

Pilvi Tyrväinen

Kohti ympäristöystävällisempää asiakaskäyttäytymistä

Ohjaamismallit festivaaliympäristössä

Opinnäytetyö

Kevät 2013

Kulttuurin yksikkö

Kulttuurituotannon koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖN TIIVISTELMÄ

Koulutusyksikkö: Kulttuurituotanto

Koulutusohjelma: Kulttuurituotannon koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Sosiokulttuurinen työ (musiikkipainotteinen)

Tekijä: Pilvi Tyrväinen

Työn nimi: Festivaalien ympäristövaikutukset ja keinot niiden muuttamiseen: Kohti ympäristöystävällisempää asiakaskäyttämistä

Ohjaaja: Sami Rumpunen

Vuosi: 2013

Sivumäärä: 28

Liitteiden lukumäärä: 1

Suur tapahtumien ympäristövaikutukset ovat viime vuosien aikana muodostuneet yhä tärkeämmiksi puheenaiheiksi. Tästä syystä festivaalijärjestäjiin kohdistuu yhä voimakkaampia paineita tuottaa tapahtumistaan entistä ympäristöystävällisiä. Festivaalikävijöiden ympäristöasenteiden on havaittu olevan varsin positiivisia. Asenteiden heijastuminen käyttäytymiseen on kuitenkin vaillaista ja asiakaskäyttämistä syntyvät negatiiviset ympäristövaikutukset ovat edelleen merkittäviä.

Työn teoriaosuudessa selvitetään festivaalien ympäristövaikutuksia ja eritellään asiakaskäyttämisen ympäristöön synnyttämiä vaikutuksia. Lisäksi paneudutaan ohjaamismalleihin, millä tapahtumajärjestäjä voisi vaikuttaa asiakaskunnan ympäristöystävällisempään käyttäytymiseen.

Työn empiirinen tutkimus on kaksiosainen. Ensin asiantuntijahaastattelun avulla tarkastellaan ohjaamismallien soveltuvuutta festivaaliympäristöön. Toisessa osassa perehdytään tarkemmin palkitsemissmalliin Provinssirockissa toteutetun kyselytutkimuksen myötä.

Tulosten valossa todetaan erityisesti sosiaalinen normi ja palkitseminen soveltuviksi, mutta jossain määrin rajallisesti hyväksikäytetyiksi ohjaamismalleiksi. Työ antaa festivaalijärjestäjille ja asiasta kiinnostuneille esimerkkejä asiakaskäyttämisen ohjaamisesta ja toivottavasti innostaa sekä tapahtumajärjestäjää että asiakkaita ottamaan ympäristön entistä paremmin huomioon.

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

THESIS ABSTRACT

Faculty: Culture

Degree programme: Cultural management

Specialisation: Socio-Cultural work (music)

Author/s: Tyrväinen, Pilvi

Title of thesis:

Supervisor(s): Sami Rumpunen

Year: 2013 Number of pages: 28 Number of appendices: 1

Environmental impacts of major events have become an increasingly important topic of discussion in recent years. Therefore, increasing pressure towards producing more environmentally friendly events has been placed upon the festival organizers. The environmental attitudes of the festival goers have been found to be fairly positive, yet these attitudes reflect upon the actual customer behavior only in a limited manner thus the negative environmental impacts related to customer behavior are still significant.

The theoretical part of the study discusses the environmental impacts of festivals and focuses on the impacts of customer behavior on the festival environment. Furthermore, several modes of affecting customer behavior are discussed in order to describe how festival organizers could have a positive effect on the environmental behaviour of their customers.

The empirical part of the study is two-fold. First, the applicability of the modes to affect the customers environmental behavior in the festival context are discussed in a personal expert interview. Second, the mode of rewarding is placed upon closer examination in a survey conducted at the Provinssirock festival.

The results especially indicate that social norm and rewarding are suitable yet fairly limitedly used modes of affecting the festival goers environmental behavior. The study gives event organizers examples on how to have an impact on the environmental behavior of their customers and hopefully inspires both the organizers and the customers to better consider the environment.

Keywords: festival, environmental effect, client behaviour, recompensing model

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Käytetyt termit ja lyhenteet	5
1 JOHDANTO	6
2 FESTIVAALIEN YMPÄRISTÖVAIKUTUKSET JA HUOLTO	8
2.1 Ympäristöhaitoista ja ilmastonmuutoksesta	8
2.2 Festivaaliympäristö ja siellä ilmenevät ympäristöhaitat	9
2.2.1 Liikenne.....	10
2.2.2 Melu	11
2.2.3 Ruoka ja vesi	11
2.2.4 Energiatuotanto.....	12
2.2.5 Maan kuormitus	13
2.3 Miten asiakas voi vaikuttaa ympäristöhaittoihin festivaalikäyntinsä aikana	13
3 VAIKUTTAMISKEINOT YMPÄRISTÖVAIKUTUSTEN	
VÄHENTÄMISEEN FESTIVAALEILLA.....	15
3.1 Vaikuttamiskeinoja festivaalin tuotantovaiheessa	15
3.2 Vaikuttamiskeinoja asiakkaiden ohjaamiseen	17
3.3 Vaikuttamiskeinojen soveltaminen festivaaleilla.....	18
3.4 Yhteenveto.....	20
4 ASIAKASKYSELY JA GREEN TEAMIN "KERÄÄ OMAT ROSKASI"	
KAMPANJA PROVINSSIROCKISSA	21
4.1 "Kerää omat roskasi" -kampanja ja asiakaskysely Provinssirockissa.....	21
4.2 Asiakaskyselyn vastaukset	21
5 LOPPUPOHDINNAT JA TULEVAISUUS	24
LÄHTEET	25
LIITTEET	27

Käytetyt termit ja lyhenteet

- Green Team** on Provinssirockin kierrätysneuvontatiimi, joka toimii festivaaliviikonlopun ajan kierrätyspisteillä neuvomassa asiakkaita roskien lajittelussa.
- Ympäristövaikutukset** on ympäristöön kohdistuvien rasitteiden ilmentymiä, jotka syntyvät ympäristöä kuormittavan toiminnan seurauksena. (Globa Footprint Network [Viitattu 29.5.2013])
- Hiilijalanjälki** tarkoittaa tuotteen, ihmisen, palvelun tai toiminnon elinkaaren aikana vapautuneiden hiilidioksidin ja muiden kasvihuonekaasujen määrän. (Globa Footprint Network [Viitattu 29.5.2013])

1 JOHDANTO

Tämä työ sai alkunsa keväällä 2012 festivaaleilla töissä ollessani ja pohdiskellessani ympäristöasioita, kuluttamista, vaikuttamista ja festivaaleja. Ilmastonmuutoksesta on puhuttu jo pitkään ja kulttuurikentällä on tehty paljon hyviä asioita ja kehitetty ympäristöasioiden hoitamisessa.

Toimiessani Provinssirockin Green Teamissä ja muutamilla muilla festivaaleilla siivoustehtävissä, ajatukset festivaalien ympäristöhaitoista ja niihin vaikuttamisesta alkoivat pyöriä mielessä yhä enemmän ja enemmän. Vähitellen näiden teemojen ympärille muotoutunut opinnäytetyö sai ponnahduslaudaksi Seinäjoen ammattikorkeakoulun kulttuuriyksikön hallinnoiman TATU -hankeen ja siitä vähitellen, hitaasti mutta varmasti työ kehittyi koko ajan lopullista tavoitettaan kohti.

Tässä työssä tarkastellaan sitä, miten festivaaliasiakkaita voisi ohjata tai motivoida ympäristöystävällisempään käytökseen. Toteutimme Green Teamin kanssa leirintäalue Camp Provinssissa pienimuotoisen kyselyn festivaaliasiakkaiden ympäristöarvoihin ja viihtyvyyteen liittyen. Samalla kyselyllä oli tarkoitus kartoittaa majoitusalueella toteutetun ”Kerää omat roskasi” -kampanjan näkyvyyttä. Kyselyyn vastasi 200 Provinssirockin leirintäalueen asiakasta.

Työn tavoitteina on selvittää, mitä ympäristöhaittoja festivaaleilla on ja mitä keinoja löytyy niiden muokkaamiseen. Koska festivaaliasiakkaat ovat suuri ja tärkeä osa festivaaleja, yhdeksi tarkastelukohteeksi tuli se, miten festivaaliasiakas voi omilla valinnoillaan vaikuttaa festivaalien ympäristöpäästöihin. Tarkoituksena on saada festivaaliasiakas käyttäytymään ympäristöystävällisemmin, sekä soveltaa ja purkaa valmis asiakkaiden ohjaamismalli festivaaliympäristöön soveltuvaksi. Lopullinen tutkimusongelma onkin, että miten asiakkaita voi ohjata ympäristöystävällisempään käyttäytymiseen festivaalien aikana.

Tutkimusmenetelmiäni oli kyselyn toteuttaminen Provinssirockin Camp Provinssi leirintäalueella kesällä 2012. Tämän lisäksi tein syventävän haastattelun tuomaan tapahtumatuotannon näkökulmaa aiheeseen.

Työssä kerrotaan ensin perustietoa ilmastonmuutoksesta ja ympäristöhaitoista. Tämän jälkeen rajaudutaan tarkastelemaan ympäristöhaittoja festivaaliympäristössä. Lopulta mietitään vastausta sille, miten asiakkaat voivat vaikuttaa festivaalien ympäristöhaittoihin festivaalikäyntinsä aikana. Asiakkaiden ohjaamista varten loppupuolella työtä puretaan asiakkaiden ohjaamismalli ja mietitään sen toimivuutta festivaaliympäristössä.

2 FESTIVAALIEN YMPÄRISTÖVAIKUTUKSET JA HUOLTO

Tässä luvussa selvitetään perustietoa ilmastonmuutoksesta ja sen ilmiöistä sekä kerrotaan siitä, minkälaisia ympäristöhaittoja on olemassa. Sen jälkeen määritellään festivaali palveluna ja luokitellaan festivaalien ympäristöhaittoja. Samalla selviää, miten ympäristöhaitat vaikuttavat festivaaliympäristössä. Lopuksi mietitään sitä, miten asiakkaat voivat itse vaikuttaa ympäristöhaittojen syntyyn festivaalikäyntinsä aikana.

2.1 Ympäristöhaitoista ja ilmastonmuutoksesta

Ilmastonmuutos (Ilmasto-opas [viitattu 25.10.2012]) on maapallolla esiintyvä kasvihuonekaasuista johtuva ilmiö, jonka aiheuttajina ovat pääosin ihmiset. Ilmasto-opaassa kerrotaan, että kasvihuoneilmiöksi kutsutussa ilmiössä maapallon lämmönsäätelystä huolehtiva ilmakehä varastoi auringosta säteilevää lämpöä maan pinnalle estäen sitä haihtumasta avaruuteen. Lämpö ei kuitenkaan haihdu noin vain ilmakehän läpi vaan n. 70 % varastoituu niin maan syvyyn kuin vesistöihin. Loput 30 % haihtuu ilmakehän läpi takaisin avaruuteen. Vesihöyry, hiilidioksidi, typpioksidi, metaani ja otsoni ovat haittoja aiheuttavia kasvihuonekaasuja, joista vesihöyry ja hiilidioksidi ovat merkittävimpiä ilmastonmuutoksen etenemisen kannalta.

Ilmasto-opaan mukaan kasvihuoneilmiön vuoksi maapallon keskilämpötila on noussut 50 vuoden aikana jo keskimäärin 0,7 astetta. Lämpö asteet näkyvät maapallolla mm. niin, että kylmän sään sijasta monilla alueilla on havaittu lämpimämpiä kelejä kuin yleensä.

Ilmastonmuutoksesta johtuvia fysikaalisia seurauksia ovat veden, lumen ja jään kierto, sekä käyttäytymiseen liittyvät ilmiöt, kuten merenpinnan nousu, veden muutokset, epämääräiset sääilmiöt ja vuoden aikojen häilyväisyys (Ilmasto.org [viitattu 25.10.2012]).

Ilmastonmuutoksen (Ilmasto-opas [viitattu 21.1.2013]) etenemistä voi hillitä ottamalla huomioon maankäyttöön, rakentamiseen, teknisiin palveluihin, opetukseen,

kulttuuriin, sosiaalipalveluihin ja ympäristönsuojeluun liittyvät asiat niin kunnissa, yhteisöissä kuin yksilötasollakin. Tehokkaimmaksi päästöjen vähentämistavaksi on todettu energian säästö ja energiatehokkuuden parantaminen, mutta myös luonnonvarojen järkevä käyttö, kierrättämällä ja uusiokäyttämällä materiaaleja ja tuotteita. Näin ollen myös yksittäisten ihmisten ostopäätökset vaikuttavat siihen mitä tuotteita markkinoille valmistetaan.

2.2 Festivaaliympäristö ja siellä ilmenevät ympäristöhaitat

Getz (1989, 125 [Viitattu 1.2.2013]) määrittelee artikkelissaan festivaalit ja tapahtumat englanninkielisellä termillä 'special event'. Festivaali on pääpiirteissään ennalta suunniteltu, tietyn teeman mukainen tapahtuma, joka sisältää ohjelmaa. Tapahtuman sisältö tapahtuu määrättyillä paikoilla ja ohjelma on kansalle avointa.

Getzin (1989, 129 [Viitattu 1.2.2013]) mukaan tapahtumaa ei voi järjestää, ellei siellä ole tiettyjä ihmisille välttämättömiä palveluita. Näitä palveluita ei välttämättä tule ajatelleeksi tapahtumissa, mutta jos joku niistä puuttuu, niin niiden tärkeyden huomaa heti. Tällaisia palveluita on mm. ruoka- ja juomapalvelut, saniteettitilat, saavutettavuus, turvallisuusasiat ja riittävä informaatio. Festivaaleilla välttämättömien palveluiden lisäksi on muitakin yleisiä ilmapiiriin ja yleiseen festivaalikokemukseen vaikuttavia tekijöitä. Näitä voivat olla yhteisöllisen ilmapiirin luominen, speaktaakkelimaisten esityksien tarjoaminen perinteisten sijaan, antaa vapauden juhlia ja pitää hauskaa vaikkapa erilaisten pelien ja oheisohjelman avulla. Välttämättömien palveluiden ja lisäpalveluiden lisäksi festivaaleilla on usein vielä erityisiä palveluita, joiden kautta festivaali saa ilmeen, teeman ja näin ollen ehkä tietyn kävijäkunnan.

Esimerkkinä suurista ja pienistä ulkoilmafestivaaleista voi mainita Provinssirockin, Turussa järjestettävän Ruisrockin ja Joensuussa järjestettävän Ilosaarirockin. Tässä työssä sanalla "festivaali" tarkoitetaan esimerkkifestivaalien tapaisia ulkona järjestettäviä musiikkifestivaaleja.

Kaikki festivaalit tuottavat tietenkin myös ympäristöhaittoja. Festivaaleilla (Greening festivals 2008, 4-6) ympäristöhaittoja tulee liikenteestä, melusta, ruokaan liit-

tyvistä asioista, energiasta, jätevesistä, roskista ja niiden lajittelusta, sekä pienistä valinnoista toimistossa, kuten kopiointien määrästä. Festivaalien kannalta suurin liikenteestä syntyvä päästö on artistien lentoliikenne.

Jotta festivaalien ympäristöpäästöjä ymmärtäisi paremmin, on seuraavat kappaleet jaoteltu festivaaleilla syntyvien ympäristöpäästöjä aiheuttavien osa-alueiden mukaan. Yhtenä tärkeimmistä lähteistä on käytetty Meegan Jonesin Sustainable event Management (2010) kirjaa.

2.2.1 Liikenne

Asiakkaiden matkustamisesta ja tuotantovaiheen tavaroiden kuljetuksesta tulee paljon hiilidioksidipäästöjä. Kuitenkin asiakkaiden liikkumisesta festivaaleille tulee eniten hiilidioksidipäästöjä jos vertaa muihin festivaalien hiilidioksidipäästöihin (Jones 2010, 139). Syy löytyy asiakkaiden autoilusta ja etenkin yksityisautoilusta. Suurin osa festivaalivieraista tulee omalla autolla paikalle ja mitä vähemmän autossa matkustaa ihmisiä, sen enemmän matkasta kotipihasta festivaalipaikalle aiheutuu hiilidioksidipäästöjä (mts. 154-155). Jonesin mukaan pyörällä festivaalipaikalle saapuminen on kaikista vähiten ympäristöä kuormittava vaihtoehto.

Rantasen (2011, 36 [Viitattu 10.2.2013]) Ilosaarirockissa tekemästä hiilijalanjälkitutkimuksesta käy myös ilmi, että asiakkaiden saapuminen ja poistuminen aiheuttaa eniten päästöjä ohjelman ja tuotannon päästöihin verrattuna. Liikkumista tarkemmin kuvaavasta kuviosta (mts. 39) huomaa, että asiakkaiden saapuminen autolla tuottaa huomattavasti enemmän päästöjä kuin junalla tai bussilla liikkuminen. Lopullisiin päästömääriin vaikuttaa se, kuinka paljon autossa on matkustajia ja esimerkiksi kiskobussilla matkustaminen voikin tuottaa enemmän päästöjä kuin henkilöautolla matkustaminen. Jos henkilöauton kyydissä on keskimäärin neljä matkustajaa, ovat päästöt pienemmät.

Rantanen (2011, 36-37 [Viitattu 10.2.2013]) vertaa asiakkaiden matkustamisesta tulevia päästöjä artistien kuljetuksista tuleviin päästöihin ja etenkin lentokoneella matkustamisesta koituvat päästöt on suuria. Kuitenkin kokonaispäästöt artistien

osalta jäävät vähäisiksi, vaikka lentoliikenne onkin merkittävän iso osa liikenteestä koituvia päästöjä (Rantanen 2011, 36-37 [Viitattu 10.2.3013]).

2.2.2 Melu

Festivaalit, etenkin musiikkifestivaalit, tuottavat meluhaittoja suurien äänentoistolaitteiden ja suurien ihmismassojen takia. Meluhaittoja (A Greenenr Festival, [Viitattu] 3.3.2013) tulee tietenkin festivaaleilla musiikin takia, mutta melun määrää on todella helppo pitää sallituissa rajoissa ottamalla huomioon alueelliset melurajat ja pyrkiä noudattamaan niitä. Ihmisistä (Työkaluja tapahtumatuottajille [Viitattu 5.4.2013]) lähtevän melun huomioiminen pyrkimällä sijoittamaan leirintäalueet asuinalueiden läheisyydestä kauemmas, sekä miettiä voisiko suurinta melua tuottavat lavat kääntää esim. toiseen suuntaan lähimmästä asuinalueesta. (Työkaluja tapahtumatuottajille [Viitattu 5.4.2013])

2.2.3 Ruoka ja vesi

Ruoka- ja vesihuollossa ja -tuotannossa ympäristöpäästöjä aiheuttaa se, mistä ruoka tuodaan ja mitä ruokaa se on (greening events [Viitattu 10.4.2013]). Kasvis- ja lähiruoka sekä reilun kaupan tuotteet kannattaa ottaa huomioon ruokaa valittaessa. Merkittävää ympäristöä huomioitaessa on tietyt muoviset ja huonosti kierrätettävät kertakäyttöastiat, lautaset, aterimet ja muovituopit.

Jones (2010, 272-273) painottaa, että joko pestävät tai uusiokäytettävät astiat on parhain vaihtoehto ruokaa tarjoillessa, mutta festivaaleilla tietenkin kertakäyttöastiat ja -aterimet ovat helpoimpia käyttää. Jonesin mukaan kaikista suurin virhe ympäristön kannalta on käyttää polystyreeniastioita, jotka on ensinnäkin jo valmistettu ympäristöä kuormittavasti öljyllä ja toisekseen muovista ja muista myrkyistä, jotka on vaikea kierrättää. Maailmalta löytyy paljon muita ympäristöystävällisiä luonnonmateriaaleista, kuten perunasta tai palmunlehdistä tehtyjä astioita.

Jonesin (2012, 242) mukaan luomutuotteita kannattaa suosia festivaaleilla, sillä niiden tuotannossa ei käytetä myrkyjä, eläimille annetaan mahdollisimman luon-

nollinen kasvuympäristö ja muutenkin ympäristö pidetään luonnollisessa tilassa. Jos (Jones 2012, 245) haluaa tarjota todella ilmastoystävällistä ruokaa, liharuokien tarjoamista kannattaa välttää ilmaston kuormittavuuden takia. Lihatuotteiden tuotanto kuluttaa luonnonvaroja paljon enemmän kuin kasvisruokatuotanto, sillä ruoaksi päätyvien eläinten ruokkimiseksi täytyy tehdä mm. ruokintapeltoja. Näin ollen liharuokien tuotanto ja kiertokulku on pidempi kuin kasvisruokien.

Jos vesi (good food guide to festivals, 15) tarjottaisiin kertakäyttöpulloista, ympäristöhaittoja tulisi pullon tuotantoon liittyvistä toimista, kuljetuksesta festivaalipaikalle ja pullon lopullisesta kierrättämisestä (good food guide to festivals, 15 [viitattu 16.4.2013]). Kun asiakkaat tuovat omat juomapullot ja täyttävät niitä tarpeen mukaan, kuormitus pienenee. Vesi on järkevämpi laittaa tarjolle hanasta, josta asiakkaiden on helppo täyttää omaan pulloonsa juuri sen verran vettä kuin tarvitsevat. Hanavesi tulee suoraan putkista maan alta, kun taas pullovesi saatetaan kuljettaa pitkiä matkoja pahimmillaan toisesta maasta.

2.2.4 Energiatuotanto

Energiantuotantoon voi Jonesin (2010, 77-79) mukaan kulua erittäin paljon luonnonvaroja, vaikka haittojen minimointi on todella helppoa energia-asioissa. Jos energiantuotanto hoidetaan holtittomasti, voi se aiheuttaa ympäristöpäästöjä. Kun energia tuotetaan uusiutuvilla luonnonvaroilla, kuten vesi- tai tuulivoimalla, voi ympäristön kuormittumista pienentää huomattavasti. Energiaan saa nopeasti kuluun paljon niin rahaa kuin luonnonvarojakin, mutta käyttämällä uusiutuvia energiamuotoja, voi pienentää energiasta koituvia haittoja merkittävästi. Monet festivaalit ovatkin siirtyneet tuuli- tai vesivoiman käyttöön.

Energiantuotantoa voi toteuttaa dieselillä tai biopolttoaineella toimivilla generaattoreilla (Power behind festivals 2012, 7-9). Dieselillä toimivat generaattorit on helppo tapa tuottaa sähköä, mutta ei ympäristöystävällisin. Biopolttoainetta käytettäessä haitat voivat olla pienemmät siinä tapauksessa, jos käytetään biopolttoainetta, joka on tuotettu ns. jätebiopolttoaineesta. Eli esimerkiksi rypsiöljyä ei aleta kasvattamaan ainoastaan polttoainetarkoituksiin, vaan polttoaineeksi kelpuutettava aines otetaan ruokatuotannon ylijäämistä.

Vaihtoehtoisempia tapoja tuottaa festivaaleille energiaa on asiakkaiden lihasvoiman hyödyntäminen (Power behind festivals 2012, 14-18). Puhelimen akun lataaminen pyöräillen tai lavan led valojen pitäminen kirkkaina tanssien on hauskoja energian tuotantotapoja, jotka samalla osallistavat asiakkaita. Ongelmana vaihtoehtoisimmissa energiantuotantomuodoissa ovat niiden pieni kapasiteetti. Ne tuottavat niin vähän energiaa, ettei koko festivaalin energiatarvetta pysty tuottamaan niitä käyttäen.

2.2.5 Maan kuormitus

Jones (2010, 302) kertoo, että maaperä voi kuormittua muun muassa maahan jäävien roskien takia ja jos ei ole tietoinen alueen jätehuollosta. Myös kemikaalit ja jätevedet päätyessään maaperään aiheuttavat maaperälle haittaa. Maa kuormittuu väistämättä asiakkaiden kävellessä festivaalialueella, sekä jättäessä roskaa maahan. Kilpiä (2013) mainitsee, että festivaaliasiakkaan kannattaa käyttää merkittyjä kulkureittejä ja välttää roskien heittämistä maahan, sillä näin ollen maa ei muutu niin helposti mutaiseksi.

Yksi yleisimmistä maaperää kuormittavista roskista ovat tupakantumpit. Calire O'Neil (2008, 1) kertoo artikkelissaan, että jäädessään maahan tupakantumpit ovat vaikeita kerätä ja lisäksi niistä jää maaperään paljon myrkyjä ja muovia. Maatuminen kestää yli kymmenen vuotta, joten se kuormittaa maaperää monen vuoden ajan.

Jones (2010, 302-303) painottaa, että maan kuormitus ei kuitenkaan tuota kovin merkittävää haittaa ympäristölle, sillä alueilla on omat tarkat jätemääräykset. Etenkin Euroopassa jätehuolto toimii ja kierrätys on normaali rutinoitunut toimenpide.

2.3 Miten asiakas voi vaikuttaa ympäristöhaittoihin festivaalikäyntinsä aikana

Festivaaliasiakkaat voivat omalta osaltaan vaikuttaa ympäristöhaittojen syntyyn ja tehdä festivaaliorganisaation asettamien puitteiden pohjalta valintansa. Festivaali-

järjestäjä voi tehdä jo tuotantovaiheessa melko paljon käytännön järjestelyjä, kampanjoita tai infokokonaisuuksia vähentääkseen asiakkaiden valinnoista lähtöisin olevia ympäristöhaittoja ja näin auttaa asiakkaita näkemään valintojen merkittävyyden.

Kilpiä (2013) mainitsee roskien laiton roskikseen olevan jo tärkeä ja hyvä tapa vaikuttaa. Kun roskat laitetaan roskikseen, niin kierrätykseen liittyvien haittojen minimoiminen on helpompaa toteuttaa itse järjestäjällekin. Joillain festivaaleilla on kehitetty roskien lajittelua järjestäjän toimesta taka-alueella, mutta sellainen ei totuta ihmisiä kierrättämään ja lisäksi tuottaa paljon turhaa työtä festivaalijärjestäjälle.

Liikenne ja roskien lajittelu ovat merkittävimpiä ympäristövaikutusten osa-alueita, joihin asiakkaat voivat itse vaikuttaa tekemisillään. Luultavasti juuri tästä syystä festivaalijärjestäjät tuntuvat kiinnittävän näihin osa-alueisiin eniten huomiota.

Asiakkaille suunnattuja oppaita on niin tapahtumien verkkosivuilla, festivaalialueella sekä käsiohjelmassa. Greening Events ([Viitattu 10.4.2013]) verkkosivuilla on tapahtumakävijöille osoitettu opas, joka kehottaa pääasiassa huomioimaan roskien oikeanlaisen kierrätyksen, turhan tavaran mukana tuomisen festivaalialueelle, sekä matkustustavan valitsemisen huolellisesti. Tällaisia ohjenuoria löytää monien festivaalien verkkosivuilta ja niitä noudattamalla festivaalikäynnistä voi tehdä ympäristöystävällisemmän kokemuksen niin itselle kuin muille festivaalivieraille.

3 VAIKUTTAMISKEINOT YMPÄRISTÖVAIKUTUSTEN VÄHENTÄMISEEN FESTIVAALEILLA

Tämä kappale antaa ajatuksia siitä, mitä vaikuttamiskeinoja asiakkaiden ohjaamiselle on olemassa ja mitkä niistä sopivat parhaiten festivaaliympäristöön. Näissä alaluvuissa mietitään myös sitä, miten asiakkaista syntyviä ympäristöpäästöjä voisi vähentää ohjauskeinoja käyttäen.

3.1 Vaikuttamiskeinoja festivaalin tuotantovaiheessa

Se millaiset puitteet festivaalin tuotanto asettaa asiakkaiden kestävämmille valinnoille on merkittävää. Lopputulokseen vaikuttaa festivaaliorganisaation suunnitellemat puitteet ja loppupeleissä asiakkaiden omat valinnat.

Green festivals and events guide (2008, 3 [Viitattu 20.11.2012]) oppaan mukaan ihmisjoukon määrä, festivaalin sijainti, liikenteen ulottuminen festivaalin läheisyyteen, ruokailumahdollisuuksien monipuolisuus, uusiutuvien materiaalien käyttö, lähisähkön käyttö ja jätteiden huolto vaikuttavat merkittävästi siihen, kuinka kestävä kehityksen mukaiseksi festivaali muotoutuu. Mitä paremmin liikkumiseen, sähkökulutukseen ja jätteiden huoltoon liittyvät asiat on suunniteltu, sitä ympäristöystävällisempää toiminta tulee olemaan. Minimoimalla noista seikoista tulevia ympäristöpäästöjä voi vähentää päästöjä merkittävästi.

Event Managers Resource Pack (2012, 2-4 [Viitattu 15.5.2013]), tuottajille suunnattu neljän askeleen opas kehottaa ensin tekemään festivaaliorganisaatiossa lupauksen siitä, että festivaalia tuottaessa tehdään kestäviä ja ympäristöystävällisiä valintoja ja tekoja. Toisena askeleena tärkeää olisi myös kertoa ympäristöystävällisistä aikeista festivaalin organisaation sisäisesti, sekä mainostaa tätä ympäristöystävällistä lupausta asiakkaille esimerkiksi työntekijöiden vaatteissa ja tekemisissä. Informoidessa viestien terävyys ja hauskuus kannattaa muistaa, sillä asiakkaat ovat pitämässä pääasiassa hauskaa eivätkä kuuntelemassa neuvoja ympäristöhaittojen estämisestä.

Kolmas askel on tehdä vihreä tarkastuslista eri osa-alueista joissa on tehtävissä jotain ympäristöystävällisempään suuntaan. Jätteiden ja roskien osalta tärkeää on olla tietoinen jätelaista, sekä varmistaa että sovitut asiat on hoidossa jätehuoltotfirman kanssa. Viimeisessä askeleessa painotetaan näytteilleasettajien ottamista mukaan ekologisempiin valintoihin, eli kannustaa heitä miettimään tarkemmin tuotteensa ja ottamaan huomioon festivaalin asettamat toiveet mm. pakkausmateriaalien, sähkön ja veden käytöstä.

Ilosaarirockissa (Kilpiä, 2013) ympäristöasiat on otettu huomioon jo alusta asti, joten asiakkaille ympäristöystävälliset toimintatavat festivaalin aikana on tullut siinä samalla. Pieniä roskakampanjoita tai tempauksia on ollut joskus, mutta ne eivät ole välttämättömiä. Kilpiän mukaan festivaalin aikana alueelta löytyy runsaasti informaatiota kylteistä, opasteista, käsiohjelmista ja mobilesovelluksista. Lisäksi Kilpiä mainitsee roskikset infoineen ja niiden läheisyydessä liikkuvat kierrätysoppaat, jotka kiertävät myös festivaalialueella viikonlopun ajan neuvomassa kierrätysasioissa. Tietoa löytyy nettisivuilta ja facebookista.

Maailmalta löytyy monenlaisia asiakkaille osoitettuja kampanjoita. Love your tent -kampanjan (2012 [Viitattu 11.4.2013]) tavoitteena on pyrkiä saamaan festivaaliasiakkaat jättämään vähemmän roskaa jälkeensä lähtiessään festivaaleilta pois. Halpojen telttojen oston vähentäminen sekä turhan roskan kertymisen pienentäminen majoitusalueille ovat kampanjan näkyvimpiä tavoitteita, mutta kampanja kannustaa asiakkaita miettimään yleensäkin kaikkia festivaaleille tuomiaan tavaroita. Jos festivaalivieraat ostavat kestävän teltan, se tuskin jää roskaksi festivaalialueelle (Love your tent [11.4.2013]).

Ruisrock laittoi facebook -kampanjan käyntiin (Ruisrockin facebook -sivut [Viitattu 11.4.2013]), jonka ideana on saada ihmiset pohtimaan itse ekovinkkejä festivaaliympäristöön. Kilpailun ohjeiden mukaan parhaista vinkeistä kootaan festivaalikävijän eko-opas ja voittajalle tarjotaan omasta lähtöpisteestä junamatka Ruisrockiin, sekä ekologista festivaalikokemusta tukevia tuotteita. Kilpailu kannustaa ekologisiin ideoihin ja tavoittaa ne henkilöt joita aihe kiinnostaa ja jotka käyttävät sosiaalista mediaa.

3.2 Vaikuttamiskeinoja asiakkaiden ohjaamiseen

Seuraavissa kappaleissa esitellään valmis käyttäytymisen ohjaamismalli ja pohdiskellaan sen parhaiten festivaaliympäristössä toimivia osa-alueita. Valmiina mallipohjana on Vappu Idin neljää ohjauskeinoa käsittelevä taulukko.

Vappu Id (2012, 74) kuvaa neljä erilaista keinoa murtaa rutinoituneita käyttäytymismalleja ja esteitä niiden toteutumiseksi. Rutiinien muodostumiseen voi vaikuttaa kulttuuri, ympäristö ja asenteet. Vaikuttamiskeinoina ovat informaatio, palkitseminen tai rankaiseminen, sosiaalisen normin hyväksikäyttö ja pakottavat keinot.

Idin (2012, 74-75) mukaan informaatiota käyttäessä asiakas informoidaan tietoisesti ympäristöä kuormittavista toimistaan ja pyritään saamaan toimimaan halutulla tavalla. Idin kaavion mukaan informaatio toimii sillä oletuksella, että henkilö osaa liittää käyttäytymisensä informointiin ja ymmärtää sen, jos toimii halutulla, eli ympäristöystävällisellä tavalla. Ongelmana voi olla tiedon puute, jolloin asiakas ei ymmärrä syytä, joka halutusta toimesta tekee ympäristöystävällisemmän ja ei näin ollen toimi oikealla tavalla. Festivaaliympäristössä informointia voi toteuttaa esimerkiksi kyltein ja opastein, jolloin oletuksena on se, että asiakas osaa lukea kyltissä olevan informaation, soveltaa sen omaan käytökseensä ja ymmärtää sen, että toiminta on ympäristöystävällisempää.

Palkitseminen ja rankaiseminen nostaa Idin mukaan toivotun käyttäytymismallin muita hyödyllisemmäksi sen takia, koska asiakas saa palkinnon tekemästään ympäristöystävällisemmästä teosta. Festivaaliasiakas saattaa heittää roskan maahan, koska se on helpompaa, mutta jos vieressä olevasta roskasäiliöstä saa palkinnon roskan viemisen takia, erottuu se edukseen. Näin ollen henkilö toimii ennemmin sen mukaan, sillä palkinto toimii kannustimena halutunlaiseen käyttäytymiseen.

Idin (2012, 75-76) mukaan sosiaalisessa normissa asiakas saa motivaatiota muista ihmisistä käyttäytyä ympäristöystävällisemmin, eli käyttäytymällä ryhmässä tilanteen mukaan sopivalla tavalla. Havainnointiin perustuva oppiminen voi toimia, jos asiakas kokee ympäristöystävällisemmän käyttäytymisen olevan toivottavampaa. Ryhmään kuulumisen tunne on oleellinen motivaation lähde, eli jos asiakas

tekee toisin kuin muut, on se huomattavasti epätoivottavampaa kuin tehdä niin kuin muutkin.

Pakottavat keinot tarkoittavat Idin mukaan toimia, joissa asiakas pakotetaan tietyssä tilanteessa ympäristöystävälliseen käyttäytymismalliin. Vanha rutiini murretaan pakottamalla asiakas toimimaan uudella tavalla.

Tämän työn osalta Idin mallia on tarkasteltu pohtimalla sitä, mitkä taulukon ohjauskeinoista soveltuisivat parhaiten festivaaliympäristöön niin, että asiakkaat alkaisivat toimia ympäristöystävällisemmin.

3.3 Vaikuttamiskeinojen soveltaminen festivaaleilla

Aikaisemmin esiteltyjä vaikuttamiskeinoja voi soveltaa festivaaliympäristöön melko hyvin. Ilosaarirockin tuottaja Katri Kilpiä kertoi ajatuksia eri ohjauskeinojen toimivuudesta festivaaliympäristössä.

Hyvänä esimerkkinä palkitsemisesta ovat roskakampanjat, joissa tuomalla roskapussin roskiin, saa jonkin pienen palkkion. Kilpiän (2013) mielestä joissain tapauksissa palkitseminen toimii, mutta hän painottaa kuitenkin sitä, että ihmisen tulisi osata itse tehdä ratkaisu ilman palkintoja. Kaikesta ei voi saada aina palkkiota, vaan esim. roskan roskikseen laittaminen tulisi olla itsestään selvyys. Toki pienillä yllätyspalkinnoilla voi motivoida jonkin verran ihmisiä tuomaan roskat roskiin, mutta vaikutus jää helposti tapauskohtaiseksi ja vastikkeesta riippuvaiseksi. Useiden kotimaisten suur tapahtumien anniskelualueilla on vakiintuneita juoma-astioiden panttikäytäntöjä, jotka nopeuttavat ja tehostavat astioiden keruuta.

Rankaiseminen Kilpiän mukaan ei sovellu laisinkaan festivaaliympäristöön. Maksava asiakas tulee nauttimaan musiikista, kesästä ja seurasta, joten erilaiset rankaisut ja rajoitteet vain pilaisivat asiakkaan festivaalikäynnin. Mitään esimerkkiä muilta festivaaleilta asiakkaiden rankaisusta ei ole, joten sen käyttäminen asiakkaiden ohjaamiseen ei sovellu festivaaliympäristöön.

Pakottaminen festivaaliympäristössä toimii rankaisemisen tapaan heikosti festivaaliympäristössä. Jos miettii joitain pakottavia keinoja, niin Kilpiä mainitsee ainoas-

taan sen, että esim. festivaalialueelle ei saa tuoda lasia, koska rikki mennessään siitä on vain haittaa. Kuitenkin niin pakottaminen kuin rankaiseminenkin ovat negatiivisia ilmaisuja ja aiheuttavat ennemminkin kapinaa kuin suostumusta festivaalialueella. On siis parempi käyttää sellaisia keinoja ja ilmaisuja, jotka sulautuvat mukavammin festivaalivieraiden juhlinnan ilmapiiriin. Mitä mukavammin asia ilmaisee, sen parempi. Asiakkaat omaksuvat ohjeet ja kehotukset paljon paremmin kuin vaikkapa pakotukset ja rangaistukset.

Informoinnin ja viestinnälliset keinot Kilpiä toteaa kaikista toimivammaksi keinoksi festivaaliympäristössä toteutettavaksi vaikuttamiskeinoksi. Saada ihmiset tajuaan, miksi jokin asia tehdään, vaikuttaa parhaiten. Viestiminen säännönmukaisesti, perustellusti, hauskasti ja ytimekkäästi, festivaalien tuotannon alkuvaiheista koko festivaalin ajan on kaikista toimivin ja helpoin tapa saada ihmiset sisäistämään tietoa. Festivaaliympäristössä informaatiota näkyy mm. kylttien, opasteiden, screenien, käsiohjelmien ja kierrätysneuvojen kautta.

Sosiaalisen normin käyttäminen festivaaliympäristössä on etenkin Ilosaarirockissa aika automaattista Kilpiän mielestä. Ilosaarirockissa ympäristöasiat on normi, joten se tulee automaattisesti asiakkaillekin selväksi. Kilpiä painottaa, että he haluavat tehdä parhaansa ympäristön hyväksi ja kannustaa asiakkaitaan tekemään niin myös, joten siitä on tullut itsestäänselvyys asiakkaille. Joillekin ympäristöystävällisempi käyttäytyminen on mennyt niin hyvin perille, että jopa umpikänniset ihmiset on tulleet miettimään roskiksille sitä, mihin lokeroon roska kuuluu laittaa.

Ilosaarirockin alusta alkaen tekemä selkeä linjaus ympäristöasioiden tärkeydestä voi olettaa olevan yksi tärkeimmistä syistä, miksi sosiaalinen normi toimii ihmisten ympäristöystävällisemmän käyttäytymisen motivaationa. Ihmiset tietävät, että Ilosaarirockissa on erityisen hyvät linjaukset kierrätyksen ja ympäristön suojelemisen suhteen, joten asiakkaat käyttäytyvätkin sen mukaan.

3.4 Yhteenveto

Yhteenvetona todettakoon, että vaikuttamiskeinoista informointi, palkitseminen ja sosiaaliseen normiin vetoaminen sopivat selkeästi luontevimmin parantamaan ympäristöystävällisempää käytöstä festivaaliympäristössä. Rankaiseminen ja pakottaminen puolestaan toimii heikosti festivaaliympäristössä, koska ne vaikuttavat negatiivisesti asiakaskokemukseen.

Informointia käytetään festivaaleilla eniten viemään viestiä toivotummasta ja ympäristöystävällisemmästä käytöksestä. Lähes jokaisessa asiakkaille osoitetuissa asioissa, kuten kierrätyksessä, liikennöinnissä, ruoan ja veden kulutuksessa ja majoittumisessa käytetään kylttejä, opasteita, käsiohjelmia ja mobilesovelluksia. Asiakkaat saavat niistä tietoa suorasti ja helposti. Sosiaaliseen normiin vetoaminen taas vaikuttaa potentiaaliselta vaikuttamiskeinolta festivaaleilla ja niiden majoitusalueilla, mutta sitä ei käytetä hyväksi vielä niin paljon kuin olisi mahdollista.

Rankaisemista tulee harvemmin missään festivaalilla vastaan, sillä se ei vain sovellu festivaaliympäristöön kielteisyytensä takia. Pakottaminen näkyy lähinnä enemmän pakollisissa turvatarkastuksissa festivaalialueiden porteilla ennemmin kuin ympäristöystävällisempien tapojen muokkaamisessa.

Palkitseminen taas näkyy festivaaleilla etenkin erilaisissa kampanjoissa ja kilpailuissa. Sen toimivuus kaatuu kuitenkin palkitsemisen ristiriitaan, sillä sitä käyttäen voidaan saavuttaa vain tapauskohtaisia vaikutuksia, sillä käyttäytyminen jää vastikkeelliseksi. Lopulliseen käyttäytymiseen vaikuttaa se mitä on palkintona ja mitä vastaan palkinnon saa.

Tähän ongelmaan pureuduin tutkimalla "Kerää omat roskasi" -kampanjan toimivuutta Provinssirockin Camp Provinssi -leirintäalueella kesällä 2012. Seuraavassa luvussa mietitään, toimiiko palkitseminen ja mitä ongelmia siinä ilmenee.

4 ASIAKASKYSELY JA GREEN TEAMIN "KERÄÄ OMAT ROSKASI" KAMPANJA PROVINSSIROCKISSA

4.1 "Kerää omat roskasi" -kampanja ja asiakaskysely Provinssirockissa

"Kerää omat roskasi" -kampanja oli vuoden 2012 Provinssirockin Camp Provinssi leirintäalueella toteutettu kampanja, jonka tavoitteena oli vähentää leirintäalueelle jäävän roskan määrää sekä opastaa Camp -alueen asiakkaita siivoamaan roskansa. Kampanjaa oli toteuttamassa Provinssin kierrätysneuvontatiimi Green Team. Kampanjan näkyvyyttä ylläpidettiin talkootyöntekijöiden voimin leirintäalueen sisäänkäynnillä ja Green Teamiläisten voimin leirintäalueen kioskin läheisyydessä sijainneen palautuspisteen luona. Kampanjassa vaikuttamiskeinona oli siis palkitseminen. Vastineeksi täydestä roskapussillisesta roskia asiakas sai yhden virvoitusjuoman. Kampanjaan osallistui arviolta 200-400 henkilöä, joten se jäi melko pienen mittakaavan kampanjaksi.

Kampanjan yhteydessä Green Team toteutti osittain strukturoidun kyselyn Camp Provinssin asiakkaille. Haastattelulomakkeen avulla pyrittiin muun muassa selvittämään, olivatko asiakkaat tietoisia kampanjasta, oliko palkinto riittävä ja oliko kampanjalla vaikutusta roskaamiseen ja alueen siisteyteen. Tämän lisäksi tarkasteltiin muutaman väitteen kautta asiakkaiden ympäristöasenteita ja alueen siisteyden vaikutusta yleiseen viihtyvyyteen. Kyselylomake on nähtävillä kokonaisuudessaan liitteessä 1.

4.2 Asiakaskyselyn vastaukset

Asiakaskyselyyn vastasi 200 Camp Provinssin asiakasta. Keskimääräinen vastaajaikä oli 21.92 vuotta. 53.2 % vastanneista oli naisia ja 43.3 % miehiä. Vastanneista suurin osa majoittui ensimmäistä kertaa Camp Provinssissa. Selvästi yli kolmannes vastaajista ei ollut majoittunut minkään toisen festivaalin leirinnässä viimeisen kolmen vuoden aikana ja vain noin joka viides vastaaja oli leireillyt use-

amman kuin yhden muun leirinnän yhteydessä. Näin ollen osalta vastaajista puutui vertailukohde heidän arvioidessaan Camp Provinssin siisteyttä. Puhtautta ja siisteyttä pidettiin hyvin tärkeänä tekijänä leirintäalueen viihtyisyyden kannalta. Selvästi tätäkin tärkeämpänä viihtyisyystekijänä pidettiin muita asiakkaita, mikä kertoo leirintäalueiden yhteisöllisestä luonteesta.

Vain noin joka kolmas oli tietämätön kampanjan palkinnosta ja näin ollen suurin osa tiedosti kampanjan hyvin. Palkinnon suuruus tai muoto ei vaikuttanut kyselyn perusteella olevan kovin merkittävä asia. Enemmistön mielestä virvoitusjuomaa pidettiin riittävänä vastikkeena roskapussia vastaan. Ehdotukset muista palkinnoista keskittyi suurimmalla osalla vastaajista alkoholijuomiin ja ruokaan. Tästä voi päätellä, että palkinnoksi vastaajien mielestä sopii parhaiten jokin nautintoaine, elintarvike tai niihin oikeuttava lipuke ennemmin kuin kiinteä kulutustavara.

Asiakkaat pitivät kampanjaa siisteyden kannalta onnistuneena ratkaisuna ja suurin osa oli sitä mieltä, että muihin leirintäalueisiin verrattuna kampanja teki alueesta siistimmän. Suurin osa vastaajista keräisi omat roskansa ilman palkintoakin. Vain harva koki alueen siistinä pitämisen olevan ainoastaan järjestäjän vastuulla ja tiedosti alueen siistinä pitämisen olevan myös omalla vastuulla.

Vastausten pohjalta asiakkaat ovat tietoisia siitä, että ovat järjestävän tahon lisäksi itse vastuussa leirintäalueen siisteydestä ja viihtyvyydestä. Koska vastaajat kokivat muiden asiakkaiden olevan tärkeä osa leirintäalueen viihtyisyyttä, sosiaalisen normin käyttäminen tapahtumien ympäristöviestinnässä vaikuttaisi potentiaaliselta vaihtoehdolta leirintäalueiden siisteyden ylläpitämiseksi.

"Kerää omat roskasi" -kampanjan näkyvyys onnistui hyvin, mutta siihen osallistuvien asiakkaiden määrä olisi voinut olla suurempi. Kampanjan mainostaminen elävämmiin olisi voinut tuoda lisää osallistujia ja palkintona olisi voinut olla virvoitusjuoman lisäksi ehkä jokin toinen vaihtoehto.

Palkitsemismalli ei osoittautunut täydellisen tehokkaaksi vaikuttamiskeinoksi, vaikka sen saattoikin havaita vaikuttaneen jossain määrin positiivisesti leirintäalueen jätemäärään. Pienessä mittakaavassa kampanja osoittautui toimivaksi keinoksi ainakin lisätä asiakkaiden tietoutta leirintäalueen siistinä pitämisestä. Koska ros-

kapussin viemisestä sai palkkioksi virvoitusjuoman, oli se varmasti osalle leirintäalueen asiakkaista yksi tärkeimmistä motivaatioista tuoda omat roskansa palautuspisteelle. Jos tilalla olisi ollut jotain paljon arvokkaampaa, olisi itse viesti ympäristöystävällisestä toiminnasta jäänyt liian hienon vastikkeen varjoon.

5 LOPPUPOHDINNAT JA TULEVAISUUS

On mahdollista, että lähivuosina ilmastonmuutos pakottaa ihmiset muuttamaan ajatusmallejaan roskaamisen ja viihdekuluttamisen suhteen. On myös mahdollista, että suurten festivaalien toimintaedellytykset nykyisessä tuotannollisessa muodossa katoavat tulevaisuudessa niiden ympäristökuormituksen vuoksi ja pienemmät ympäristöllisesti tehokkaammat ja vähemmän kuluttavat tapahtumat yleistyvät. Tärkeintä on kuitenkin se, että jokaisen festivaalin tulisi pyrkiä edes hiukan parempaan suuntaan ympäristöasioista puhuttaessa. Pienetkin muutokset tuotannon sisällä ja festivaalin toteutuksessa voivat auttaa jo merkittävästi pienentämään ympäristön kuormittumista. Olisi toivottavaa, että festivaalit ja tapahtumat keskittyisivät tekoihin, tuotannollisten ratkaisujensa ympäristölliseen tehostamiseen ja faktoihin perustuvaan ympäristöviestintään niin sanotun viherpesun sijaan.

Kaikki työssä esiteltyt vaikuttamiskeinot joko perustuvat tai ovat liitettävissä tiedottamiseen ja sen oikeanlaiseen käyttämiseen. Tehokkainta mielestäni olisi tehdä "tuplavaikuttamiskeinoja". Aina jonkin vaikuttamiskeinon, kampanjan tai rajoituksen rinnalla olisi tarkkaan harkittuja informatiivisia viestejä. Viestittävän asian muoto ja tyyli voivat mahdollisesti avata hyvinkin tehokkaita keinoja asiakkaiden ympäristöystävällisemmän käytöksen ohjaamiseen. Ihmisten ympäristöasenteet ovat osoittautuneet jo erittäin positiivisiksi, joten nyt tarvitaan tehokkaita keinoja saada asenteet näkymään myös käyttäytymisessä.

Festivaalien ympäristövaikutuksista puhutaan usein tuomalla negatiiviset vaikutukset esille positiivisten sijaan. Asiakkaiden tekoja olisi parasta pyrkiä ohjaamaan asenteiden mukaisiksi tuomalla faktoja esiin positiivisemmin ja mahdollistaa hauskan innostavia keinoja ympäristöystävällisempään käytökseen. Festivaalit voisivat hyvinkin asettua ympäristöä kunnioittaviksi roolimalleiksi ja ympäristöasioista innostumisen taustalla vaikuttaviksi tekijöiksi. Parhaimmassa tapauksessa festivaalit voivat toimia tulevaisuudessa suunnan näyttäjinä ja roolimalleina asiakkailleen.

LÄHTEET

- A Greener Festival. 2012. Voittoa tavoittelematon organisaatio. [Verkkosivusto] [Viitattu 10.4.2013] <http://www.agreenerfestival.com/>
- Getz, D. 1989. Special Events: Defining the product. Tourism management. [Verkkojulkaisu] [Viitattu 1.2.2013] Saatavana: SciVerse palvelusta.
- Global Footprint Network. 2012. Footprint basics. [Verkkojulkaisu] [Viitattu 29.5.2013] Saatavana: <http://www.footprintnetwork.org/en/index.php/GFN/>
- Greening Events. 2012. Pääkaupunkiseudun tapahtumien ympäristöasioiden hallintaa kehittävä EU-hanke. Helsinki: Helsingin ympäristökeskus. [Verkkosivusto] [Viitattu 5.4.2013] Saatavana: <http://www.greeningevents.fi/>
- Ilmasto-opas. 2012. Ilmatieteenlaitoksen ja Aalto yliopiston Yhdyskuntasuunnittelun tutkimus- ja koulutusryhmä. Helsinki. [Verkkosivusto] [Viitattu 25.11.2012] Saatavana: <http://ilmasto-opas.fi>
- Jones, Meegan 2010. Sustainable Event Management: A Practical Guide. London: Earthscan.
- Kilpiä, K. 2013. Tuottaja. Joensuun Popmuusikot ry. Haastattelu 7.2.2013.
- Local Authority Prevention Network. 2012. Event Managers Resource Pack: 4 steps for a cleaner, greener event. [Verkkojulkaisu] [Viitattu 15.5.2013] Saatavana: <http://greenyourfestival.ie/wp-content/uploads/2012/11/guide.pdf>
- Love your tent. 2012. Campaign which encourage to re-use instead of discard. [Verkkosivusto] [Viitattu 11.4.2013] Saatavana: <http://loveyourtent.com/section.php?s=3>
- Nyysönen, M. 2012. Tapahtumien ympäristöasiat -tarvekartoitus. [Verkkojulkaisu] Helsinki: Helsingin kaupungin ympäristökeskus. [Viitattu 2.5.2013] Saatavana: http://www.ymk-projektit.fi/greeningevents/files/2013/02/julkaisu_11_12_net.pdf
- Power behind festivals: A guide to sustainable power at outdoor events. 2012. Green Festival Alliance. UK [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 10.5.2013] Saatavana: http://www.agreenerfestival.com/wp-content/uploads/pdfs/Power_Behind_Festivals_Guide_2013_V1.2.pdf
- Rantanen, M. 2011. Ilosaarirock-festivaalin hiilijalanjälki. [Verkkojulkaisu]. Joensuu: Pohjois-Karjalan Ammattikorkeakoulu. Ympäristötekniikan koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 10.2.2013]. Saatavana: <http://publications.theseus.fi/handle/10024/27947>

Ruisrockin facebook -sivut. 2013. Turku. [Verkkosivu] [Viitattu 11.4.2013] Saatavana: https://www.facebook.com/ruisrock/app_304103309676741

Työkaluja tapahtumatuottajille. 2012. Pääkaupunkiseudun tapahtumien ympäristöasioiden hallintaa kehittävä EU-hanke. Helsinki: Helsingin ympäristökeskus [Verkkójulkaisu] [Viitattu 3.5.2013] Saatavana: <http://www.greeningevents.fi/tyokaluja-jarjestajille>

The Good Food Festivals Guide. 2012. [Verkkójulkaisu]. Ethical Eats. Food Legacy. A Greener Festival. [Viitattu 17.4.2013] Saatavana: http://www.agreenerfestival.com/wp-content/uploads/pdfs/GOOD_FOOD_GUIDE_FOR_FESTIVALS.doc.pdf

LIITTEET

LIITE 1 Asiakaskyselylomake

GREEN TEAM –KYSELY CAMP PROVINSSIN ASIAK- KAILLE

Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan Provinssirock-tuotepalkintoja!

1. Sukupuoli: Mies [] Nainen []

2. Ikä: _____ vuotta

3. Monettako kertaa majoituit Camp Provinsissa? _____. kertaa

4. Minkä muiden festivaalien leirintäalueilla olet yöpynyt viimeisten kolmen vuoden aikana?

Ruisrock [] Ilosaarirock [] Nummirock [] Himos Festival [] Kalajoen juhannus []

Wanaja Festival [] Jurassic Rock [] Muu:

Tänä vuonna Camp Provinsissa toteutetaan ensimmäistä kertaa "Kerää omat roskasi" -kampanja. Palautuspisteellä täyttä roskapussillista vastaan saa palkinnon.

5. Tiedätkö mitä täyden roskapussin palauttamisesta saa palkinnoksi? Kyllä [] Ei []

6. Onko palkinto mielestäsi riittävä yhtä roskapussillista vastaan? Kyllä [] Ei []

7. Haluaisitko ehdottaa jotain muuta palkintoa tai palkitsemistapaa?

8. Oletko samaa vai eri mieltä seuraavien väittämien kanssa:

(1=täysin eri mieltä

7=täysin samaa mieltä)

A. "Kerää omat roskasi" -kampanja tekee Camp Provinssista

siistimmän. 1 2 3 4 5 6 7

B. Camp Provinssi on siistimpi kuin festivaalien leirintäalueet

yleensä. 1 2 3 4 5 6 7

C. Keräisin joka tapauksessa roskani ilman palkintoakin. 1 2 3 4 5 6 7

D. Leirintäalueen pitäminen siistinä ei ole asiakkaiden tehtävä. 1 2 3 4 5 6

9. Mikä tekee leirintäalueesta viihtyisän? Valitse seuraavista KAKSI mielestäsi tärkeintä viihtyisyyden tekijää: Luonnonkauneus [] Puhtaus ja siisteys [] Palvelutaso [] Muut asiakkaat [] Tilavuus [] Henkilökunnan palveluasenne [] Muu: _____ [] Muu: _____ []

10. Kehitysehdotuksesi Camp Provinssille - Miten toivoisit Camp Provinssin palveluita kehitettävän?

Syötä alle yhteystietosi, mikäli haluat osallistua Provinssirock-aiheisten tuotepalkintojen arvontaan:

Nimi: _____

eMail:

SUURKIITOS VASTAUKSESTASI !!!!