja ja kampanjoita vuoden aikana on?
- Miten viestintäkoulutus järjestetään?

Vuosisuunnitelman laatii yleensä viestinnästä vastaava ja sen hyväksyy työyhteisön ylin johto. (Åberg 1996, 262–263.)

Ekotiimin vuosi 2013 -suunnitelman lähtökohtana olivat toistuvat kansalliset ja kansainväliset tapahtumat EarthHour, Luomuviikko, Reilun Kaupan viikko, Energiansäästöviikko, Ekotiimin kokoukset, teemaviikot sekä keskeisimmät Green Office -toimintaan liittyvät tapahtumat. Pääsanomat ja kohdesidosryhmät ovat vuosittain samat: Opiskelijoiden, opettajien, sekä toimisto- ja kiinteistöhenkilökunnan tulisi tukea kestävästä kehityksestä kotona ja työpaikalla. Ekotiimin vuosi 2013 -kalenteri on operatiivinen yhden vuoden suunnitelma tulevista kampanjoista ja niihin liitettävistä voimava-

roista. Lisäksi Green Office -raportointi aikataulutetaan suunnitelmaan. Åbergin ohjeita mukaillen Ekotiimin vuosi 2013 -kalenteri vastaa kysymyksiin ”Mitä toteutettavia projekteja ja kampanjoita vuoden aikana on?” ja ”Mitä yritys vastuun teemoja käsitellään milloinkin?”. Lisäksi jokaisen teeman lähestyessä määritellään viestinnän pääsanomat ja niiden ilmeneminen.

Viestintäkalenteria suunnitellessa on otettava myös huomioon, miten asia esitetään ymmärrettävästi, sillä viestinnän kanssa jatkuvasti työskentelevä voi käyttää termejä ja ilmaisuja, joilla ei ole mitään merkitystä vastaanottajille. Tämä huomioidaan valitsemalla mahdollisimman yksinkertaisia ilmaisuja, joiden käsitettä laajennetaan tarvittaessa. Esimerkiksi Reilun Kaupan viikko (katso liite 1, Ekotiimin vuosi 2013 versio 3 sivulta 46) ei itsessään kerro välttämättä mitään ja siitä kertominen Teemaviikon yhteydessä menettäisi sanoman merkityksen. Sen sijaan, kun kerrotaan Reilun Kaupan viikon aluksi, mikä Reilu Kauppa on ja mitä se tekee, miten viikko näkyy toimissa ja mitä viestin vastaanottaja voi tehdä tukeakseen Reilua Kauppaa. Tällöin sanoma on tehostetumpaa ja perille saanti varmempaa.

3 Haagan Ekotiimi

Ekotiimi on HAAGA-HELIA -ammattikorkeakoulun Haagan toimipisteen ympäristövastuuta hoitava Haagan henkilökunnasta ja opiskelijoista muodostettu ryhmä. Haagan toimipisteen omistaa NV Kiinteistörahasto I KY, joka on vuokrannut tilat Haaga Instituutti -säätiölle. HAAGA-HELIA on Haaga Instituutin alivuokralainen. HAAGA-HELIAN oppilaitoksen lisäksi samassa kiinteistössä toimii Best Western Haaga -hotelli. (Tarhanen, M 12.3.2012; Salovaara, P 15.3.2013.)

Haagan Ekotiimin toiminta alkoi vuonna 2000 kun se perustettiin osana laadunkehittämishanketta. Ekotiimin laatiman ympäristöpolitiikan yhä toimiva tavoite on tiedostaa kestävän kehityksen periaatteet ja saada myös muut henkilökunnan jäsenet, kuten opettajat, toimistotyöntekijät, kiinteistön ylläpitäjät ja opiskelijat, toiminaan niiden mukaan. Ympäristöpolitiikassa sitoudutaan kestävän kehityksen periaatteiden ja ympäristösäädösten noudattamiseen, ympäristötoimien jatkuvaan parantamiseen, laajaan yhteistyöhön ja avoimuuteen. Ympäristöpolitiikkaa on kehitetty sen alkuperäisestä sisällöstä, ja se on toiminut ympäristöohjelmien suunnittelun pohjana. (Ekotiimi 2010, 8.)

Ekotiimin toiminta alkoi kierrätyksen tehostamisella ja lajittelun käyttöönotolla koulussa. Lajittelun tärkeydestä kerrottiin henkilökunnan ja vanhojen opiskelijoiden lisäksi uusille opiskelijoille. Samalla ympäristöasioista kerrottiin yleisesti. Lajittelun tärkeyden sisäistäminen näkyi sen suosion leviämisestä koulun tiloista opiskelijoiden ja henkilökunnan koteihin. Tämä ei olisi onnistunut ilman Ekotiimin avointa, nopeaa ja laajaa viestintää. Sähköpostien ohella Ekonurkkaus ja ensimmäisen vuoden opiskelijoille suunnatut tietoisuuskampanjat ovat Ekotiimille tärkeitä kanavia levittää sanaa tavoitteista, niiden toteutumisista sekä ajankohtaisista ympäristöasioista. (Ekotiimi 2010, 10–12.)

Ekotiimin ympäristöohjelmaan on merkitty ympäristöasioista tiedottaminen, työntekijöiden koulutus ja motivointi ympäristöasioissa, tavoitteiden asettaminen, toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi sekä niille aikataulut ja vastuuhenkilöt, sähkönsäästö, lämmitysenergiensäästö, liikematkat, työmatkaliikenne, ympäristöystävällisyys, jätteiden

synnyn vähentäminen, jätteiden lajittelu ja kierrätys, vedenkulutus sekä työntekijöiden työskentelyolosuhteet.

Ekotiimin sitoutuminen ympäristöasioihin on muotoiltu seuraavasti (Ekotiimi 2012a):

”Olemme sitoutuneet kestävän kehityksen mukaiseen toimintaan organisaatiotasolla. Noudatamme voimassaolevaa ympäristölainsäädäntöä ja seuraamme sen kehitystä. Pyrimme ottamaan bankinnoissa huomioon ympäristövastuun ja lisäämään näiden bankintojen määrää sekä lisäämään materiaalitehokkuutta. Lajittelemme jätteet paikallisen jätehuoltomääräyksen mukaan ja jopa tehokkaammin. Energian käytön optimointi ja säästäminen on merkittävin osa-alue Green Office -toiminnassamme, johon tullaan kiinnittämään lähitulevaisuudessa enemmän huomiota. Veden käyttö ei ole oppilaitoksen kriittisin tekijä, mutta vesijalanjäljen seuraaminen laajemmassa viitekehityksessä on osa ympäristöohjelmaamme. Liikkuminen, työmatkaliikenne sekä kodin ja toimiston välinen liikenne on merkittävä CO₂ -päästöjen lähde ja tähän panostetaan asteittain.” (Ekotiimi 2012a.)

Green Officen indikaattoreiden avulla Ekotiimi varmistaa jatkuvan parantamisen myös muiden ympäristövaikutusten saralla. Green Officen avulla seurataan edistymistä ja löydetään uusia kehityskohteita. Ympäristöjärjestelmän vuosittaiset numeeriset tavoitteet, eli tarkasteltavat indikaattorit ovat seuraavat (Ekotiimi 2012a):

1. Paperinkulutuksen vähentäminen 5 %.
2. Energian kulutuksen pienentäminen 5 %.
3. Ympäristövastuullisten hankintojen lisääminen n %.
4. Lajittelun tehostaminen, sekajätteen määrän vähennys 5 %. (Ekotiimi 2012a.)

3.1 Green Office -ympäristöohjelma

WWF Suomen kehittämän kevyen Green Office -ympäristöohjelman tavoitteena on pienentää toimiston ekologista jalanjälkeä ja vähentää kasvihuonekaasuja. Green Office voidaan ottaa käyttöön niin isoissa että pienissä yrityksissä, julkishallinnossa tai järjestöissä. Suomessa Green Officen on ottanut käyttöön noin 200 organisaatiota.

HAAGA-HELIA -ammattikorkeakoulun eri toimipisteet ja Itella Informationin Espoon pääkonttori ovat esimerkkejä erilaisista organisaatioista, joilla Green Office on

käytössä. Green Office -sertifikaatinkäyttöoikeuden saamiseksi organisaation tulee täyttää asetetut kriteerit:

- Green Office -vastaavan ja Green Office -tiimin nimeäminen
- Käytännönläheisen ympäristöohjelman laatiminen
- Kasvihuonepäästöjen vähentäminen energiansäästöllä
- Jätteiden vähentäminen sekä paikallisten jätehuoltomääräysten mukainen kierrätys ja jätteiden lajittelu
- Ympäristönäkökohtien huomiointi hankinnoissa
- Henkilöstön tiedottaminen ja valistaminen Green Office -toiminnasta
- Ympäristöasioissa jatkuvaan parantamiseen tähtääminen
- Ympäristöohjelman vuosittainen päivittäminen
- Indikaattorien valitseminen ja asettaminen niille numeeriset tavoitteet sekä tavoitteiden toteutumisen seuraaminen
- Indikaattoritietojen vuosittainen raportointi WWF:lle. (WWF 2012a.)

Green Officen tavoitteet ovat luonnonvarojen kulutuksen vähentäminen ympäristötehokkuutta kehittämällä, kestävän toiminnan edistäminen työntekijöiden ympäristötietoutta lisäämällä sekä ilmastonmuutoksen hillitseminen energiakulutuksen minimointia ja uusiutuvien energiamuotojen käyttöä edellyttämällä. Green Officen käyttöön ottaneen organisaation saavuttamia hyötyjä ovat taloudelliset säästöt, henkilökunnan motivaation lisääntyminen ja luotettava viestiminen yrityksen toteuttamasta ympäristö vastuusta. (WWF 2012b.)

Haagan toimipisteessä sertifikaatin oikea käyttö ja kestävän kehityksen edistäminen on arvioitu ja sertifikaatin käyttölupa myönnetty vuosina 2009 ja 2012. Vuoden 2012 katselmuksessa ilmitulleita kehityskohteita käsitellään pohdinnan yhteydessä luvussa 5.1.

Green Officen myötä Ekotiimi viestii ympäristöasioista säännöllisesti käyttämällä sähköpostia, intranetiä, ilmoitustauluja ja henkilöstökokouksissa. Suurin osa henkilökunnasta Haagan toimipisteessä tietää, mistä löytää ohjeita ja tietoja ympäristöasioihin liittyen, mutta keskusteluihin aiheesta ei juurikaan osallistuta. Henkilökunnalle järjestetään kerran tai kahdesti vuodessa koulutusta ympäristöasioista. Koulutustapahtumien tee-

moja ovat olleet muun muassa energian- ja vedenkulutuksen vähentäminen, työssä syntyvän jätteen määrän vähentäminen, sekä yleisimmät ympäristöongelmat ja niiden vaikutukset. Lisäksi työntekijöillä on mahdollisuus tutustua ja kehittää ympäristöasioita työpaikalla niin paljon kuin itse kokee tarpeelliseksi. Osallistuminen palkitaan tuotepaketeilla ja ansioituneemmalle EkoIdoli -tittelillä. (Ekotiimi 2012b.)

Haagan toimipisteen ympäristöohjelmaan on merkitty ympäristöasioista tiedottaminen, työntekijöiden koulutus ja motivointi ympäristöasioissa, tavoitteiden asettaminen toimiston ympäristötoiminnan parantamiseksi, toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi sekä niille aikataulut ja vastuuhenkilöt, sähkönsäästö, lämmitysenergian säästö, liikematkat, työmatkaliikenne, ympäristöystävällisyys, jätteiden synnyn vähentäminen, jätteiden lajittelu ja kierrätys, vedenkulutus sekä työntekijöiden työskentelyolosuhteet (Ekotiimi 2012b). Näistä aiheista keskustellaan säännöllisesti Ekotiimin kokouksissa ja niistä tehdään sekä tutkimusta että tarvittavia toimenpiteitä.

3.2 Portaat Luomuun

Green Office kannustaa muiden ympäristöohjelmien tavoin ottamaan käyttöön mahdollisuuksien mukaan myös muita ympäristövastuun toimia. Ravintola-alan oppilaitoksen oman keittiön liittäminen osaksi Portaat Luomuun -ohjelmaa on yksi Ekotiimin toimista ympäristövastuun lisäämiseksi Haagan toimipisteessä.

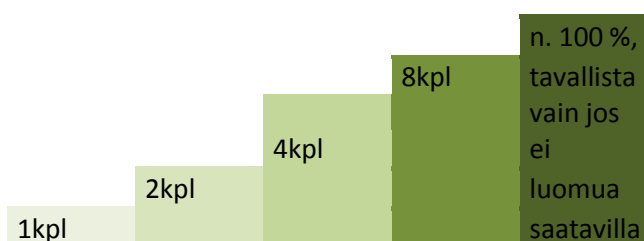
Portaat Luomuun on ammattikeittiöille suunnattu vapaaehtoinen ja maksuton ohjelma, jonka tavoitteena on auttaa luomutuotteiden käytön lisäämistä osana kestävän kehityksen mukaista toimintaa. Ohjelma asettaa siihen liittyneille vaatimuksia ja suosituksia, jotta lupaukset luotettavuudesta ja kestävän kehityksen mukaisesta toiminnasta toteutuisivat. (PortaatLuomuun 2012a.)

Kestävän kehityksen periaatteiden noudattamiseksi ohjelma suosittelee luomuelintarvikkeiden käytön lisäksi myös muita kestäviä hankintoja sekä tuotetun jätteen ja energiakulutuksen vähentämistä. Keittiöltä vaaditaan suunnitelma siitä, miten luomutuotteiden käyttö voidaan todentaa ja miten niiden sekoittuminen muihin tuotteisiin estetään. Asiakas- ja sidosryhmäviestinnän osalta on pohdittava, kuinka kertoa luomutuotteiden

käytöstä selkeästi ja yksiselitteisesti. Ruokailijoita varten on merkittävä ne osat ateriasta, jotka ovat luomua. Portaat Luomuun -diplomin saa ohjelmaa noudattamalla ja sen voi esittää luotettavana viestimenä asiakkaille luomutuotteiden käytöstä keittiössä. Portaat Luomuun -ohjelma ei ole aikaan sidottu eikä sen käytössä tarvitse edetä ennalta määrättyssä järjestyksessä. (PortaatLuomuun 2012b.)

Ohjelman sisältää viisi porrasta, joista jokaisella otetaan yhä enemmän luomutuotteita keittiön käyttöön. Portaalle nimettävä tuote on ruoan tai elintarvikkeen pääraaka-aine tai -aineet kuten liha, peruna ja salaatti. Suola, pippuri tai muut mausteet eivät voi olla portaille nimettäviä tuotteita. Portaalle nimettävää luomutuotetta on oltava tarjolla vähintään kaksi kertaa viikossa jatkuvasti. (PortaatLuomuun 2012c.)

Kuvio 4 havainnollistaa Portaan Luomuun -ohjelman eri vaiheita eli portaita käytännössä. Alimmalla portaalla keittiössä on vakituksessa käytössä vain yksi luomutuote, esimerkiksi maito. Toisella portaalla käytössä on kaksi tuotetta, esimerkiksi maito ja ruisleipä. Kolmannella portaalla tarjolla on yhteensä neljä elintarviketta, kuten luomuporkkana ja -peruna maidon ja ruisleivän lisäksi. Neljännellä portaalla keittiön jatkuvassa käytössä on vähintään kahdeksan luomuelintarviketta. Viidennellä ja viimeisellä portaalla keittiötä voi kutsua luomukeittiöksi, sillä käytettävistä raaka-aineista kaikki ovat luomua. Tavanomaista käytetään vain silloin, kun luomua ei ole saatavilla.



Kuvio 4. Portaalle nimettyjen tuotteiden määrä porrasta kohden.

Portaalle nimettävät elintarvikkeet on määriteltävä siten, että riski sekoittua tavanomaisiin tuotteisiin minimoituu. Luomutuotteelle ei ole suotavaa hankkia tavanomaista vaihtoehtoa tarjolle. Tarkoituksena on välittää sidosryhmille ja asiakkaille selkeä viesti siitä, mikä tarjolla oleva tuote on tai sisältää luomua. Keittiössä tulee huomata ne riskitekijät, jotka aiheuttavat luomu- ja tavanomaisen tuotteen sekaantumisen vastaanotossa, varas-

toinnissa ja tarjoilussa. Keittiöllä tulee olla toiminta- ja viestintäsuunnitelmat sellaisten tilanteiden varalle, joissa nimettyjä porrastuotteita ei ole saatavilla. Keittiön luomuvaraston seurannassa keskitytään kolmeen kohtaan: tavarantoimitus, varastointi ja läpinäkyvyys. Toimituksen yhteydessä tarkastetaan saapuvan luomutavaran oikeelliset merkinnät. Tuotteet varastoidaan niin, että ne eivät voi sekoittua tavanomaisiin. EkoCentria tarkistaa vuosittain myydyn luomun oikeat määrät esimerkiksi kuormakirjoista ja menekistä. (PortaatLuomuun 2012d.)

Luomu on lyhenne sanoista luonnonmukaisesti tuotettu. Luonnonmukaisesti tuotettujen elintarvikkeiden tuotanto ja valmistus eivät ole haitallista ympäristölle eivätkä ihmisten, eläinten tai kasvien terveydelle ja hyvinvoinnille. Luonnonmukaisesti tuottaessa eläinten ruokinta perustuu luonnonmukaiseen rehuun, eikä ruokiin saa lisätä keinotekoisia väri- tai makeutusaineita. (Evira 2010.)

Haagan ruokalassa, Caffelissa, ohjelma on portaalla kolme (tilanne 19.11.2012) eli tarjottavia luomutuotteita on neljä; tee, näkkileipä, seesam- ja auringonkukan siemenet. Ohjelmaan osallistumisen kulut katettiin aluksi koulun opetuskeittiön varoista, 22.1.2013 pidetyssä Ekotiimin kokouksessa keskusteltiin Portaatiin Luomuun -ohjelmasta; ongelmakohtia olivat muun muassa vastuussa olleen henkilön työn jatkaminen, käytännön järjestelyt ja luomuruokien budjetointi. Opinnäytetyö valmistui ennen ilmenneiden ongelmien ratkaisua, ja siksi ohjelman toimintaa Caffelissa ei ole käsitelty kolmannelta portaalta eteenpäin.

4 Produktiosuus – Mitä tuli tehtyä?

Produktien suunnittelu prosessina edistyi osin nurinkurisesti, sillä ensimmäisenä tekemäni produkti, Teemaviikon 2012 materiaalit, valmistui ennen teoriapohjan valmistamista. Koska tiedon määrä on valtava, voi tulevia teemaviikkoja ajatellen yhdistää informatiiviset osiot materiaaleista tai käyttää vain vinkkiosioita. Verkkosivujen suunnitteluun paneuduin tutustumalla ensin kirjallisuuteen hyvästä verkkoviestinnästä ja laatimalla sen perusteella PowerPoint -version visiostani. Visio oli valmis ennen kuin tiesin asettelumääräyksistä ja tilarajoituksista, joten lähes valmiista kokonaisuudesta jäi jäljelle ”Mitä voit tehdä?” -esitys. Viimeinen produkti, Ekotiimin vuosi 2013 -kalenteri kuvaa toimia ympäristön puolesta elämää suurempana asiana. Tarkoituksena on, että sellaiseen kalenterin voi laittaa sekä sisäisten että ulkopuolisten sidosryhmien nähtäväksi.

4.1 Ekotiimin vuosi 2013 -kalenteri

Viestinnän vuosikello on kalenteri, josta ilmenee kalenterivuoden aikana toteutettavat tempaukset ja kampanjat sekä niihin liittyvät materiaalit ja vastualueet. Vuotta 2013 koskeva viestintäkalenterin sisältö on erilainen kuin aiempia vuosia koskevat. Aiemmin ympäristöasioista vastaavan ryhmän, Ekotiimin, vuosikalenterit ovat olleet erillisiä; yksi Green Office -toiminnalle, yksi kokouksille, teemaviikoille ja opintoretkeille. Lisäksi Ekotiimin toiminnasta kertominen uusille opiskelijoille oli omassa tehtäväkalenterissaan. Useiden kalentereiden sijaan päätin tehdä vain yhden, joka yhdistää Ekotiimin ympärivuotisen toiminnan.

Ekotiimin vuosi 2013 -kalenteri on Åbergin (1996, 225–226) määritelmän mukaan operatiivinen viestintäsuunnitelma, jossa on kuvattu kampanjat ja tapahtumat. Lisäksi näille tehtäville on merkitty ensisijaiset vastuuhenkilöt.

Vuosikellon laadinta syntyi osin materiaalihaun ja eri ympäristökampanjoiden ajoittamisen yhteydessä. Kevään 2013 kokoukset ja opintoretkei sovittiin 5.12.2012 pidetyssä kokouksessa, jonka yhteydessä Piritta Holopainen myös esitteli Ekotiimin vuotta 2013,

ja lisäsin häneltä saamani tiedot Excel -taulukkoon muotoilemaani kalenteriin. Kalenterin idea oli havainnollistaa pidempiaikaisia projekteja ja tapahtumia väritunnuksin, ja yksittäiset tapahtumat on kirjoitettu kalenteriin päiväkohtaisesti. Kalenterista on jätetty viikonloput pois, sillä viikonloppuisin ei ole toimintaa, samoin kuin arkena. Lauantaille 23.3.2013 osuva EarthHour -tapahtuma on kuitenkin erikseen mainittuna kalenterissa. (viite 1, Ekotiimin vuosi 2013, versio 1.) Pikaisesti pidetyssä keskustelussa Tarhasen ja Holopaisen kanssa päätettiin päiväkohtainen kalenteri muuttaa viikkokohtaiseksi, sillä päiväkohtainen koettiin ahdistavana ja rajoittavana. Viikkokohtaisen kalenterin mallina oli Holopaisen näyttämä johdon assistentin viikkokohtainen tehtävälisteri.

Yksinkertaisen viikkokohtaisen kalenterin ideana oli monikäyttöisyys. Sellaisenaan sen voi laittaa sisäiseen levitykseen kertomaan Ekotiimin toiminnan aikataulusta. Jokainen Ekotiimin jäsen voi lisätä kalenteriin omat tehtävänsä ja vastualueensa. Mikäli ne olisivat valmiiksi merkittyinä kalenterissa, olisi lopputulos ruuhkaisen näköinen ja eri henkilöiden tehtävien etsintä tulisi toteuttaa Excelin suodatintoinnolla. Tarjotakseni yhden kalenterin mahdollisimman monelle henkilölle ja laitteelle ajattelin pitäytyä yksinkertaisessa ulkomuodossa. (Liite 1, Ekotiimin vuosi 2013, versio 2)

12.3.2013 pidetyn tapaamisen yhteydessä päätettiin muuttaa kalenterin visuaalinen ilme kuvamaisemmaksi. Tarhanen esitteli erään yrityksen aurinkona kuvatun tehtäväkalenterin. Koska ideaa ei saa varastaa ja uskon kestävä kehityksen mukaisten toimien olevan ratkaisu maailmamme säilymiseen, ja koska asia on elämää suurempi, keksin kuvata kalenterin Aurinkokuntana. Planeetat ja Aurinko kuvaavat toimintakuukausia ja Asteroidivyöhyke kesälomaa. Valitettavasti kuitenkin kuvaohjelmien käyttötaidot eivät kuitenkaan vastaa ideointikykyä ja lopputulos on jokseenkin lapsenomainen. (Liite 1, Ekotiimin vuosi 2013, versio 3.)

Kalenteri oli valmis käyttöönottettavaksi 18.3.2013 ja sitä voi hyödyntää joko kertomaan Ekotiimin ulkopuolisille toiminnan pääpiirteistä ympäri vuoden tai Ekotiimiläisen työkaluna tulevien tehtävien suunnitteluun.

4.2 Teemaviikko 2012

Laadin 12.11–16.11.2012 järjestettävälle teemaviikolle sähköpostimateriaalin, jossa käsitellään päivittäin vaihtuvia teemoja. Päivittäiset teemat oli ennalta päätetty, ja niistä oli olemassa aiempaa materiaalia, joita hyödynsin suunnittelussani. Alkuperäiset, Mia Tarhaselta saadut materiaalit tuntuivat olevan suunnattu enemmän toimistohenkilöstön kuin opiskelijan tarpeisiin, ja siksi muokkasin materiaalit sopimaan opiskelijoille ja tavalliseen kotielämään. Materiaalin tiedot ovat peräisin aiemmista materiaaleista ja opin näytetyön teoriaosuuden kokoamisen aikana käyttämäni lähteistä. Esittelin materiaalit Ekotiimin kokouksessa 30.11.2012, jonka jälkeen muut Ekotiimiläiset saivat aikaa tutustua materiaaleihin ja esittää parannusehdotuksia. Esittelyn jälkeen kirjoitin materiaaleista tiivistelmän englanniksi, jotta koulun kansainväliset oppilaat huomioidaan teemaviikon viestinnässä. Laadin materiaaleista kysymyksiä tietokilpailuun; tarkoituksena oli esittää sellaisia kysymyksiä, joilla vastaanottajat saisi pohtimaan omia kulutustottumuksiaan. Teemaviikon aihepiireihin liittyi Tiedekeskus Heurekassa tammikuun 2013 loppuun asti olevat Klima X ja 20X0 -näyttelyt, ja Ekotiimin kokouksessa päätettiin lähetyä Heurekaa materiaalien esitteiden saamiseksi koululle. Heureka lupasi käyttöömmesitteiden lisäksi myös Säästävää kulutusta -dvd:n.

Aloitin suunnittelun tutustumalla materiaaleihin ja tekemällä niihin lisäyksiä tietoperustan ja aiempien tietojeni pohjalta. Ensimmäinen versio lähetettiin 30.10.2012 Ekotiimiläisille kommentoitavaksi ja muokkasin materiaaleja saamani palautteen perusteella. Kirjoitin aiheista tiivistelmät englanniksi lopullisiin sähköposteihin, jotka lähetin Ekotiimin sihteeri Piritta Holopaiselle 6.11.2012.

Materiaalien suunnittelu sujui aikataulussa, mutta ne olivat aluksi sangen kolkot ilman kuvia, ja se kävikin Ekotiimiläisten palautteesta ilmi. Tekijänoikeuslakiviidakon vuoksi päätin ottaa materiaaleihin kuvat itse ja samalla sain siihen käytännön näkökulmaa. Kuvat kuitenkin unohtuivat käsillä olleen teemaviikon materiaaleista ja liitin ne vasta vuosikellon esimerkkimateriaaleihin. Havainnollistavan kuvion sähkönkulutuksesta etsin kuitenkin internetistä. Sähköpostien kirjoitustyyli oli innostavan sijaan asiattylinen, ja siksi hieman kuivahko. Ennen julkista levitystä sähköpostien kieliasua oli muokattu innostavammaksi.

Teemaviikon materiaalit otettiin käyttöön eli sähköiseen levitykseen 9.11.2012, jolloin ensimmäinen sähköposti tulossa olleesta Teemaviikosta lähetettiin sisäisille sidosryhmille. Samoja materiaaleja hyödynnettiin muokattuina myös 4.3.–8.3.2013 järjestetyn Teemaviikon viestinnässä.

Teemaviikon materiaalit on esitetty kokonaisuudessaan opinnäytetyön lopussa liitteessä 2, sivulta 47 alkaen.

4.3 ”Mitä voit tehdä?” – vinkit kestävän kehityksen mukaiseen elämään

Suunnittelin Ekotiimin verkkosivujen ulkoasun PowerPoint -ohjelmalla 21.11.–23.11.2012 ja lähetin sen Piritta Holopaiselle ja Mia Tarhaselle arvioitavaksi. Suunnitelmani perustui teemaviikolla esiin tuotuihin aiheisiin ja esitelmiin. Etusivulla tuodaan lyhyesti esille Ekotiimi ja sen olemassaolon syy sekä sen pääasialliset tehtävät. Suunnittelin Ekotiimin jäsenesittelyä verkkosivuille. Laadin verkkosivuille myös listan lisätietoa antavista internet -sivuista.

28.11.2012 pidetyssä tapaamisessa sain lisätietoa HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun intran asettamista rajoituksista sivujen ulkonäköön liittyen ja päädyimme kokonaisen verkkosivuston sijaan lyhyempään esittelyyn Haagan Ekotiimistä ja sen toiminnasta. Lisäksi ladattavaksi lisätään erilaisia tiedostokansioita, joissa kerrotaan enemmän mm. Green Officesta ja annetaan käytännön vinkkejä yksilöille oman ympäristövastuun kehittämiseen. Jaoimme tapaamisessa tehtävät, ja minun tehtäväkseni tulivat jo aiemmin esitelty vuosikello ja ympäristövastuullisempiin valintoihin opastava PowerPoint -esitys. Esityksen lähtökohdaksi otin teemaviikolle suunniteltujen materiaalien sanoman tiivistämisen käyttäen kuvia tekstin havainnointiin. Kuvat olen ottanut itse vuosien 2006–2012 aikana.

Vinkkejä sisältävä esitys hyväksyttiin sellaisenaan ja julkaistiin intranetissä. Jatkossa esitystä voi käyttää myös oppitunneilla tai miniseminaareissa luentomateriaalina. Vinkit ovat yleispäteviä vielä pitkän aikaa, joten niiden uusiminen ei ole välittömästi ajankoh-

taista. Power Point -esitys on opinnäytetyössä pienennettyinä kuvina liitteessä 3 sivulta 57 alkaen.

5 Johtopäätökset ja pohdinta

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten suunnitellaan toimiva työyhteisöviestintä ja muutosviestintä, kun pääasiallinen välityskanava valituille sidosryhmille on paperitonta. Luonnollinen valinta sanomien välitykseen on tällöin verkkoviestintä, jonka työvälineistä käytössä on sähköposti ja verkkosivut. Sanomien vastaanottajat ovat Ekotiimin määrittelemät sisäiset sidosryhmät, opiskelijat, opettajat, kiinteistö- ja toimistohenkilökunta. Taustatyön pohjalta laadittiin Ekotiimin tilaamat materiaalit, jotka esiteltiin luvussa 4.

Aiheeseen perehtyessä kävi ilmi työyhteisöviestinnän olevan tärkeydestään huolimatta monesti olematonta tai huonosti hoidettua. Tärkeimmät syyt pitää työyhteisöviestintä elinvoimaisena vaikuttavat Åbergin (1996, 63–64) mukaan tuloksen tekoon. Nämä syyt liittyvät toiminnan tukemiseen, informointiin, jalkauttamiseen ja sosiaalisiin vuorovaikutussuhteisiin. Sekä Åberg (2006, 111–112) että Siukosaari (2002, 130) korostavat tiedon kulun vapauden tärkeyttä ja esimiesten asemaa, jossa tiedon panttaamisen sijaan tulee sitä välittää sekä alaisille että johdolle. Kivijalan kuitenkin muodostaa koko organisaation halukkuus ja avoimuus aktiiviseen tiedonvälitykseen.

Opinnäytetyön osalta työyhteisöviestintää toteutettiin Ekotiimin kokouksissa sekä opinnäytetyöhön liittyvissä tapaamisissa ja sähköpostikeskusteluissa. Samoissa yhteyksissä on toteutettu myös opinnäytetyössä esitellyt muutos- ja verkkoviestintää sekä viestinnän suunnittelua. Ekotiimin kokouksissa on käsitelty tässä opinnäytetyössä esiteltyjä Ekotiimin toimintoja ympäristövastuun saralla.

Uusien materiaalien käyttöönotto on muutosprosessi, joka koskee erityisesti Ekotiimin jäseniä. Ekotiimi tunnisti itse uusien materiaalien tärkeyden ja esitti toiveita ja vaatimuksia uusiin niihin liittyen, antaen kuitenkin melko vapaat kädet. Jokaisen tuotoksen kohdalla käytiin sama Juholinin (2008, 129) esittelemä sykli, kunnes lopulliset versiot olivat valmiit. Lyhyesti tiivistäen: Åbergin (2006, 132) mukaan muutosviestintää käytetään kertomaan tilanne menneisyydessä, nykyhetkessä ja mitä tulevaisuudelle on suun-

niteltu. On myös kerrottava avoimesti ja perustellen jos prosessi ei suju suunnitelmien mukaan. Suunnitelmien muuttuminen matkan varrella oli osa muutosprosessia ja sitä käsiteltiin luvuissa 2.2 ja 4.3.

Verkkoviestintä on olennainen osa nykyajan kommunikaatiota niin työelämässä kuin yksityisestikin. Eri yritysten ja organisaatioiden kotisivustojen rinnalle on tullut Facebookin, MySpacen ja Twitterin tapaisia sosiaalisia verkkoyhteisöjä, blogeja ja sähköisiä kuukausikirjeitä. Juholin (2009, 264–265) kuitenkin suorii verkkoviestinnän koko potentiaalinen hyödyntämättömyydestä niin kutsuttua vanhaa koulukuntaa. Hän ihmettelee, miksi sosiaalista mediaa, sähköposteja tai jopa tekstiviestejä ei valjasteta käyttöön kohdistamalla ulkoasu yhdelle ja välittämällä viesti jopa tuhansille henkilöille. Silti Juholin (2009, 265–267) kiittelee intranetien kehittymistä hakemistoalustoista monipuolisiksi kohtaamispaikoiksi keskusteluiden, tavaravaihdon, oppimisen merkeissä. Ekotiimin sivut HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulun intranetissä ja opiskelijoiden MyNetissä olivat pitkään pois käytöstä, minkä vuoksi niiden uusi käyttöönotto oli tervetullutta. Luottamus nykyajan teknisiin mahdollisuuksiin poiki suunnitelman monipuolisesta sivustosta, jossa perehdytään syvällisesti Ekotiimin toimintaan. Uutiskirjetyypiset Teemaviikon materiaalit oli alun alkaenkin suunniteltu levitettäväksi sähköpostitse opiskelijoille, opettajille ja henkilökunnan jäsenille mahdollisimman kattavan vastaanottajamäärän saavuttamiseksi.

Verkkoviestinnän ongelma on sen helppo sivuutettavuus, sähköposteja ei lueta koska on muuta tekemistä, ne eivät tule perille tai ohjautuvat roskapostikansioon. Vaikka verkkoviestintä on toimeksiantajan arvojen mukainen valinta, voi sen tehostamista muita tiedonvälityskäytännöjä käyttäen harkita.

Opinnäytetyössä toteutettava viestinnän suunnittelu on Åbergin mukaan operatiivista suunnittelua, eli vuoden 2013 ajalle suunniteltiin kampanjat ja tehtävät, ja niille osoitettiin ensisijainen vastuuhenkilö. Tavanomaisia työkaluja ovat muun muassa kampanjasuunnitelmat, projektiaikataulut ja resurssikaaviot. (Åberg 1996, 225–226.)

Juholinin (2010, 86) mallia mukaillen ensin tunnistettiin kehittämiskohteet Ekotiimin toteuttamassa työyhteisöviestinnässä ja määriteltiin tarvittavat työkalut viestinnän sujuvoittamiseksi. Työkalut ovat tämän opinnäytetyön tuotokset. Seuraavaksi tarkasteltiin

tulevien muutosten näkyvyyttä ja vaikutuksia sekä mahdollisia tavoitteita. Tavoitteena oli kannustaa Ekotiimin ulkopuolisia henkilöitä omaksumaan kestävän kehityksen mukainen elämäntapa. Kolmantena työvaiheena arvioitiin viestintää viestien välityskanavien ja sanomien kautta. Neljäs työvaihe oli arvioida tavoitteiden oikeellisuutta ja suunnitelmien realistisuutta. Tavoite on tärkeä niille ihmisille, jotka uskovat kestävän kehityksen toimivan ratkaisuna ympäristöä rasittaviin ihmisten toimien seurauksiin. Tiedon lisääminen ja vaihtoehtojen tarjoaminen on hyvä tapa opastaa valinnoissa painostamatta liikaa.

Vuosisuunnitelmaa laadittaessa oli huomioitava, että Green Office -raportoinnin ja siihen liittyvän kulutustapakyselyn lisäksi Ekotiimi järjestää Teemaviikon yleensä kahdesti vuodessa, keväisin ja syksyisin. Syksyn Teemaviikon ajankohtaa ei ole päätetty, sillä syksyllä on huomioitava myös muita kansallisia ja kansainvälisiä kampanjoita, kuten Luomuvuikko, Energiansäästöviikko ja Reilun Kaupan viikko. Keväällä Teemaviikon lisäksi on kansainvälinen tapahtuma, Earth Hour, jonka aikana osallistuvat tahot pimentävät tilansa osoittaakseen tukensa ympäristövastuun toteuttamiseen. Erilaisten kampanjoiden toteuttamisen tukena Ekotiimi kokoontuu parin kuukauden välein lukuvuoden aikana. Kampanjoiden lisäksi Ekotiimin toimintaan lasketaan myös Portaat Luomuun -ohjelman etenemisen selvittäminen (luku 3.2), ympäristövastuun toteuttamisen käytännön teot ja niiden suunnittelu.

Opinnäytetyötä kirjoittaessa joutuu monien valintakysymysten ääreen, ja omien valintojensa takana seisomista helpottaa perustelut itselleen jo päätöksentekovaiheessa.

Opinnäytetyön aihe oli minulle jatkumoa vastuulliseen liiketoimintaan suuntautuneille opinnoille ja alustusta ylemmän ammattikorkeakoulun opinnoille yritys vastuusta. Produktiivisen työn valitseminen haastoi minut luomaan jotain uutta saatavilla olevien tietojen ja materiaalien perusteella. Rajasin aluksi opinnäytetyöni aiheiksi viestintästrategia, viestintäsuunnitelman, verkkoviestinnän sekä työyhteisö-, muutos- ja ympäristöviestinnän. Lisäksi päätin käsitellä toimeksiantajan, Ekotiimin, toimintaa WWF:n Green Office ja Portaat Luomuun sertifikaattien kautta huomioiden myös Ruokapiiri -yhteisön.

Työn edetessä rajasin viestintästrategian pois opinnäytetyöstä, koska aiheena se ei ollut enää yhteensopiva tehtävänannon kanssa. Viestintästrategia on suunnattu erittäin pitkälle, jopa kymmenelle vuodelle sitomatta lainkaan resursseja tai suunnitelmia (Åberg 1996, 225–226). Toimeksiantaja halusi ainoastaan vuodelle 2013 laaditun eli operatiivisen suunnitelman. Samalla viestintäsuunnitelman käsittely muuttui viestinnän suunnitelmaksi; viestintäsuunnitelma sanana tuntui markkinoinnilliselta ja pitkän tähtäimen suunnitelmalta ilman resurssivaroja. Valitsemani käsittelytapa on oivalluttavampi ja vuoden välein päivitettävä suunnitelma takaa asian ajankohtaisuuden jatkossa sekä muistuttaa viestinnän sujuvuuden tärkeydestä. Muutosviestinnän käsittely perustuu uusien tuotoksien suunnitteluun ja käyttöönottoon. Muutosviestinnällä kerrotaan käynnissä olevan muutoksen sujuvuudesta ja sisällöstä Ekotiimille. Verkkoviestintä on oleellinen valinta käsiteltäväksi aiheeksi, sillä Ekotiimin arvojen mukaisesti tuotokset julkaistaan ainoastaan sähköisesti. Lisäksi alkuperäisessä tehtävänannossa pyydettiin Ekotiimille uutta verkkosivustoa. Aioin käsitellä ympäristöviestintää osana viestinnän päälukua, mutta sen osoittautuessa määriteltyjä kohderyhmiä laajemmalle yleisölle viestimiseen päätin siirtää käsittelyn kehitysehdotukseen 5.1.1. Ekotiimin toimien tarkasteleminen ensisijaisesti WWF:n Green Office-sertifikaatin kautta oli toimeksiantajan toive, sillä Green Office on suurin yksittäinen toiminta Ekotiimille. Portaat Luomuun -ohjelmaan liittyminen on ravintola-alan koulussa merkittävä askel ja siksi nostin sen Ekotiimin toiseksi päätoimeksi. Ruokapiirin perustaminen viivästy, joten sen sijaan että tarkastelin sitä Ekotiimin toimena, nostan aiheen esille kehitysehdotuksessa 5.1.4.

Toteutin opinnäytetyön tutustumalla ensin aiheesta kirjoitettuun teoriatietoon, minkä jälkeen aloin kirjoittaa tekstiä muistiinpanoistani, ja empiriaosuudessa kerron kuinka sovelsin saamaani tietoa tuotoksien suunnittelussa ja tekemisessä. Lähetin tuotoksista välivaiheita tarkistettavaksi ja kommentoitavaksi toimeksiantajan edustajalle ja muokkasin tuotoksia saadun palautteen perusteella. Teemaviikon materiaalit tein kuitenkin ennen teoriapohjan valmistumista edellisten vuosien Teemaviikkoihin ja asetettuihin Green Office -indikaattoreihin perustuen. Indikaattorit esiteltiin luvussa 3.

Tuotokset palvelevat Ekotiimin tarpeita sekä sellaisinaan että hieman muokattuina. Teemaviikon materiaaleista voi käyttää pelkät johdannot tai vinkit, PowerPoint -esityksen ohjeet ovat yleispäteviä ja niitä voi hyödyntää pitkään sellaisenaan. Ekotiimin

vuosi 2013 -kalenterin voi muokata myöhempien vuosien tarpeita vastaamaan. Kaikki opinnäytetyössä käytetyt valokuvat ovat itse ottamiani vuosien 2006–2012 aikana, ja kuvat ja kaaviot ovat mukailtuja mainituista alkuperäislähteistä. Teemaviikon materiaaleissa on valmis tutkimustuloskuvio, jonka lähde on myös mainittu.

5.1 Kehitysehdotukset

Ekotiimi tähtää jatkuvaan kehittymiseen ympäristövastuun kantajana. Uusia toimintoja haetaan aktiivisesti huolehtien samalla aiempien aktiviteettien ylläpidosta.

Tavoitteisiin pohjautuva raportointi lisää toiminnan avoimuutta ja läpinäkyvyyttä sekä luo mahdollisuuksia esittää rakentavia ehdotuksia ympäristöä säästävän toiminnan kehittämiseen. Moni yritys ja organisaatio kertoo verkkosivuillaan toimistaan ja tavoitteistaan yritys vastuun toteuttamisesta, ja jotkut esittävät myös toiveita vierailijoille ympäristöarvojen noudattamiseen.

Saatavilla olevat tavoitteet ja tulokset toimivat kannustaimina kantamaan oman kortensa kekoon. Vuoden 2012 Green Office -katsauksessakin mainitaan ympäristön kannalta kestävien liikkumismuotoihin aktiivisempi kannustaminen, mutta pelkän puheen rinnalle on hyvä tuoda houkuttimia. Houkuttimia voi hyödyntää myös kannustamaan opiskelijoita ja oppilaista vaihtamaan sähkösovimuksensa vihreään.

Sen sijaan, että ihmisille antaisi suoria vastauksia kestävämmän kehityksen mukaisesta elämästä, voi heitä haastaa tutkailemaan omaa kulutuskäyttäytymistään ja vertailemaan erilaisten vaihtoehtojen välillä. Kuulin vastuullisen liiketoiminnan suuntautumisopintojeni aikana AlmaMedian tutkimuksesta, jonka lopputulos oli mielestäni yllättävä. Tutkimuksen mukaan on joissakin tilanteissa ympäristöystävällisempää ostaa paperiversio kuin lukea uutiset verkkoversiosta. Verkkoversion suosiminen perustuu paperin tuottamiseen tarvittavaan puunkaatoon ja kierrätyspaperin muokkaamisen tuotantokustannuksiin taloudellisesti ja ympäristöllisesti.

Ruokapiirin perustamisesta tai sellaiseen liittymisestä on puhuttu paljon ja pitkään. Asian edistäminen osoittaisi edelläkävijyyttä ympäristöasioista huolehtivien ravintoloiden ja ravintolakoulujen keskuudessa.

5.1.1 Tavoitteisiin pohjautuva raportointi näkyville – Ympäristöviestinnällä läpinäkyvyyttä toiminnalle.

Ekotiimin Green Office ja ympäristövastuun toiminnan tavoitteet ja tulokset tulisi olla selkeämmin esillä esimerkiksi intranetissä ja MyNetissä Ekotiimin omien yhteydessä. Tällä hetkellä opiskelijoiden MyNetissä on ympäristövastuusta vain muutama yleispätevä ohje. Lisäksi edellisen vuoden tulokset ja tavoitteet on hyvä julkistaa yleisesti esimerkiksi Ekoidolin nimeämisen yhteydessä.

Tässä opinnäytetyössä ei käsitelty ympäristöviestintää, mutta yritysvastuun toimien luotettavuuden ja läpinäkyvyyden lisäämiseksi se on mielestäni oleellinen.

Yritysvastuun toteuttaminen on työelämässä yhä yleisempää, ja kertomalla opiskelijoille, opettajille ja henkilökunnalle Ekotiimin tavoitteista ja saavutuksista lisätään paitsi tietoutta asiasta myös kiinnostusta osallistua itse vastuuden toteuttamiseen. Yritysvastuiden toteuttaminen on jatkuvasti kehittyvä prosessi, joten uusia, rakentavia kehitysehdotuksia organisaation toteuttaman vastuun lisäämiseksi tarvitaan aina.

Ympäristöviestinnän vaikuttavuudesta on kuitenkin suhteellisen vähän tietoa siihen nähden, että aihetta on pohdittu jo Aristoteleen ajoista ja monelta eri kannalta. Viestinnän vaikutuksia ei voi tutkia samoin kuin esimerkiksi luonnontieteitä, sillä selviä syyseuraus -suhteita viestinnän tutkimuksessa ole. Kun tuuli puhaltaa, puun lehdet havisevat, mutta Tiina Työntekijä ei välttämättä hakeutunut Restelille töihin sen ympäristöviestinnän vuoksi (Restel). Sen sijaan tutkimus ilmaisee, mitkä olosuhteet ja valintatilanteet vaikuttavat haluttuun tulokseen. Viestinnän vaikutusten voidaan todeta olevan välillisiä ja viivästyneitä, yhtä yksittäistä viestiä on vaikea erottaa massasta. Ympäristöviestinnän vaikuttavuutta tarkastellaankin muun muassa yksilöiden, ryhmien ja yleisen mielipiteen näkökulmasta. Tällöin huomio on joko suppeasti viestinnän menetelmissä tai laajasti koko viestintäprosessissa. Ympäristöviestinnästä huolehtivan tulee varmistaa lukijan mahdollisuus osallistua keskusteluun. (Lyytimäki & Palosaari 2004. 32–34.)

Ympäristöviestintä ei ole pelkästään tiedon välittämistä lähettäjältä vastaanottajalle, vaan se on enemmänkin verrattavissa palvelun tai tuotteen myyntiin: Kuulija valikoi itselleen tärkeät tiedot. Se miten lisätiedon saanti ja tiedon esittämistapa on järjestetty vaikuttaa siihen, vaivautuuko kuulija etsimään aiheesta lisätietoa. (Lyytimäki & Palosaari 2004. 55.)

Vaikka tutkimuksen mukaan ympäristöviestinnästä ei suoraan seuraakaan koko oppilaitoksen opiskelijoiden ja henkilökunnan siirtyminen kestävän kehityksen mukaiseen elämäntapaan, on se yksi kanava lisätä keskusteluun osallistumisen mahdollisuuksia. Ekotiimin ympäristöviestintä tavoitteista ja niiden toteutumisesta on tapa herättää opiskelijoiden ja henkilökunnan kiinnostus tutustumaan aiheeseen syvällisemmin. Julkistamalla raportoinnin HAAGA-HELIAn sivuille saadaan esimerkiksi mahdollinen hakija kiinnostumaan koulun toiminnasta ja tekemään hakupäätös jonkin toisen oppilaitoksen sijaan. Tällöin Ekotiimi on arvojen kohtaamisella lisännyt kiinnostusta koulua kohtaan.

Yritysvastuun, ympäristövastuu sen osana, toteuttaminen nähdään monesti lisäkuluna organisaatiolle sen sijaan, että se toisi lisäarvoa työntekijöille, asiakkaille ja muille sidosryhmille. Vastakkainen näkökulma esittää toteutettavan yritysvastuun tuottavan taloudellisia hyötyjä. Todellisuudessa yritysvastuun toteuttamien pienentää joiltakin osin liiketoiminnan riskejä. Ympäristövastuuta aktiivisesti toteuttavien tulee ahkerasti lisätä tietoisuutta yrityksen ympäristöasioista, kuten energian ja paperinsäästö ja päästörajoitukset, sillä pelkän ympäristövastuun tuottama rahallinen arvo on huomattavasti pienempi kuin kokonaisuudessaan toteutettavan yritysvastuun. Yritysvastuusta raportointi vaikuttaa organisaation maineeseen positiivisesti, kun organisaation toiminnat ovat näkyviä myös ulkoisille sidosryhmille. Raportointi tukee viestinnällä ja PR:llä hoidettua organisaation julkikuvaa. (Orlitzky 2005, 48–52.)

Esimerkiksi kauppaketju Lidl on pystynyt pitämään hintansa matalina huolehtimalla aktiivisesti yritysvastuusta. Yritysvastuun toteuttaminen ei ollut aluksi tärkeää ketjulle, mutta siihen ryhdyttiin kun huomattiin yritysvastuullisuuden helpottavan kustannusten ja myyntihintojen pitämistä alhaisena. Lidl:n toimia ympäristön hyväksi ovat muun muassa tehostettu kierrätys ja lajittelu, tilausten optimointi ja sähkönkulutuksen pienentä-

minen. (Partanen, A 23.11.2012.) Tämän valossa tarkasteltuna kaikki väitteet yritysvas-
tuun tuomista lisäkustannuksia kumoutuvat, sillä Lidl on tunnettu ensisijaisti edullisista
hinnoistaan ja jatkuvista toimista matalan hintatason takaamiseen myös jatkossa.

5.1.2 Henkilökunnan ja opiskelijoiden ahkerampi kannustaminen ympäristöl- lisesti kestävämpään liikkumiseen ja vihreään sähkösovimukseen vaih- tamiseen

Teemaviikon tapahtumana voi järjestää kestävämpään liikkumiseen kannustavan tem-
pauksen. Kestävämpiä liikkumismuotoja henkilöautolla yksityisajelun sijaan ovat muun
muassa joukkoliikenteen käyttö, kimppakyydit, polkupyöräily ja kävely. Kaksi viimeistä
eivät tuota lainkaan ympäristösaasteita. Koulu sijaitsee hyvien joukkoliikenneyhteyksien
varrella monesta eri suunnasta tullessa. Polkupyörällä Leppävaarasta tai Töölöstä kestää
noin 20 minuuttia, Kalliosta alle 30min. Samasta suunnasta tulevat voivat tulla samalla
autolla ja jakaa polttoainekustannukset, lisäksi koulun läheltä on helpompi löytää pysä-
köintitila ja ruuhkat pienenevät, kun autoja on liikkeellä vähemmän. Kannustuskeinoina
voi käyttää osallistumista matkalipun kuluihin, esimerkiksi opiskelijoille stipendinä
opintomenestyksestä ja Ekoidoleille kahden kuukauden Helsingin sisäisiä matkoja vas-
taavalla määrällä. (Opiskelijoilla noin 50€, muille noin 100€). Lisäksi polkupyöriä voi
järjestää lainattavaksi kirjastokortilla, vuokrattavaksi korvausta vastaan tai tavaravaiht-
torille myyntiin tai poisvietäväksi.

Teemaviikolla energiansäästöön keskittyvänä päivänä tai Energiansäästöviikolla voi
koululle pyytää vierailemaan jonkin vihreää sähköä tuottavan yrityksen edustajan ker-
tomaan vihreän sähkön eri tuotantomuodoista, ja niiden keskinäisistä ja uusiutumatto-
milla tavoilla tuotetun sähkön eroista. Myös haittavaikutukset ympäristölle ja mahdolli-
set riskit on huomioitava eri tuotantomuodoissa. Lisäksi hintaesimerkit on oltava esillä
selkeästi joko esimerkein tai laskurin muodossa. Viikon aikana vihreän sähkösovimuk-
sen tehneet voi palkita esimerkiksi ekokassilla tai Reilun Kaupan tai Luomutuotteilla.

5.1.3 Henkilökunnan ja opiskelijoiden haastaminen vertailemaan omaa sähkö- ja paperin kulutusta.

Alma Median (2011) tekemän tutkimuksen mukaan on ympäristöä vähemmän rasittavaa lukea päivittäiset uutisensa paperisena verkkoversion sijaan. Paperiton toiminta on yksi Ekotiimin tavoitteista ja AlmaMedian tutkimus on kannanotto organisaatioiden ja yksityishenkilöiden paperinkäytön vähentämiseen. Tutkimusta lukiessa on pidettävä mielessä paperiversion tuovan rahaa yritykselle myös kuluttajalta, kun vertailussa käytetty ilmainen verkkoversio tuotetaan yksinomaan mainostuloilla. Lopputulos paperiversion ympäristöystävällisyydestä voi johtua sanonnan mukaan myös AlmaMedian omasta lehmästä ojassa.

Tutkimuksessa verrattiin tuotettujen hiilidioksidipäästöjen määrää sähköisen ja verkkoversion välillä ja suhteutettiin autolla ajettuihin kilometreihin päästöjen ollessa 164g CO₂e/km. Viestintä- ja viestintäteknologia-alan osuus maailman kasvihuonepäästöistä on noin 3 %. Paperisen version hiilijalanjälkeen vaikuttavat formaatti, sivumäärä ja käytetyt painovärit; esimerkiksi yksi Iltalehti vastaa 1km ajomatkaa ja Kauppalehti 600m. Painetun lehden ympäristövaikutukset ovat suurimmillaan paperin valmistusvaiheessa, sillä paperin valmistaminen vaatii paljon energiaa ja vettä, kun taas lehden lukeminen ei aiheuta ympäristöpäästöjä. Lehden hiilijalanjälkeä voi pienentää 20 % kierrättämällä sen lukemisen jälkeen. Verkkomedian hiilijalanjäljen arviointi on vaikeaa erilaisten laitteiden ja käyttötapojen vuoksi. Sähköisen version ympäristövaikutukset syntyvät lehden lukemisesta. Hiilijalanjäljen muodostumiseen vaikuttavat lukulaitteen valmistusmateriaalit ja energiankulutusmäärät, lukijan käyttämän sähkö-energian tuotantotapa, selailuaika ja latausten määrä. Koska painettu ja verkkoversio ovat enemmänkin toisiinsa täydentäviä kuin poissulkevia, vaikuttaa valittu tarkasteluyksikkö tulokseen vastuullisemmasta vaihtoehdosta. Tutkimuksesta käy ilmi verkkoversion olevan keskiarvoisesti paperista ympäristöystävällisempi, mutta mm. vesistöjen rehevöityminen ja toksisuuspiitoisuudet ovat suurempia verkkoversion kohdalla. Syynä tähän on lukulaitteen valmistamiseen tarvittavien raaka-aineiden (= erilaiset metallit) hankinta ja jalostus. (AlmaMedia 2011.)

Tutkimuksesta saatavien tietojen valossa on hyvä herätellä keskustelua paperittoman toiminnan kustannuksista ympäristölle, kun tiedonhakuja varten valmistettavia laitteita ei voida toistaiseksi valmistaa kokonaan kierrätetyistä tai uusiutuvista materiaaleista. Ympäristön kannalta on parempi käyttää kannettavia tietokoneita, sillä pääosin ne ovat pöytäkoneita energiakitsaampia.

On myös huomioitava, että tutkimuksessa laskettiin tietokoneen tuotannon ympäristövaikutukset mukaan lopputulokseen. Yhtäältä on hyvä, että myös tuotannon vaikutukset on huomioitu, mutta toisaalta tietokonetta voi käyttää monipuolisemmin kuin painettua sanomalehteä. Uutisten lukemisen lisäksi tietokoneella voi esimerkiksi hoitaa talousasioita, tehdä työtä tai hankkia monipuolista tietoa itseä kiinnostavista aiheista.

5.1.4 Ruokapiirin perustaminen

Haagan toimipiste on jo kehittänyt ympäristövastuutaan enemmän kuin Green Office vaatii ja koulun keittiö onkin jo liittynyt Portaat Luomuun -ohjelmaan. Seuraava luontainen askel olisi perustaa ruokapiiri. Tämän voi toteuttaa opinnäytetyönä. Ruokapiiriin hyötyjä ovat muun muassa kustannussäästöt luomuruoan hankinnassa ja tutustuminen luomuruoan tuotantoon käytännössä. Ruokapiiri tukee oikein toteutettuna Portaat Luomuun -ohjelman toteutusta ja jatkoa. Haagan alueella on jo toiminnassa Haagan ruokapiiri, mutta sen potentiaalin selvittäminen oppilaitoksen tarpeisiin jäi tämän opinnäytetyön ulkopuolelle.

Ruokapiiri on luomutuottajien ja asiakkaiden muodostama alueellinen yhteisö. Ruokapiirissä kuluttajat tilaavat suoraan tuottajilta vähintään kerran kuukaudessa suuren määrän luomutuotteita. Yleisimpiä tilaustuotteita ovat viljatuotteet, kasvikset ja mausteet. Joidenkin ruokapiirien tarjontaan kuuluu myös liha, kanamuna, hunaja tai maitotalous tuotteita. Myös pesuaineet, ulkomaiset luomutuotteet ja Reilun kaupan tuotteet ovat joidenkin toimittajien valikoimissa. (Luomuliitto 2012.)

Ruokapiiriin liittymisellä sekä kuluttaja että tuottaja voivat saavuttaa etuja. Etuja kuluttajille ovat:

- Tuore ja turvallinen lähi- ja luomuruoka

- Ruokakauppaa edullisemmat hinnat ja parempi laatu
- Vaivaton tilausten teko ilman useita välivaiheita toimituksissa
- Tutustuminen tuottajiin ja maataloihin. (Ruokapiiri 2012a.)

Tuottajien hyötyjä ovat:

- Tuotemenekin tarkempi arviointi
- yhteistyön lisääntyminen lähialueen maatalojen kanssa
- ostajien suora tavoittaminen (Ruokapiiri 2012b.)

5.2 Itsearviointi

Opinnäytetyön tekeminen alkoi elokuun 2012 loppupuolella, tarkoitus oli saada se valmiiksi helmikuun 2013 alussa, mutta se venyi maaliskuun loppuun. Loppuvaiheessa tuli hieman hoppu, ja uuden mahdollisuuden saadessani järjestäisin aikani toisin suorittuakseni prosessista nopeammin. Syventääkseni aiheeni tuntemusta kävin WWF Suomen järjestämässä seminaareissa ja luin itseäni kiinnostavien yritysten raportteja, kävin myös keskustelemassa kasvatusten erään yrityksen edustajan kanssa näkemyksistä yritysvastuun ylläpidon tärkeydestä.

Opinnäytetyön myötä tiedän jatkossa pystyväni perustelemaan avoimen tiedonkulun tarpeellisuuden ja tarvittaessa luomaan organisaatiolle tavan kommunikoida keskenään ja sidosryhmille tarkemmin. Pystyn myös tunnistamaan viestinnän osatekijät ja niiden vaikutuksia työssä sekä tarvittaessa esittämään ja tuottamaan korjaavia toimenpiteitä. Pystyn kehittämään ravintolan toteuttamaa yritysvastuuta toimien ja erilaisten yritysvastuuohjelmien kautta. Aiheen rajaaminen ja lähdemateriaalien löytäminen sujui jouhevasti. Minun on kuitenkin kiinnitettävä jatkossa huomioita työn ominaisuuksien tasarvoisuuteen; niin kutsuttua lempilasta ei saisi ottaa, mutta olisin mielelläni nähnyt Ekotiimillä kokonaisen verkkosivuston ympäristöviestinnän kehittämisen työkaluna ja olisin ollut valmis sellaiset laatimaan. Minun on myös kiinnitettävä huomioita aikani jakamiseen tasapuolisemmin, kirjoitustyöstä pidettyjen vapaapäivien sijaan parin tunnin ajatustyö päivässä vähentää töitä seuraavalta päivältä. Kolmatta versiota Ekotiimin vuosi 2013 -kalenterista tehdessäni totesin myös kuvaohjelmien osaamisessa olevan kehittä-

misen varaa. Toteutus ei vastannut visioni mukaista ulkonäköä muuten kuin ajatuksen tasolla.

Toivon opinnäytetyön ja laitimieni materiaalien auttavan Ekotiimiä levittämään sano-
maansa ja kertomaan toimista ympäristön hyväksi. Ympäristövastuu on ajankohtainen
aihe, sillä uutisissa kerrotaan jatkuvasti ihmisten toiminnan aiheuttamista ympäristöka-
tastrofeista. Ihmisillä on valta, oikeus ja velvollisuus säilyttää maailma tuleville jälkipol-
ville. Kovakin työ ympäristömme puolesta voi jäädä huomioimatta ilman hyvin hoidet-
tua viestintää. Tätä opinnäytetyötä voi hyödyntää pidempikestoisten viestintäsuunni-
telmien laadintaan sekä esimerkkinä ympäristövastuuta toteuttavan organisaation toi-
minnasta. Vertailemalla erilaisten Green Office -toimistojen toimintaa ja työyhteisö-
viestintää saadaan käsitys siitä, miten eri tavoin asiat voi erilaisissa organisaatioissa to-
teuttaa.

Lähteet

AlmaMedia 2011. Ympäristötutkimus. Luettavissa: <http://www.almamedia.fi/almamedian-ymparistotutkimus>. Luettu 9.10.2012.

Ekotiimi 2010a. Kauan eläköön Ekotiimi – 10 vuotta työtä ympäristön hyväksi -esite. Luettu 9.10.2012.

Ekotiimi 2012a. ep -raportti. Luettu 27.12.2012.

Ekotiimi 2012b. ia -raportti. Luettu 27.12.2012.

Evira. 2010. Luomu. Luettavissa: <http://www.evira.fi/portal/fi/evira/asiakokonaisuudet/luomu/> Luettu 19.10.2012.

GreenOffice 2012. Mikä GreenOffice? Luettavissa: <http://wwf.fi/maapallomme/vaikuta/greenoffice/mika-green-office/> Luettu 9.10.2012.

Juholin, E. 2010. Arvioi ja Paranna! Viestinnän mittaamisen opas. Hansaprint Oy. Vantaa.

Juholin, E. 1999. Sisäinen viestintä. WSOY. Porvoo.

Juholin, E. 2008. Viestinnän vallankumous Löydä uusi työyhteöviestintä. WSOYpro. Helsinki.

Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 5. tarkastettu painos. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Lannenomavoima 2012. Luettavissa: http://www.lannenomavoima.fi/energiansaasto/kodinenergiansaasto/fi_FI/Energiansaasto_kotitaludessa/ Luettu: 17.10.2012

Lohtaja, S & Kaihovirta-Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. WSOY. Helsinki.

Luomuliitto 2012. Ruokapiirit. Luettavissa:

www.luomuliitto.fi/luomutuotteet/ruokapiirit Luettu: 19.10.2012.

Lyytimäki, J & Palosaari, M. 2004. Ympäristöviestinnän tutkimus Suomessa. Edita Prima Oy. Helsinki.

Orlitzky, M. 2005. Payoffs to Social and Environmental Performance. The Journal of Investing. 14, 3, 48-52.

Partanen, Antti. 23.11.2012. Lidl aluepäällikkö. Haastattelu. Helsinki.

PortaatLuomuun 2012a. Näin ohjelma toimii. Luettavissa:

www.portaatluomuun.fi/nain_ohjelma_toimii Luettu 19.10.2012.

PortaatLuomuun 2012b. Sitoutuminen. Luettavissa:

www.portaatluomuun.fi/sitoutuminen Luettu 19.10.2012.

PortaatLuomuun 2012c. Viisi porrasta luomuun. Luettavissa:

www.portaatluomuun.fi/viisi_porrasta_luomuun Luettu: 19.10.2012.

PortaatLuomuun 2012d. Luomun käyttö. Luettavissa:

www.portaatluomuun.fi/luomun_kaytto. Luettu 19.10.2012.

Restel 2012. Ympäristö. Luettavissa: http://www.restel.fi/ymparisto/fi_FI/ymparisto/
Luettu: 18.3.2013

Ruokapiiri a. Ruokapiirin edut ostajille. Luettavissa:

www.ruokapiiri.fi/clientHome.php?displayArea=text3&id_site_info=69 Luettu:
19.10.2012.

Ruokapiiri b. Ruokapiirin edut tuottajille: Luettavissa:

www.ruokapiiri.fi/clientHome.php?displayArea=text3&id_site_info=70 Luettu:
19.10.2012.

Salovaara, P. 15.3.2013. Haaga Instituutti-säätiö. Kiinteistöpäällikkö. Sähköposti. Helsinki.

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkastettu painos. Hakapaino. Helsinki.

Tarhanen, M 12.2.2012. HAAGA-HELIA -ammattikorkeakoulu. Lehtori. Henkilökoh-
tainen tiedonanto. Helsinki.

WWF 2012a. Mikä Green Office. Luettavissa:

<http://www.wwf.fi/maapallomme/vaikuta/greenoffice/mika-green-office> Luettu:
19.10.2012.

WWF 2012b. Green Office Environmental Management System for Sustainable Or-
ganisations Achievements and Activities on 2010. Luettavissa:

<http://wwf.fi/mediabank/1414.pdf>. Luettu: 19.10.2012.

Åberg, L. 2006. Johtamisviestintää! Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja. Gumme-
rus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Åberg, L. 1999 Viestinnän strategiat. WSOY. Porvoo.

Åberg, L. 1996. Viestintä – tuloksen tekijä. 5. tarkastettu painos. Infoviestintä Oy. Hel-
sinki.

Kuvat: Jaana Korpinen

Liitteet

Liite 1. Ekotiimin vuosi 2013

Viikko	Maanantai	Tiistai	Keskiviikko	Torstai	Perjantai	
1						
2						Henkilökunnan kulutustapamittaryksely
3						
4						
5						
6						WWF:n Green Office -raportointi
7						
8						
9						
10						Teemaviikko
11						
12						Lauantaina 23.3 Earth Hour
13						
14						
15						Ekotiimin kokous
16						
17						
18						
19						Ekotiimin opintoretki
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						
32						
33						
34						
35						
36						
37						
38						
39						
40						Luomuviikko
41						Energiansäästöviikko
42						
43						Reilun Kaupan viikko
44						
45						
46						
47						
48						
49						Ekoidolit 2013 - 2014
50						
51						
52						

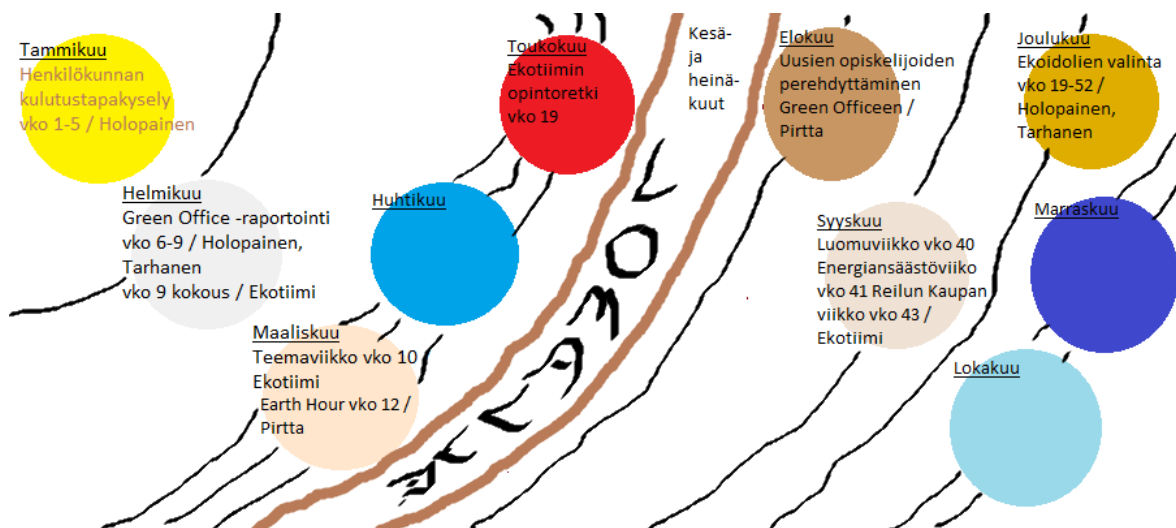
Ekotiimi toimii läpi koko vuoden; kokouksissa paneudutaan Haagan Green Office Ympäristöohjelmassa luvattuihin kehittämiskohtaisiin, WWF:n sähköinen kuukausikirje ja Green Office -verkoston tiedotteet välitetään kaikille Ekotiimin jäsenille.
Joka toinen vuodesta ilmestyy Paraden Polku-lehti on luettavaissa Ekotoukkukoukussa A-sivun portaalien yläpäässä.
Lukuvuoden alussa uusille opiskelijoille kerrotaan Green Officesta

Versio 1.

Viikko	Tehtävä	Vastuuhenkilö(t)
1 - 5	Henkilökunnan kulutustapakysely	Holopainen
6 - 9	WWF Green Office - raportointi	Holopainen, Tarhanen
10	Teemaviikko	Ekotiimi
12	Lauantaina Earth Hour	Holopainen
	Green Officesta kertominen uusille opiskelijoille	Holopainen
40	Luomuviikko	Ekotiimi
41	Energiansäästöviikko	Ekotiimi
43	Reilun Kaupan viikko	Ekotiimi
49 - 52	Ekoidolien 2013 – 2014 valinta	Holopainen, Tarhanen

Versio 2.

Versio 3.



Vihreä Teemaviikko Haagassa – Haaga goes Green

In English below

Haagassa vietetään ensi viikolla, 12.11.2012 – 16.11.2012, ympäristöviikkoa, jonka päivittäin vaihtuvat teemat näkyvät Caffelissa ja käytävillä. Tässä sähköpostissa kerrotaan lyhyesti viikon tapahtumista ja annetaan käytännön vinkkejä, kuinka juuri sinä voit vaikuttaa valinnoillasi ympäristöasioihin. Perjantaina järjestetään tietokilpailu, jonka vastaukset löytyvät viikon aikana lähetetyistä sähköposteista. Voittajalle on luvassa teemaan sopiva palkinto, joten ei kannata poistaa näitä viestejä vielä. Ympäristöviikon ajan Valopihalla on tavaravaihtotori, jonne voit tuoda käytöstä poistettuja vaatteita ja tavaroita. Voit tuoda tavarat jo aiemmin luokkaan G306 tai matkailun opettajien huoneeseen. Löytäessäsi pöydältä jotakin hyödyllistä, voit sen napata mukaan, tavaravaihtopöytä on ilmainen.

Maanantain teema on Green Office, mikä se on, kuinka se vaikuttaa arkeen Haagan toimipisteessä ja millaiset valinnat tukevat kestäväää kehitystä. Tiistaina perehdytään energiaan, mitä energiamuotoja on ja kuinka energiankulutusta voidaan vähentää. Keskiviikon aihe on paperi ja saat käytännön vinkkejä, kuinka paperinkulutusta voi hillitä. Torstaina oikaistaan väärinkäsityksiä ruoasta ja kerrotaan vastuullisimmista valinnoista lautaselle. Perjantaina perehdytään yksilön hankintoihin, kannattaako ostaa uusi vai mieluummin korjauttaa tai tuunata? Miten ostopaikan valinta vaikuttaa ympäristöön? Teemaviikon aiheista voi käydä oppimassa lisää Tiedekeskus Heurekassa 20X0 ja Klima K -näyttelyissä, 19.11 asti esillä on myös kestävän kuluttamisen näyttely.



Next week in Haaga will be all about the environment and being Green, and different themes take over Caffeli and hallways. This e-mail gives you an overall idea what is the big thing about next week and how your choices affect the environment. On Friday there will be a small quiz about themes in e-mails. The winner will receive a green prize so don't pass these e-mails. There will also be a flea market table for exchanging things you don't need anymore. You can bring your extra stuff beforehand to class room G306 or to tourism teachers' room. In case you find something useful for yourself, you don't need to pay for it.

On Monday you'll find out more about Green Office, what is it and how it can be seen every day in Haaga? You'll also learn about the choices that promote sustainable development. On Tuesday

the focus is on

energy saving and different ways to produce energy. Wednesday is all about paper consumption and how it should be reduced. On Thursday the big thing is food: what are the more responsible choices that you can

take? On Friday you'll be challenged to think about buying a new product every time, could it be fixed or 'pimped'? Does it make a difference where you buy your everyday goods? You can discover more on the topics at Science Park Heureka's exhibitions Kilma K and 20X0, until 19.11 there is also an exhibition concerning sustainable consuming.

Ekotiimi esittelee: Green Office -ympäristöjärjestelmä ja vastuulliset arjen valinnat

Green Office certification and responsible choices to everyday life

In English below

WWF:n Green Office -sertifikaatin tavoitteena on pysäyttää luonnon köyhtyminen ja rakentaa tulevaisuus, jossa ihmiskunta elää sopuossuonussu luonnon kanssa. Green Office antaa organisaatiolle ohjeita, kuinka valinnoilla voi tukea kestävää kehitystä. Organisaation tulee huomioida etenkin paperin ja energian kulutus, kierrätys, hankinnat ja liikkumisen vaikutus ympäristöön. Green Office tukee organisaation ympäristövastuun toteutusta ja säästää kustannuksia. Green Office -sertifikaatti kertoo luotettavasti sidoskumppaneille organisaation olevan aidosti vastuullinen.

Vinkkejä vastuullisimpiin valintoihin:

1. Käytä sähköistä tiedonhallintaa. Vähennä paperinkulutusta ja tulosta kaksipuoleisia tulosteita. Käytä PDF -tallennusta tulostamisen sijaan.
2. Aktivoi energiansäästöasetukset tietokoneisiin ja muihin laitteisiin. Sammuta laitteet kun et enää käytä niitä. Poista laitteet verkkovirrasta, jos olet päivää kauemmin poissa kotoa.
3. Säästä energiaa kaikin mahdollisin tavoin. Valitse Gold Standard ja Eneqy Star – sertifikaateilla varustettuja tuotteita ja palveluita. Vaihda sähkösooimus vihreään sähköön, se maksaa vain noin tuopin verran enemmän kuukaudessa.
4. Suosi julkista liikennettä, polkupyörää ja kävelyä autolla ajamisen sijaan. Säästät ympäristön lisäksi auton vuosimaksut, verot ja polttoainemaksut.
5. Anna lahjaksi paikallisia palveluita tavaroiden sijaan. Joulupakettiin voi kääriä lahjortin rentoutavaan hierontaan hajuvesipullon sijaan.
6. Suosi kasvispainotteisia ruokia. Lihamakaronilaatikoon saa uusia vivahteita korvaamalla lihan osin tai kokonaan esimerkiksi basilikalla, tomaatilla ja munakoisolla
7. Kuluta harkiten, käytä uudelleen, kierrätä ja lajittele. Repaleisen sohvakankaan voi vaihtaa joko itse ommeltuun tai ompelijan tekemään.
8. Hanki mahdollisimman ympäristöystävällisiä tuotteita ja palveluja. Suosi vuokraamista ja leasing-sopimuksia.
9. Lomaile lähikohteissa kaukomatkojen sijaan. Miltä kuulostasi vaellusmatka Nuuksiossa tai kaupunkiloma Porvoossa?
10. Kerro myös läheisillesi vinkkejä vastuullisempaan arkeen.

Päivän ohjelma:

Ympäristöseminaari, klo 9-13, Pieni auditorio (L302)

09.00-09.30 Seminaarin avaus, Mia Tarhanen

09.30-10.15 Luomuviinit, Pekka Lehtonen, Alko

10.15-10.30 Tauko

10.30-11.15 Blue Turtle, Violetta Salonen

11.15-12.00 Tauko

12.00-12.30 Ravintola Juuri, Jarkko Myllymäki

12.30-13.00 Yhteenveto, Mia Tarhanen



UNESCO World Heritage 40 vuotta seminaari, klo 13.30-16.00, Iso auditorio

WWF Green Office certification gives guidelines to more sustainable operations at office environments by adopting the certification an organization can save money. Actions are focused on food and energy consumption, paper usage and decision on where and what kind of food to buy. Green Office aims to preserve nature rich and educate people to live in harmony with nature and environment.

You can also act greener:

1. Reduce paper printing, print on both sides of the paper or use pdf –saving
2. Set your desk top or laptop to energy save mode. switch off when not using
3. Prefer public transport to driving own car, use bicycle or walk.
4. Replace some or all of bought meat with vegetables
5. Reuse and recycle as much as you can. Sort trashes by local instructions (can be seen at waste disposing area at your home)
6. Travel close. Nuksio camping or weekend in Porvoo can be as refreshing as going to Sydney or Kenya
7. Tell your friends and family about sustainable consuming

Ethän tulosta tätä sähköpostia – Please, do not print this mail.

Energia – elämämme elinehto. Energy to support our lives.

In English below

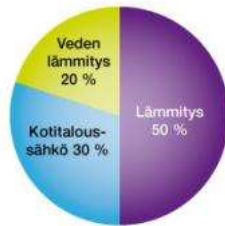
Vihreällä sähköllä tarkoitetaan uusiutuvia energiamuotoja, niitä ovat vesi-, aurinko- ja tuulivoima sekä biopolttoaineet. Joitakin vuosia sitten väitettiin myös turve-energian olevan uusiutuvaa, mutta nykyään turpeen uusiutumisaikaa tiedetään olevan 2000 – 3000 vuotta ja vapauttavan ilmastoon kasvihuonekaasuja niin paljon, että se luetaan fossiiliseksi energiamuodoksi. Vihreä sähkö ei ole maineestaan huolimatta kovinkaan paljon kalliimpaa kuin ”tavallinen”. Sivulla <http://www.sahkovertailu.fi/> voit itse laskea sähkösopimuksen hintaeron vuositasolla.

Vinkkejä energiansäästöön kotona:

1. **Sulje laitteet**, joita et aktiivisesti käytä. Kotitietokoneet, televisio, radio ja muut viihdelaitteet kannattaa sulkea, jos kukaan ei katsele, kuuntele tai käytä niitä. Myös valmiustilan jatkuva päällä pitäminen kuluttaa energiaa. Valmiustilavirran osuus kokonaiskulutuksesta on noin 5 - 10 %.
2. **Suosi kannettavaa tietokonetta**. Kannettava tietokone on huomattavasti energiataloudellisempi kuin pöytäkone. Liteän näytön hankkiminen vähentää pöytäkoneen energiankulutusta, mutta jää silti kauas kannettavan koneen nuukasta kulutuksesta.
3. **Pyyhi säännöllisesti pölyt** valaisimista ja lamputa. Pöly vähentää lampun valotehoa.
4. **Vaihda loiste-, LED- ja pienloistelamppuihin**. Loistelampulla saat valoa edullisemmin kuin hehkulampulla. Hehkulampun käyttämästä energiasta suurin osa muuttuu lämmöksi, joka tosin lämmityskautena tulee hyödyksi. Pienloistelamput soveltuvat kohteisiin, joissa valot palavat jatkuvasti pitkään. LED on tulevaisuuden valaisinvalinta numero 1.
5. **Älä valaise tyhjiä huoneita**. Sammuta hehkulamppu aina, kun valoa ei tarvita. Sammuta loistelamppu ja energiansäästölamppu, kun huoneesta ollaan poissa vähintään 10 min.
6. **Hämäräkytkin, liiketunnistin ja ajastin** ohjaavat pihavalojen taloudellista käyttöä.

Kuvasta näet mitkä tekijät muodostavat sähkökulutuksen kokonaisuudessaan: (Iannenomavoima 2012)

Kodin energiakäytön jakautuminen



Kotitaloussähkön jakautuminen



Tiesitkö, että...

kylmälaitteen kulutus voi nousta 10-20%, jos se on sijoitettu uunin tai astianpesukoneen viereen. Sulata jääkaappi, kun huurrekerros on paksumpi kuin ½ cm.

Tiesitkö, että:

- kylmälaitteen kulutus voi nousta 10–20%, jos se on sijoitettu uunin tai astianpesukoneen viereen. Sulata jääkaappi kun huurrekerros on paksumpi kuin 0,5cm.
- Pöytä tietokone, joka kuluttaa 0,5 kW tunnissa ja on päällä 8h vuorokaudessa käyttää energiaa vuodessa 1460kWh, jolloin laitteen sähkönkulutus maksaa 187e/vuosi.
- Kannettava tietokone, joka kuluttaa 0,04kW ja on päällä 8h vuorokaudessa käyttää energiaa vuodessa 117 kWh, jolloin laitteen sähkönkulutus maksaa 15e/vuosi.

Päivän ohjelma:

Opinnäytetyöesitys: Helsingin opetusviraston Green Office -ohjelma

klo 10.00–11.00, G305

Kirsi Kuitunen & Henni Tofferi

Green energy is produced with solar, wind or water energy also bio fuels are considered as green energy. Although many might think using green energy instead of the usual is expensive it costs less than 10€ more per month. Did you know that preferring laptop over desktop can save you up to 160€ per year? Here are some other hints to save energy:

- Switch off all electronic devices you don't actively use, stand by causes up to 10 per cent of energy use
- Prefer led and energy saving lights, don't keep lights on unnecessarily.
- Locating further from oven can reduce up to 20 per cent of fridge or freezer energy use.

Ethän tulosta tätä sähköpostia – Please, do not print this mail.

Paperilla, printattuna, painettuna. Printing it.. NOT!

In English below.

Päivän aihe on monelle meistä itsestään selvä asia, jota on aina saatavilla. Paperia ovat mm. tulospaperi, vessapaperi, talouspaperi, mainokset, sanomalehdet ja osa pakkausmateriaaleista. Oikaisemme vääristyneitä käsityksiä paperin riittävydestä ja kerromme, millaiset valinnat ovat vastuullisimpia. Sivulla http://www.wwf.fi/www/uploads/pdf/wwf_paperiopas_netti.pdf voit perehtyä tarkemmin paperintuotannon ja -kulutuksen ympäristövaikutuksiin.

Suomi on yksi maailman pahimmista paperintuhlaajista, keskivertosuomalainen kuluttaa vuodessa 250kg paperia, joka on 5 kertaa enemmän kuin kansainvälinen keskiarvo. ”Paperia ei arvosteta tarpeeksi, vaan sitä kulutetaan harkitsemattomasti. Suomi yhdessä muutaman EU-maan, Japanin ja USA:n kanssa kuluttavat puolet kaikista maailman papereista. Jos kaikissa maissa käytettäisiin yhtä paljon paperia per henkilö kuin Suomessa, maailman metsävarat tuskin riittäisivät paperin tuottamiseen”, sanoo metsäpäällikkö Harri Karjalainen WWF:stä. Sellu- ja paperiteollisuus on yksi maailman suurimmista kasvihuonekaasujen tuottajista, teollisten prosessien vedenkäyttäjistä ja energian kuluttajista. Se tuottaa merkittävät määrät päästöjä sekä jätteitä.

Onkin siis aika tarttua toimeen ja pitää Suomi Vihreän kullan maana ja Planeettamme vihreänä.

- vähennä liiallista paperinkulutusta rajoittamalla tulostamista ja käyttämällä vain sen verran vessapaperia kun oikeasti on tarve, luovu talouspaperista.
- kierrätä kaikki jätepaperi eli mainokset, pakkaukset, lehdet ja tulosteet
- käytä kierrätyskuiduista valmistettuja paperilaatuja, vaihda valkoinen vessapaperi kierrätyskuiduista valmistettuun.
- käytä paperia, joka on valmistettu vastuullisesti tuotetuista kuiduista, tunnista ne FSC -merkistä
- osta vain sellaisien valmistajien paperia, jotka ovat sitoutuneet ympäristönsuojeluun ja toimivat läpinäkyvästi. Esimerkiksi kirjapaino Bloomsbury ja huonekalujätti IKEA käyttävät vastuullisempaa paperia.



In Finland paper is often taken granted and it is not surprising that Finns use five times more paper than most of the people in the world in average. When producing paper factories produce greenhouse gases, pollution and waste, the factories are also one of the biggest water consumers. Finland is known as the land of green gold and it is about the time to take action to preserve the forests strong and fertile.

- recycle all types of paper, the advertisements, packages, magazines and print outs
- Give up house hold paper
- prefer recycled paper to white one
- use FSC –certified paper
- Prefer companies that act visibly with paper consumption and nature preserving. IKEA and Bloomsbury are such companies.

Ethän tulosta tätä sähköpostia – Please, do not print this mail.

Ruoka - Food

In English below

Päivän teema on elinehtomme ruoka. Meillä Suomessa ruoan saanti on varmaa ja osin sen vuoksi biojätteen määrä on hälyttävän korkea, poisheitetystä ruoasta iso osa olisi vielä syötävää. Ruoan alkuperään ja hankintaan liittyy paljon virheellisiä uskomuksia, joita oikaistaan tässä sähköpostissa.

Ruokaa ostetaan liikaa ja ylimääräistä osaa ei hyödynnetä esimerkiksi pakastamalla, syömäkel-poista ruokaa heitetään pois miljoonia kiloja vuodessa. Kaikki poisheitetty ruoka ei päädy biojät-teeseen, vaan kaatopaikkajätteestä jopa 25 % on biojätettä. Mädäntyessään ruoka tuottaa me-taania, joka on hiilidioksidia voimakkaampi kasvihuonekaasu. Ravintolasektorilla viidesosa tarjot-tavaksi tarkoitettua ruoasta heitetään pois.

Ruoan ympäristövaikutuksiin liittyy erilaisia harhaluuloja, joiden oikaiseminen on tärkeää. Moni valitsee kangaskassin muovi- tai paperipussin sijaan, muttei kiinnitä juurikaan huomiota pussin sisältöön. On vastuullisempaa suosia kasvispainotteista ruokavaliota esimerkiksi karpaamisen sijaan. Luomua kannattaa suosia aina kun sitä on saatavilla. Ruoan alkuperäalueen merkitys voi olla yllättävän pieni verrattuna ruoanhakumatkan aiheuttamiin ympäristövaikutuksiin. Kaupassa käydessä pakkausmateriaalien huomiointia oleellisempaa on tiedostaa tarvittavan ruoan määrä, jotta ylimääräiseltä biojätteeltä vältytään. Ruoan suurimmat ympäristövaikutukset syntyvät tuo-tantovaiheessa, luomuruoan tuotannossa vaikutukset ovat pienimpiä. Ympäristön kannalta par-haita ruokaraaka-aineita ovat vilja- ja kasvistuotteet, kalat ovat toiseksi paras valinta, kolmantena on siipikarja ja neljäntenä porsaanliha. Naudanliha on ympäristön kannalta huonoin valinta. Riista on hyvä valinta kasvatettujen lihatuotteiden sijaan.

Vinkkejä ruoan ympäristövaikutusten minimointiin:

1. Suosi kasvispainotteista ruokavaliota. 1 lihakilon kasvattamisen ympäristövaikutus on liki sama kuin ajaisit autolla 100km! Valitse ravitsemuksellisesti ekotehokkaita kasveja, kuten peruna, juurekset, omena, marjat, viljapohjaiset tuotteet ja palkokasvit.

2. Ruoan ympäristövaikutus ei juuri muutu siitä tuodaanko se Helsinkiin Hampurista, Oulusta vai Rio de Janeirosta. Sen sijaan oleellisempaa on, kuinka ruoka päätyy kaupasta kotiin. Autolla supermarketista haetun elintarvikkeen ekokuorma on oleellisesti suurempi kuin jalan tai pyörällä lähikaupasta haetulla.
3. Kangaskassi on pitkäikäinen valinta ostosten kantamiseen. Ympäristöystävällisenä pidetty biomuovikassi maatuu kompostoinnissa sisältöään hitaammin, paremmin maatuvia ovat kierrätyspaperista tai sanomalehden sivuista tehdyt biojätepussit.
4. Tee ostoslista kotona ja katso, mitä kaapissa jo on. Perunoista, kananmunista, juustosta, purkkitonnikalasta ja wok-vihanneksista saa ravitsevan munakkaan ja kaupassa ei edes tarvitse käydä.
5. Suosi MSC -sertifioitua kalaa. WWF:n kalaoppaan saa ladattua pdf -tiedostona ja Symbian -yhteensopivana sovelluksena, jolloin se on tukena ruokaostoksilla.
6. Tarkista kaupassa tuotteiden säilyvyys. Osta nopeasti pilaantuvia vain tarpeeseen ja pakasta käyttämätön osa.
7. Vältä turhaa hamstrausta ja heräteostoksia. Miksi ostaisit 10 kiloa omenaa, joista ehdit syödä vain 1 ennen pilaantumista?
8. Hanki varmuusvarastoksi pitkään säilyviä tuotteita ja hyödynnä ne ajoissa.
9. Hyödynnä pakastinta. Älä unohda ruokia pakkaseen.
10. Hyödynnä ylijäänyt ruoka seuraavana päivänä sellaisenaan tai tuunattuna.
11. Säilytä elintarvikkeita oikein.
12. Lajittele pilaantunut ruoka biojätteisiin, noudata lajitteluohjeita myös muilta osin. 20 % ihmisen ilmastovaikutuksista johtuu ruoasta. Kaatopaikkajätteisiin lajiteltu ruoka mätänee kaatopaikalla tuottaen kasvihuonekaasu metaania.

Päivän ohjelma:

Aivoruokamenu -luento klo 15–16, Pieni auditorio (L302)

Puhuja: Raija Kivimetsä HUOM! muista ilmoittautua tänne etukäteen.



In Finland you don't usually have to worry where to get your next meal. Instead people are buying too much food and annually millions of kilograms of food are thrown away. Not all of the wasted food is collected as bio waste, as much as 25% of mixed waste is actually food. Rotten food produces methane which is a greenhouse gas stronger than carbon dioxide. People are paying close attention to which kind of bag they choose to carry the food home in but they don't think twice about what they buy. Preferring organic and vegetable products over meats and normally produced foods is a good start.

Vegetables and grains are the most environment friendly choices for food, different types of MSC-certified fish are the second best, chicken and turkey are third. Pork is not really a good choice but it is still better than beef. It is also recommended to consider game as an option for food.

Ethän tulosta tätä sähköpostia – Please, do not print this mail.

Yksilön hankinnat To buy or to fix – that is the question!

Teemaviikon viimeinen aihe on yksilön tekemät hankinnat eli vaatteet, kodinkoneet ja huonekalut. Rikkoutuneen tuotteen tilalle hankitaan helposti uusi miettimättä korjaamista vaihtoehtona. Omien taitojen mukaan niitä voi korjata itse. Joskus rikkoutuneesta tavarasta saa tehtyä jotain aivan uutta. Poisheittäminen voi aiheuttaa ongelmia, jos asianmukaisia kierrätyspisteitä ei ole saatavilla tai kierrätysohjeita ei tiedä. Väärin kierrätetyt laitteet kuormittavat ympäristöä, ne eivät kuulu kaatopaikalle saati lähirannan pohjaan. Hankinnoissa on huomattava ympäristövaikutukset, näiden vinkkien avulla voit tehdä vastuullisimpia valintoja:

1. Suosi kestävästä materiaaleista valmistettuja vaatteita, vältä keinokuituja ja huomattavan edullisia puuvillatuotteita. Vältä myös tuotemerkejä, joiden tiedetään toimineen epäeettisesti.
2. Valitse niukkaenergisiiä kodinkoneita. Uuden pesu- ja tiskikoneet säästävät vettä ja energiaa, kannettava ja tablettitietokoneet kuluttavat vain murto-osan pöytäkoneen sähkönkulutuksesta. Monista tuotteista löytyy energiatehokkuusmerkki, paras A-ryhmä on ympäristön kannalta suositeltavin valinta.
3. Osta huonekalut sellaiselta valmistajalta, joka käyttää ympäristön kannalta kestäviä materiaaleja ja kierrätysvaneria. Kysy myös vanhan huonekalun poiskuljetusta. Uhanalaisesta afrikkalaisesta puusta tehty mahonkipöytä voi olla tyylikäs, mutta ei kovin ekologinen valinta. Kierrätyskeskuksista löytää persoonallisia ja kestäviä huonekaluja, joiden muokkaaminen mieleiseksi on helppoa.

Vai voisiko sen sittenkin korjata:

- Vaatteet voi useimmiten korjata, jos et itse osaa, kysy lähipiiristäsi neuvoa.
- Virttyneitä paitoja voi käyttää monta kertaa lattialuuttuna ennen poisheittämistä. Yksinäisillä sukilla voi pyyhkiä pölyt tai levittää lankkia kenkiin.
- Kierrätä hyväkuntoiset, käytöstä poistetut vaatteet ystäville, sukulaisille, kirpputorille tai UFF ja FIDA -keräyslaatikoihin.
- Ennen poisheittämistä huonekalun voi korjata tai tuunata. Sohvan istuintyynyn rikkoutuneen jousituksen voi vaihtaa vaahtomuoviin tai sanomalehden ja kuivan heinän sekoitukseen.

Kierrättäminen:

- Joissakin taloyhtiöissä huonekalut ja kodinkoneet voi viedä jätehuoneeseen. Pienlaitteille on omat keräyspisteensä isoimmissa liikeyrityksissä.
- Kierrätyskeskus ja Lähetystori FIDA noutavat ehjiä huonekaluja ja toimivia kodinkoneita. Hinnat saattavat vaihdella matkan ja noudettavan tavarankin mukaan.
- Osa huonekalu- ja kodinkoneliikkeistä kuljettavat vanhan pois uuden tieltä.

- Muussa tapauksessa vuokraa pakettiauto ja kuljeta itse joko Kuusakoskelle (laitteet) tai Ämmäsuolle (huonekalut)



It is simple to replace a broken thing with a new one but how about fixing or pimping it before final judgment? If it has to be new, what has to be taken to count before making the decision? Sometimes people don't know what they should do with their old sofa or TV and they end up rusting in forest. To get rid of the old you might need a van and navigator. If it works, call Recycle center up and they will take it away for you. Some stores take out the old for free when you have bought a new one from them.

Fixing is environmental friendly and usually cheap way to extend a products life, if you don't know how to DIY, ask a friend or call a professional. Sometimes fixing can be pimping, a black sofa turns yellow or books from a shelve are covered with a door. Clothes in good condition can be taken to UFF or FIDA charity organizations.

When you are buying a brand new machine, choose the top A quality to save energy and water. Clothes should be made responsibly from natural materials and last long. Pay attention to origin of the product; avoid rare or endangered raw materials such as African mahogany.

Ethän tulosta tätä sähköpostia – Please, do not print this mail.

Liite 3. PowerPoint -esitys vastuullisimmista valinnoista.



RUOKA 1/3

- Tee ostoslista kotona ja katso, mitä kaappiasi jo on. Perunoista, kananmunista, juustoista, purkitoonnikalasta ja wok-vehänveikeistä saa ravitsevan munakkaan ja kaupassa ei edes tarvitsi käydä.
- Tarkista kaupassa tuotteiden säilyvyys. Osta nopeasti pilaantuvia vain tarpeeseen ja pakasta käyttämätön osa.



Jaana Korpinen

10.12.2012



RUOKA 2/3

- Suosi kasviperäisistä ruokaviljoista. 1 litran kasvattamisen ympäristövaikutus on lähi sama kuin ajatella autolla 100km! Valitse ravitsemuksellisesti edullisimpia kasveja, kuten peruna, juurikkaat, omenat, marjat, viipahjeiset tuotteet ja pakastavat.



Jaana Korpinen

10.12.2012



RUOKA 3/3

- Hyödynnä pakastinta. Älä unohda ruoka pakastimeen.
- Hyödynnä ylijäänyt ruoka seuraavana päivänä sellaisenaan tai tuunattuna.
- Hanki varmuusverastoksi pitkään säilyviä tuotteita ja hyödynnä ne ajoissa.



Jaana Korpinen

10.12.2012



VESI

- Vedenkulutusta mitataan sekä suoraan että epäsuoralla kuluttamisella. Suoraa kuluttamista ovat esimerkiksi peseytyminen, laukun, pyykkien ja auton pesu.
- Epäsuora kulutus tarkoittaa päivän aikana syömistä ja juomista ravinnon tuottamiseen kulunut vesimäärä.
- Omilla valinnoillasi voit vaikuttaa sekä suoraan että epäsuoraan vedenkulutusmäärään.



Jaana Korpinen

10.12.2012



ENERGIA

- Vaihda sähköpölymuksettuihin valaisimiin.
- Sulje laitteet, joita et aktiivisesti käytä.
- Suosi kannettavaa tietokonetta.
- Pyyhi säännöllisesti pölyt valaisimista ja lamputa.
- Vaihda loiste-, LED- ja pienitehoisempiin.
- Älä valaise tyhjää huonetta.



Jaana Korpinen

10.12.2012



PAPERI 1/2

- Vähennä liiallista paperinkulutusta rajoittamalla tulostamista ja käyttämällä vain sen verran vessapaperia kuin oikeasti on tarve, luvu- teluspaperista.
- Kierrätä kaikki jättepaperi eli mainokset, pakkaukset, lehdet ja tulosteet.
- Käytä kierrätyskuudista valmistettuja paperilatuja, vaihda valkoinen vessapaperi kierrätyskuudista valmistettuun



Jaana Korpinen

10.12.2012



PAPERI 2/2

- Käytä paperia, joka on valmistettu vastuullisesti tuotetuista puuista, tunnista ne FSC-merkistykerralla kaikki jättepaperi eli mainokset, pakkaukset, lehdet ja tulosteet.
- Osta vain sellaisen valmistajan paperia, jotka ovat sitoutuneet ympäristönsuojeluun ja toimivat läpinäkyvästi.



Jaana Korpinen

10.12.2012

KIERRÄTYS 1/2

- Lajittelijetietä taloyhtiön sääntöjen mukaan, tultuajokassan lähteyksiin ja laatuohjeisiin. Useimmissa taloyhtiöissä on mahdollista lajitella:
 - Biojäte
 - Energialajie
 - Sekajäte
 - Lehdet ja paperi
 - Pahvi ja kartongit
 - Jätehuoneessa voi olla myös keräysastiat esim. myrkyllisille lasille, pienielektronikalle ja ongelmajätteille.
 - Lääkkeet on aina vietävä apteekkiin



11
19.11.2012

Jaana Korpinen

KIERRÄTYS 2/2

- Jossakin taloyhtiössä huonekalut ja kodinkoneet voi viedä lähtuhuoneeseen. Pienilajitelle on omat keräyspöydät isoimmassa liikekeskittymässä.
- Kierrätyskeskus ja Lähteyksiön FIDA noutavat eteisä huonekaluja ja toimivia kodinkoneita. Hinnat saatavat vaihdella matran ja noudata lähtevänsä mukaan.
- Osa huonekaluja ja kodinkoneilajeista kuljettavat väkimen postiuuden tietä.
- Muussa tapauksessa vuokraa pakettiautoja kullakin kerralla (koko kuusikokela) jätteitä tai äännekuoria (huonekalut)



12
19.11.2012

Jaana Korpinen

HANKINNAT 1/2

- Suos kestävästä materiaaleista valmistettuja vaatteita, valta kankaita ja huomatavan edullisia puuvillatuotteita. Valita myös luotettavia, joiden tiedetään toimineen epätoivottuilla.
- Valitse nukkaenergisää kodinkoneita, laitteita löytyy energiatehokkuusmerkki, paras A-ryhmä on ympäristön kannalta suositeltavin valinta.



13
19.11.2012

Jaana Korpinen

HANKINNAT 2/2

- Osta huonekalut sellaiselta valmistajalta, joka käyttää ympäristön kannalta kestävä materiaaleja ja kierrätysenergiaa. Kysy myös vanhan huonekalun poistajetusta. Uhanalaisesta afrikkalaisesta puusta tehty mahonkipöytä voi olla hylkää, mutta ei kovin ekologinen valinta. Kierrätyskeskuksista löytää perinteellisiä ja kestäviä huonekaluja, joiden nuokkajamman mieleiseksi on **teppos**



14
19.11.2012

Jaana Korpinen

Tämä esitys on laadittu osana opinnäytetyötä

Korpinen, Jaana: Työyhteisöviestintä ja Green Office -toimiston ympäristövastuu

15
19.11.2012