

www.humak.fi

Opinnäytetyö

TV-tuotantoyhtiön ekologisuus - Kestävämmät toimintamallit

Tiina Kuusemo

Helena Wahlberg



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu

Kulttuurituotannon koulutusohjelma 240 op

Tekijät: Tiina Kuusemo & Helena Wahlberg

Opinnäytetyön nimi: TV-tuotantoyhtiön ekologisuus - Kestävämmät toimintamallit

Sivumäärä: 89 ja 5 liitesivua

Työn ohjaaja: Päivi Ruutiainen

Työn tilaaja: Yellow Film & TV Oy

Televisio-ohjelmaa tuottaessa kulutetaan valtavat määrät materiaaleja, sillä kuvauspaikat luodaan usein lähes tyhjästä, ja kuvausten päätyttyä suuri osa materiaalista päätyy roskiin. Tämän työn tavoitteena on selvittää, mitkä ovat tv-tuotannon ja tuotantoyhtiön toimiston suurimmat hiilidioksidipäästöjen aiheuttajat, ja kuinka päästöjä voidaan pienentää. Työn tilaajana toimi Yellow Film & TV Oy, jonka toiveena on kehittää toimintaansa ekologisemmaksi. Työn tavoitteena on myös saada yrityksen työntekijät pienentämään hiilijalanjälkeään töissä ilman, että se vaatii liian suuria ponnisteluja.

Opinnäytetyössä käytimme laadullista tutkimusmenetelmää. Tutkimme kahden eri tuotannon ja tuotantoyhtiön toimiston ekologisuutta haastattelemalla ja havainnoimalla. Työssä on hyödynnetty lähtökohta-analyysia, SWOT-analyysia ja kirjallisia lähteitä ilmastonmuutoksesta, hiilidioksidipäästöistä sekä keinoista ympäristön säästämiseksi tuotantoyhtiössä.

Lopputuloksena opinnäytetyössä on toimiston ja tuotantojen konkreettisia kehitysehdotuksia ympäristökuorman vähentämiseksi. Kehitysehdotuksillamme yritys voisi ottaa pienempiä ja isompia askeleita kohti vielä vihreämpää toimistoa ja tuotantoja, sillä kehitysehdotukset ovat jaoteltu vuosittain. Annamme myös ehdotuksia kulutuksen vähentämiseen ja tavaroiden kierrätysmahdollisuuksiin. Kehitysehdotusten avulla yrityksen kaikki tuotannot pystyvät pienentämään ympäristökuormaansa ja toimia kestävä kehityksen periaatteita noudattaen.

Asiasanat: tuotantoyhtiö, ekologinen kestävyys, kestävä kehitys, ympäristönsuojelu

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences

Degree Programme in Cultural Management 240 ECTS

Author: Tiina Kuusemo and Helena Wahlberg

Title: Environmental impact of a TV production company – more sustainable operating models

Number of Pages: 89 and 5 attachment pages

Supervisor: Päivi Ruutiainen

Subscriber: Yellow Film & TV Oy

Huge amounts of material are consumed in the production of a television program, as filming sites are often created from scratch and, after filming, much of the material ends up in the garbage. The purpose of this thesis is to find out which are the major emitters of carbon dioxide in a TV production and a production company's office, and how they can be reduced. The work was ordered by Yellow Film & TV Oy, whose wish is to make their operations greener. The goal of this thesis is also to make the employees of the company reduce their carbon footprint at work without requiring too much effort.

In this thesis we used a qualitative research method. We examine the ecology of two different productions and production company's office by interviewing and observing. The work utilizes baseline analysis, SWOT analysis and written sources on climate change, carbon dioxide emissions and ways to save the environment in a production company.

The final result of the thesis are concrete proposals for the company to reduce their environmental load. With our development proposals, the company could take steps towards an even greener office and productions. We also have suggestions on how to reduce consumption and recycle better. The development proposals enable all the company's productions to reduce their environmental load and operate in accordance with the principles of sustainable development.

Keywords: production company, sustainable development, environmental protection

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	EKOLOGINEN KESTÄVÄ KEHITYS	8
2.1	Kestävän tuotannon osa-alueet.....	10
2.2	Ekologinen kestävä kehitys tuotannoissa	15
2.3	Ekologinen kestävä kehitys toimistossa.....	19
2.4	Yritysvastuu ja kestävä johtajuus.....	24
3	YMPÄRISTÖSERTIFIKAATIT	27
4	AINEISTONKERUU	29
4.1	Haastattelu	30
4.2	Havainnointi.....	31
4.3	Yritysanalyysi.....	32
4.4	Markkina-analyysi.....	33
4.5	Kilpailija-analyysi.....	35
4.6	Ympäristöanalyysi	38
4.7	SWOT-analyysi	39
5	TUTKITTAVAT TUOTANNOT	42
6	TULOKSET TOIMISTON EKOLOGISUUDESTA.....	43
6.1	Kierrätys	45
6.2	Kopiointi ja tulostus	46
6.3	Sähkö	48
6.4	Jälkituotanto.....	49
7	TUOTANTO 1 HAASTATTELU JA HAVAINNOINTI.....	51
7.1	Kuvauspaikat ja kulkeminen.....	52
7.2	Puvustus ja rekvisiitta	53
7.3	Majoitus ja catering	54
7.4	Jätteet ja kierrätys	56
7.5	Tuotannon oma arvio ekologisuudesta.....	58
8	TUOTANTO 2 HAASTATTELU JA HAVAINNOINTI	58
8.1	Kuvauspaikat ja kulkeminen.....	60
8.2	Puvustus ja rekvisiitta	61

8.3	Catering	62
8.4	Jätteet ja kierrätys	63
8.5	Tuotannon oma arvio ekologisuudesta	65
9	TUTKIMUSANALYYSI	66
9.1	Toimisto	66
9.2	Tuotannot 1 ja 2	67
10	TOIMISTON KONKREETTISET KEHITYSEHDOTUKSET	70
10.1	Ensimmäisen vuoden tavoitteet	70
10.2	Kolmen vuoden sisällä	74
10.3	Viiden vuoden päästä	76
10.4	Tulevaisuudessa	76
11	TUOTANTOJEN KONKREETTISET KEHITYSEHDOTUKSET	76
11.1	Ensimmäisen vuoden tavoitteet	77
11.2	Kolmen vuoden sisällä	79
11.3	Viiden vuoden päästä	79
11.4	Tulevaisuudessa	80
12	POHDINTA	81
13	LÄHTEET	83
	LIITTEET	90

1 JOHDANTO

Yellow Film & TV on Suomen suurin ja palkituin tuotantoyhtiö, joka tekee elokuvien lisäksi erilaisia sarjoja eri kanaville ja suoratoistopalveluihin. Yellow Film & TV:n tuotantoja ovat muun muassa Putous, Ivalo, Roba, Villi kortti, Sunnuntailounas ja Syke. Yellow:n elokuvia ovat muun muassa Juice-elokuva, Napapiirin sankarit, Heinähattu ja Vilttitossu -elokuvat, 95 ja Supermarsu. Yellow Film & TV Oy on Skandinavian suurin yksityisomisteinen tv- ja elokuvatuotantoyhtiö sekä Suomen suurin käsikirjoitetun sisällön tuottaja. Konsernin liikevaihto on noin 22,8 miljoonaa euroa, ja se työllistää vuodessa noin 40 vakituista henkilöä sekä satoja freelancereita.

Ilmastonmuutos on tällä hetkellä yksi suurimmista ihmiskuntaa kohtaavista uhista. Ilmaston lämpeneminen on saatava pysähtymään 1,5 asteeseen (WWF 2019). Jotta tämä onnistuisi, on jokaisen tehtävä muutoksia arjessaan; niin yksilöiden, valtioiden kuin yritystenkin.

Televisio-ohjelmaa tuottaessa kulutetaan valtavat määrät materiaaleja. Kuvauspaikat luodaan monessa tuotannossa lähes tyhjästä, ja kun kuvaukset ovat ohi, kaikki puretaan ja suuri osa materiaalista päätyy roskiin. Myös kuvausten aikana käytetään paljon tuotannolle kertakäyttöistä tavaraa, joiden jatkokäyttöä ei välttämättä mietitä. Kun sama jatkuu vuodesta ja tuotannosta toiseen, roskan määrä on valtava.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, mitkä ovat tv-tuotannon ja tuotantoyhtiön toimiston suurimmat hiilidioksidipäästöjen aiheuttajat, ja kuinka päästöjä voidaan pienentää. Toimeksiantajan toiveena on, että Yellow Film & TV kehittäisi toimintaansa ekologisemmaksi. Työn tavoitteena on myös saada yrityksen työntekijät ajattelemaan, miten he voivat pienentää hiilijalanjälkeään töissä ilman, että se vaatii liian suuria ponnisteluja. Tutkimme mitä Yellow Film & TV voi tehdä pienentääkseen ympäristökuormaansa, ja mitä hyötyä heille siitä olisi. Yrityksellä on ollut jo ennen tätä opinnäytetyötä Green Yellow -toimikunta, jonka tavoitteena on kehittää yrityksen toimintaa ekologisemmaksi. Kovin suuria toimenpiteitä ei vielä ole saatu käytäntöön.

Opinnäytetyössä tutkimme kahden eri tuotannon toimintaa tällä hetkellä ja selvitämme niiden suurimmat hiilidioksidipäästöjen aiheuttajat. Tämän perusteella voimme tehdä kehitysehdotuksia, joiden avulla kaikki yrityksen tuotannon pystyvät pienentämään ympäristökuormaansa ja toimia kestävän kehityksen periaatteita noudattaen. Lisäksi tutkimme yrityksen toimiston ympäristökuormaa, ja teemme myös toimistolle kehitysehdotuksia. Tilaajan ollessa tyytyväinen kehitysehdotuksiin, voi yritys ryhtyä toimiin mahdollisimman nopeasti, sillä ensimmäiset teot kestävän kehityksen eteen ovat pieniä ja helppoja, kun taas viimeiset tavoitteet ovat useamman vuoden päässä, jolloin koko toimisto ja tuotannot olisivat mahdollisimman vihreät. Uskomme, että tulevaisuudessa Suomessa kaikki tuotantoyhtiöt mainostavat ekologisuutta tuotannoissaan, ja yrityksen ekologisuus voi olla kilpailukykyetu.

Opinnäytetyötä arvioidaan sillä, onko toimeksiantaja tyytyväinen löydettyihin tutkimustuloksiin ja konkreettisiin kehitysehdotuksiin sekä ovatko ehdotukset realistisia, jotta ne voitaisiin ottaa käytäntöön yrityksen sisällä. Onnistumisen arviointiin ei voida sisällyttää sitä, kuinka hyvin ehdotukset otetaan käyttöön yrityksessä, sillä opinnäytetyömme päättyy sitten, kun olemme tutkineet ilmiötä sekä saaneet kehitysehdotukset valmiiksi. Arvioinnissa tärkeää on siis tietää, miten hyvin yritys ottaa vastaan kehitysehdotukset ja olisi valmis harkitsemaan kehitysehdotuksia käytäntöön.

Lopputuloksena opinnäytetyössä on toimiston ja tuotantojen konkreettisia kehitysehdotuksia ympäristökuorman vähentämiseksi. Tämä opinnäytetyö on ajatuksia herättävä ja motivoiva tutkimus siitä, millaiset ympäristövaikutukset tv-tuotannolla on, ja miten ympäristökuormaa voitaisiin pienentää. Opinnäytetyö antaa konkreettisia ehdotuksia ympäristökuorman pienentämiseen, ja teksti motivoi lukijaa tekemään tarvittavia muutoksia. Annamme myös ehdotuksia kulutuksen vähentämiseen ja tavaroiden kierrätysmahdollisuuksiin.

2 EKOLOGINEN KESTÄVÄ KEHITYS

Kestävä kehitys voidaan jakaa kolmeen kategoriaan: ekologiseen, sosiaaliseen ja taloudelliseen kestävyteen. Kun tahdotaan edistää kestävästä kehitystä, on etsittävä toimintamalleja, jotka yhdistävät nämä kaikki kolme näkökulmaa. (Karvonen 2006, 15.) Kestävän kehityksen tavoitteena on tyydyttää tällä hetkellä elävien ihmisten tarpeet vaarantamatta tulevien sukupolvien omien tarpeiden tyydyttämistä. (Karvonen 2006, 138.) Jotta opinnäytetyöstämme ei tulisi liian laaja, keskitymme tässä ainoastaan ekologiseen kestävästä kehitykseen, sen vaikutuksiin ja kuinka sitä voisi kehittää.

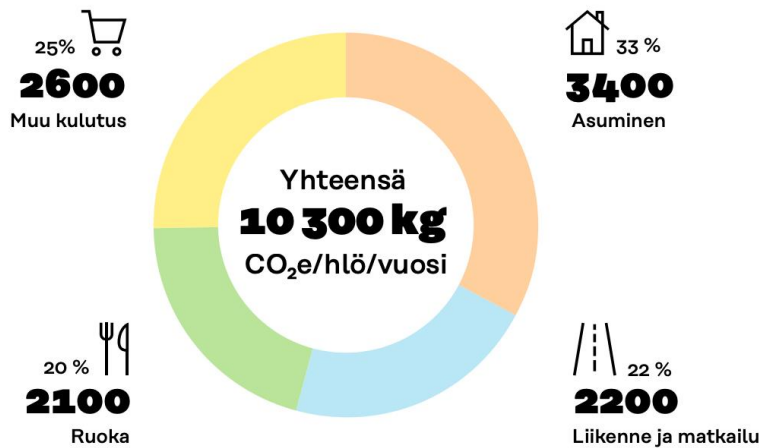
Euroopan jätelainsäädännön mukaan tuottajan vastuu ulotetaan tuotteen eliniän jälkeiseen aikaan. Tuottajavastuun tarkoituksena on edistää muun muassa ympäristömyönteistä tuotesuunnittelua, jätteiden kierrättämistä ja niiden määrän vähentämistä sekä ympäristönsuojelukustannusten liittämistä tuotteen hintaan. (Karvonen 2006, 19.) Tuottajavastuuta on alettu laajentaa aiempaa useampiin tuoteryhmiin. Tuottajavastuun laajentaminen jakaa jätehuollon kustannuksia tasaisemmin eri tuoteryhmille ja tuottajille. (Karvonen 2006, 20.) Tärkeää kestävässä tuotannoissa onnistumiseen ovat hyvä ennakkosuunnittelu, mitattavat tavoitteet, toimivat järjestelyt ja tiivis seuranta.

Ekologinen jalanjälki kertoo, kuinka paljon maapinta-alaa on tarvittu tuottamaan kaikki kuluttamamme energia, hyödykkeet, ruoka ja maapinta-ala. Ekologisen jalanjäljen mittari on hehtaaria per henkilö. Vuoden 2019 maailman väkiluvun, 7,7 miljonnaa, mukaan jokaista henkeä kohden olisi käytössä 1,6 hehtaaria maa-alaa tuottamaan kaikki elämiseen tarvittava. Vuonna 2016 jokaisen suomalaisen ekologinen jalanjälki oli 6,3 hehtaaria. Esimerkiksi yhden ranskalaisen ekologinen jalanjälki oli 4,4 hehtaaria ja norjalaisen 5,6 hehtaaria. Suomalaisilla on maailman kahdeksanneksitoista suurin ekologinen jalanjälki. (Footprintnetwork 2019.)

Ilmaston lämpenemisessä on suurimmaksi osaksi kyse siitä, että fossiilisista polttoaineista, kuten öljystä ja maakaasusta, vapautuva hiilidioksidi nostaa ilmakehän hiilidioksidipitoisuutta. Tämä hiilidioksidi ei luonnostaan kuulu ilmakehään, vaan sen vapautuminen johtuu fossiilisten polttoaineiden käytöstä, jotka ilman ihmistä olisivat

maan sisällä. Siksi valtavan suuri energiankulutuksemme onkin pääasiallinen syy siihen, että maapallon lämpötila nousee. (Tieteen Kuvalehti 2019.) Emme tässä opinnäytetyössä käy läpi kaikkia ilmastonmuutoksen vaikutuksia ja kuinka siihen voitaisiin puuttua, vaan keskitymme niihin toimiin, joita yritykset, erityisesti tutkimuksemme kohde, voisi tehdä omalta osaltaan.

Yhden suomalaisen CO₂-päästöt vuodessa ovat noin 10,3 tonnia. Euroopan keskiarvo on noin 7-7,5 tonnia per henkilö. Alla oleva kuva kertoo, mistä keskivertosuomalaisen hiilidioksidipäästöt muodostuvat.



Sitra 2018.

Ekologisen kestävän kehityksen tavoitteena on, että kaikki työt organisoitaisiin siten, että niiden tekemiseen ei kuluisi kohtuuttomasti rajallisia luonnonvaroja, eivätkä ne horjuta ympäröivän luonnon ekologista tasapainoa itse tuotannon kuin lopullisen tavaran tai palvelun välityksellä (Kasvio & Raikkonen 2010).

Suomessa tulotaso on kasvanut noin viisitoistakertaiseksi siitä, mitä se oli sata vuotta sitten, ja samankaltainen kehitys on tapahtunut kaikissa länsimaissa ja Japanissa. Kehitysmaissa ja erityisesti Saharan eteläpuoleisessa Afrikassa kehitys on ollut tähän verrattuna todella vaatimatonta. Viime vuosikymmeninä kasvu on kiihtynyt myös kehittyvissä maissa, kuten Kiinassa ja Intiassa. Viimeisen viidenkymmenen vuoden aikana

köyhyys on vähentynyt enemmän, kuin edellisen viiden sadan vuoden aikana yhteensä. Tämän ansiosta ihmisten elinajanodote on parantunut, ja ihmiskunta kasvaa. Huono puoli tässä on se, että tulevaisuutemme näyttää huonommalta kuin koskaan. Ilmaston lämpeneminen johtuu ilmakehän kohoavasta hiilidioksidipitoisuudesta, jota kiihdyttävät talouden toiminta ja fossiilisten polttoaineiden runsas käyttö energiantuotannossa. Pariisin ilmastopöytäkirjalla, vuonna 2015, pyrittiin saamaan kaikki maat rajoittamaan omia hiilidioksidipäästöjään niin, että maapallon lämpeneminen jäisi kahdeksan asteeseen esiteollisesta ajasta. Keskiarvoisesti se tarkoitti koko maailman päästöjen puolittamista, mutta länsimaille paljon suurempia päästöleikkauksia suurimpien päästöjen mukaan. (Korkman 2017, 93-96.)

Työn kallistumiseen vaikuttavat tulevaisuudessa muun muassa päästörajoitukset ja ostajien ja sijoittajien odotukset yhtiön ekologisuudesta. Näiden lisäksi myös erilaisen liiketaloudelliset tekijät pakottavat yritykset kehittämään energia- ja materiaalitehokkuuttaan, sillä nämä tulevat kallistumaan tulevaisuudessa kysynnän ylittäessä tarjonnan. Työn tuottavuuden kasvattamiseksi yritykset joutuvat ottamaan käyttöönsä kaikki tekniikan ja tieteen tarjoamat kehitysmahdollisuudet. (Kasvio & Räikkönen 2010, 10.)

2.1 Kestävän tuotannon osa-alueet

Kestävät ja vastuulliset elokuva- ja tv-tuotannot minimoivat ympäristökuormansa ja hiilidioksidipäästönsä. Kestävän tuotannon onnistumisen edellytykset ovat vastuuhenkilö, hyvä ennakkosuunnittelu, mitattavat tavoitteet, toimivat järjestelyt sekä tiivis seuranta. Jotta tuotannon vihreät tavoitteet saavutettaisiin, tulisi hiilijalanjälki laskea ja seurata päästöjä jatkuvasti sekä minimoida päästöt. Tuotannot kunnioittavat kuvauspaikkoja, mutta huomioivat myös kestävän kehityksen kulttuuriset ja sosiaaliset ulottuvuudet esimerkiksi suosimalla paikallisia ja kumppaneita, jotka ovat sitoutuneita vihreisiin arvoihin. (Greenproductionguide 2019.)

Kestävän tuotannon osa-alueita ovat muun muassa liikkuminen, energiankulutus, haitallisten kemikaalien välttäminen, ruokahuolto ja kiertotalouteen osallistuminen. Vihreitä ratkaisuja kestävässä tuotannoissa on energiansäästö, uusiutuva energia, lentämisen vähentäminen, vastuullinen ruokahuolto, kestävät materiaalivalinnat, kiertotalous sekä fossiilisten energialähteiden, polttoaineiden ja öljypohjaisten materiaalien minimaalinen käyttö. (Greenproduction 2019.)

Vihreitä energiaratkaisuja ovat energiansäästö ja sähkösopimus uusiutuvan energian käytöstä esimerkiksi aurinko- tai tuulivoima. Kuvauspaikoilla aggregaattien käyttöä tulisi välttää. Energiansäästöissä tulisi huomioida muun muassa maltillinen sisälämpötila, led-valot, energiatehokkaat laitteet ja sammutettavat pistorasiat. Energiansäästö tuo tuotannolle myös taloudellisia säästöjä. (Greenproduction 2019.)

Kestävässä tuotannossa toteutetaan kiertotaloutta eli vuokrataan, lainataan, hankitaan käytettynä, käytetään uudelleen, annetaan ja myydään eteenpäin. Esimerkkinä rekvisiitta- ja kalustehankinnat, joiden ostamista uutena pyritään minimoimaan. Kuvauspaikan lavastemateriaaleja voi hyödyntää hyvällä suunnittelulla uudelleen tuotannon eri vaiheissa. Vihreässä tuotannossa hankintojen jatkokäyttö pohditaan ja kiinnitetään huomiota materiaalien laatuun sekä alkuperään eli vihreämpään valintaan. Kestävään tuotantoon kuuluvat siis kiertotalouteen osallistuminen, jätemäärän minimointi sekä kierrätys. (Greenproduction 2019.)

Vihreässä tuotannossa kevennetään kemikaalikuormaa eli punnitaan erikoistehosteiden käyttöä sekä toteutustapaa ympäristön näkökulmasta. Tuotannossa tulisi välttää myrkyllisiä nesteitä ja välttää öljypohjaisten materiaalien polttamista. Esimerkiksi savua voi tuottaa myrkyttömällä nesteellä. Vihreitä valintoja ovat hajusteettomat, biohajoavat sekä ympäristö- ja allergiamerkityt tuotteet. Kemikaalikuorma tulisi huomioida kestävässä tuotannossa myös välillisesti. Esimerkiksi valita puuvillan sijaan luomupuuvilla, bambu tai hamppu, sillä puuvillan tuottamisessa käytetään runsaasta torjunta-aineita ja haitallisia kemikaaleja. (Greenproduction 2019.)

Tv-tuotannoissa käytetään puvustoa, jonka määrä vaihtelee tuotannoittain. Osa puvustuksen vaatekappaleista saattaa olla vain yhden kerran näyttelijän päällä, osa saattaa jäädä kokonaan käyttämättä erinäisistä syistä. Puvuston hankinnassa voidaan ottaa tekstiilikuitujen ekologisuus huomioon harkitsemalla, minkä tekstiilikuidun valitsee, varsinkin jos hankitaan uusi vaatekappale kaupasta eikä esimerkiksi käytettyjä vaatteita kirpputorilta. Tekstiilikuitujen ympäristövaikutukset ovat mitattavissa eri kuitujen mukaisesti. Hiilidioksidipäästöjä voidaan tekokuitujen valmistamisessa vähentää käyttämällä mahdollisimman vähän fossiilisia raaka-aineita kuitupolymeerin valmistuksessa sekä kuidutuksessa. Luonnonkuitujen ympäristöpäästöt aiheutuvat maatalouden lannoitteista, muista kemikaaleista ja ajoneuvojen polttoaineen kulutuksesta. Energiankulutus on luonnonkuiduissa pienempi kuin tekokuiduissa, mutta esimerkiksi puuvillan vedenkulutus on ylitse muiden. Luonnon- ja muuntokuitujen etuna on kuitenkin niiden lähtöraaka-aineen uusiutuvuus sekä kuitujen biohajoavuus. Kaikkien kuitujen valmistuksen ekologisuutta voidaan lisätä kemikaalien haitattomuudella ja kierrätettävyydellä. (Räisänen, Rissanen, Parviainen & Suonsilta 2017, 104.) Liitteistä löytyy taulukko, jossa on yleisimmät tekstiilikuidut järjestetty energian- ja vedenkulutuksen sekä hiilidioksidipäästöjen mukaan. (Liite 1.)

Tv-tuotannoissa liikkuminen paikasta toiseen ja logistiikka on olennaisessa osassa. Kuvauspaikka saattaa olla kaukana toimistosta ja kuvauspaikka saattaa vaihdella paljonkin kuvausten aikana. Usein tuotantotoimiston ja kuvauspaikan välillä liikutaan päivittäin esimerkiksi tavaran tuomisessa ja hakemisessa. Tuotannoilla on usein muutama auto hankintojen hakemista ja kuvauspaikoille liikkumista varten. Sijainti vaikuttaa liikkumiseen paljonkin, mutta ekologisuuden voi ottaa huomioon myös liikkumisessa. Ilmaston kannalta vihrein liikenneväline moottorilla kulkevista on sähköjuna ja kaikista huonoin vaihtoehto on lentokone. (Kalmari & Kelola 2009, 58-59.)

Päästöihin vaikuttaa esimerkiksi se, kuinka paljon ja mitä polttoainetta kulkuväline käyttää, miten nopeasti liikutaan, miten painava lasti on, matkan pituus ja matkustajien määrä (Kalmari & Kelola 2009, 59). VTT:n erikoistutkija Mäkelä ja Lundin yliopiston professori Gössling ovat tehneet listauksen ympäristöystävällisimmistä liikenne-

nevälineistä parhaimmasta huonoimpaan. Ympäristön kannalta paremmuusjärjestyksessä liikennevälineet ovat: pyörä, sähköjuna, bussi, dieseljuna, henkilöauto, autolautta, pika-alus ja lentokone. (Kalmari & Kelola 2009, 60.)

Tv-tuotannoissa myös majoituspaikkojen tarve vaihtelee. Joskus kuvauspaikka voi olla toisella puolella Suomea tai vaikka ulkomailla. Vastuullinen matkailija valitsee yösijaksi ympäristömerkityn hotellin eli ympäristösertifikaatin saaneen hotellin tai majapaikan, aina kun mahdollista. Suomessa on ympäristösertifikaatteina käytössä esimerkiksi pohjoismainen Joutsenmerkki ja EU:n laajuinen EU-Kukka. (Kalmari & Kelola 2009, 79-81.) Joutsenmerkin saanut on sitoutunut vähentämään energian- ja vedenkulutusta, suosimaan haitattomia kemikaaleja ja puhdistusaineita, lajittelemaan jätteet, minimoimaan kuljetusten ympäristövaikutukset ja laatimaan ympäristönsuojelutavoitteet. EU-Kukan vaatimuksina on esimerkiksi energiankulutuksen, päästöjen ja jätteen vähentäminen. Matkailun ympäristömerkkejä on esimerkiksi myös Energy Star, Green Key, ISO 14000 ja Green Globe. (Kalmari & Kelola 2009, 94-95.) GreenStar-hotelliketju oli Suomen ensimmäinen Joutsen-merkin saanut hotelliketju (GreenStar 2019).

Scandic-hotelliketju on pienillä teoilla saanut tehokkaasti vähennettyä hiilidioksidipäästöjä esimerkiksi luopumalla kokonaan kertakäyttöpakkauksista, tehostamalla rakennus-, energia- ja vesiratkaisuja sekä lajittelemalla jätteet. Scandicia pidetään yhtenä vihreimpänä hotelliketjuista Pohjoismaissa. Vuoteen 2025 mennessä Scandicin tavoitteena on päästä hiilidioksidipäästöistä kokonaan eroon. (Kalmari & Kelola 2009, 79.) Scandic-hotelleista 90% on ympäristösertifioituja. Nämä hotellit ovat asettaneet rajat hiilidioksidipäästöille, jätehuollolle, energian ja veden kulutukselle sekä kemikaalien käytölle. (Scandic 2019.)

Matkailijan kannattaa suhtautua varauksella majapaikkojen eko-etuliitteisiin markkinoinnissa, sillä tänä päivänä vihreys on mainio markkinointikeino. Toisin sanoen varmin tapa luottaa majapaikan vihreyteen on hotellin tai majapaikan ulkopuoliselta taholta myönnetyt sertifioidut ympäristömerkit. Matkailijalla on tosin itsellään myös vastuu siitä, minkälainen jälki yöpymisestä ympäristöön jää. Esimerkkinä valojen ja

sähkölaitteiden sammuttaminen, jätteen määrä, ilmastonin, lämmityksen ja veden käyttö. (Kalmari & Kelola 2009, 79-81.)

Tv-tuotannoissa vettä tulee aina olla tarjolla. Riippuen tuotannosta ja kuvauspaikasta sekä niiden vedensaannista, voidaan pullovesien hankinta kuvauspaikalle kokea helpottavaksi. Pullovesibisnes on maailman nopeimmin kasvava juomateollisuuden ala, minkä arvo on 120 miljardia euroa vuodessa. Suomessa pullovesien käyttö on vähäisempää kuin muualla Euroopassa. Panimoliiton mukaan vuonna 2016 Suomessa ostettiin yli sata miljoonaa litraa pullovettä. (Yle 2018b.)

Pullovien käyttäminen on varsin epäekologista muovin kulutuksen ja pullojen raahaamisen aiheuttamien kasvihuonekaasujen vuoksi. Mahdollisuuksien mukaan juomavesi tulisi valita ympäristön kannalta parhaalla vaihtoehdolla esimerkiksi täyttämällä oma juomapullo hanavedestä sen ollessa juomakelpoista, suosia kierrätettäviä pulloja ja suosia paikallista, ei toiselta mantereelta raahattua vettä. (Kalmari & Kelola 2009, 123.)

Tv-tuotantojen kuvauspaikalla järjestetään usein ruokailu. Noin viidennes kulutuksen ilmastovaikutuksesta aiheutuu ruoasta. Ruoan vaikutuksia ympäristöön ovat esimerkiksi luonnon monimuotoisuuden heikkeneminen, vesistöjen rehevöityminen ja ympäristölle haitallisten aineiden leviäminen. Ruoan alkutuotannon ympäristövaikutukset ovat merkittävästi suuremmat kuin jalostuksen, kuljetuksen ja pakkausten ympäristövaikutukset. Suurimmat ympäristövaikutukset aiheutuvat etenkin lihalla ja eläinperäisillä tuotteilla maataloustuotannosta, kotieläintuotannosta ja peltoviljelystä maaperän käytön myötä. Liharuokien ympäristövaikutukset vaihtelevat käytetyn lihan määrän ja laadun mukaan esimerkiksi naudanliha kuormittaa ympäristöä huomattavasti enemmän kuin broileri tai sianliha. Tämä johtuu nautojen ruoansulatuksen metaanipäästöistä ja suuremmasta rehuntarpeesta tuotettua lihakiloa kohden. (Mattila 2016, 50-51.)

Ruoankulutuksen aiheuttamia ympäristövaikutuksia voidaan vähentää suurestikin lisäämällä ravintorikkaita kasviksia ja vähentämällä lihan ja lihatuotteiden käyttöä. Kasvisruokien ympäristövaikutukset ovat usein pienempiä kuin liharuokien. (Mattila 2016, 51.) Aterian ympäristövaikutus kasvaa merkittävästi liharuokien ohella myös, jos muita eläinperäisiä tuotteita käytetään reilusti esimerkiksi maidosta valmistettavia juustoa tai kermaa (Mattila 2016, 52). Liitteistä löytyy kuva, jossa on esimerkkejä eri ruokatuotteiden ilmastovaikutuksista (Liite 2).

Mattilan mukaan suurin päästövähennys saavutetaan täysin vegaanisella ruokavalioilla, mutta tämä ei välttämättä pienennä ruokavalion päästövaikutuksia ratkaisevasti, jos ruokavalioon valitaan paljon suuripäästöisiä kasviksia, esimerkiksi talviaikaan kasvihuoneissa tuotettuja uusiutumattomalla energialla. Ateriat tulisi siis syödä energiantarpeen mukaisesti ja lisätä kasvien, täysjyvävilja- ja avomaatuotteiden sekä palkokasvien, siementen, pähkinöiden ja muiden paljon ravintoaineita sisältäviä kasvikunnan tuotteita ruokavalioon. (Mattila 2016, 73.)

Tuotannoissa on monia osa-alueita, joihin tulisi tehdä suunnitelmat ympäristöystävällisistä valinnoista ja toimintatavoista. Jokainen tuotanto on erilainen, joten suunnittelu on erityisen tärkeää. Työryhmällä tulisi olla selkeät ohjeistukset ja tavoitteet ekologisuuden kannalta, jotta työryhmä on tietoinen tuotannon vihreistä arvoista ja osaa toimia niiden mukaisesti. Tuottajalla on tärkeä rooli työryhmän sitouttamisessa vihreään ajatteluun ja toimintaan.

2.2 Ekologinen kestävä kehitys tuotannoissa

Lähdimme selvittämään, miten tällä hetkellä elokuva- ja tv-alalla on otettu huomioon ympäristösertifikaatit. Elokuva-alalla on herätty tuotantojen suuriin hiilijalanjälkiin ja niiden vaikutukset ilmastonmuutokseen. Tuotantojen ympäristökuormat ovat merkittäviä. Suurimmat ympäristöä kuormittavat tekijät ovat sähkö, polttoaineet ja materiaalien kulutukset. Elokuva-alalla on otettu kestävä tuottaminen huomioon ja alalla pyritään ympäristöystävällisemmäksi. Kestävyysajattelu yleistyy Yhdysvalloissa, osissa

Eurooppaa ja Suomessa (House of Lapland 2018). Kestävät tuotannot ovat siis tavoitteena. Esimerkiksi Yhdysvalloissa keskimääräiset CO₂-päästöt ovat yhdellä elokuvalla noin 4 000 tonnia. Euroopassa vastaava luku on noin 1 000 tonnia. (Yle 2019.) Vertailun vuoksi, 1 tonni eli 1 000 kg CO₂-päästöjä tulee, kun tuotetaan esimerkiksi 67 kg naudanlihaa. (Clonet 2018.)

Suomessa on vuonna 2019 valmistunut ensimmäinen audiovisuaalisen alan kestävän toiminnan opas. Ekosetti-oppaan on kirjoittanut Kaisa Astikainen ja Anne Puolanne. Oppaassa on konkreettisia neuvoja tuotannon muuttamiselle ekologisemmaksi. Oppaan rahoittajina ovat toimineet AVEK (audiovisuaalisen kulttuurin edistämiskeskus, APFI ry (av-tuotantoyhtiöiden edunvalvonta- ja tekijänoikeusyhdistys) ja Aalto-yliopisto. AVEKin johtaja kommentoi Iina Saariselle opasta näin:

”Ympäristöystävällisyys näkyy elokuvatuotannoissa lähinnä puheissa, mutta ei tekoina. Audiovisuaalisen alan toimijat ovat yleisesti arvo maailmaltaan ihmisiä, jotka pyrkivät toimimaan ympäristön kannalta vastuullisesti, mutta kiireessä ja tuotannon keskellä se on vaikeaa. Opas antaa tietoa siitä, mihin keskittyä ja mikä on ratkaisevaa”. Simosen mukaan tuotannon ekologisuus tulee tulevaisuudessa vaikuttamaan tuotantojen tukipäätöksissä. (Saarinen 2019.)

Suomessa otetaan ensimmäisiä askelia kohti vastuullisempia tuotantoja (House of Lapland 2018). Lapin elokuvakomissio on julkaissut ”Code of conduct” eettiset ohjeet Lapin alueella kuvattaville tuotannoille, joka on ensimmäinen Suomessa. Konkreettiset ohjeet helpottavat tuotantoyhtiöiden sekä elokuvakomission työtä sekä näin tuotannot toimivat vastuullisesti. Kestävät tuotannot voisivat olla kilpailuvaltti varsinkin Suomelle, jossa on puhdas luonto ja mikä on kierrätyksen ja korkean teknologian maa. Kansainväliset tuotannot ovat kiinnostuneita kumppaneiden ja kuvauspaikkojen vastuullisuudesta (House of Lapland 2018). Eettiset ohjeet ohjaavat tuotantoja vastuullisiin toimintatapoihin luonnon, kulttuurin ja turvallisuuden kannalta (SES 2018).

Yhdysvalloissa toimiva elokuva-alan ekokonsultti Emellie O'Brien on vauhdittanut kestävää tuottamista Yhdysvalloissa. Hän on perustanut Earth Angel -yrityksen, joka on viidessä vuodessa kestäväittänyt lähes 30 elokuva- ja tv-tuotantoa sekä vähentänyt tuotantojen hiilidioksidipäästöjä 6 400 tonnilla ja kaatopaikkajätettä 3 000 tonnilla.

Earth Angelin kestäväillä tuotannoilla hiilidioksidipäästöt vähentyvät kolmanneksella ja jätemäärä jopa 70%. Yritys on myös tuonut taloudellisia hyötyjä asiakkailleen nimittäin yhteensä lähes miljoonan dollarin säästöt vastuullisilla valinnoilla. Avain kestäväan tuottamiseen on hyvä ennakkosuunnittelu, mitattavat tavoitteet, toimivat järjestelyt sekä tiivis seuranta. (SES 2018.)

Hollywoodia on syytetty valtavasta jätemäärästä ja energian tuhlaamisesta. Tähän havahduttiin Yhdysvalloissa jo kymmenen vuotta sitten, kun Kalifornian yliopiston tutkimuksesta selvisi, että elokuvateollisuus oli alueen toiseksi suurin päästöjen aiheuttaja. Tutkimuksessa laskettiin esimerkiksi ekokatastrofielokuva *The Day After Tomorrow*:n ympäristövaikutuksia, mitkä olivat ilmastolle katastrofaaliset. Elokuvan hiilidioksidi- eli CO₂-päästöt olivat 10 000 tonnia. (Yle 2018.) Tämä on saman verran kuin yhden suomalaisen koko vuoden hiilidioksidipäästöt (Clonet 2018). Yhdysvaltain elokuvakeskus Hollywood kannustaakin ympäristöystävälliseen elokuvantekoon. Hollywoodissa toimivat suuret tuotantoyhtiöt Disney, NBC Universal, Sony Pictures Entertainment, Fox ja Warner Bros ovat yhdessä rahoittaneet internetissä olevaa ohjesivustoa, jonka tavoitteena on vihreämmät tuotannot. Tämä sivusto on greenproductionguide.com, joka on suunnattu elokuvien ja tv-sarjojen valmistajille. (Yle 2010.)

Yhdysvalloissa toimii PGA Green -työryhmä, joka on yhdysvaltalaisen tuottajien ammattiliiton (Producers Guild of America) perustama. PGA Green toimii esimerkiksi edellä mainitun Green Production Guide -internetsivuston ja ekologisen tuotanto-opaan avulla. Tämä opas on nimeltään ”PGA Green Unified Best Practices Guide”, jossa korostetaan muun muassa viestinnän tärkeyttä ja tuottajan roolia sitouttaakseen työryhmän ekologisiin toimintatapoihin. PGA Greenin tavoitteena on toimia ekologisemman elokuvateollisuuden puolesta ja välittää tuotannoille tietoa ympäristöystävällisistä työtavoista. (Greenproductionguide 2019.)

Yhdysvalloissa toimii myös esimerkiksi NYC Film Green -ohjelma, joka on ensimmäinen elokuva- ja televisioiteollisuuden kestävä kehityksen ohjelma Yhdysvalloissa, jota hallinnoi valtion virasto. NYC Film Green on vapaaehtoinen ohjelma, jonka avulla ym-

päristötietoiset toimijat voivat hakea ja saada tunnustusta kestäväen kehityksen toiminoistaan. NYC Film Green pyrkimyksenä on saada New Yorkin elokuva- ja televisioteollisuutta vihreämmäksi yksi tuotanto kerrallaan. He ovat asettaneet kultastandardin kestäville elokuva- ja televisiotuotannon parhaille käytännöille koko maailmassa. (NYC 2019.) Kultastandardin saamisen vaatimuksina tuotannoille on täyttää asetetut vaatimukset, suorittaa ”Green Production Guide Production” -ympäristölaskentaraaportti sekä täyttää vaatimuslistasta vielä viisi valinnaista pakollisten vaatimusten lisäksi. Sertifikaatin saaminen vaatii tuotannolta sitoutumista ja dokumentointia. Pakollisia vaatimuksia sertifikaatin saamiselle on esimerkiksi:

- tuotannon hiilijalanjäljen laskeminen asetetun työkalun avulla
- jätteiden lajittelu toimistossa ja tuotannossa ohjelman mukaisesti
- toimintasuunnitelman luominen kuljetusten päästöjen vähentämiseksi
- nollapäästöiseen liikkumiseen rohkaisu, esimerkiksi kävely ja pyöräily
- ei tyhjäkäyntiä ajoneuvoilla, generaattorit täyttävät EPA-tason 3-standardin
- tarpeettoman moottoriajoneuvoilla liikkumisen vähentäminen
- tarpeettomien esineiden lahjoittaminen tai uudelleen käyttäminen
- kertakäyttöiset vesipullot pois käytöstä
- ylijääneen ruoan lahjoittaminen
- energian säästäminen toimistossa ja kuvauksissa
- työryhmälle järjestetään kokous liittyen kestäväen kehitykseen sitoutumisesta
- kestäväen kehityksen tavoitteiden asettaminen ja kierrätetyn tulostuspaperin käyttäminen.

(NYC Film Green Designation Program 2019.)

Myös Euroopassa tuotannot vihertyvät. Esimerkiksi vihreän elokuvan saksalainen pioneeri Birgit Heidsiek on tuottanut eurooppalaiselle Cine-Regio-verkostolle raportteja alan kestävyyskehityksestä. Heidsiek on huomannut, että vihreä aalto on voimistumassa alalla. Useissa Euroopan maissa on jo julkaistu kestäväen käytäntöjen oppaita, järjestetty työpajoja elokuvantekijöille ja laadittu alueellisia sertifikaatteja sekä taloudellisia kannustimia. (Greenproduction 2019.) Euroopassa kestäväällä tuotannolla on myös määritelmä. Kestävä tuotanto toteuttaa parhaita käytäntöjä, joilla pyritään jat-

kuvasti vähentämään hiilidioksidipäästöjä ja luonnon resursseja, tavoitteena nolla negatiivista vaikutusta. Kestävä tuotanto jakaa kestävyysarvot kaikkien osallistujien kanssa, mukaan lukien näyttelijät, työryhmä, toimittajat, johto ja yleisö. Tuotanto myös vaikuttaa myönteisesti siihen osallistuviin ihmisiin ja paikkoihin. (NYC 2019.)

Italialainen T-Green Film on ensimmäinen eurooppalainen rahasto, joka myöntää vihreän sertifikaatin sekä lisärahoitusta tuotannoille, jotka täyttävät tiukat ehdot kestävässä tuottamisessa. T-Green Film on vuonna 2017 Trentino Film Fund and Commission:n perustama rahasto. Ehtojen täyttymistä valvoo APPA of Trento (Provincial Agency for the Protection of the Environment). Tuotannon pitää ensin tehdä kestävyysuunnitelma ja kertoa, mitä kaikkea se haluaa tavoittaa. Kriteereiden aihealueita ovat sähkönkulutus, kulkeminen, catering, materiaalien valinta, jätteiden käsittely ja tietoliikenne. Lokakuussa 2019 sertifikaatin saaneita elokuvia oli seitsemän. (Trentino Film Commission 2019.)

Cannesin elokuvafestivaali on saanut vuosien saatossa paljon kritiikkiä siitä, että festivaalien järjestäjät eivät ole panostaneet lainkaan kestäväan kehitykseen. Vuonna 2012 suuren negatiivisen mediahuomion jälkeen festivaali ryhtyi ympäristötoimiin. Kolme kertaa päivässä vaihdettava punainen matto päättyi aiemmin aina kaatopaikalle, ja nyt se kierrätetään takaisin valmistajalle materiaaliksi. Cannesin kaduille on tuotu aurinkovoimalla toimivia roskakoreja, jotka puristavat roskat tiiviimmäksi, jotta roskakoreja ei tarvitse tyhjentää yhtä usein, mikä vähentää roska-autojen polttoaineen kulutusta. Kultainen palmu –palkinto tehdään nykyään kestävästi tuotetusta kullasta. (The Greenpick.com 2019.)

2.3 Ekologinen kestävä kehitys toimistossa

Erityisesti nuoret työntekijät ovat kiinnostuneita ekologisuudesta, mikä voi vaikuttaa työpaikan valintaan. Kilpailu osaavista työntekijöistä tv- ja elokuva-alallakin on kovaa,

ja yksi valtti työnantajalle on sen ekologisuus verrattuna muihin potentiaalsiin työnantajiin. Ympäristöstä huolehtiva yritys herättää nuorissa työntekijöissä luottamusta ja arvostusta. (Laaksonen 2017.)

Kun kaksi henkilöä lentää New Yorkiin ja takaisin, siitä syntyy saman verran hiilidioksidipäästöjä kuin seitsemän kerrostalon sähkönkulutuksesta vuodessa. (Sarkkinen 2006, 10.) Lentämisen päästöt tulevat itse lentämisen lisäksi lentokenttien ylläpidosta ja kaikesta lentämiseen liittyvästä logistiikasta, kuten kulkemisesta lentokentälle ja takaisin. Suurimmat hiilidioksidipäästöt tulevat kuitenkin itse lentämisestä. (Ilmastoapu 2019.) MyClimate-sivuston laskurin mukaan yhden hengen edestakainen lento Helsingistä New Yorkiin kuluttaa 2 100 kiloa hiilidioksidia. Jos ilmastonmuutos haluttaisiin pysäyttää, yhden ihmisen koko vuoden hiilidioksidipäästöt saisivat olla vain 600 kiloa (Myclimate 2019).

Lähes kaikkien tuotteiden suurin ympäristökuorma muodostuu tuotteen tuotantovaiheessa, ei käytössä. Jos ympäristökuormaa haluaa pienentää tehokkaasti, olisi hyvä panostaa laadukkaisiin tuotteisiin, joiden käyttöikä on mahdollisimman pitkä. (Sarkkinen 2006, 25.) Jotta tuotteen ympäristökuorma per käyttökerta olisi mahdollisimman alhainen, käyttökertoja tulisi olla mahdollisimman paljon. Harvoin käytettävät laitteet kannattaakin olla yhteiskäytössä mieluummin kuin ostaa useampi samanlainen. Hyväkuntoiset, tarpeettomat laitteet kannattaa aina yrittää antaa eteenpäin. (Sarkkinen 2006, 26.)

Suomessa kiinteistöjen lämmitykseen käytettävä energia on noin 25 prosenttia maamme kokonaisenergiankulutuksesta (Ilmasto-opas 2018). Ei siis ole yhdentekevää, millaisessa rakennuksessa yritys sijaitsee. Jos lämmitys ja ilmanvaihto eivät toimi optimaalisesti, energiankulutus voi olla suurempi kuin on välttämätöntä. Kiinteistön energiatehokkuuteen voi vaikuttaa helpoiten ikkunoiden vaihdoilla tai lisälaseilla, lämmitys- ja ilmanvaihtojärjestelmien oikeilla säädöillä ja lämmön talteenotolla. (Ilmasto-opas 2018.)

Valaistuksen osuus toimiston energiankulutuksesta voi olla jopa 50 prosenttia, eikä silti saada optimaalista valaistusta työntekoon. Luonnonvaloa kannattaa hyödyntää sijoittamalla työpisteet ikkunoiden läheisyyteen, ja pitää ikkunat puhtaina. Valaistuksen sähkönkulutusta voi pienentää myös heijastamalla valo katon kautta, suosimalla vaaleita seinä- ja kattopintoja sekä pitämällä valaisimet puhtaana. Loisteputkivalaisimet ja energiansäästölamput kuluttavat 75 prosenttia vähemmän energiaa kuin hehku-lamppu. 20 lampun vaihtaminen energiatehokkaisiin vähentäisi 131 kiloa hiilidioksidipäästöjä vuodessa. (Sarkkinen 2006, 37.)

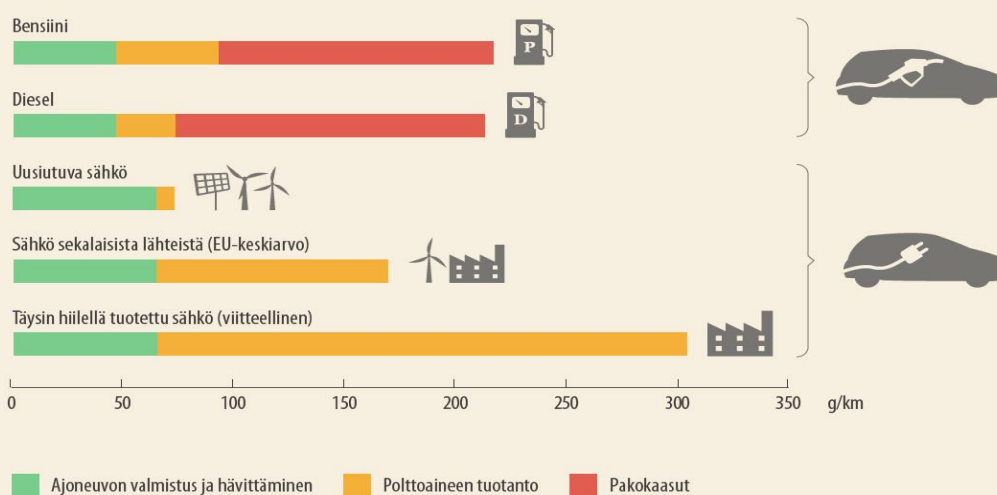
Toimiston keittiökoneiden hankinnassa tulisi kiinnittää huomiota niiden energialuokkaan. Myös laitteiden sijoituksella ja käyttötavalla on väliä energiankulutuksen kannalta. Kylmälaitteen sijoittaminen uunin viereen saattaa jopa kaksinkertaistaa sen energiankulutuksen. Vapaata ilmatilaa tulisi olla kylmälaitteiden ympärillä. Astianpesukoneiden halutaan säästävän vettä ja energiaa, minkä vuoksi pesuohjelmat ovat pitkiä. Astianpesukone kannattaa täyttää aina täyteen, ja mahdollisuuksien mukaan käyttää pikaohjelmia. Kertakäyttöastioiden sijasta tulisi käyttää oikeita astioita. Vedenkeitin kuluttaa vähemmän sähköä kuin veden lämmittäminen liedellä. (Sarkkinen 2006, 39-40.)

Monesti, ei tule ajatelleeksi, että kahvin hiilijalanjälki syntyy suuressa osassa myös itse arkikäytössä. Kahvin hiilijalanjälkeä voi pienentää arjessa, kun esimerkiksi kahvinkeitintä ei pidä turhaan päällä tai keitä kahvia enempiä kuin juo. Kahvia myös kaadetaan valtavat määrät viemäriin sen seisseen jo aikansa, mikä taas vääristää kahvin kulutuksen määrä perustuen myytyihin kiloihin asukasta kohden. Kerta-annospakkaus kahvit, esimerkiksi kapselikaavit, ovat kaikista epäeettisin tapa nauttia kahvia. Hampurissa, Saksan toiseksi suurimmassa kaupungissa, onkin kielletty kapselikaavin käyttö vuodesta 2016 lähtien kaupungin laitoksissa vähentääkseen ympäristöjätettä. Kahvijätteen kohdalla paras tapa taistella ilmastonmuutosta vastaan on oikeanlainen kierrätys. (Leppänen & Salomaa 2018, 225.) Kahvinkeitin jättäminen päälle koko päiväksi, ja sitten painuneen kahvin heittäminen pois on monissa toimistoissa jokapäiväistä. Termoskannussa kahvi säilyy parempana, eikä siinä kulu energiaa.

Henkilöautot kulkevat suurimmaksi osaksi fossiilisilla polttoaineilla, minkä vuoksi kaikki liikenteen päästöt ovat haitaksi ilmastolle. Liikenteen päästöt ovat noin 20 prosenttia Suomen hiilidioksidipäästöistä. Liikenteen ilmastovaikutuksista suurin osa tulee yksityishenkilöiden liikkumisesta. Liikenteen päästöt lähtivät kasvuun 1990-luvun laman jälkeen, kunnes vuodesta 2007 ne ovat olleet pienessä laskussa. Tämä selittyy biopolttoaineiden kehittämällä sekä autojen energiatehokkuuden parantamisella. Päästöjen vähentyminen ei kuitenkaan ole lähellekään riittävää, mikäli haluamme päästä asetettuihin päästövähennys tavoitteisiin. Samassa ajassa, kun autojen energiatehokkuus on parantunut, ovat ajatut kilometrit jatkuvasti lisääntyneet. (Ilmasto-opas 2019.) Suomen sähköntuotannon keskimääräisten päästöjen mukaan laskettuna sähköauton hiilidioksidipäästöt ovat noin 21 g/km (Ilmasto-opas 2019). Vuonna 2018 keskimääräiset CO₂-päästöt olivat bensiiniautoilla 118,5 g/km ja dieselillä 130,4 g/km. Selitys dieselautojen suurempiin päästöihin on se, että niissä on usein suuremmat moottorit, jolloin polttoaineen kulutus kasvaa. (Saarinen 2019.) Ei pidä kuitenkaan unohtaa, että valmistusvaiheessa sähköauton päästöt ovat polttomoottoriautoa suuremmat. Sähköauto on aiheuttanut noin 13 600 kilon ja polttomoottoriauto noin 6 350 kilon hiilidioksidipäästöt auton valmistusvaiheessa (Talouselämä 2013). Energiatehokkaampien autojen hankinta ei yksistään riitä hillitsemään liikenteen päästöjä, vaan ajokilometrejä tulisi samalla vähentää reilusti (Ilmasto-opas 2019). Alla oleva kuva osoittaa, kuinka paljon sähkön lähteellä on merkitystä siinä, onko sähköauto lopulta ekologisempi kuin polttomoottorilla kulkeva auto.

LIIKENTEEN HIILIDIOKSIDIPÄÄSTÖT EU:SSA

Hiilidioksidipäästöt elinkaaren aikana ajoneuvon ja polttoaineen mukaan



Lähteet: Euroopan ympäristökeskus, TNO



(Euroopan Parlamentti 2019).

Toimiston sijainnilla on suuri vaikutus siihen, kuinka paljon yksityisautoilua se työntekijöiden keskuudessa aiheuttaa. Työpaikan sijainti hyvien julkisen liikenteen varrella vähentää yksityisautoilua. (Sarkkinen 2006, 53). Etätyömahdollisuus vähentää työmatkaliikennettä ja joustavat työajat loiventavat ruuhka-aipeita (Ilmasto-opas 2019). Kun työntekijän ei tarvitse seisottaa autoa tyhjäkäynnillä ruuhkassa, vaan hän pääsee kulkemaan työmatkan mahdollisimman nopeasti, päästöt pienenevät. Ja jokainen etätyöpäivä vähentää auton käyttöä. Liikematkustamiseen käytetyt liikennevälineet ratkaisevat sen ympäristövaikutukset. Kotimaassa suositeltavin vaihtoehto on tietysti juna, jonka energiankulutus ja hiilidioksidipäästöt ovat vain viidesosan lentokoneeseen verrattuna. Yksin henkilöautolla kuljettaessa päästöt ovat lentomatrustamisen

kanssa samaa luokkaa. Laivojen päästöt ovat jopa suuremmat kuin lentokoneiden. Autolautan hiilidioksidipäästöt matkustajaa kohden ovat noin kaksinkertaiset lentokoneeseen verrattuna. (Sarkkinen 2006, 55-56.)

2.4 Yritysvastuu ja kestävä johtajuus

Vastuullisella yrityksellä tarkoitetaan yritystä, joka pyrkii minimoimaan toimintansa aiheuttamat kielteiset vaikutukset ympäristöön. Yritysvastuu, eli yhteiskuntavastuu, alkoi nousta esiin yritysten johtojen toiminnassa 1990-2000-lukujen aikana. Yritysvastuussa käytettiin tuolloin John Elkingtonin kolmen pilarin mallia, johon kuuluivat talous, ympäristö ja sosiaalinen vastuu. Myöhemmin malliin lisättiin kulttuurinen kestävyys. Vastuullisuus yrityksessä toteutuu vain, jos yrityksen ylin johto sitoutuu siihen. Sitoutuminen tarkoittaa sitä, että yritysjohto päättää, mitä se vastuullisuudelta haluaa, ja tekee sen jälkeen yritysvastuuohjelman. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 17, 45.)

Yrityksen mission ja vision pitää olla yritysvastuuohjelman mukaiset, ja ilmentää sitoutumista siihen. Yrityksen johdon tulee päättää, haluaako yritys olla vastuullisuudessa edelläkävijä, vai noudattaa ainoastaan määrättyjä lakeja ja asetuksia. Jos yritys haluaa olla vastuullisuudessa edelläkävijä, altistuu se erityistarkkailulle, ja toiset yritykset voivat ottaa siitä mallia ja pääsevät helpommalla. Edelläkävijän roolilla voi kuitenkin erottua positiivisesti muista vastuullisena työnantajana ja palvelun tuottajana. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 45-46.)

Kestävä kehitys koskee jokaista yritystä, sillä kestävä kehitys liittyy kaikkeen mitä teemme ja vaikuttaa joko suoraan tai epäsuoraan maailman tilaan tällä hetkellä ja etenkin tulevaisuudessa (Bärlund & Perko 2013, 28). Yritys voi maksimoida omia hyötyjään ja etuaan viemällä kestävänsä kehityksen liiketoimintastrategian ytimeen, mikä on yritykselle juurikin liiketoiminnallisesti älykästä ja kannattavaa (Bärlund & Perko 2013, 20). Yritykset eivät kuitenkaan juuri panosta kestävänsä kehitystä edistäviin toimintamalleihin ja vastuullisuuteen pelkästä hyvästä tahdosta vaan sitten, kun siitä tulee yritykselle liiketoiminnallisesti tarpeeksi tärkeää. Yritys voi hyötyä monella tavoin

panostaessaan kestävään kehitykseen esimerkiksi euroina investoimalla fiksumpiin teknologioihin ja kehittämällä uusia ratkaisuja kestävää kehitystä edistäen. Toimintoja voidaan siis tehostaa, järkeistää ja optimoida, jotka alkuinvestointien jälkeen tuottavat säästöjä sekä kustannushyötyjä. Ratkaisujen menestyessä markkinoilla ja vastatessa asiakkaiden arvomaailmaan ja tarpeisiin, tulee uusista ratkaisuista kilpailuvaltti. Myös monet sijoittajat ja rahoittajat edellyttävät yrityksiltä vastuullista liiketoimintaa. (Bärlund & Perko 2013, 30-35.)

Tänä päivänä yrityksille ja niiden menestymiselle kestävä kehitys on välttämättömyys ja rationaalinen syy myös selvitä markkinoilla pitkällä aikavälillä. Toisin sanoen yrityksen kannattava liiketoiminta tulee riippumaan entistä enemmän siitä, miten kestävä kehityksen periaatteet on viety toimintaan ja strategiaan sekä millä tavoin siitä on tehty kilpailuetu. (Bärlund & Perko 2013, 20.) Kestävän johtajuuden organisaatiossa kestävä kehitys edistetään siksi, että se tukee ja vahvistaa liiketoimintaa, mikä näkyy selkeinä tavoitteina, vaikuttavuuden mittaamisena ja toiminnan seuraamisena. Yritys tähtää markkinajohtajaksi ja pyrkii entistä parempaan ekologiseen sekä sosiaaliseen suorituskyykyyn jatkuvalla kehittämisellä. (Bärlund & Perko 2013, 201-202.) Yritys, jossa kestävä kehitys on osa liiketoimintaa, tulee liiketoiminnan olla kannattavaa, jotta se heijastuu myönteisesti ympäröivään yhteiskuntaan (Bärlund & Perko 2013, 106). Kestävän kehityksen läpiviennin onnistumisella vaikutetaan positiivisesti myös yrityksen imagoon sekä brändikuvaan.

Yritykset, joissa toteutetaan kestävä johtajuutta, kiinnittävät huomiota yrityksen periaatteisiin ja linjauksiin, hankintoihin, tutkimukseen ja kehitykseen, tuotantoon, rekrytointiin, työntekijöiden motivointiin, lainsäädännön seuraamiseen ja ennakointiin, johtajien tiedon ylläpitoon, tietojen raportointiin ja auditointiin, sijoitustoimintaan sekä markkinointiin ja viestintään vastuullisen ja kestävä kehityksen kannalta. (Bärlund & Perko 2013, 179-183.)

Kestävä kehitys on käytännössä myös viety olemassa olevaan liiketoimintastrategiaan, kun sitä johdetaan ydintoimintoihin liittyvillä mittareilla eli ei niistä irrallisilla ja erikseen luoduilla mittareilla ja tavoitteilla. Vastuullisessa organisaatiossa johto päättää

työskennellä määrätietoisesti liiketoimintaan liittyvien ekologisten, sosiaalisten kulttuurillisten riskien tunnistamiseksi sekä ratkaisemiseksi. Johdon tulisi myös katsoa pidemmälle ja ideoida vastuullisia tapoja saavuttaakseen liiketoimintatavoitteet ja rakentaa luottamusta asiakassuhteisiin sekä tehostaa resurssi- ja materiaalitehokkuutta kustannushyötyjen saavuttamiseksi. Yrityksen johto vie kestävän kehityksen muutosprosessin osaksi organisaation sisäisiä toimintakäytäntöjä, joissa se alkaa elää sekä muuttua myös konkreettisiksi teoiksi. (Bärlund & Perko 2013, 33.)

Yritykset, jotka ovat ottaneet käyttöönsä luonnon resursseja säästäviä toimintamalleja ovat usein muita yrityksiä innovatiivisempia ja yrittäjähenkisiä etsiessään koko ajan uusia ratkaisumalleja sekä toimintamalleja. Henkilöstö on motivoitunut löytämään uusia ratkaisuja, jolloin tuottavuus myös kasvaa. (Bärlund & Perko 2013, 36.) Kestävään kehitykseen panostaminen siis ruokkii innovatiivisuutta ja parempaa tuottavuutta.

Kestävä kehitys vaikuttaa yrityksen toimintaympäristöön esimerkiksi kiristyvällä lainsäädännöllä ekologisten ja kestävämpien tapojen puolesta, luonnonresurssien niukkenemisellä ja kallistumisella, kuluttajien arvojen kohdistuessa kestävämpiin tuotteisiin ja palveluihin, kilpailijoiden panostaessa ekologisiin tuotteisiin ja samalla vaikuttaen toimialan sisäisiin standardeihin sekä median ja sosiaalisen median rooli kasvaa koko ajan yritysten epäkohtien ja vastuuttomuuden paljastamisessa. (Bärlund & Perko 2013, 38.)

3 YMPÄRISTÖSERTIFIKAATIT

Yritykset hankkivat erilaisia sertifikaatteja siksi, että sen sidosryhmille muodostuisi siitä parempi julkinen kuva, ja se voisi parantaa imagoaan. Yritykset käyttävät usein ympäristösertifikaatteja omassa viestinnässään. Tutkimusten mukaan yritysten imagoa on saatu nostettua jonkin verran ympäristömerkinnöillä. (Heiskanen 2004, 129.)

Raimo Lovion ja Eva Heiskasen vuonna 2003 tekemän tutkimuksen mukaan erilaiset sertifikaatit auttavat eniten yritysten alihankinta- ja rahoitussuhteissa. Useat yritykset jopa edellyttävät alihankkijoiltaan ympäristösertifikaatteja varmistaakseen niiden ympäristötyön laadukkuuden. (Heiskanen 2004, 129.)

Ympäristöviranomaiset ovat tukeneet ja kannustaneet voimakkaasti ympäristösertifikaattijärjestelmien käyttöönottoon. Viranomaiset huomasivat järjestelmien yleistyessä, että yritysten vapaaehtoinen sitoutuminen jatkuvaan parantamiseen on helpompaa, kuin jatkuva uusien lakien asetusten luominen. Taloudelliset ohjaukeinot, kuten ympäristövero, ovat poliittisesti epäsuosittuja, joten viranomaisten keskeiseksi vaikutuskanavaksi on jäänyt yritysten houkuttelemisen vapaaehtoisin järjestelmin ja sopimuksin toteuttamaan parannuksia toimissaan. (Heiskanen 2004, 126.)

Yrityksen johdon näkökulmasta ympäristöjärjestelmän hyödyt liittyvät luottamukseen ja riskien hallintaan. Ympäristöjärjestelmät ovat väline sidosryhmien luottamuksen saavuttamiseen. Ympäristöjärjestelmä varmistaa, että asiat ovat hallussa organisaatiossa. Kuluttajilla ei ole itse mahdollisuutta tarkistaa yrityksen ympäristöohjelman tasoa, joten sertifikaatit ovat tae siitä, että yrityksessä toimitaan hyvien ympäristöperiaatteiden mukaisesti. (Heiskanen 2004, 127.)

Suomessa on käytössä erilaisia ympäristösertifikaatteja, joista varmasti tunnetuin on ISO 14001 -ympäristösertifikaatti. Ympäristösertifikaatin saamiseksi yrityksen tulee noudattaa lainsäädäntöä, tunnistaa organisaation aiheuttamat ympäristövaikutukset sekä asettaa päämääriä ja tavoitteita ympäristövaikutusten pienentämiseksi. ISO 14001 -sertifiointi tukee yritystä ympäristöasioiden pitkäjänteisessä hoidossa. Sen avulla voidaan myös kasvattaa henkilöstön ympäristöosaamista ja -tietoisuutta. ISO

14001 -sertifioitu ympäristöjärjestelmä on etu lupa-asioissa, viranomaisyhteistyössä ja markkinoinnissa. (SRS 2019.)

Ekokompassi on Helsingin, Espoon ja Vantaan yhteinen hanke, joka kannustaa yrityksiä sitoutumaan kansainvälisiin ympäristöjohtamisen standardeihin. Ekokompassi on ympäristösertifikaatti, joka voi olla kilpailuetu muihin oman alan yrityksiin nähden. Ekokompassin nettisivuilta näkee kaikki yritykset, joilla kyseinen sertifikaatti on. Ekokompassi pohjautuu ISO 14001 standardeihin. (Ekokompassi.fi 2019.)

Kulttuurialalla erityisesti kesäfestivaalit ovat panostaneet ympäristöystävällisyyteen ympäristösertifikaattien hankkimiseen. Ekokompassi löytyy mm. Ruisrockilta, Tikkurila Festivaaleilta, Provinssirockilta ja Flow-festivaaleilta. (Ekokompassi.fi 2019.) Ruisrock on sitoutunut Ekokompassin mukaiseen toimintaan, mikä tarkoittaa muun muassa maatuvia kertakäyttöastioita, hyviä kierrätysmahdollisuuksia ja pantillisia alkoholijuomia. (Ruisrock.fi 2019.) Slush-tapahtumalla on myös Ekokompassi. Edellä mainittujen lisäksi Slushin ekologisuus näkyy myös siinä, että se ottaa yhteistyökumppaneikseen enimmäkseen sellaisia yrityksiä, joiden tuotteet ovat ympäristöystävällisiä, ja se vaatii kaikilta ruokamyyjiltä kasvisvaihtoehdon. Slush myös jakaa osalle osallistujista HSL-matkakortteja, jotta matkustaminen tapahtumaan olisi ekologisempaa. (Slush.fi 2019.)

WWF:llä on oma ympäristösertifikaatti, nimeltään Green Office. Green Office -sertifikaatin oli vuonna 2018 hankkinut Suomessa jo 143 organisaatiota, joissa oli yhteensä 59 000 työntekijää. WWF listaa kaikki yritykset nettisivuillaan. (WWF 2019b.) Green Office -sertifikaatin ehtona ovat vuosittaiset raportoinnit ja tulosten mittaukset. Green Office opettaa yritystä kiinnittämään huomiota muun muassa liikkumiseen, kierrätykseen, energiankulutukseen ja ruokavalintoihin. (WWF 2019c.)

4 AINEISTONKERUU

Kehittämistyötä tarvitaan, jotta voidaan esimerkiksi hyödyntää tietoa käytäntöön eli parannella toimintaa vielä paremmaksi. Kehittämistyön avulla voidaan tutkia vahvuuksia, heikkouksia tai jopa löytää uusia ulottuvuuksia, joita ei välttämättä löytäisi ilman kehittämistyötä. Kehittämistyö voi mahdollistaa paljon, oli se sitten yksittäinen toiminta, tai organisaatioon liittyvä suurempi kokonaisuus. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti, 2015, 12-14.) Jokaiseen kehittämistyöhön tulisi kartoittaa juuri kyseiselle kehittämistyölle sopivat menetelmätavat, sillä jokainen kehittämistyö on yksilöllinen (Ojasalo ym. 2015, 104).

Opinnäytetyöhön valitsimme laadullisen lähestymistavan, jotta saamme syvällisempää ymmärrystä tutkimusongelmaan. Aineistonkeruumenetelminä toimivat haastattelut ja havainnointi. Haastatteluilla saamme tietoa työntekijöiden omista näkökulmista ja tuntemuksista. Havainnoinnin avulla keräämme tietoa toimintatavoista sekä työympäristöistä. Laadullinen tutkimus sopii tämän työn tutkittavan ilmiön selvittämiseen, sillä laadullinen tutkimuksen pyrkimyksenä on auttaa ymmärtämään, kuvaamaan ja antamaan teoreettisesti mielekkään tulkinnan tutkittavasta ilmiöstä. (Eskola & Suoranta 1998, 61.) Laadullisen tutkimusmenetelmän avulla meillä on mahdollisuus löytää uusia näkökulmia tutkittavasta asiasta. Työhön siis sopii laadullinen tutkimus, koska tarkoituksena on luoda syvälinen ymmärrys aiheesta.

Haastatteluista ja havainnoinnista keräämme aineistoa lähtökohta-analyysiin ja SWOT-analyysiin. Lähtökohta-analyysin avulla pyrimme selvittämään organisaation tämänhetkisen tilanteen kestävä kehityksen näkökulmasta, jonka avulla pystymme kokoamaan SWOT-analyysin.

Lähtökohta-analyysi antaa lähtökohtatiedot siitä, missä yritys tällä hetkellä on. Lisäksi lähtökohta-analyysiin sisältyy näkymien ja mahdollisuuksien tutkiminen. Tällä tarkoitetaan sitä, että mihin yritys haluaa ja voisi mennä sekä mitä keinoja yrityksen kannattaisi käyttää, jotta tavoitteisiin päästään. Lähtökohta-analyysi voidaan jakaa neljään eri tutkittavaan osa-alueeseen eli yritysanalyysiin, markkina-analyysiin, kilpailija-analyysi-

sin sekä ympäristöanalyysiin. (Rope 2005, 464.) Teimme lähtökohta-analyysin yrityksen tilanteesta ekologisuuden näkökulmasta liittyen tutkimiimme tuotantoihin ja tuotantoyhtiön toimistoon, jotta saisimme käsityksen tämän hetkisestä tilanteesta ja mitä yritys voisi vielä tehdä vähentääkseen ympäristökuormaa.

Lähtökohta-analyysissa tulisi aina valita tarkasteltaviksi analyysikohteet yrityskohtaisesti. Yrityksen tulisi siis valita analyysikohteet, joilla on todellista merkitystä yrityksen menestykselle. Näin analyysien lopputulos pysyy myös tarkoituksenmukaisempana. Jokaisessa analyysissä tulisi tarkastella yrityksen nykytilannetta sekä myös tulevaisuuden näkymiä liittyen liiketoiminnan menestysedellytyksiin ja niihin vaikuttaviin mahdollisiin muutoksiin, jotka toimivat visioina tulevien ratkaisujen perustana. Lähtökohta-analyysien yhteisvaikutuksesta tulisi tehdä yhteenveto ja johtopäätökset eli koota nämä kokonaisanalyysiksi esimerkiksi SWOT -analyysilla. (Rope 2005, 467-468.)

4.1 Haastattelu

Haastattelu on yleinen tapa kerätä laadullista aineistoa. Kun halutaan tietää jotain ihmisten ajatuksista ja toimintatavoista. Haastattelun avulla haastattelija kerää tietoa haastateltavan ajatuksien ja mielipiteiden avulla tutkittavasta ilmiöstä sekä pyritään saamaan syvällisempää ymmärrystä tutkittavasta asiasta tai ilmiöstä. Haastattelut voidaan jakaa erilaisiin haastattelutyyppeihin: strukturoitu, puolistrukturoitu, avoin haastattelu ja teemahaastattelu. (Eskola & Suoranta 1998, 85-87.)

Strukturoidussa haastattelussa on ennalta määritetyt kysymykset sekä vastausvaihtoehdot. Puolistrukturoidussa haastattelussa ennalta määritettyjä vastausvaihtoehtoja ei ole, jolloin haastateltava voi vastata vapaasti omin sanoin kysymyksiin. Avoimessa haastattelussa käydään läpi ennalta määritettyjä aihealueita muistuttaen tavallista keskustelua. (Eskola & Suoranta 1998, 85-87.) Teemahaastattelussa on valittu ennalta

määritetyt teemat, joista keskustellaan. Teemahaastattelu rakentuu rajatun lomakehaastattelun ja vapaamuotoisen avoimen haastattelun välille. (Hirsjärvi & Hurme 2004, 47-48.)

Haastattelumenetelmistä valitsimme tähän opinnäytetyöhön puolistrukturoidun. Haastatteluille on valmisteltu tarkkoja kysymyksiä, mitkä esitetään haastateltaville. Puolistrukturoitu haastattelu sopii tähän opinnäytetyöhön hyvin, koska työssä halutaan tietoa juuri tietyistä asioista. Haastateltavalle halutaan antaa kuitenkin vapaus vastata kysymyksiin avoimesti ja vapaasti, jolloin voimme myös saada uutta tietoa aihealueeseen liittyen. Tällöin haastateltavan vastauksia ei myöskään ohjata liikaa.

Haastattelimme ennen tuotannon alkua tuottajaa sekä tuotantopäällikköä. Haastattelun aihe liittyi siihen, että miten tuotanto on ottanut huomioon kestävän kehityksen ja ekologisuuden tuotannossa. Haastattelimme myös molempien tuotantojen työryhmää havainnoinnin yhteydessä, jotta saisimme tietoa ja ymmärrystä siitä, miten ekologisuus on otettu huomioon tuotannoissa käytännön näkökulmasta. Haastattelimme myös tuotantoyhtiön toimistopäällikköä ja jälkityön koordinaattoria toimiston ekologisuudesta.

4.2 Havainnointi

Havainnoinnilla tarkoitetaan aineiston ja tiedon keräämistä, jossa tutkija osallistuu tutkittavan yhteisön toimintaan. Menetelmää käytetään usein silloin, kun tutkittavasta ilmiöstä ei ole tarpeeksi tietoa tai aineistoa. Havainnoinnin tavoite on saada syvällisempää ymmärrystä ja lisätietoa tietyn yhteisön toimintamalleista ja ajattelutavoista. Havainnoinnin muotoja ovat osallistuva havainnointi, osallistava havainnointi ja piilohavainnointi. Näiden erona on esimerkiksi se, että kuinka paljon tutkija osallistuu tutkittavan yhteisön toimintaan tai onko yhteisön jäsenillä tieto tutkijan läsnäolosta. (Eskola & Suoranta 1998, 98-110.)

Valitsimme tutkimusmenetelmäksi haastatteluiden lisäksi havainnoinnin, sillä tarkoituksenamme on seurata ja kerätä tietoa työntekijöiden toimintatavoista sekä työympäristöistä. Näin voimme löytää toimivia tapoja sekä ongelmakohtia, joita lähteä kehittämään. Havainnoinnin avulla saamme ymmärrystä siitä, miten ympäristöissä toimitaan ja millaiset kehitysehdotukset voisivat toimia.

Haastatteluiden jälkeen kävimme havainnoimassa tuotantojen kuvauspaikalla, millaisia toimintatapoja työryhmällä on ja miten ekologisuus on otettu huomioon. Tuotantojen ekologisuutta tutkimme havainnoinnin avulla tutustumalla tuotannon toimintamalleihin, tutkimalla tarvikkeiden ostoja ja niiden loppusijoitusta tuotantojen päättyessä. Havainnoitimme tuotannoissa oli osallistuvaa havainnointia, sillä olimme osakseen osana työryhmää ja työryhmät tiesivät tulostamme. Toimiston ympäristökuormaa tutkimme havainnoimalla kierrätyksen tilaa ja sen mahdollisuuksia, sähkönkulutusta ja toimistolle tehtävien tarvikeostojen ekologisuutta ja tarpeellisuutta. Havainnoitimme toimistossa oli enemmän piilohavainnointia, sillä toimiston väki ei tiennyt tutkimuksestamme. Havainnoinnin avulla tutkimme, kuinka haastateltavien näkemykset tuotannon tai toimiston ekologisuudesta vastaavat todellisuutta. Näin haastattelu ja havainnointi tukevat toisiaan.

4.3 Yritysanalyysi

Yritysanalyysissä keskeisintä on analysoida sisäisiä resursseja suhteessa yrityksen kilpailijoihin sekä nykyisiin ja myös ennustettavissa oleviin kehittämissuuntauksiin (Rope 2005, 469). Yritysanalyysissä on myös tärkeää määritellä yleisesti yrityksen rooli ja missio omasta bisneksistään eli ”mikä on meidän yritystoiminta” (Jobber & Lancaster 2015, 49).

Yritysanalyysissä selvitettäviä kohtia ovat; myynti, kate, tuotanto, tuotteisto, tuotekehitys, palvelu, laatu, johto ja johtaminen, henkilöstö, toimintakulttuuri, organisaatio, rahoitus, taloushallinto, markkinointi, mielikuva, varasto ja kuljetus, hinnoittelu, jakelu, toimitilat sekä sijainti (Rope 2005, 466-469.) Tässä yritysanalyysissä selvitämme

kohtia, jotka ovat vain toimiston ja tuotantojen ympäristökuorman vähentämisen kannalta olennaisia kohtia.

Havainnoimme yritysanalyysiin selvitettäviä kohtia. Yritys sijaitsee Helsingin Kalasatamassa kahdessa kerroksessa toimistokiinteistössä. Yrityksellä on monia erilaisia tuotantoja jatkuvasti käynnissä. Tuotannoissa työskentelevät määräaikaiset projektityöntekijät vakituisten työntekijöiden lisäksi. Toimitiloissa sijaitsee myös varasto tuotantoja varten. Kuljetukset toimistolta kuvauspaikoille tehdään pääsääntöisesti henkilöautoilla, pakettiautoilla ja tilausbusseilla. Yrityksen toimintakulttuuri on luova ja motivoitunut. Johto ja johtaminen yrityksessä on sitoutunutta. Tuotekehitystä tehdään ympäri vuoden. Tuotteet ovat laadukkaita sekä yrityksen mielikuva on positiivinen. Yritys markkinoi kotisivuillaan ja sosiaalisessa mediassa.

Koska yrityksellä on monia erilaisia tuotantoja ympäri vuoden, voi selkeän ekologisen toimintaohjeen tekeminen olla hieman haastavaa. Yrityksellä on kuitenkin hyvät mahdollisuudet ja valmiudet kehittää ekologisuuttaan motivoituneella ja sitoutuneella henkilöstöllä.

4.4 Markkina-analyysi

Markkina-analyysissa tulisi selvittää yrityksen tämän hetkinen markkinakoko sekä tulevaisuuden mahdollinen kasvu (Jobber & Lancaster 2015, 49). Tehokkaassa markkina-analyysissa tavoitteena on etsiä ja löytää tietoa, mikä auttaa yritystä erilaisissa päätöksenteoissa (Lotti 2001, 26).

Markkina-analyysissä selvitettäviä kohtia ovat alueella toimivan potentiaalisen asiakasjoukon suuruus, asiakaskohderyhmien jakauma eli kuinka paljon minkälaisia potentiaalisia kohdeasiakkaita on markkinoilla, keskiostos asiakaskohderyhmittäin, markkinoiden suuruus segmenteittäin, markkinoiden kylläisyysaste ja tapahtuneet tai muuttuvat muutokset markkinoissa edellä mainittujen tekijöiden suhteen (Rope 2005, 466).

Televisiota ja nettitelevisio-ohjelmia katsoo päivittäin 60 prosenttia yli 10-vuotiaista suomalaisista vuonna 2017 tehdyn tutkimuksen mukaan. Päivittäin televisiota katselevien joukko on kuitenkin hieman laskenut vuosikymmenien aikana, sillä 1990-luvulla ja 2000-luvun alussa yli 70 prosenttia väestöstä katsoi päivittäin televisiota. Yksi syy television katselun vähentymiseen voi olla valikoivammat tv-ohjelmien katselijat. Nuoret ovat vähentäneet selkeästi lineaaritelevision katselua. (Saarenmaa 2019.) Finnpanelin tv-mittaritutkimuksen mukaan online-katselu esimerkiksi Yle Areena, Ruutu ja Mtv.fi, ovat kasvattaneet tv:n katselu-aikaa kuudella prosentilla, joiden innokkain käyttäjäryhmä on 15-24-vuotiaat (Dagmar 2019). Ohjelmia katsotaan silti edelleen pääsääntöisesti lineaarisesta televisiosta lähetysaikaan (Saarenmaa 2019).

2010-luvulla television katsojista kilpailevat eri nettitelevisiot (Dagmar 2019). Tutkimuksesta selvisi, että suosituin nettitelevisiopalveluista on julkisen palvelun Yle Areena, jota seuraa 40 prosenttia suomalaisista säännöllisesti. Mainosrahoitteiset mtv.fi ja Ruutu keräsivät kumpikin katsojia noin 20 prosenttia suomalaisista. Suosituin yksityisistä nettitelevisiopalveluista on tutkimuksen mukaan Netflix, jota seuraa Suomessa yli puolet alle 35-vuotiaista. HBO Nordic keräsi noin 10 prosenttia väestön katselijoista. Vuonna 2017 Netflix ja HBO Nordic tavoitti parhaiten opiskelijat sekä ylemmät toimihenkilöt. Mtv.fi ja Ruutu tavoittavat tasaisesti eri ammattiasemissa olevat sekä opiskelijat ja koululaiset. Yle Areena tavoittaa parhaiten toimihenkilöt ja yrittäjät, opiskelijat, koululaiset ja työttömät. (Saarenmaa 2019.)

Vaikka digitalisaatio on laajentanut televisiotoimintaa entistä kaupallisempaan suuntaan, on julkisen palvelun Yleisradio edelleen Suomen suurin televisiotoimija taloudellisesti sekä katsojaosuudeltaan. Katsotuimmat televisiokanavat vuonna 2017 olivat kaupallinen kanava MTV3, jota seurasi 68 prosenttia suomalaisista. Seuraavaksi katsotuin oli Nelonen 62 prosentilla, ja sen jälkeen julkisen palvelun kanavat Yle TV1 ja Yle TV2, joita seurasi yli 60 prosenttia suomalaisista. Kaupallista Sub-kanavaa seurasi noin 43 prosenttia suomalaisista. Tulosten mukaan kaikilla yli 45-vuotiailla TV1-kanava on kaikista katsotuin kanava. (Saarenmaa 2019.) Vuonna 2019 katsottiin eniten

televisiosta tv-sarjoja ja elokuvia. Tv-sarjoja katsoi 75 prosenttia ja elokuvia 70 prosenttia suomalaisista. Näiden ohjelmatyyppeiden suosio on kasvanut tarjonnan ja mahdollisesti koetun laadun ansiosta. (Saarenmaa 2019.)

Yrityksen kohderyhmänä on kaikki televisiota katsovat. Ohjelmilla ovat vaihtelevat pääkohderyhmät, esimerkiksi koko perhe, nuoret aikuiset, lapset ja keski-ikästä ylöspäin. Esimerkiksi Putouksen kohderyhmänä on lapsesta vaariin, kun taas Supermarsu ja Heinähattu ja Vilttitossu -elokuvat ovat kohdennettu lapsille. Erilaisia ohjelmia ja elokuvia on paljon tarjolla, jolloin kilpailu on kovaa markkinoilla ja kylläisyysaste markkinoilla voi olla ajoittain korkeallakin. Ohjelmat löytävät usein kuitenkin hyvin paikkansa ja katsojia riittää lineaarisessa tai suoratoistopalvelussa myöhemminkin. Eri televisiokanavat ja suoratoistopalvelut myös jakavat asiakaskohderyhmiä. Millä kanavalla ohjelmaa markkinoidaan ja näkyy, vaikuttaa se myös kohderyhmän tavoitettavuuteen. Tänä päivänä suoratoistopalvelut ovat trendi, jolloin tv:n katsominen on ajasta ja paikasta riippumatonta.

Yrityksen ohjelmatarjonta on monipuolinen eri kanavilla ja suoratoistopalveluissa, jolloin kaikille kohderyhmille on tarjolla jotakin. Ohjelman ostamiseen vaikuttaa myös paljon kilpailijoiden ohjelmatarjonta ja sen hetkiset tarjonnat televisiossa tai suoratoistopalvelussa. Tästä lähtökohta-analyysistä kuitenkin selvisi, että markkina ja kohderyhmät ovat suuria, jolloin yritys voi myös erottautua muista kilpailijoista markkinoimalla tuotannon vihreyttä esimerkiksi ohjelman lopputeksteissä tulevaisuudessa.

4.5 Kilpailija-analyysi

Kasvavilla markkinoilla etuna on tuntea vakiintuneiden tai laskevien markkinoiden kilpailijoiden suunnat ja liikkeet (Lotti 2001, 62). Kilpailija-analyysissä selvitettäviä kohtia on monia. Tutkittavia kohtia ovat kilpailijat ja heidän markkina- asemansa eri tuote- ja markkinalohkoilla, kilpailijoiden ja/tai heidän tuotteidensa edut ja haitat verrattuna omiin tuotteisiin, kilpailijoiden markkinointistrategiat, kilpailijoiden tunnettavuus ja mielikuvaprofiilit eri markkinalohkoilla suhteutettuna oman

yrityksen tekemisiin, kilpailijoiden taloudelliset ja toiminnalliset resurssit sekä kilpailijoiden todennäköiset suuntautumisvaihtoehdot. Kartoittaessa kilpailijoiden erilaisia ominaisuuksia, tulisi niitä verrata oman yrityksen ominaisuuksiin. (Rope 2005, 467.) Yrityksen tulee löytää omat kilpailuedut, ominaisuudet sekä strategiat verrattuna kilpailijoihin. Näin yritys erottuu kilpailijoista positiivisesti. Näitä omia strategisia kilpailuetuja tulisi hyödyntää myös viestinnässä. (Isohookana 2007, 10.)

Kilpailija-analyyseissä tutkimme kilpailijoiden ympäristöystävällisyyttä markkinointikanavien perusteella. Kotimaisista yhtiöistä suurimpia televisiotuotantoyhtiöitä ovat Yellow Film & TV:n lisäksi esimerkiksi Rabbit Films, Nouhau Productions Oy ja Intervisio Oy. Suurimpia ulkomaisia tytäryhtiöitä ovat esimerkiksi Fremantle-Media Finland Oy, Aito Media, Moskito Television Oy, Banijay Finland Oy, Warner Bros. International Television Production Finland Oy, Endemol Shine Finland Oy ja Zodiak Finland Oy. (RTTL 2018.)

Nämä edellä mainitut ovat muun muassa yrityksen kilpailijoita. Yhdenkään kilpailijaan kotisivuilta ei löytynyt mainintaa kestävästä kehityksestä tai ekologisuudesta. Sosiaalisen median puolelta ei löytynyt myöskään päivityksiä kestävään kehitykseen liittyen, esimerkiksi Facebookista.

Yhdysvaltalaisen elokuvatuotantoyhtiöiden kotisivuilta löytyi puolestaan selkeästi sitoumuksesta vihreämpiin tuotantoihin. Esimerkiksi tunnetut yritykset kuin Paramount Pictures, Sony Pictures ja The Walt Disney ovat sitoutuneet ympäristöystävällisiin tuotantoihin.

Paramount Pictures -kotisivuilta löytyi oma osio ympäristölle. Yritys kiteyttää vihreyden olevan heille ensiarvoisen tärkeää olipa kyse sitten studiopäivistä, tuotantopaikoista tai jokapäiväisestä elämästä. Yrityksellä on 15 hengen Green Team -jäsenistö, joka pyrkii kouluttamaan työntekijöitä elämään mahdollisimman kestävästä elämästä, varmistamaan toiminnan ympäristöystävällisyys sekä sisällön ja tuotannon olevan ekologisesti vastuullista. Paramountin vihreä aloite kannustaa ympäristöystävälliseen käyttäytymiseen ja liiketoimintatapoihin koko yrityksessä. Yrityksen kotisivuilta löytyy

myös erilaisia vihreitä projekteja ja tempauksia esimerkiksi kierrätysaseman pystyttäminen matkapuhelimille ja erilaiset ympäristöystävälliset hankkeet. (Paramount 2019.)

Sony Pictures -kotisivuilta löytyy puolestaan osio yrityksen vaikutuksista, yhtenä osiona kestävä kehitys. Sony Pictures on sitoutunut osallistumaan osaltaan suurempaan ympäristövastuuseen. Yritys pyrkii vähentämään ekologista jalanjälkeä erilaisilla toimilla, joilla torjutaan ilmastonmuutosta, suojellaan luonnonvaroja ja suojellaan yhteisön terveyttä ja turvallisuutta. Yrityksellä on käytössä useita ohjelmia, jotka tukevat yrityksen kestävä kehityksen tavoitteita. Heillä on esimerkiksi maailmanlaajuinen ympäristösuunnitelma ”Road to Zero”, jolla pyritään päästöttömiin tuotteisiin ja liiketoimintaan koko elinkaaren ajalta. Sony Pictures tarjoaa työntekijöilleen useita työpaikkaohjelmia, joilla kannustetaan koko yrityksen osallistumista kestäväan elämään. Yrityksen tuotannot ovat sitoutuneet minimoimaan ympäristövaikutukset mallintamalla kestävä kehityksen toimintatapoja kulussien takana ja näytöllä. Yrityksellä on kestävä kehityksen tiimi, joka työskentelee kestävä tuotannon hyväksi ja asettaa ympäristövaikutusten vähentämisstrategiat jokaisen tuotannon toiminnan ytimeksi. (Sonypictures 2019.)

The Walt Disney -kotisivuilta löytyy myös ympäristöosionsa. Yritys sitoutuu ympäristöasioiden hallintaan keskittymällä resurssien viisaaseen käyttöön ja maapallon suojelemiseen. The Walt Disney pyrkii saavuttamaan pitkän aikavälin tavoitteen eli kasvihuonekaasupäästöttömyyteen. Kotisivuilla näkyy esimerkkejä heidän saavutuksistaan, esimerkiksi vuonna 2018 yritys on vähentänyt nettopäästöjä 44%. Yrityksellä on tavoitteena vähentää nettopäästöjä 50% vuoteen 2020 mennessä. Yritys tarjoaa myös apurahoja hyväntekeväisyyteen ja asiantuntemusta villieläinten pelastamiseksi, toiminnan inspiroimiseksi ja planeetan suojelemiseksi. (Thewaltdisneycompany 2019.)

Voisi siis todeta, että etenkin Yhdysvalloissa ollaan edellä tuotantoyhtiöiden ympäristötavoitteissa sekä niiden viestinnässä ja markkinoinnissa. Tulevaisuudessa kilpailu tuotantoyhtiöiden vihreydestä tulee varmasti myös kovenemaan Suomessa, jolloin

kestävään kehitykseen sitoutuminen sekä siitä viestiminen ja markkinoiminen on tärkeä kilpailuvaltti.

4.6 Ympäristöanalyysi

Ympäristö-analyysin kartoittaminen on hyödyllinen esimerkiksi kilpailuedellytyksiin nähden, sillä se käsittää yhteiskunnallisia osa-alueita liittyen kuluttajiin sekä markkinoihin (Jobber & Lancaster 2015, 49). Ympäristö-analyysissa tulisi selvittää yhteiskunnan taloudellinen tilanne, työvoima, säädökset, kilpailu, markkinat, teknologia, innovaatiot, kansainvälistyminen, tapakulttuuri sekä kysyntä (Rope 2005, 467).

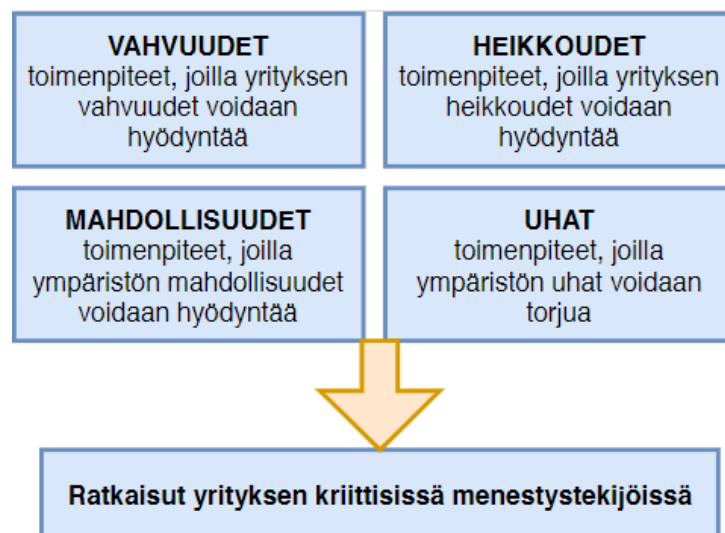
Vuonna 2014 tehdyn selvityksen mukaan luovan alan ja kulttuuriteollisuuden liikevaihto oli 535,9 miljardia euroa Euroopassa ja sen osuus oli 4,2 prosenttia Euroopan BKT:stä. Sektori oli kolmanneksi suurin työnantaja rakentamisen sekä ruoka- ja juomapalveluiden jälkeen. Tv-teollisuuden liikevaihto Euroopassa oli 90 miljardia ja elokuvateollisuuden 17,3 miljardia. Yli 7 miljoonaa eurooppalaista työskenteli suoraan tai epäsuorasti luovan alan työpaikoissa ja kulttuuritoiminnoissa, mikä vastasi tällöin 3,3 prosenttia EU:n väestöstä. Esittävät taiteet olivat kärkisijalla työllistäen 1 234 500 ihmistä. Elokuva-ala työllisti 641 000 ihmistä ja tv-ala 603 500 ihmistä. (EY 2014.)

Koska tv -ja elokuvateollisuus työllistää luovan alan työpaikoista ison osan, tulisi ekologisuuteen kiinnittää huomiota. Jos tuotantoyhtiöt ja tuotannot eivät kiinnittäisi huomiota kestäväan kehitykseen, niiden yhteenlaskettu ympäristökuorma olisi valtava. Ei ole siis yhdentekevää, miten esimerkiksi yhdessä yrityksessä tai sen tuotannossa toimitaan ympäristön kannalta. Mutta, jos kaikki tuotantoyhtiöt ja tuotannot kiinnittäisivät huomiota vihreämpiin tekoihin ja tuotantoihin, merkitys olisi myös suuri ympäristön kannalta. Jokaisen yrityksen ja tuotannon tulisi ottaa vastuu ympäristöstä. Alan toiminta ympäristön kannalta on siis merkityksellistä.

Tänä päivänä ilmastonmuutos on herättänyt kiinnostuksen ympäristöä kohtaan. Erityisesti nuoret ovat hyvin kiinnostuneita kestävästä kehityksestä ja ekologisuudesta. Tuotteiden markkinoinnissa käytetään tänäpäivänä paljon eko-liitteitä, joilla halutaan puhutella kuluttajien arvoja ja vaikuttaa myös ostopäätöksiin. Tämä luo markkinoilla uudenlaista kilpailua ja tulevaisuudessa varmasti myös elokuva- ja tv-tuotantoyhtiöissä myös Suomessa. Kilpailun koventuessa Yellow Film & TV voisi olla kärkijoukoissa markkinoimassa yrityksen kestävästä kehityksestä ja tuotantojen vihreydestä.

4.7 SWOT-analyysi

Lähtökohta-analyyseistä tulisi tehdä analyysien yhteisvaikutuksesta yhteenveto sekä johtopäätökset kokonaisanalyysin avulla esimerkiksi SWOT-analyysillä (Rope 2005, 468). Alla olevan kuvion mukaisesti yrityksen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia voidaan hyödyntää SWOT-analyysissä, mitkä ovat yrityksen ratkaisut kriittisissä menestystekijöissä (Rope 2005, 469).



SWOT-analyysin hyödyntäminen (Rope 2005, 469).

SWOT-analyysin onnistumisen keskeinen edellytys on se, että siihen on kerätty eri analyyseistä konkreettisella tasolla ne seikat, joilla on vaikutusta yrityksen kriittisten menestystekijöiden ratkaisuihin tulevaisuudessa. Konkreettiset ratkaisut ja

toimenpiteet tulisi tehdä jokaiselle osa-alueelle eli vahvuuksien hyödyntämisille, heikkouksien kohentamiselle, mahdollisuuksien hyödyntämiselle sekä uhkiin varautumiselle. (Rope 2005, 469.)

Laadimme lähtökohta-analyysissä kerättyjen tietojen ja havainnointimme avulla kokoamaan yritykselle SWOT-analyysia ekologisuuden näkökulmasta. Kokosimme alla olevaan kuvaan Yellow Film & TV:n vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

VAHVUUDET

- Johtava tuotantoyhtiö Suomessa ja Pohjoismaissa
- Ketterä yritys
- Sitoutunut ja motivoitunut henkilöstö
- Luja ammattitaito
- Pitkä kokemus alalta
- Houkutteleva yritys työmarkkinoilla
- Hyvät ja vakiintuneet suhteet sidosryhmiin
- Kansainvälisyys ja menestys markkinoilla
- Palkittu tuotantoyhtiö
- Vankka markkinatilanne
- Eri kohderyhmien tavoitettavuus lineaarisessa ja suoratoistopalvelussa monipuolisella tarjonnalla
- Kierrätysmahdollisuudet
- Ympäristötietoisuus kasvanut

HEIKKOUEDET

- Toimiston sijainti ja toimintatilat - energiatehokkuus
- Ei selkeitä toimintamalleja, tavoitteita tai mittareita ekologisuudesta
- Tuotantojen työryhmien kiireellisyys - vihreys jää taka-alalle
- Informaation kulku ekologisista toimintamalleista vaihtuville projektityöntekijöille

MAHDOLLISUUDET

- Kilpailijoista erottautuminen vihreydellä - kilpailijoilla ei näkyvää markkinointia vihreydestä (Suomessa)
- Brändin ja imagon parantaminen kestävän kehityksen avulla - viestintä ja markkinointi
- Ympäristösertifikaatin saaminen tulevaisuudessa
- Lisärahoituksen ja tukien saaminen vihreydellä
- Ekologisuuden parantaminen pienillä teoilla
- Energiatehokkuuden parantaminen
- Motivoitunut ja sitoutunut henkilöstö - uudet vihreät toimintamallit
- Projektityöntekijöiden ja freelancereiden ohjeistaminen uusiin käytäntöihin heidän taloon tullessa
- Kilpailijoiden tuotantojen vihreytyminen motivoi omiin vihreämpiin tuotantoihin

UHAT

- Kilpailun kiristyminen - kilpailijoiden tuotteiden ylivoimaisuus (vihreät tuotannot)
- Lakien kiristyminen kestävästä kehityksestä
- Johto ja henkilöstö ei motivoitu ekologisuudesta - sitoutumattomuus
- Vihreydestä ei tehdä virallisia toimintaohjeita/malleja
- Vanhojen ja totuttujen toimintatapojen vaihtaminen uusiin ja kestäviin malleihin
- Markkinoiden kiristyminen - myynnin lasku
- Työvoiman saatavuuden heikkeneminen

Mielestämme Yellow Film & TV:n vahvuuksia voidaan ehdottomasti hyödyntää ympäristökuorman vähentämisessä esimerkiksi yrityksen ketteryydellä, motivoituneella ja sitoutuneella henkilöstöllä, ympäristötietoisuudella, kokemuksella sekä ammattitaidolla. Uskomme, että yrityksellä on kaikki valmius kehittämään uusia toimintamalleja vihreän toimiston ja tuotannon eteen.

Yrityksen heikkouksiksi luokittelemme toimiston sijainnin ja toimitilat energiatehokkuuden vuoksi, sillä toimistotilaa vaihtamalla sähkönkulutus voisi olla nykyistä pienempi ja kiinteistö energiatehokkaampi. Tästä lisää opinnäytetyön toimiston konkreettiset kehitysehdotuksissa, kohdassa 9.4. Yrityksellä ei ole virallisia ja selkeitä toimintamalleja, tavoitteita tai mittareita ekologisuudesta. Koemme myös, että vihreys jää hieman taka-alalle tuotantojen työryhmien kiireellisyyden vuoksi. Heikkoutena saattaa olla myös informaation kulku vaihtuville projektityöntekijöille, joita yrityksellä on satoja ympäri vuoden. Toimistossa ja tuotannoissa tulisi siis varmistaa, että projektityöntekijät saavat muiden ohella toimintamallit ja ohjeet.

Mahdollisuuksiin listasimme muun muassa vihreät kilpailuvaltit kilpailijoihin nähden. Koska kilpailijoilla ei ole näkyvää markkinointia vihreydestä, voisi yritys olla edelläkävijä tuotantojen vihreyden viestimisessä ja markkinoimisessa. Yrityksellä on mahdollisuus vähentää ympäristökuormaa pienillä teoilla. Ympäristösertifikaatin saaminen tulevaisuudessa olisi suuri kilpailuvaltti. Myös lisärahoituksen ja tukien saaminen voi tulevaisuudessa riippua osakseen tuotantojen vihreydestä.

Uhkiksi määrittelimme esimerkiksi kilpailijoiden tuotantojen vihertymisen, lakien kiristymisen kestävä kehityksen kannalta, organisaation sitoutumattomuuden ekologisuuteen liittyen ja vanhoja toimintamalleja ei uudistettaisi kestäviin virallisiin toimintamalleihin.

Heikkouksiin, uhkiin ja mahdollisuuksiin pyrimme löytämään ratkaisuja opinnäytetyön lopussa löytyvistä konkreettisista kehitysehdotuksissa.

5 TUTKITTAVAT TUOTANNOT

Tutkimme opinnäytetyötä varten yrityksen kahta erilaista tuotantoa. Ensimmäinen tuotanto alkoi elokuussa 2019 ja päättyi saman vuoden syyskuussa. Tästä ensimmäisenä tutkitusta tuotannosta käytämme opinnäytetyössä Tuotanto 1 -nimikettä. Toinen tuotanto alkoi syyskuussa 2019 ja päättyi saman vuoden joulukuussa. Tätä jälkimmäistä tuotantoa kuvaamme opinnäytetyössä nimikkeellä Tuotanto 2. Koska tuotantoja ei ole vielä kerrottu julkisuuteen, emme voi käyttää niiden nimiä tässä työssä.

Tuotanto 1 kuvattiin Kopparnäsissä, Inkoon vieressä olevalla kivikkorannikolla luonnon keskellä. Kyseisellä tuotannolla on ollut aikaisempia tuotantokausia. Kuvauspaikka sijaitsi tuotantotoimistosta noin 54 kilometrin päässä ja ajomatka on noin 58 minuuttia per suunta. Työryhmä yöpyi kuvauspaikan lähellä majoituspaikassa. Päivittäistä ajoa tuli toimiston sekä kuvauspaikan välillä. Kuvauspäivät sijoituivat elokuun viimeiselle viikolle, tiistaista perjantaihin. Työryhmään kuului noin 13 henkilöä, jotka olivat mukana kuvauksissa. Työryhmässä oli työntekijöitä, jotka ovat olleet ensimmäisestä kaudesta saakka mukana, mutta myös uusia projektityöntekijöitä. Tuotanto oli mielenkiintoinen tutkittavaksi, sillä tuotanto poikkeaa muista tuotannoista paljolti sen takia, että se kuvattiin kokonaan luonnossa. Tavoitteenamme oli selvittää, millaisia päästöjä tällä tuotannolla on ja minkälaisia kehitysehdotuksia löydämme tämän tuotannon perusteella myös muihin tuotantoihin.

Tuotanto 2 kuvattiin eri kuvauspaikoissa Uudenmaan alueella. Keskeiset kuvauspaikat olivat Helsingin alueella, Sipoossa ja Espoossa. Kyseisellä tuotannolla on ollut aikaisempia tuotantokausia. Kuvauspäivät ajoituivat syyskuun ja joulukuun välille. Kuvauspäiviä oli yhteensä 45. Tuotannolla oli monta autoa käytössä ja ajoa tuli päivittäin, sillä kuvauspaikat vaihtelivat lähes päivittäin. Työryhmään kuului noin 30 henkilöä. Työryhmässä oli työntekijöitä, jotka ovat olleet ensimmäisestä kaudesta saakka mukana sekä uusia projektityöntekijöitä. Tuotanto 1 ja Tuotanto 2 olivat erilaisia keskenään, minkä vuoksi ne antoivat meille erilaisia näkökulmia ekologisuuteen. Tuotannot erosivat resursseiltaan paljonkin, esimerkkeinä kuvauspäivien määrä, työryhmän koko, kaluston ja autojen määrä, kuvauspaikkojen sijainti ja vaihtelevaisuus, puvustus

ja rekvisiitta. Tuotannoilla oli kuitenkin yhteneväisyyksiä rakenteissa eli samanlaisia tuotannollisia osa-alueita, mutta määrä ja koko olivat vain eri luokkaa. Teimme tutkimuksemme perusteella kehitysehdotuksia, joita voidaan käyttää kaikissa yrityksen tuotannoissa tulevaisuudessa.

6 TULOKSET TOIMISTON EKOLOGISUUDESTA

Haastattelimme yrityksen toimistopäällikköä siitä, miten toimisto on ottanut huomioon kestävän kehityksen ja ekologisuuden. Toimistolle suunnatut haastattelukysymykset löytyvät liitteistä opinnäytetyön lopusta (Liite 3). Haastattelun jälkeen olemme havainnoineet toimiston ekologisuutta ja työntekijöiden toimintatapoja liittyen ekologisuuteen.

Haastattelussa kävi ilmi, että yrityksellä on Green Yellow -toimikunta, joka on kolmen työntekijän muodostama trio. Toimikunta on vahvistettu työsuojelutoimikunnassa. Toimikunta toimii vaihtelevan aktiivisesti sähköpostiviestejä vaihdellen esimerkiksi uusista kehitysideoista kierrätykseen liittyen. Pyrkimyksenä on toteuttaa ideoita mahdollisuuksien mukaisesti. Tällä hetkellä toimikuntaa ei kuitenkaan pidetä vielä niin näkyvänä eikä kehitysideoita ole pyydetty lähettämään toimiston väeltä. Tavoitteena on, että Green Yellow -toimikunta vakiintuisi, ja että sitä varten olisi enemmän aikaa miettiä ja kehittää. Tarkoitus olisi myös enemmän kannustaa ihmisiä ympäristöystävällisiin tekoihin. (Koivisto 2019.)

Työntekijöitä kannustetaan kulkemaan työmatkoja julkisilla, pyörällä tai kävellen siten, että toimistolla ei lähtökohtaisesti ole kaikille parkkipaikkaa. Toimiston lähettävillä on myös niukasti parkkipaikkoja. Työntekijöitä siis kannustetaan kertomalla, ettei parkkipaikkoja ole, mutta esimerkiksi Metro kulkee kätevästi toimiston vierestä. Etätöihin suhtaudutaan yrityksessä positiivisesti ja työntekijöitä kannustetaan HR:n puolesta myös etätöihin, jos haluaa tehdä välillä rauhassa kotona töitä. (Koivisto 2019.)

Toimisto sijaitsee Helsingin Kalasatamassa kahdessa kerroksessa. Toimiston pinta-ala on noin 1300 m² ja työpisteitä on noin 90. Tuotantojen mukaan työntekijöiden määrä

myös vaihtelee toimistolla. Yrityksellä on neljä autoa vaihtelevien projektien käytössä: Volkswagen Polo, Volkswagen Passat, Volkswagen Farmari ja Volkswagen minibussi. Autoista vastaavan työntekijän mukaan seuraavia päätöksiä ei ole tällä hetkellä suunniteltu autoihin liittyen.

Toimistolle ostetaan eniten maitoa ja kahvia. Toimistolla järjestetään ruokatarjoiluja muutaman kerran kuukaudessa esimerkiksi koko toimiston väelle kuukausittainen kokous, jossa on tarjolla aamupalaa. Myös kuukausittainen pienempi kokous, jossa on tarjolla vaihteleva ruokatarjoilu ja satunnaisesti yksittäisiä kakkukahveja. Tarjoiluissa ja esillepanossa suositetaan pääsääntöisesti keramiikka- ja posliiniastioita. Isomassa kuukausittaisessa kokouksessa on välillä biohajoavia kertakäyttöastioita. Elintarvikkeiden hankinnoissa otetaan ekologisuus huomioon esimerkiksi siten, että kertakäyttöastioita ei osteta enää eikä yksittäispakattuja tuotteita. Poikkeuksia on esimerkiksi Fazerin suklaissa, jotka ovat yksittäispakattuja. Toimistolla on käytössä kertapakkauskahvit, mitkä on annosteltu valmiiksi kahvin keittämiseen, missä pitäisi ottaa ekologisuus paremmin huomioon. Asiat, joihin on totuttu, tulisi käydä uudelleen läpi ja miettiä, että mitä voisi tehdä entistä paremmin. Toimiston suurimmat hävikin lähteet ovat arvion mukaan ihmisten pilaantuneet eväät, turhat tulostukset, tuotantojen ruokahävikki toimistolla sekä jääneet kylmät kahvit pöydillä. (Koivisto 2019.) Tutkimustemme perusteella toimistolla jää kahvia yli noin kuusi litraa joka päivä. Eniten kahvia, kaksinkertainen määrä pääkeittiöön verrattuna, menee hukkaan yrityksen toisessa kerroksessa, jossa ei pääsääntöisesti ole erikseen toimiston henkilökuntaa, vaan pelkästään luovan työn tekijöitä. Laskennallisesti yksi 2 dl kahviannos tuottaa 21 grammaa hiilidioksidipäästöjä (McCull 2019). Näin ollen joka viikko toimiston ylijäämäkahvista turhia hiilidioksidipäästöjä aiheutuu jopa 3150 grammaa. Tämän verran hiilidioksidipäästöjä aiheutuu, kun ajetaan uutta polttomoottorillista henkilöautoa 27 km (Liikenne-fakta 2019). Vuodessa pääsisi siis jo Suomen päästä päähän, sähköautolla vielä pidemmälle.

6.1 Kierrätys

Haastattelusta selvisi, että kestävä kehityksen huomioon ottaminen on ajoittain haasteellista. Isoimpana haasteena koetaan se, että miten saada kaikki kierrättämään. Aina ei välttämättä myöskään ole mahdollista valita kaikista ekologisinta hankintaa vaihtoehtoista sen hinnan vuoksi. Muovin keräyslaatikon saaminen kiinteistöön on myös haaste, sillä toimiston alueella ei ole tarpeeksi vielä noutoalueita. (Koivisto 2019.)

Toimistolla kierrätetään monia materiaaleja: pahvia, biojätettä, lasia, metallia, paperia, pattereita, tulostimen käytetyt musteet, lamppuja ja pulloja. Muovin keräyslaatikon saaminen on siis vielä haaste, mutta toiveena se on ollut. Energian keräyslaatikkoa on myös toivottu. Tavoitteena ja toiveena on se, että mentäisiin vihreämpään suuntaan, jossa toimisto on oiva paikka opetella toimintatapoja, jota voi jalostaa kotiinkin. (Koivisto 2019.)

Toimistolla on kolme keittiötä, joissa kaikista löytyy kierrätyspisteitä. Kaikista keittiöistä löytyvät pahvinkeräys, biojäte, sekajäte, lasinkeräys ja pullonkeräys. Tulostimien viereltä löytyy paperinkeräys. Suuresta osasta työhuoneita löytyy paperinkeräysastia, mutta ei kaikista. Toimiston harjoittelija vastaa tulostimien tyhjien musteiden kierrättämisestä asianmukaisella tavalla. Käytännössä toimiston harjoittelija vastaa osittain myös pattereiden ja käytettyjen lamppujen kierrättämisestä. Yleistä keräyspistettä ei ole esillä pattereista tai lamppuista toimiston tiloissa vaan usein työntekijät tuovat käytetyt patterit ja lamput toimistoharjoittelijalle. Metallin keräystä emme myöskään löytäneet toimistotiloista. Opinnäytetyömme kirjoituksen aikana toimistotiloihin oli tullut myös yksi suuri muovinkeräysastia yhteen keittiöistä. Ongelmana kuitenkin on, että kaikki eivät käytä samaa keittiötä, joten suurin osa muovista menee vielä sekajäteteeseen.

Kiinteistöllä on yhteinen pahvinkeräys, paperinkeräys, käytettyjen lamppujen keräysastia, pattereiden keräysastia, lasinkeräys, metallinkeräys, sekajäte ja biojäteastia, joihin toimistotilojen keräysastiat sitten tyhjennetään. Muovinkeräystä kiinteistön ti-

loissa ei vielä ole. Käytännössä toimiston siivooja tyhjentää toimiston keräysastiat näihin kiinteistön yleisiin keräyspisteisiin. Myös toimiston puolelta viedään jonkin verran näihin yleisiin keräyspisteisiin esimerkiksi isommat pahvit, patterit ja lamput. Patterien keräys on aulassa työskentelevän pöydällä. Patterit viedään asianmukaiseen kierrätykseen aulahenkilön toimesta.

Toimistolla kierrätetään yksilötasolla, joten kierrätyksen taso vaihtelee myös tämän mukaan. Toimistolla vältetään kaikkia ei-biohajoavia kertakäyttöastioita. Tuotantoja kannustetaan tähän myös. Kertakäyttöiset kahvikupit olivat aikaisemmin käytössä myös biohajoavina, mutta niistä on luovuttu kokonaan. Myös muista nopeista ratkaisuista on ajan mittaan luovuttu esimerkiksi lehtitilausten karsiminen. Tällä hetkellä toimistolle tilataan/ostetaan kolmea päivälehteä ja kahta viikkolehteä. Työhuoneissa on myös roskakorit ja paperinkeräykset, mutta haasteena mainittiin myös se, että paperinkeräyslaatikkoon eksyy myös sinne kuulumattomia roskia. (Koivisto 2019.)

Toimistolla kalusteet kierrätetään viemällä kierrätyskeskukseen tai viemällä Kivikon sorttiasemalle. Kalusteiden hankinnoissa ekologisuus on myös huomioitu niin, että ostetaan kestäviä kalusteita, mitkä kestävät pitkään. Myös kierrätyskeskuksesta tehdään välillä hankintoja. (Koivisto 2019.)

Vanhat IT-kalusteet hävitetään yrityksen IT-tuen puolesta asianmukaisesti sertifioidulla tavalla. IT-kalusteita uusitaan tarvittaessa ja myös pyritään siihen, ettei IT-kalusteet mene turhan vanhoiksi ja kuluta liikaa sähköä. Esimerkiksi vanhat puhelimet menevät joko kiertoon vielä toimiessaan, rekvisiitaksi rikkoutuessaan tai annetaan IT-tuelle hävitettäväksi. IT-laitteet hävitetään aina asianmukaisesti. (Koivisto 2019.)

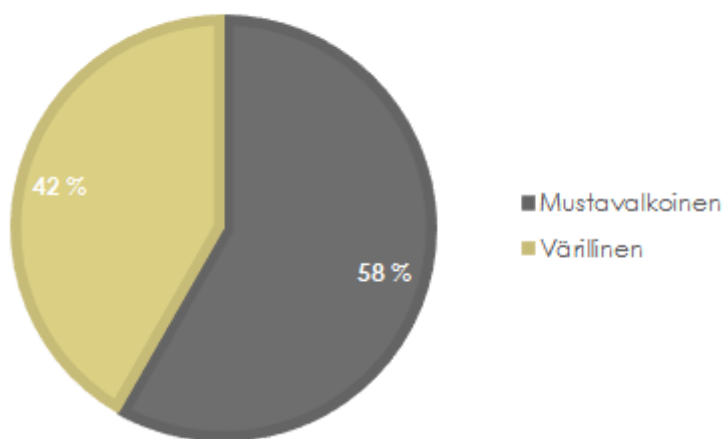
6.2 Kopiointi ja tulostus

Toimistolle tilataan tulostuspaperia arviolta noin puolen vuoden välein 40 laatikkoa, joissa jokainen laatikko sisältää neljä riisiä. Paperi on Suomen lippu -merkittyä. Tu-

lostamista olisi mahdollista vähentää, jos siirryttäisiin paperittomaan toimistoon. Jokaisen osaston olisi aina hyvä miettiä, että onko asia tarpeellista tulostaa. Toiveena olisi myös, että tuotantoja kannustettaisiin johdon eli tuottajan ja vastaavan tuottajan puolesta, että kaikkea ei aina tarvitsisi tulostaa paperille. “Varmuuden vuoksi” tulostaminen ja ylimääräiset tulostukset ovat kuitenkin yleistä alalla. Vaihtoehtona olisi se, että katsottaisiin näytöltä tai puhelimelta, mutta niihin ei välttämättä uskalleta turvautua samallailla, kun fyysiseen paperiin kädessä. (Koivisto 2019.)

Toimistolle tilattavalla tulostuspaperilla on EU-ympäristömerkki. Ympäristömerkin ehtona on, että tuote käyttää muihin vastaaviin tuotteisiin verrattuna muun muassa vähemmän sähköä ja vettä, sekä sen tuottamat jätteet kerätään talteen paremmin kuin muiden vastaavien tuotteiden valmistuksessa. (EU-ympäristömerkki 2019). Vaikka toimistolla otettavista kopioista suurin osa (58%) on mustavalkoisia, otetaan värituloiteita liikaa niiden tarpeeseen nähden. Uskomme, että suurimman osan väritulosteista voisi ottaa mustavalkoisina.

TOIMISTON KOPIOINTI



Kirjanpito 30.9.2019

6.3 Sähkö

Toimiston lämmitysmuoto on kaukolämpö. Toiseen kerrokseen sähkö tulee vuokranantajalta. Toimiston sisälämpötila oli haastatteluhetkellä 25 celsius -astetta. Lämpötilat tulevat taloyhtiön toimesta, joten pattereita ei pysty itse säätämään. Lämpötiloja säädetään arviolta maaliskuussa viileämmäksi ja lokakuussa lämpimämmäksi. Sähkönkulutukseen kiinnitetään huomiota sammuttamalla valot yöksi, kun viimeinen työntekijä lähtee. Koko toimiston valot ovat helppo sammuttaa yhdestä painikkeesta. Usein toimistolla käyvä siivoaja on viimeinen lähtijä, joka sammuttaa valot. Toimistossa on toimistokäyttöön tarkoitettuja valaisimet ja standardisoituja ekolamppuja suositetaan. Jotta sähkölaitteet olisivat mahdollisimman energiatehokkaita, laitteet pidetään ajan tasalla myös turvallisuuden kannalta. Käytössä olevat jatkojohdot ovat esimerkiksi virransäästöversioita. (Koivisto 2019.) Yellow Film & TV on tehnyt sähkösopimuksen, jossa sähkön alkuperä on yhdistelmä kolmea eri tuotantomuotoa: Ydinvoima 34%, Fossiiliset polttoaineet 30 % ja Uusiutuva energia 36 % (Helen 2019c).

Yellow Film & TV:n toimiston ehdottomasti suurin sähkönkuluttaja on jälkituotannon puoli, jossa leikataan suurin osa tuotantoyhtiön ohjelmista ja elokuvista.



(Helen 2019b).

6.4 Jälkituotanto

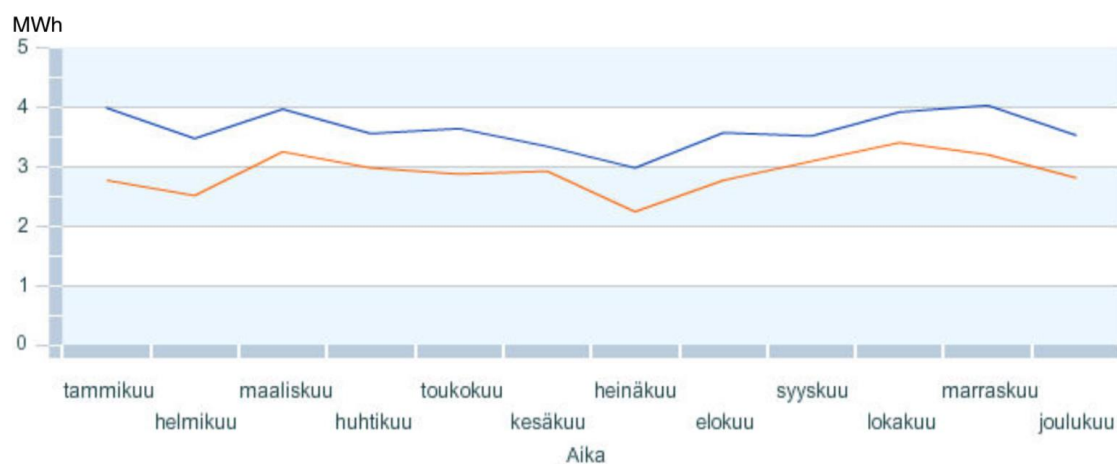
Haastattelimme Yellow Film & TV:n jälkityökoordinaattoria yrityksen jälkityöosaston ekologisuudesta. Kysymykset löytyvät liitteistä (Liite 4). Suurin sähkönkuluttaja yrityksen tiloissa on jälkityöosasto. Pääsääntöisesti tietokoneet suljetaan yöksi, mutta jos tiedostoja jätetään latautumaan, niin silloin saatetaan jättää tietokone yöksi päälle. Noin 90 % ajasta tietokoneet kuitenkin suljetaan. (Vuokko 2019.)

Paperiroskaa jälkituotannon puolella tulee melko vähän verrattuna muuhun toimintaan. Kuvausraportit ja käsikirjoitukset tulevat paperisena. Kuvausraportit säilötään mappeihin. Turhaa kuvamateriaalia ei juurikaan ole, muuten kuin GoPro-kameroissa, jotka ovat turhaan pitkiä aikoja päällä. Tuotannoissa, joissa esiintyjät kuvaavat itse itsensä, turhaa materiaalia on enemmän. (Vuokko 2019.)

Tällä hetkellä maailman datakeskusten sähkönkulutus vastaa lentoliikenteen päästöjä, ja vuoteen 2025 datakeskusten sähkönkulutuksen ennustetaan jopa tuplaantuvan. (Telia 2019.) Mobiilidatayhteys saastuttaa jopa viisi kertaa langallista internetyhteyttä enemmän (Iso-Kuusela 2016), joten tietokoneella työskentelevien olisi hyvä käyttää langallista internetiä. American Council for an Energy-Efficient Economy:n mittausten mukaan pilvipalveluiden käyttäminen käyttää noin 3,1 kWh sähköä per gigatavu. 100 gigatavun tallentaminen pilveen vuodeksi aiheuttaa 0,2 tonnin hiilidioksidipäästöt. (Stanford Magazine 2017.)

Muistutuksena, yhden ihmisen vuotuiset hiilidioksidipäästöt saisivat olla vain 0,6 tonnia, jotta ilmastonmuutos voitaisiin pysäyttää. Ei siis ole samantekevää, millaista energiaa datakeskukset käyttävät sähköntuotantoon.

Alla olevassa kaaviossa näkyy jälkityön puolen sähkön käytön kasvu vuodesta 2015 vuoteen 2018. Sähkönkulutus on kasvanut 24,9 %. Kaaviosta näkee, että heinäkuu on yrityksessä perinteisesti lomakuukausi, jolloin sähkönkulutus on kaikista pienintä. Loppuvuodesta sähkönkulutus taas usein kasvaa.



■ 1/2015 - 12/2015

Summa: 34,90 MWh (19,96 % vähemmän kuin 1/2018 - 12/2018)

Keskiarvo: 2,91 MWh

Minimi: 2,24 MWh (7/2015)

Maksimi: 3,41 MWh (10/2015)

■ 1/2018 - 12/2018

Summa: 43,60 MWh (24,94 % enemmän kuin 1/2015 - 12/2015)

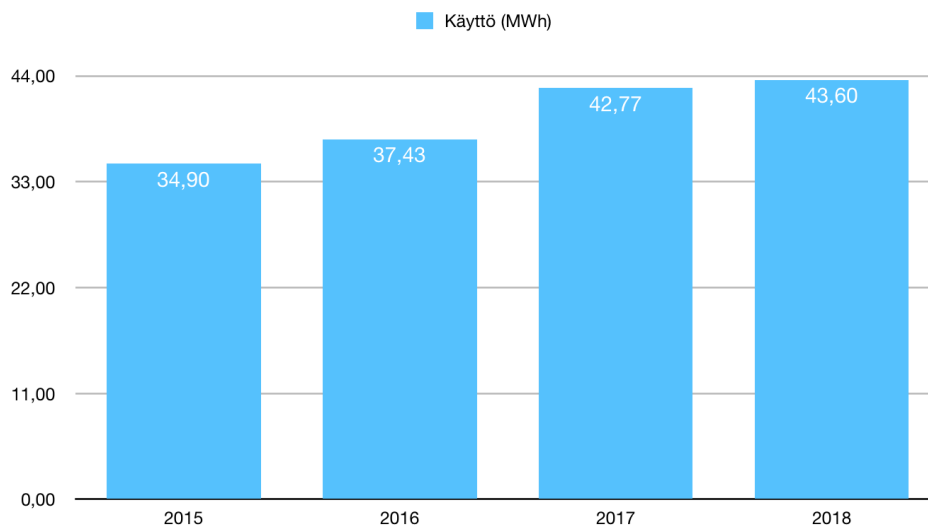
Keskiarvo: 3,63 MWh

Minimi: 2,99 MWh (7/2018)

Maksimi: 4,04 MWh (11/2018)

(Helen 2019b).

Vuoden 2015 jälkeen yritykseen on tullut viisi jälkituotannon työntekijää lisää, joiden työnteko tietenkin lisää sähkönkulutusta. Lisäksi assistentteja ja heidän koneitaan on tullut lisää. Vuoden 2015 jälkeen yrityksessä on siirrytty ulkoisten kovalevyjen käytöstä oman verkkoserverin käyttöön. Serverin ylläpito vie enemmän sähköä. Serveri otettiin käyttöön vuonna 2017. (Vuokko 2019.) Alla oleva kaavio näyttää, kuinka paljon sähkönkulutus jälkituotannon puolella on noussut oman serverin käyttöönoton jälkeen. Toki koko sähkönkulutuksen kasvu ei johdu serveristä, vaan myös kasvanut työ- ja työntekijämäärä vaikuttaa jonkin verran.



(Helen 2019b).

Jälkityökoordinaattorin toiveena olisi, että tulevaisuudessa yritys ostaisi uusiutuvaa sähköä, koska sähkönkulutus on niin suurta. Tietokoneiden ja valojen sulkeminen pitäisi olla vaatimuksena kaikille. (Vuokko 2019.)

Jälkituotanto jakaa materiaalia WeTransferin sekä oman FTP-serverimme kautta. Tiedostoja jaetaan Frame.ion ja Vimeon kautta. Google Driveä käytetään esimerkiksi VFX (efekti) -listojen jakamiseen. Lisäksi tilaajille lähetetään materiaalia heidän omien pilvipalveluiden/FTP-servereidensä kautta, esimerkiksi Aspera ja MediaThread. (Vuokko 2019.)

7 TUOTANTO 1 HAASTATTELU JA HAVAINNOINTI

Haastattelimme tuottajaa ja tuotantopäällikköä ennen kuvauksien alkamista. Tuotannolle suunnattu haastattelukysymykset löytyvät liitteistä opinnäytetyön lopusta (Liite 5). Tuotannolla on käytössä tuotantoinfo, minkä saimme nähdä. Tuotantoinfossa on perustietoa tuotannosta, esimerkiksi keitä työryhmään kuuluu. Tuotannossa on käytössä call sheetit eli tarkat kuvausaikataulut jokaiselle kuvauspäivälle. (Lappi 2019.)

Kysyimme, että onko tuotannossa käytössä menetelmiä, ohjelmia tai yhdessä sovittuja toimintatapoja, mitkä tukevat kestäväää kehitystä. Tuotannon kuvaukset tapahtuvat metsässä, joten tuotannolla käytössä metsäraamattu eli ohjeistus siitä, että miten luontoa kunnioitetaan esimerkiksi luontoon ei jätetä mitään roskaa eikä tehdä avotulia. (Lappi 2019.)

Kävimme havainnoimassa Tuotanto 1:n ekologisuutta tuotannon kuvauksissa 30.8. Havainnointimme oli osallistuvaa havainnointia, sillä työryhmä tiesi tulostamme. Avustimme heitä myös tarvittavissa työtehtävissä. Havainnoimme näiden kuvausten perusteella ja hyödynsimme työryhmän paikallaoloa haastattelemalla esimerkiksi tuotantoassistenttia ja kuvaussihteeriä. Kyselimme heiltä tarkentavia kysymyksiä työryhmän toimintatavoista ekologisuuteen liittyen. Käytännössä teimme muistiinpanoja havainnointimme aikana ja tarkkailimme kaikkea, mikä liittyy ekologisuuteen.

7.1 Kuvauspaikat ja kulkeminen

Tuottajan arvion mukaan tuotannon suurin hiilidioksidipäästön aiheuttaja on autoilu. Tuotannolla on käytössä rekvisiitta-auto eli millä kuljetetaan kuvausrekvisiittaa ja kuvausauto tuotannon kalustolle. Tuotannolla on myös kaksi muuta henkilöautoa käytössä. Autoilla kuljetaan esimerkiksi toimistolta kuvauspaikalle ja toisin päin. Tuotannon runneri ajaa päivittäin toimistolle kuvauspaikalta tavaraa tuoden esimerkiksi kuvatun materiaalin kovalevy jälkituotannolle leikkausta varten. Kuvauspaikalta on 58 minuutin ajomatka toimistolle. Sovimme tuotannon kanssa, että seuraamme tuotannon aikana aiheutuneita ajokilometrejä. Kuvauksissa on käytössä myös muutama moottorivene, mitkä aiheuttavat autoilun lisäksi jonkin päästöjä. Jälkituotannossa kuvaukset myös leikataan, jossa sähköä kuluu jonkin verran. Leikkaus tapahtuu toimistolla. (Lappi 2019.)

Tuotannon aikana autoja oli käytössä yhteensä seitsemän. Pyysimme ennen tuotannon alkua, että autojen kilometrit otetaan ylös auton käyttöönnotossa sekä auton luovuttamisen yhteydessä. Tuotannon aikana autoilla ajettiin yhteensä 2 283 kilometriä. Autoilusta koitui noin 350 kg hiilidioksidipäästöjä (Ilmastolaskuri 2019). Vertailun

vuoksi, tämä on saman verran, kuin yhden togolaisen ihmisen koko vuoden hiilidioksidipäästöt (Globalis 2019).

Kuvauspaikan lähelle saavuttuamme lähdimmekin moottoriveneellä itse kuvauspaikalle. Kuvauspäivien kuvauspaikat vaihtelivat kuvauspäivien aikana, ollen kuitenkin Kopparnäsin rannikon lähistöllä. Tuotannolla on ollut kaksi moottorivenettä alivuokrattuna muutamana päivänä, joita on käytetty satunnaiseen kulkemiseen kuvauspaikan ja lähtöpaikan välillä. Moottoriveneillä on kuljetettu työryhmää sekä rekvisiittaa. Mennessämme kuvauspaikalle oli toisessa veneessä rekvisiittaa kuvauksia varten ja toisessa veneessä yhteensä neljä henkilöä veneen kuljettaja mukaan luettuna. Vene-matka lähtöpaikalta kuvauspaikalle kesti muutaman minuutin.

7.2 Puvustus ja rekvisiitta

Tuotannon puvustuksessa on käytössä ainoastaan Fjällravenin metsävarusteet esimerkiksi takki ja housut, mitkä ovat ekomekkisiä ja kestäviä. Tuotannon esiintyjät saavat siis omat Fjällravenin varusteet, jotka saavat myös pitää kuvausten loputtua. Työryhmällä on myös käytössä omat Fjällravenin varusteet, mitkä he ovat saaneet pitää. Rekvisiittaa tuotannolla on noin yhden pakettiauton verran. Rekvisiitta on suunniteltu mahdollisimman lähelle luontoa esimerkiksi rekvisiittana halkoja. Tuotannossa rekvisiittana tullaan käyttämään myös vesimattoa, minkä päällä voi painia sekä tikibaaria, jossa on esimerkiksi rantatuoleja ja varjoja. Aiemmissä tuotantokausissa heillä on ollut hieman enemmän käytössä muovisia uima-altaita ja sen sellaista. Tuotannolla on myös fanituotteina logolliset paidat, mitkä menevät kaikki jakoon faneille. (Lappi 2019.) Paidat ovat James & Nicholson -merkkisiä. Yrityksen tuotteet valmistetaan Kiinassa ja Bangladeshissa, mutta yritys on sitoutunut BSCI (Business Social Compliance Initiative) -aloitteeseen, jonka tavoitteena on parantaa työntekijöiden oikeuksia tehtailla, joissa yrityksen vaatteita valmistetaan. James & Nicholson on myös sitoutunut suojelemaan ihmisiä ja ympäristöä vaarallisilta kemikaaleilta. Vaatteet valmistetaan luomupuuvillasta. (James & Nicholson 2019.)

Päivien kuvauksiin on viety tarvittava rekvisiitta. Päivänä, jolloin olimme havainnoimassa paikan päällä, oli rekvisiittana tikibaari, jonka edustalla seitsemän rantatuolia. Tikibaari oli vuokrattu, muut pienrekvisiitat oli ostettu tai lainattu tuotantoyhtiön varastolta. Kuvauspäivänä oli myös sup-lautoja käytössä rekvisiittaa varten, mitkä olivat myös vuokrattu. Tuotanto on pyrkinyt hyödyntämään aikaisempien tuotantokausien rekvisiittaa tälläkin tuotantokaudella aina, kun mahdollista. Hankintoja tehdessä pyritään harkitsemaan kyseisen rekvisiitan käyttöä mahdollisella seuraavalla tuotantokaudella. Hankintoja tehdään lähtökohtaisesti tuotteen edullisuus edellä. Kuitenkin osaan kuvauksista saatetaan tarvita jotakin tiettyä erikoisempaa rekvisiitta, jolle saattaa olla vain tämän yhden kerran käyttöä. Näin rekvisiitta on epäekologista sen muovipakkauksineen ja yhden kerran käyttötarpeen jälkeen. Tuotannolle oli tehty myös muutama rekvisiittahankinta, mitkä jäivät käyttämättä kokonaan kuvausten sisällön hieman muututtua. Tällöin nämä kyseiset rekvisiitat palautetaan takaisin ostospaikkaan. Uusia rekvisiittoja ei pääsääntöisesti avata paketeista ennen niiden varsinaista käyttöä, jolloin nämä voi hyvin palauttaa vielä takaisin, jos niitä ei tarvitakaan. Kirpputorilta tuotanto oli tehnyt myös kerran hankinnan, mitä ei löytynyt tuotantotoimiston varastolta ja osa pienrekvisiitasta oli lainattua myös työryhmäläisen kotoa. Kuvausten jälkeen rekvisiitat pidetään itse tuotannolla säilössä seuraavaa tuotantokautta varten tai viedään tuotantoyhtiön varastoon kaikkien käytettäväksi.

7.3 Majoitus ja catering

Tuotanto yöpyy kuvauspaikan läheisyydessä olevassa majoituspaikassa kuvausten aikana. Majoituspaikkaa valitessa tuotanto ei ollut ottanut majoituspaikan ekologisuutta huomioon, sillä prioriteettina oli se, että työryhmä mahtuu yöpymään jonnekin, mistä olisi kuvauspaikan lähellä. Valittu majoituspaikka on noin 20 minuutin päästä kuvauspaikasta. (Lappi 2019.)

Tuotanto ruokailee majoituspaikassa sekä kuvauspaikalla. Kuvauspaikalla syödään retki- ja pussiruokia sekä energiapatukoita. Majoituspaikalla syödään aamupala ja illallinen. Aamupalalle ostetaan perinteisiä aamupalatarvikkeita esimerkiksi ruisleipää,

margariinia, juustoa sekä Valion sponsoroimia tuotteita. Illallinen tilataan cateringiltä. (Lappi 2019.) Selvitimme, että tuotannon käyttämät pussiruoat valmistetaan Saksassa ja Englannissa. Välipalapatukat olivat suomalaisia ja yhdysvaltalaisia. Tiettyä ohjeistusta eettisten tai reilun kaupan tuotteista tuotannolla ei ole, mutta tuotanto suosii luomua, vegaanista ja kasvisruokaa. Pääasiallisesti tuotanto joutuu myös katsomaan elintarvikkeissa hintaa. (Hokkanen 2019.) Tuotanto päättää ruoat koko työryhmälle allergiat huomioiden. Aamupalatarvikkeiden ja muiden syömisten jätteet kierrätetään majoituspaikan mukaisesti. (Lappi 2019.) Tuotannon jälkeen havainnoimme, että työryhmälle oli ostettu kasvispainotteista ruokaa, mutta myös eläinperäisiä tuotteita, kuten kananmunia, juustoa ja meetvurstia oli jonkin verran.

Retkipussiruoat olivat arviolta puolet liharuokia ja puolet kasvisruokia. Retkipussiruokiin kaadetaan kuumaa vettä termoksesta ja syödään omalla aterimella. Tuotannolla ei ole ollut kertakäyttöastioita käytössä ollenkaan. Kuuma vesi on keitetty trangialla. Juotava vesi on tuotu kuvauspaikalle isoilla vesikanistereilla. Jokaisella työryhmäläisellä oli käytössä oma teräksinen juomapullo. Muovisia vesipulloja tuotannolla ei ole myöskään ollut käytössä. Retkipussiruoat ja energiapatukat olivat helppoja ruokia luonnon keskellä vaikkakin pientä roskaa niistä aiheutui. Näillä on myös pitkä parasta ennen -päivämäärä, jolloin ruokaa ei mennyt niin sanotusti hukkaan. Jos rekvisiittana oli käytetty hedelmiä tai muuta naposteltavaa, on työryhmä syönyt ylijääneet ruokarekvisiitat. Tuotannossa on rekvisiitan ja ruokien puolesta pyritty hyödyntämään kaikki tavalla tai toisella.

Majoituspaikkaan työryhmä oli hankkinut aamu- ja iltapalatarvikkeet. Jokainen valmisti itse aamu- ja iltapalan. Catering toimitti majoituspaikkaan vegaaniset päivälliset isoissa astioissa maanantaina ja keskiviikkona. Ruoka oli suunniteltu riittämään neljälle illalle eli kuvauspäivien ajaksi. Tuotantopäällikön mukaan ylijäänyt ruoka laitettiin jääkaappiin seuraavaa ruokailua varten. Pilaantunut ruoka vietiin pikakompostiin majatalon pihalle.

Tuotanto käyttää sähköä ainoastaan majoituspaikalla. Koko kalusto toimii akuilla, joita ladataan öisin majoituspaikalla. Kuvaukset kuvataan pääsääntöisesti päivisin, jolloin tarvitaan vaan kamera-akku ja äänitysakku. Mahdollisessa iltakohtauksessa tarvittavat lamput toimivat myös akuilla. (Lappi 2019.) Haastattelussa sovimme myös, että saamme seurata opinnäytetyötä varten tuotannon hankintoja.

Majoituspaikassa oli sähkösauna. Työryhmä ei grillannut tai käyttänyt majoituspaikassa ollutta poreammetta. Tuotantoryhmä käytti saunaa kuvausten aikana neljä kertaa. Oletamme, että talossa on ollut kuuden kilowatin tehoinen kiuas, joka on yleinen omakotitaloissa. (Ilta-Sanomat 2019.) Jos saunan lämmityksessä kestää 45 minuuttia, sähköä on kulunut 4,5 kilowattia. Kun sauna on lämmennyt haluttuun lämpötilaan, laskee sähkönkulutus noin kolmeen kilowattiin per tunti (Ilta-Sanomat 2019).

Työryhmä latasi öisin tarvittavaa kalustoa kuvauksia varten. Tuotannolla oli öisin lautouksessa 10 kpl varavirtalähteitä, 13 kpl radiopuhelimia, 13 kpl kännyköitä, 7 kpl Go Pro akkuja, 4 kpl FS7 akkuja, 4 kpl järjestelmäkameran akkuja (esiintyjien kamerat, A7s II, still-kamera), työryhmän kannettavat tietokoneet ja 2 kpl äänittäjien akkuja.

7.4 Jätteet ja kierrätys

Selvitimme haastattelussa, paljonko tuotannossa muodostuu ruokailuun liittyvää hävikkiä tai roskaa. Tuotannossa kaikki ylijääneet ruoat menevät jakoon. Esimerkiksi retki- ja pussiruoat eivät mene vanhaksi nopeaksi, joten paljon luonnossa käyvät työryhmäläiset ovat ottaneet ilolla vastaan ylijääneet pussiruoat. Aamupalatarvikkeet jaetaan myös työryhmälle mahdollisuuksien mukaan. Loput heitetään pois esimerkiksi huonoksi menneet. Oikeastaan ainut hävikki syntyy illallisista, mitkä catering tuo kaksi kertaa viikossa majoituspaikalle. Hävikki syntyy siitä, että jos illallista on ostettu tai tilattu liikaa. Samaa ruokaa syödään kuitenkin pari päivää ennen kuin uusi illallinen toimitetaan. Catering tuo kuitenkin usein runsaasti ruokaa, eikä ruoka saa loppua kes-

kenkään, joten työryhmän henkilömäärän mukaan ruokaa on tilattava. Tuottajan arvon mukaan loppujen lopuksi aika vähän tuotannolla syntyy ruokailuun liittyvää jätettä. (Lappi 2019.)

Haastattelussa selvisi, että itse kuvauspaikalla ei ole kierrätystä vaan he tuovat tarvittaessa jätettä takaisin toimistolle tai kuvauspaikan lähellä sijaitsevalle mökille, jossa he yöpyvät kuvausten aikana. Tuotanto kierrättää esimerkiksi pullot, sillä vesipulloja tulee jonkin verran. (Lappi 2019.) Heillä on kuitenkin kaikilla käytössä omat teräksiset juomavesipullot. Tarkoituksena on se, että muovipulloja ei käytettäisi. (Hokkanen 2019.) Tuotanto kantaa juomavettä kuvauspaikalle. Roskat kierrätetään yöpymispaikan ehdoilla tai tarvittaessa esimerkiksi pulloja tuodaan toimistolle kierrätettäväksi. Tuotanto ei käytä kertakäyttöisiä astioita. Kuvauspaikalla heillä on käytössä tuotannon eräestarin teettämät puiset kupit ja lusikat. Yöpymispaikassa on tietysti oma posliiniasiasto, mikä on tuotantoryhmällä käytössä. Kuvauspaikalla työryhmä syö retkiruokaa, joista syntyy jonkin verran jätettä. (Lappi 2019.)

Havaitsimme, että pienrekvisiitasta ja työryhmän eväistä aiheutuu jonkin verran jätettä. Eniten roskia syntyi kuvauspäivien aikana retkipussiruuista ja pienrekvisiittojen paketeista. Usein kuvauksissa on hyvin kiire, mutta työryhmä voisi kiinnittää roskien kierrättämiseen enemmän huomiota. Kuvauspaikan roskat vietiin kaikki kuvauspaikan luona olleeseen sekajäteastiaan, eikä niitä kierrätetty, kuten työryhmän majoituspaikassa.

Havainnointipäivänä emme valitettavasti päässeet itse yöpymispaikkaan tutustumaan, vaan saimme sitä koskevat tiedot tuotantopäälliköltä. Majoituspaikassa oli mahdollisuus kierrättää biojäte, sekajäte, muovi, pahvi, paperi, ongelmajäte, lasi ja metalli. Majoituspaikan omistajat ja tuotanto vaativat kierrättämistä. Majoituspaikassa oli siis hyvin tarjolla kierrätysastiat, jotka sijaittivat keittiön apukeittiön kaapissa omilla paikoillaan. Majoituspaikan pihalla sijaitti pikakomposti ja pihatiellä sekajätepiste. Muut jätteet tuli jättää jätteenkeräyspisteisiin. Majoituspaikan omistavat

veivät sitten lajitellut astiat isompiin kierrätyspisteisiin. Majoituspaikassa työryhmäläiset huolehtivat omasta kierrättämisestään. Koko työryhmällä oli ohjeet kierrättämisestä.

7.5 Tuotannon oma arvio ekologisuudesta

Tuottajan mielestä tuotanto meni ekologisuuden näkökulmasta niin hyvin, kuin kiiressä voi mennä. Rekvisiittaa oli vähemmän, kun oli aluksi arvioitu, mikä oli positiivinen yllätys. Vaikka osa tuotantoryhmästä olisi halunnut liharuokaa, oli joka päivä tarjolla vain vegaaniruokaa illallisella. Autojen ajamissa kilometrimäärissä ja kuvauskaluston latauksessa ei ollut säästömahdollisuuksia. Kuvamateriaalia oli kuitenkin paljon ylimääräistä, koska kyseessä on reality-ohjelma, joten kaikki päivän tapahtumat on pakko kuvata. (Lappi 2019.)

8 TUOTANTO 2 HAASTATTELU JA HAVAINNOINTI

Haastattelimme tuottajaa ennen tuotannon kuvausten alkamista. Haastattelun aihe liittyi siihen, että miten tuotanto on ottanut huomioon kestävän kehityksen ja ekologisuuden tuotannossa. Tuotannolle suunnattu haastattelukysymykset löytyvät liitteistä opinnäytetyön lopusta (Liite 5).

Tuotannolla oli tuotantoinfo, minkä saimme nähdä opinnäytetyötä varten. Tuotanto jakoi ennen kuvausten alkamista työryhmälle tuotantoinfon, jossa oli mukana ”Green Production” -ohjeistus. Tämä ekologinen ohjeistus tuotannolle on Yellow’lla poikkeuksellinen, sillä emme ole nähneet muissa tuotannoissa vihreän tuotannon ohjeistusta kirjallisena. Tuotanto halusi olla edellisiä tuotantokausia ympäristöystävällisempi. Työryhmää ohjeistettiin antamaan oma panos kestävään kehitykseen ja kiinnittämään huomiota seuraaviin: pitämällä oma vesipullo ja kahvimuki mukana kuvauksissa, roskaa ei jätetä luontoon tai kaduille, kierrätetään ja lajitellaan kaikki jätteet, käytetyn ja

kierrätetyn suosiminen, ekologisen vaihtoehdon valitseminen ja ilmoittamaan tuotannolle, jos ei tarvitse paperiversioita kuvauspäivien aikatauluista ja infoista. Ohjeistuksessa oli myös mainittu, että tuotannon ajokilometrit lasketaan ja tuotannon ekologisuutta tutkitaan. Infossa ohjeistettiin myös ekosetti.fi -sivustolle, josta löytyy tuotannon eri osa-alueille opastus vihreämpään tuotantoon. Tuotanto myös arvostaa sitä, ettei kaikkia papereita tarvitse tulostaa. Käytännössä tuotanto ei tulosta mitään turhaan vaan pyritään lähettämään materiaalit sähköisenä. Tuotanto ei halua kuitenkaan hankaloittaa työryhmäläisten työntekoa printtittömyydellä, joten tarvittaessa materiaalia tulostetaan esimerkiksi merkintöjä varten. (Pänkäälä 2019.)

Tuotantokoordinaattorin mukaan työryhmälle tulostetaan kaikille yksi nippu kuvauspäivän papereista esimerkiksi aikataulusta. Pari näyttelijää halusivat infot vain sähköisenä. Näin siis vältetään turhaa tulostamista, jolloin tulosteita jää aina yli. Toiveena kuitenkin olisi, että suurin osa työryhmästä ja näyttelijöistä käyttäisi vain sähköisiä tiedostoja. Tässä tuotannossa tulosteiden määrä ei siis vielä vähentynyt dramaattisesti tavoitteiden mukaan.

Viime tuotantokausiin verrattuna työryhmä on tietoisempi kestävästä kehityksestä ja valinnoista. Kestävän kehityksen ajattelu on arkipäiväistynyt. Tuotanto on kuitenkin kasvanut viime kausista isommaksi, esimerkiksi työryhmä on kasvanut, jolloin tekeminenkin on isompaa. (Pänkäälä 2019.)

Kävimme havainnoimassa Tuotanto 2:n ekologisuutta tuotannon lokaatiokuvauksissa 30.11. Kuvauspaikkana toimi omakotitalo Sipoossa. Havainnointimme oli osallistuvaa ja tarkkailevaa havainnointia. Havainnoimme kuvauspaikalla muun muassa kierrättämisen toteutumista. Haastattelimme myös esimerkiksi tuotantokoordinaattoria, cateringistä, järjestäjää, maskeeraajaa ja puvustajaa paikan päällä. Kyselimme heiltä tarkentavia kysymyksiä työryhmän toimintatavoista ekologisuuteen liittyen.

8.1 Kuvauspaikat ja kulkeminen

Tuotannon suurin hiilijalanjälki aiheutuu tuottajan arvion mukaan autoilusta, sillä kuvasten paikka vaihtuu tiiviisti Uudenmaan alueella esimerkkeinä Sipoo ja Pornainen. Tällä kaudella kuvauspaikat eivät ole hirveän lähellä toisiaan. Tuotannon aikana ei ole majoituksia. Tuotannolla on käytössä 15 autoa ja yksi bussi. Kuvausten aikana on käytössä myös rooliautoja esimerkiksi taksilla ja bussilla ajelua. (Pänkäälä 2019.) Kymmenestä vuokra-autosta kaksi olivat ajossa latautuvia täyshybridejä, jotka kuluttavat noin 50% vähemmän bensiiniä ajon aikana kuin vastaava bensiinikäyttöinen auto (Autovuohotus 2018). Loput autot olivat bensa- tai diesel käyttöisiä. Havainnointimme perusteella tuotannon suurin liikenne syntyi näyttelijöiden hausta ja viennistä kuvauspaikan ja kodin välillä. Tämä vie myös ison resurssin kuvauspäivinä. Näyttelijöillä oli eri maskiajat, jolloin heidän tulee olla kuvauspaikalla, jolloin välillä tulee ajettua yksittäisiä ajoja. Kuvauspaikasta riippuen, osa näyttelijöistä tuli omin avuin kuvauspaikalle tai haettiin esimerkiksi lähimmältä juna-asemalta. Yksi näyttelijä käytti myös omaa autoaan. Haasteena oli kuvauspaikat syrjäseuduilla, jolloin ajoa oli kuvauspäivän aikana paljon. Näyttelijöiden haut suunnitellaan maskiaikojen mukaisesti. Tuotannon runneri saattoi kuvauspäivän aikana ajaa kolmekin kertaa edes takaisin lokaation ja Yellow Film & TV:n toimiston välillä. Tuotanto suunnitteli muut ajot kuitenkin näyttelijöiden haun ja viennin mukaisesti. Esimerkiksi toimistolla käytiin hakemassa tai viemässä tavaraa, jos toimisto oli matkan varrella, kun näyttelijöitä vietiin kotiin tai haettiin kuvauksiin.

Tuotannolla oli käytössä kuvausten ajan maskibussi, jossa oli maskeerauspiste ja puvustus. Bussi toimi maskeeraajan ja puvustajan työpisteenä kuvauspäivinä. Bussissa tuli siis olla valot ja lämmitys päällä kuvauspäivinä, kun bussi oli parkissa. Bussiin tuli sähkö kuvauspaikan mahdollisuuksien mukaisesti. Esimerkiksi sähköä voidaan saada sovitusti viereisen talon sähköstä, kaupungin sähköstä tai kuvauspaikan ollessa niin sanotusti keskellä ei mitään, bussi toimii omilla aggregaateilla. Bussi toimii dieselillä. Valitettavasti emme saaneet tarpeeksi tietoja bussin polttoaineen tai sähkön kulutuksen laskemiseksi.

Pyysimme myös tätä tuotantoa ottamaan autoilla ajettut kilometrit ylös. Ajokilometreistä puuttuu neljän auton kilometrit, joita emme saaneet tuotannolta tietoon. Tämän tuotannon aikana autoilla ajettiin yhteensä noin 65 677 kilometriä. Autoilusta koitui noin 9 980 kg hiilidioksidipäästöjä (Ilmastolaskuri 2019b). Jos kaikki autot olisivat olleet täyssähköautoja, hiilidioksidipäästöjä olisi tullut noin 1 379 kg Suomen sähkön-tuotannon keskimääräisten päästöjen mukaan laskettuna (Ilmasto-opas 2019). Tässä luvussa on huomioitu myös sähköauton valmistuksesta koituvat kulut, jotka kasvattavat päästökeskiarvoa per kilometri.

Kameraryhmällä oli paljon akkuja käytössä, mitkä ladattiin kameravuokraamossa tai toimistolla. Tuotannolla oli käytössä kevytkalusto, joten esimerkiksi isoja valaistuksia ei tehdä. Kuvauksissa ei käytetty generaattoreita. (Pänkäälä 2019.)

8.2 Puvustus ja rekvisiitta

Tuotanto käyttää kuvausten aikana paljon valmiita kuvauspaikkoja, esimerkiksi kohteja, joten enimmäkseen tuotannolla on käytössä pienrekvisiittaa. Jonkin verran rekvisiittana on huonekaluja sisustamista varten. Tuotanto ei rakenna lavasteita. Isoin rekvisiitta kuvauksissa on baarin tekeminen tyhjään tilaan sisustamalla ja maalamalla. Lavastusosastolla on ohje siitä, ettei luontoon jätetä mitään vaarallisia kemikaa-leja tai myrkkyyä. Käytetään siis materiaaleja, mitkä eivät kuormita luontoa. (Pänkäälä 2019.)

Puvustuksessa ostetaan uusia vaatteita ja hyödynnetään kirpputoreja niin paljon kuin on mahdollista. Tuotannon jälkeen puvustosta pidetään toimistolla kirpputori ja vaatteet, mitkä eivät mene kaupaksi, viedään hyväntekeväisyyteen. Esimerkiksi viime tuotantokaudella loput lastenvaatteista vietiin Hope -hyväntekeväisyshdistykselle. (Pänkäälä 2019.) Tuotannon puvustajan mukaan suurin osa vaatteista on kirpputoreilta. Uusia vaatteita on hankittu myös puvustukseen, sillä on mahdotonta löytää kaikkea kierrätettynä resurssien vuoksi. Resursseja ei myöskään ole tarkempaan vaat- teiden materiaalien tutkimiseen ekologisuuden kannalta. Resursseihin vaikuttavat siis tuotannon budjetti ja käytettävissä oleva aika. Puvustaja vie kuvausten jälkeen osan

vaatteista esimerkiksi tuotannon omaan säilöön, UFF -kierrätykseen ja vaatteista pidetään myös kirpputori Yellow:n toimiston väelle.

Rekvisiitta on tuotannolla hieman ongelmallisempi verrattuna puvustuksen kierrättämiseen, sillä niiden säilytys vie paljon enemmän tilaa. Tuotannon jälkeen rekvisiitasta pidetään myös kirpputori tai viedään kierrätyskeskukseen. Jos kierrätyskeskus ei ota vastaan kaikkea, niin nämä viedään sorttiasemalle. (Pänkäälä 2019.) Rekvisitöörit ostivat lähes jokaisella ostokerralla uusia kestokasseja, mikä ei ole kovin ekologista. Pelkästään lokakuussa kestokasseja ostettiin 7 kappaletta. Yellow Film & TV:n varastossa oli lokakuussa 2019 rullakollinen kestokasseja, joita tuotannot voisivat käyttää vapaasti.

Kysyimme tuotannon maskeeraajalta meikkien ekologisuudesta. Maskeeraaja pyrkii suosimaan luomumeikkejä ja hankkiikin niitä, jos hyviä ja soveltuvia tuotteita löytyy maskiin. Kaikki luomumeikit eivät kuitenkaan ole vielä niin hyviä, että niitä voitaisiin käyttää maskissa. Maskeeraaja kiinnittää meikkien ekologisuuteen huomiota siinä määrin, missä pystyy. Valintaan vaikuttavat budjetti ja meikkien soveltuvuus maskikäyttöön. Maskeeraajan kaikki jätteet menevät sekajätteeseen.

8.3 Catering

Tuotannon cateristillä oli ohjeena valita kestävä kehityksen kannalta tuotteet esimerkiksi laadukasta, mahdollisuuksien mukaan luomutuotteita ja reilun kaupan tuotteita. Tuotannossa tarjotaan usein myös vegaanisia välipaloja. Lounas tarjoiltiin kerran päivässä kuvauksissa. Tuotanto suosi paikallista cateringiä lounaan tilaamisessa. Työryhmässä kasvissyöjiä oli noin yksi neljäsosa. Erityisruokavaliot otettiin huomioon ja niiden mukaan tarjoillaan lounas. Tuotanto on miettinyt myös kasvisruokapäivää. (Pänkäälä 2019.) Tuotantokoordinaattorin mukaan liharuuan osuus oli 60% ja loput 40% on kala-kasvis-vegaaniruokia. Tuotanto toteutti yhden kasviruokapäivän, mutta pa-

laute oli negatiivista, jonka johdosta liharuokaa on ollut lounaalla joka päivä. Myös välipalalla oli tarjolla lihaa sisältäviä voileipiä, sekä paljon maitotuotteita sisältäviä ruokia, kuten suklaakeksejä. Vegaanista oli hedelmät ja osa leivistä.

Tuotanto käyttää kertakäyttöastioita ruokailussa. Tuotanto on tutkinut eri vaihtoehtoja kertakäyttöastioiden materiaaleista. Välineet tulevat olemaan todennäköisesti muovisia. Kertakäyttöastiat tullaan kuitenkin kierrättämään materiaalin mukaisesti. (Pänkäälä 2019.) Tuotanto 2 osti tuotannon alussa kertakäyttöastioita ruokailuja varten. Astiat olivat biohajoavia, mitkä ovat muoviasioiden verrattuna paljon ekologisempi vaihtoehto. Sokeriruokoperäinen bio-PE-muovin kasvihuonepäästöt ovat 140% normaalia muoviasiain pienemmät, ja energiaa sen valmistukseen käytetään normaalia muoviasiain 65% vähemmän. (Peltola 2018.) Biohajoavista kertakäyttöasioista poikkeuksena oli pahvimukit niiden hinnan vuoksi. Pahvimukeja kuluu tuotantokoordinaattorin mukaan paljon kuvauksissa. Pornaisissa kuvatussa on paikalliselta cateringpalvelulta tullut posliiniasiain, jolloin kertakäyttöisiä astioita ei ole tarvinnut käyttää. Cateringpalvelu kuitenkin vaihtelee kuvauspaikan mukaan.

8.4 Jätteet ja kierrätys

Tuotannossa tullaan kierrättämään. Cateristin kanssa suunnitellaan cateringin puolesta kierrättäminen sekä järjestäjän kanssa jätteiden lajittelu. Tuotannon työryhmä arvostaa kierrättämistä ja selkeitä ohjeita vihreisiin toimintatapoihin. Suunnitelmallisuutta tarvitaan tuotannon kierrättämisessä, sillä kuvaukset tapahtuvat monissa eri kuvauspaikoissa. Pisimmillään tuotannon yhdessä kuvauspaikassa kuvataan kymmenen päivää. Muuten kuvauspaikka vaihtelee päivittäin. (Pänkäälä 2019.)

Havainnointimme perusteella kierrätys tapahtuu kuvauspaikalla mahdollisuuksien mukaan. Havainnointipäivänä kuvauspaikalla oli sekajäteastia ja biojätteen keräys. Kertakäyttöastiat ja muut jätteet menivät havainnointipäivänämme sikin sokin molempiin jäteastioihin. Koko työryhmä ei ollut esimerkiksi tietoisia biohajoavien kertakäyttöastioiden kierrätysmahdollisuuksista. Keskimäärin kuvauspäivistä syntyy yksi

jätesäkillinen jätettä. Tuotannon järjestäjä kertoi, että tämä on kuitenkin paljon vähemmän kuin muissa saman kaltaisissa tuotannoissa, joissa hän on työskennellyt. Jos kuvauspäivänä on ollut omatoiminen lounas, jätettä syntyy paljon vähemmän. Jos kuvauspaikan läheisyydessä on kierrätykseen mahdollistavia jäteastioita, jätteet lajitellaan niihin tai viedään Yellow:n toimiston jäteastioihin järjestäjien toimesta. Kyseimme paikan päällä järjestäjältä, että mihin jätteet päätyvät kuvauspaikalta. Järjestäjän mukaan kaikki jätteet päätyvät Yellow:n sekajäteastiaan. Järjestäjän mukaan biojätettä syntyy niin vähän, jolloin ajatus kierrättämisestä hylättiin. Kuvauspaikalla kerätyt biojätteet päätyvät siis myös sekajätteeseen, myös tuotannon hankkimat biohajoavat kertakäyttöastiat. Tuotannolla on hyvin vähän vesipulloja tai muita pulloja tarjolla. Oikeastaan vain näyttelijöille tarjotaan vesipulloja. Pullot kierrätetään pullon saajan toimesta. Välillä tuotannon lapsinäyttelijä kerää pullot omaan matkaansa.

Ruokahävikkiä ei pystytä vielä ennalta arvioimaan. Lounas toimitetaan eri paikoista, joten ruoankin määrä tulee vaihtelevaan jonkin verran. Ruoka ei saa myöskään loppua kesken. Tuotannolla on yleinen käytäntö ruokahävikistä, että ylijäänyt ruoka pakataan eväsrasioihin ja työryhmäläiset saavat viedä kotiin. Ruokaa ei heitetä pois. (Pänkäälä 2019.) Ruokahävikin määrä riippuu paljon kuvauspaikasta. Lounasta jää usein hyvin vähän ruokailun jälkeen. Työryhmä saa ottaa kotiinsa ylijäänyttä lounasta. Lounaasta jäänyt salaatti päätyy usein biojätteeseen. Cateringistä jää välillä yli hedelmiä tai kananmunia. Näitä tarjotaan seuraavana kuvauspäivänä tai viedään työryhmän toimesta kotiin syötäväksi. Catering siivotaan päivän päätteeksi viimeiseksi jäävän toimesta, jolloin jätteiden lajittelu ja ruokien säästäminen vaihtelevat. Kuvauspäiviltä kahvia jää yleensä yksi iso termarillinen eli noin kolme litraa yli. Yksi kuppi (noin 2dl) kahvia aiheuttaa noin 21 grammaa hiilidioksidipäästöjä (McColl 2019), eli yksi 3 litran termari aiheuttaa noin 315 grammaa hiilidioksidipäästöjä. Jos tämän kertoo vielä kuvauspäivillä (45), niin aiheutuu pelkästään poisheitetystä kahvista yli 14175 grammaa hiilidioksidipäästöjä. Saman verran hiilidioksidipäästöjä aiheutuu ajamalla uutta polttomoottorilla toimivaa henkilöautoa 121 kilometriä (Liikenne fakta 2019). Kahvin ylijäämä kuitenkin vaihtelee myös kuvauspäivien mukaisesti, esimerkiksi ulkokuvauk-

sissa ei jää usein koko termarillista yli. Jos rekvisiittana on käytetty ruokaa, hyödynnetään se kuvausten jälkeen cateringissä. Esimerkiksi rekvisiittana käytetty kinkku ja letut ovat tarjoiltu työryhmälle kuvauspäivänä.

Tuotantokoordinaattorilla ei ole tiedossa, että rekvisiitasta syntyisi jätettä. Suurin osa lavasteista ja rekvisiitasta pakataan käytön jälkeen samoihin pakkauksiin, jotka palautetaan tai myydään työryhmälle. Osa rekvisiitasta on lainassa tai vuokralla.

8.5 Tuotannon oma arvio ekologisuudesta

Tuotantokoordinaattorin mukaan kuvauspäivinä ei ole resursseja hoitaa tai miettiä kaikista ekologisinta tapaa tai vaihtoehtoa. Vielä selkeimpiä ohjeita ja toimintamalleja kaivataan. Haastattelimme tuotannon päätyttyä myös tuotantopäällikköä. Tuotantoinfossa oli kehoitettu työntekijöitä ottamaan töihin mukaan omat juomapullot, ja noin puolella heistä sellainen olikin. Kertakäyttöiset kahvikupit merkattiin, ja samaa käytettiin koko päivä, mikä vähensi roskan määrää. Näyttelijöitä pyydettiin tulemaan lähemmäs kuvauspaikkoja julkisilla kulkuvälineillä tai kimppakyydeillä, mikä vähensi yksityisautoilua hieman. Osa työryhmän jäsenistä tankkasi ekologisempaa, uusiutuvaa Neste MY-dieseliä. (Savela 2019.)

Ylimääräisestä tulostamisesta ei pystytty tavoitteiden mukaan karsimaan, mikä tuotantopäällikön mukaan johtui kiireestä. Jos suunniteluun olisi enemmän aikaa, olisi ehditty laskemaan tarkemmin, kuinka paljon tulosteita tarvitaan, eikä olisi tulostettu ylimääräisiä kappaleita. Vaikka kasvissyöjien määrä tuotannoissa on lisääntynyt, kokonaisia kasvisruokapäiviä ei voitu vastustuksen vuoksi pitämään. Joinain päivinä kasvisruoka olisi kuitenkin ollut houkuttelevampaa, ja sekaruokailijat olisivat sitä syöneet mieluummin kuin omaansa. Tällöin työntekijöille jouduttiin sanomaan, että eivät voi ottaa kasvisruokaa, jos eivät sitä ole tilanneet. (Savela 2019.) Eli jos kasvisruoka olisi houkuttelevampaa tai tulisi kehuista ravintoloista, menisikö se paremmin kaupaksi myös sekasyöjien keskuudessa? Osa sekasyöjistä osallistui lihattomaan lokakuuhun, joka lisäsi entisestään kasvissyöjien määrää. Ruokahävikin ehkäiseminen oli tuotantopäällikön mukaan todella vaikeaa, sillä ruoan menekki vaihteli päivittäin. Jos

ruoka oli erityisen hyvää, sitä meni enemmän. Ja ulkokuvauksissa ruokaa meni huomattavasti vähemmän kuin sisätiloissa. (Savela 2019.) Tuotantopäällikön mukaan ruokahävikkiä voisi ehkäistä, jos olisi enemmän aikaa miettiä vaikuttavia tekijöitä tarkemmin, ja hänen mielestään tämä vaatii ehdottomasti tarkkailua tulevaisuudessa.

Rekvisiitta ja puvusto meni kuvausten jälkeen kierrätyskeskuksiin, palautettiin kauppoihin ja osa myytiin kirpputoreilla. Rikkinäiset tuotteet menivät roskiin. (Savela 2019.) Emme saaneet tietää, menivätkö roskiin laitetut tuotteet ja vaatteet kaatopaille, vai kierrätykseen. Helsingin eläinsuojeluyhdistys ottaa vastaan tietynlaisia vaatteita, lakanoita ja pyyhkeitä. Kankaita voi myös lahjoittaa matonkuteiksi. Useat vaatekaupat ottavat vaatteita kierrätykseen. (HSY 2019.)

9 TUTKIMUSANALYYSI

Teimme haastattelujen ja havainnointiemme perusteella tutkimusanalyysin, jossa käymme läpi niiden tuloksia.

9.1 Toimisto

Toimistolla keitetään paljon kahvia, ja sitä heitetään paljon myös pois. Laskelmiimme poisheitettävästä kahvista ei ole laskettu kaikkia niitä vajaita kuppeja, joita ihmiset heittävät itse pois, joita tulee neuvotteluista tai joita siivooja heittää pois. Todellinen pois heitettävän kahvin määrä on siis varmasti tutkimustamme suurempi.

Toimistolle on tutkimuksemme aikana tullut jälkituotannon puolelle muovinkeräysastia, jota työntekijät käyvät itse tyhjentämässä. Joinakin päivinä toimiston siivooja tyhjentää muoviroskat oma-aloitteisesti sekajätteeseen. Olisikin hyvä tehdä myös alihankkijana toimivalle siivoojalle selväksi, että tuota roska-astiaa ei kuulu tyhjentää. Myös työhuoneissa olevat roskat menevät kaikki sekajätteeseen, vaikka suurin osa niistä on paperiroskaa, jotka voisi hyvin kierrättää. Kierrätys ei ole läheskään kaikille

työntekijöille selvää, tai sille ei ole motiivia, koska iso osa keittiöiden roskista menee sekajätteeseen.

Yrityksellä on monia työntekijöitä, jotka eivät useinkaan käytä tulostinta. Kun he sitä käyttävät, se ei suju ihan ongelmitta, ja turhaa tulostusta tapahtuu todella paljon. Olisi hyvä, että tällaiset kokeilevat tulostukset jäisivät pois. Tähän auttaisi selkeät ohjeet tulostimen luona, tai ohje, että jos ei osaa tulostaa, niin pyytäisi heti apua.

Toimistolle tehty sähkösofimus on tehty hinnan perusteella, eikä siinä ole mietitty, miten sähkö on tuotettu. Nykyään sähkön alkuperä on helposti selvitettävissä, ja ostetun sähkön alkuperän voi valita helposti. Jälkituotannon suurin ympäristökuorma aiheutuu sähkön kulutuksesta. Tämän vuoksi sähkön alkuperällä on väliä näin suuressa yrityksessä.

9.2 Tuotannot 1 ja 2

Havainnointimme perusteella molemmissa tuotannoissa oli yhteneväisyyksiä tuotantojen ekologisuudessa ja toimintamalleissa. Molemmat tuotannot halusivat esimerkiksi kierrättää, mutta havainnoinnin perusteella se ei lopulta sujunut ihan niin kuin oli suunniteltu, sillä osittain kuvauspaikalla syntyneet jätteet päätyivät lajiteltunakin sekajätteeseen. Tuotanto 1:llä oli majoituspaikalla kaikki kierrätyskeräysastiat, jossa kierrätys onnistui, mutta kuvauspaikalta jätteet päätyivät sekajätteeseen. Tuotanto 2:lla kierrätysmahdollisuuksia oli vähemmän ja jätteet päätyivätkin suurimmaksi osaksi sekajätteeseen. Molemmissa tuotannoissa oli mahdollisuuksia kierrättää, mutta kierrätys tapahtuu kuitenkin lopulta yksilötasolla. Tuotanto 1:ssä syntyi vähemmän jätettä kuvauspäivien aikana eli noin yhden roskapussillisen verran kuin Tuotanto 2:ssa taas noin yhden jättesäkillisen verran, sillä Tuotanto 2 oli kaikilta resursseiltaan paljon suurempi.

Molemmissa tuotannoissa oli catering tarjolla kuvauspäivinä. Tuotanto 1:ssä oli esimerkiksi retkipussiruokia ja proteiinipatukoita kuvauspäivien aikana ja Tuotanto 2:lla kattavampi catering muun muassa kahvi, voileipiä ja keksejä. Tuotanto 1:llä ei syntynyt ruokahävikkiä cateringistä, sillä retkiruuissa on pitkä säilymispäivämäärä, mutta Tuotanto 2:lla ruokahävikkiä syntyi cateringistä vaihtelevasti. Molemmissa tuotannoissa tarjoiltiin myös lounas. Tuotanto 1:ssä lounaana oli vain vegaanista ruokaa, mutta Tuotanto 2:ssa tuli olla myös lihapainotteista ruokaa. Tuotanto 1:llä oli kuitenkin majoituspaikan aamupalatarvikkeissa eläinperäisiä tuotteita, kuten kananmunia, juustoa ja meetvurstia. Tuotanto 2:n työryhmä ei ole vielä valmis, että tarjolla olisi vain vegaaniruokaa, sillä jo yksi kasvisruokapäivä aiheutti närkästystä työryhmässä. Tuotanto 1:n ylijäänyttä lounasta syötiin esimerkiksi seuraavana päivänä ja huonoksi menneet pois heitettiin majoituspaikan biojätekeräykseen. Tuotanto 2:n työryhmä vei ylijäänyttä lounasta kotiin vietäviksi ja loput heitettiin pois, lopulta sekajätteeseen. Tuotanto 1:llä ei ollut kertakäyttöastioita käytössä ollenkaan, vaan kaikilla oli omat retkilusikat ja mukit. Majoituspaikassa Tuotanto 1:lla oli posliiniastiasto käytössä. Tuotanto 2:lla oli käytössä biohajoavia kertakäyttöastioita, jotka päättyivät lopulta sekajätteeseen, mutta yhdeltä cateringpalvelulta tuli posliiniastiasto lounaan kanssa, jolloin heillä ei ollut lounaan ohella kertakäyttöastioita.

Molemmilla tuotannoilla oli kuvauspaikat Uudenmaan alueella. Tuotanto 1:lla kuvauspaikka oli samalla alueella, mutta Tuotanto 2:lla kuvauspaikka vaihteli. Molemmilla tuotannoilla oli autoja käytössä. Tuotanto 1:llä oli seitsemän autoa käytössä ja Tuotanto 2:lla 15 autoa ja yksi bussi. Tuotanto 2:lla tuli enemmän ajoja tuotannon kokoluokan takia sekä esimerkiksi näyttelijöiden haun ja viennin vuoksi. Ajokilometrejä syntyi Tuotanto 1:llä 2 283 kilometriä, josta koitui hiilidioksidipäästöjä noin 350 kg. Tuotanto 2:lla ajokilometrejä syntyi noin 65 677 kilometriä, joista aiheutui noin 9 980 kg hiilidioksidipäästöjä. Molemmat tuotannot olivat suunnitelleet ajonsa etukäteen, mutta yllättäviä ajoja syntyi Tuotanto 1:llä esimerkiksi eksymisen vuoksi kuvauspaikan alueella ja Tuotanto 2:lla näyttelijöiden eri aikatauluista, jolloin vientejä ja hakuja oli paljon.

Tuotanto 1:lla oli käytössä majoituspaikka kuvauslokaation lähellä, jossa he yöpyivät kuvausviikon aikana. Tämä vaikutti positiivisesti heidän liikkumiseensa, joten ajokilometrejä tuli huomattavasti vähemmän, kuin jos heidän koko työryhmänsä olisi päivittäin ajanut kuvauspaikalle ja sieltä pois. Tosin tuotannon runneri ajoi päivittäin toimiston ja kuvauslokaation välillä. Majoituspaikassa tuotanto käytti sähköä muun muassa saunan lämmittämiseen ja akkujen lataamiseen. Tuotanto 2:lla ei ollut majoituspaikkaa kuvausten aikana, joten ajoa tuli varmasti senkin vuoksi paljon enemmän kuin Tuotanto 1:lla.

Tuotanto 1:lla oli hyvin vähän puvustusta ja rekvisiittaa tuotannon aikana käytössä verrattuna Tuotanto 2:seen, sillä tuotantojen luonne ja koko eroavat toisistaan paljonkin. Tuotanto 1:ssä syntyi hieman jätettä pienrekvisiitasta, mutta vaatteet jäivät käyttöön työryhmälle. Tuotanto 2:ssa rekvisiittaa ja lavasteita oli vaihtelevasti kuvauspaikasta riippuen. Suurin osa rekvisiitasta oli vuokralla tai lainassa, jolloin jätettä ei niistä syntynyt. Puvustusta oli hankittu paljon näyttelijöille eri paikoista. Tuotanto 2:sen jäänteistä rekvisiitasta ja puvustuksesta tuotanto järjestää kirpputorin ja loput vieään hyväntekeväisyyteen.

Molemmilla tuotannoilla oli toiveena toimia ekologisesti ja tuotannoilla oli suunniteltu kestäviä toimintamalleja. Kuitenkin havainnoinnin perusteella selvisi, että työryhmällä saattoi olla epäselvyyksiä toivotuista vihreistä toimintatavoista ja osa ei välttämättä tiennyt, miten tulisi jätteet lajitella. Havainnoinnista selvisi, että selkeitä tavoitteita, toimintamalleja ja suunnitelmallisuutta kaivattaisiin. Uskomme, että jos tuotannolla olisi selkeä ohjeistus koko työryhmälle ja tuotannon eri osa-alueille, olisi työryhmän helpompi toimia kuvauspäivinä. Tämä vaatii kuitenkin sitä, että ennen kuvausten alkua työryhmää on selkeästi informoitu vihreistä toimintatavoista. Työryhmässä jokaisen tulisi tietää, mitä heidän tulisi ottaa huomioon ekologisuudessa esimerkiksi cateringhankinnat ja ruokahävikki, järjestäjän kierrättämisen ja jätteiden lajitelun sekä koko työryhmän tulisi tietysti myös tietää, miten roskat lajitellaan kuvauspäivien aikana. Tuotannolla tulisi myös olla mitattavat tavoitteet, joiden pohjalta toi-

mitaan eri tuotannon osa-alueissa. Tuotannossa jonkun tulisi myös ottaa vastuu seurannasta, että sovitulla tavoilla toimitaan. Emme usko, että esimerkiksi kierrättäminen ja jätteiden lajittelu vie liikaa aikaa, etteikö sitä kerkeisi kuvauspäivinä tehdä. Kyse on todennäköisesti enemmänkin selkeiden tavoitteiden, toimintatapojen, ohjeistuksen ja hallinnan puutteesta.

10 TOIMISTON KONKREETTISET KEHITYSEHDOTUKSET

Toimeksiantajan toiveesta kehitysehdotukset ovat jaoteltuna ensimmäisen vuoden, kolmen vuoden, viiden vuoden tavoitteisiin. Lopussa on isompia tavoitteita tulevaisuutta varten. Ensimmäisen vuoden tavoitteet ovat ajateltu olevan heti käyttöön otettavia. Kolmen vuoden sisällä olevat kehitysehdotukset vaativat jonkin verran enemmän toimenpiteitä sekä viiden vuoden päästä olevat kehitysehdotukset taas hieman enemmän. Tulevaisuudessa olevat kehitysehdotukset vaativat enemmän toimenpiteitä ja myös osakseen yrityksestä riippumattomia muutoksia ympäristössä tai toimialalla.

Koska toimisto kuluttaa paljon sähköä, ei ole samantekevää, miten sähkö on tuotettu. Yrityksellä on mahdollisuus valita, miltä yhtiöltä se sähkönsä ostaa. Monet energiayhtiöt tarjoavat ekosähköä, mutta todellisuudessa niiden ekologisuudessa on eroja. EKOenergia on kansainvälinen ympäristömerkki uusiutuvalla energialle. Tällaisia ovat puu, biokaasu ja muut biopolttoaineet, tuuli- ja aurinkovoima sekä tietyin ehdoin vesivoima. Uusiutuvan energian hiilidioksidipäästöt ovat hyvin pienet verrattuna fossiilisten polttoaineiden käyttöön. Ne ovat kotimaisia ja usein paikallisia, joten ne työllistävät suomalaisia. (EKOenergia 2019.)

10.1 Ensimmäisen vuoden tavoitteet

Yellow Film & TV tarjoaa työntekijöilleen henkilöstötetuna lounasedun ja virike-edun. Nämä ovat todella suosittuja ja käytettyjä palveluita. Näiden rinnalle, tai jopa virike-edun sijasta, ehdotamme työsuhdematkalippua. Tämä kannustaisi useampia tulemaan töihin julkisilla liikennevälineillä oman auton sijasta. Helsingin Seudun Liikenteen,

HSL:n, 2019 kevään lippu-uudistuksen myötä monilla työntekijöillä julkisen liikenteen lippujen hinnat kallistuivat, mikä on saattanut kasvattaa yksityisautoilun määrää.

Työsuhdematkalipun voisi helposti yhdistää yrityksessä jo nyt käytössä olevaan Edenred-palveluun, joka tekee yhteistyötä HSL:n kanssa. Työsuhdematkalippu on veroton etu 300 euroon asti. Kortin voi myös yhdistää HSL:n matkalippusovellukseen, ja maksaa matkoja mobiilisovelluksella. (Edenred 2019.)

HSL mainitsee muun muassa seuraavat edut työsuhdematkalipusta:

- + Hankintakulut ovat yritykselle vähennyskelpoisia
- + Lisää työhyvinvointia
- + Autoilijoiden ja julkisilla liikkuvien tasapuolinen kohtelu
- + Vahva viesti ympäristöystävällisestä yrityksestä
- + Positiivinen työnantajamielikuva

(HSL 2019.)

Kaikki työmatkat voisi pyrkiä hoitamaan julkisilla kulkuvälineillä ja miettiä, tarvitseeko oikeasti lentää paikanpäälle, vai voiko asian hoitaa esimerkiksi Skypellä? Kuvauspaikkojen miettiminen niin, että ne olisivat mahdollisimman lähellä ja hyvien julkisten kulkuyhteyksien varrella. Onko tarpeellista mennä kuvaamaan Lappiin, vai voiko saman efektin saada talvella Nuuksiossa? Jos kuvauksiin on pitempi matka, voisiko paikan päällä olla pitemmän ajan kerrallaan mieluummin kuin kulkea välimatkaa useasti.

Työntekijöitä voisi kannustaa ympäristötekoihin erilaisilla tempauksilla, kuten palkitsemalla hyötyliikunnasta työmatkoilla. Helsingin kaupungilla oli 8.7.2019 – 31.12.2019 kampanja, jonka aikana ihmisiä kannustettiin liikkumaan Töölönlahden ympäri. Mikäli kampanjan aikana päästäisiin yhteensä 40 000 kilometriin, eli maapallon ympäri, Helsingin kaupunki lahjoittaisi 50 000 euroa Itämeren suojelemaan. (Signals from Helsinki 2019.) Tämänkaltaisia tempauksia yritys voisi varmasti järjestää työntekijöille. Nämä olisivat hyvää markkinointia tulevia työntekijöitä ja yhteistyökumppaneita silmällä pitäen.

Toimistolla on hyvin eri kierrätysastioita, mutta silti osa kierrätykseen kelpaavista jätteistä menee vielä sekajätteeseen. Yksi syy tähän voi olla se, että kaikki eivät tiedä, mitä mihinkin astiaan voi laittaa. Kierrätysastiat voisi olla vielä selkeämmin samassa paikassa vierekkäin helpottaakseen kierrätysastioiden löytämistä ja kierrättämistä esimerkiksi jonkinlainen laatikkojärjestelmä metallille, pattereille ja lampuille ja niin edelleen. Kaikkien kierrätysastioiden luokse voisi kirjoittaisi lyhyesti, mitä kaikkea niihin voi laittaa, niin tämä voisi pienentää kynnystä kierrätykseen. Esimerkiksi HSY:n sivuilla on ohjeet, mitä mihinkin kierrätysastiaan voi laittaa. (HSY 2019.) Tarvittaessa toimiston puolesta voitaisiin järjestä infotilaisuus, mitä ja miten toimistolla voidaan kierrättää. Lisäksi voisi miettiä, onko tarpeellista tyhjentää työhuoneiden roskakorit joka päivä, vai vasta sitten, kun ne ovat täynnä? Näin säästettäisiin muovisia roskapusseja, joita menee sekajätteeseen jokaisesta työhuoneesta päivittäin, vaikka sen sisällä olisi vain muutama roska. Millaista roskaa työhuoneissa tulee – voisiko roskat kierrättää nykyisten sekajäteroskakorien sijasta? Suurin osa työskentelytilojen roskista on paperiroskaa, joka menee kuitenkin muovipussissa sekajätteeseen. Olisiko mahdollista saada jokaiseen huoneeseen paperiroskakori sekajätteen tilalle? Metallinkeräysastia olisi myös hyvä lisä kaikkiin kolmeen keittiöihin, sillä kiinteistössä on metallin keräys.

Mikäli muovinkeräysastiaa ei ole mahdollista yrityksistä huolimatta saada kiinteistön pihaan, niin ehdotamme, että muovin kierrätykseen vieminen lisätään toimiston harjoittelijan työtehtäviin. Lähin muovin kierrätyspiste löytyy vuoden 2019 kesän tietojen mukaan osoitteesta Kyläsaarenkatu 8, eli noin yhden kilometrin päässä toimistolta. Toinen vaihtoehto olisi, että työntekijöistä kerättäisiin vapaaehtoisia, jotka vuorotellen veisivät muovit kierrätykseen. Työntekijöistä suurin osa harmittelee jatkuvasti sitä, että kiinteistössä ei ole muovinkeräysastiaa, joten vapaaehtoisia voisi löytyä runsaasti. Yritys voisi vaikka ehdottaa, että muovien kierrätykseen vieminen sisältyy työaikaan, joka veisi noin 15 min / hlö / kerta työaikaan, eli ei juuri mitään, mutta muovit saataisiin kierrätykseen.

Toimistolle ostetaan joka päivä molemmat iltapäivälehdet siksi, että niistä etsitään yrityksen tuotantoihin liittyviä uutisia. Molempia lehtiä olisi saatavilla myös digitaalisena, noin 10 euron kuukausihintaan, eli näistä tulisi yhteensä 20 euroa kuukaudessa. Nykyään yrityksellä lehtiin menee noin 18 euroa viikossa, eli noin 72 euroa kuukaudessa. Tällä hetkellä ei ole täysin puolueetonta tutkimusta siitä, kuinka paperi- ja digilehtien ekologisuusasteet eroavat toisistaan, mutta laskelmia ollaan tekemässä. (Print&Media 2019.)

Toimistolla on kopiokone, joka menee automaattisesti virransäästötilaan, kun sitä ei käytetä, mikä vähentää huomattavasti sen virrankulutusta. Kuitenkin toimistolla tulostetaan todella paljon paperia, joka heitetään saman tien pois. Tällaisia poisheitettäviä papereita ovat muun muassa ylimääräiset sivut tai tulostusasetuksista johtuneet virheet. Molemmat olisivat helposti vältettävissä opettamalla työntekijöille, kuinka tietokoneesta saa muutettua tulostusasetuksia, tai tulostusaluetta niin, että ei tulostettaisi niitä sivuja, joita ei tarvita. Monet myös tulostavat muistipaperia tai muuta ylimääräistä, jotka voisi hyvin katsoa suoraan tietokoneen näytöltä. Valistamalla työntekijöitä tulostamisen vaikutuksista ympäristöön, monet voisivat vähentää tulostamista.

Green Yellow -toiminnan voisi julkistaa koko yrityksen tietoisuuteen, ja avata esimerkiksi sähköpostiosoitteen, johon kuka tahansa voi lähettää kehitysehdotuksia. Yritys voisi nimetä tai palkata kestävyyskoordinaattorin, joka tutkisi tarkasti, kuinka paljon yritys ja tuotannot tuottavat hiilidioksidipäästöjä, ja mitata niiden vähentämistä konkreettisesti.

Yksi ilmastoteko, jota sekä yksityisten ihmisten että yritysten tulisi toteuttaa, on turhien ostojen karsiminen. Mietitään, tarvitaanko jotain tuotetta oikeasti, vai voiko sen jättää hankkimatta? Voisiko suosia kierrätettyä tavaraa, esimerkiksi kirpputoreilta? Toki tällaiseen ei aina ole aikaa, kun tarvitaan pöytä tai tuoli, mutta silloin kun ostetaan jotain, vaikka sisustusmielessä tai markkinointiin, niin voisi olla aikaa tutkia esimerkiksi nettikirpputoreja tai miettiä, onko hankinta oikeasti tarpeellinen. Yellow Film & TV:llä on omalla logolla olevia huppareita, joita annetaan työntekijöille. Näiden tilaamista esimerkiksi Pure Waste -yritykseltä voisi harkita. Pure Waste valmistaa vaatteet

Aasiassa kierrätetystä materiaalista. Yrityksen yhteistyökumppaneita ovat mm. vaate-merkki Billebeino ja Slush -tapahtuma. (Yrittäjät 2019.)

Toimistolle kahvi tulee toimittajalta 100g annospusseissa. Muovin määrä, joka näistä tulee, on todella suuri verrattuna kokonaisuun kahvipaketteihin, joista voisi itse mitata kahvin suodatinpussiin. Kahvipaketista kahvia olisi helpompi keittää pienempi määrä, mikä vähentäisi pois heitettävän kahvin määrää. Ainoa huono puoli tässä olisi se, että kahvin joutuisi itse mittaamaan, mutta luultavasti kaikki sen kyllä osaisivat tehdä, jos kahvia juovat.

10.2 Kolmen vuoden sisällä

Toimiston vessoissa on käsipaperia, joka olisi hyvä vaihtaa uusiokäytettäviin käsipyyherulliin. Suomen luonnonsuojeluliiton tekemän tutkimuksen mukaan käsipyyherulla on kaikkein ekologisen tapa kuivata kädet. Tutkimuksessa ei tosin otettu huomioon käsipyyherullan ja sen telineen valmistuskustannuksia, mutta tutkimuksen mukaan käsipyyhkeeseen kuivaaminen on jopa viisi kertaa ekologisempaa kuin paperin käyttö. (Vihreälanka 2019.)

Yrityksen autoihin olisi hyvä saada GPS-paikantimet, jotta auton käyttäjillä olisi helposti mahdollisuus tarkistaa lyhin ajoreitti. Monet autoilla ajavat ovat uusia freelance-reita, joilla ei välttämättä ole hyvää tuntemusta Helsingin paikoista, ja he saattavat turhaan kierrellä ympäri kaupunkia. Kuten totesimme aiemmin, tehokkain tapa vähentää autoilun päästöjä, on vähentää autoilua.

Yritys, jonka kassa Yellow Film & TV on tehnyt sähkösopimuksen, tarjoaa myös uusiutuvaa kaukolämpöä. Uusiutuvan kaukolämmön voi tilata kiinteällä kuukausimaksulla, riippuen käyttöpaikan koosta. Jos yritys tilaa uusiutuvaa kaukolämpöä, sähköyhtiö tuottaa yritysten kulutusta vastaavan määrän kaukolämpöä puupelletillä. Hintaa uusiutuvalla kaukolämmöllä tulisi noin 10 euroa kuukaudessa. (Helen 2019.)

Yellow Film & TV:llä olisi hyvät mahdollisuudet saada jokin ympäristösertifikaatti, ja olla mahdollisesti ensimmäinen tuotantoyhtiö Suomessa, joka sellaisen ottaa käyttöönsä. Ympäristösertifikaatin voisi mainita ohjelmien ja elokuvien lopputeksteissä, mikä voisi lisätä kiinnostusta yritystä kohtaan. Suosittelemamme ympäristösertifikaatti on WWF:n Green Office, koska se on kaikista ympäristösertifikaateista mielestämme kokonaisvaltaisain ja vaativin. Uskomme, että nämä syyt tekevät siitä tulevaisuudessa myös todella arvostetun. Yritykselle määritettäisiin viralliset kriteerit ja mitarit, joiden mukaan toimisto toimisi. Tämä toimisi niin sanotusti ohjeistuksena, että miten saavuttaa mahdollisimman ympäristöystävällinen toimisto.

Yritykselle voitaisiin valita ympäristövastaava, joka vastaa toimiston ekologisuudesta. Hän kommunikoisi myös tuotantojen ympäristövastaavien kanssa tarvittaessa esimerkiksi Green Yellow:n ohjeistuksella. Ympäristövastaava tarkastaisi tuotantojen vihreyden tuottajan ja tuotannon ympäristövastaavan kanssa tuotannon päätyttyä. Lisäksi hän vastaisi raportoinnista WWF:lle Green Office –sertifikaattiin liittyen.

Jos tämän opinnäytetyön kehitysehdotukset koetaan hyödylliseksi mahdollisen kokeilun jälkeen, tulisi Green Yellow sisällyttää organisaatioon toimintamalleiksi ja tavoiksi. Kestävästä kehityksestä tulisi tehdä linjaus ja sisäiset mallit, jotta vihreät tavoitteet toteutuisivat. Johdon tulisi sitoutua kestävään kehitykseen ja määrittää vihreät tavoitteet, joista tulisi koko organisaation yhteiset tavoitteet. Toimintamalleista voisi tehdä virallisen ohjeistuksen ja lisätä esimerkiksi yrityksen sisäiseen infopakettiin. Vihreydestä informoitaisiin sisäisellä viestinnällä koko toimistolle. Yritys olisi tällöin myös sitoutunut kestävään kehitykseen.

10.3 Viiden vuoden päästä

Kuten aiemmin totesimme, sähköauton ekologisuutta polttomoottoriautoon verrattuna ei voida nykytiedolla verrata tehokkaasti. Uskomme kuitenkin, että tulevaisuudessa sähköautojen tuotanto on ekologisempaa ja moottorit kestävät kauemmin kuin nykyisin. Siksi suosittelemme yritystä vaihtamaan autot tulevaisuudessa sähköautoihin.

10.4 Tulevaisuudessa

Yellow Film & TV:n nykyinen toimistotila on kiinteistössä, joka on rakennettu vuonna 1989, ja sen energialuokka on F. (Kauppalehti 2019.) Energialuokat ovat A:sta G:hen, joista A on paras. Suomessa tavanomainen, nykyiset rakennusmääräykset täyttävä rakennus sijoittuu D luokkaan. Uudet, energiatehokkaat rakennukset saavat paremman energialuokan, kun taas remontoimattomat vanhat rakennukset huonomman. Energialuokkaa varten lasketaan kulutuksen mukaan rakennuksen tarvitsema lämmitys- ja jäähdytysenergia sekä laite- ja kiinteistösähkö toteutuneen. Energialuokkaa on mahdollista parantaa panostamalla muun muassa lämmöneristykseen esimerkiksi ikkunoissa, ja ilmanvaihdon lämmön talteenottoon. (Co2 2008.) Toimistotilaa vaihtamalla sähkönkulutus voisi olla nykyistä pienempi. Toimiston siirtäminen energiatehokkaampaan kiinteistöön, jolla on omat ekologisuustavoitteet, tekisi Yellow'sta ekologisemman yrityksen, ja yritys voisi näyttää esimerkkiä, kuinka se huolehtii myös yrityksen ulkopuolisista asioista ekologisuudessa.

11 TUOTANTOJEN KONKREETTISET KEHITYSEHDOTUKSET

Tuotantojen kehitysehdotukset ovat jaoteltu vuosittain, vastaavasti kuin toimiston kehitysehdotukset.

11.1. Ensimmäisen vuoden tavoitteet

Tällä hetkellä tuotannot ostavat suurimman osan puvustuksesta suoraan vaatekaupoista. Suurinta osaa vaatteista käytetään vain kerran. Pientä osaa ei kertaakaan. Kuvauksen jälkeen vaatteet viedään kirpputorille tai annetaan hyväntekeväisyyteen (Pänkäälä 2019). Ehdotamme, että vaatteiden hankinnassa painotettaisiin kirpputoreja ja Yellow Film & TV:n varastoa, jossa on todella monen tuotannon jo käytettyjä, hyväkuntoisia ja muodinmukaisia vaatteita. Helsingissä on myös suuria vaatevuokraamoita, joita osa tuotannoista jo käyttääkin. Näistä löytää lähes mitä tahansa. Tuottajien vastuulla on, että he ohjeistaisivat puvustajia hankkimaan puvustuksen mahdollisimman ekologisesti. Lisäksi olisi hyvä välttää tiettyjä ketjuliikkeitä, joiden toiminnassa on julkisesti epäselvyyksiä ekologisuudessa ja työvoiman käytössä. Tulevaisuudessa tuotannoilla voisi olla suosituslista eri toimipaikoista, mistä yritys suosittelee hankkimaan puvustuksen, ottaen huomioon vaatteiden ekologisuuden.

Majoitusta valittaessa tuotannoilla voisi olla tietyt hotelliketjut, joilla on ympäristötertifikaatti, joita käytetään. Yksi esimerkki on jo aiemmin mainittu Scandic, jolla on Suomessa käytössä Joutsen-merkki.

Puolen litran muovipullojen, sekä vesi- että virvoitusjuoma, voisi lopettaa tuotannoissa kokonaan. Ymmärrämme, että ne ovat käytännöllisiä ja miellyttäviä kuvausryhmälle ja esiintyjille, mutta ekologisuudeltaan ne ovat todella huono vaihtoehto. Vaikka pullot voi kierrättää, olemme omissa havainnoissamme huomanneet, että pulloja harvemmin juodaan tyhjäksi. Yhden päivän aikana vettä ja virvoitusjuomia voi joutua heittämään pois toista litraa. Tämä on todella epäekologista, kun miettii juomaan valmistetun hiilijalanjäljen suuruutta. Parempi olisi, jos käytössä olisi isoja vesikanistereita, joita Yellow Film & TV:llä on varastossa kymmeniä. Nämä kanisterit voisi täyttää joka aamu uudestaan. Virvoitusjuomia voisi välttää, tai ostaa suurempia pulloja, jotka todennäköisesti juotaisiin päivän aikana yhdessä tyhjäksi.

Osassa tuotannoista on jo käytäntö, että ylijäämäruoka jaetaan päivän päätteeksi työryhmälle, jotta sitä ei tarvitsisi heittää roskiin. Tämä on loistava keino vähentää ruokahävikkiä. Toinen keino vähentää ruokahävikkiä olisi tehdä cateringistä enemmän help yourself -tyylinen linjasto, jossa jokainen valmistaa itse omat välipalat. Tällä hetkellä osassa tuotannoista on käytäntönä tehdä välipaloja valmiiksi, jolloin esimerkiksi täytettyjä voileipiä joudutaan heittämään lähes joka päivä roskiin. Jos kaikki tekisivät ruokaa itse sen verran kuin syövät, voisi loput raaka-aineet, kuten leivät ja juustot, säästää seuraavaan päivään käyttämättömänä.

Tuotannoille voisi myös asettaa tavoitteet kierrätykselle. Jokainen tuotanto voisi kirjoittaa omaan tuotantoinfoonsa tavoitteet ja ohjeet, joita jokaisen työryhmäläisen tulee noudattaa. Ennen kuvausten alkamista tulisi varmistua siitä, että työryhmäläiset ovat tietoisia vihreistä tavoitteista ja toimintamalleista sekä työtehtäviin liittyvistä ekologisista huomioista. Kuvauspaikoilla voisi olla myös konkreettisia opasteita kierrättämisen avuksi. Tuotannot voisivat ryhtyä käyttämään aktiivisemmin kestokasseja ostosten kantamiseen. Yellow Film & TV:n varastosta löytyy paljon kestokasseja, joita kukaan ei aktiivisesti käytä. Nämä kaikki kannattaisi ottaa käyttöön, sillä kestokassia pitäisi käyttää tutkimusten mukaan jopa 250 – 7000 kertaa, ennen kuin se on ekologisempi kuin kierrätetty muovipussi (Zero Waste Finland 2019). Jos kestokassi jää oston jälkeen käyttämättä uudestaan, kannattaa suosia perinteisiä muovipusseja, jotka voi kierrättää roskapusseina. Tuotannon henkilökunta voisi antaa kestokassit rekvisitööreille, puvustajille ja muille, jotka ostoksia tekevät, valmiiksi esimerkiksi kick-startissa ennen tuotannon alkua.

Vihreitä liikkumisen ratkaisuja tuotannoille on kannustaa käyttämään mahdollisuuksien mukaan julkista liikennettä tai lihasvoimaa. Kuvauspaikkakuljetukset hoidetaan vihreässä tuotannossa mieluiten kimpakyydeillä tai minibussilla. Autojen tyhjäkäytöstä olisi hyvä keskustella, että sitä välttämällä säästetään sekä luontoa että rahaa. Tuotannot käyttävät paljon yrityksen ulkopuolisia vuokra-autoja. Vuokra-autoja valitessa voisi kiinnittää huomiota niiden ekologisuuteen, ja valita mahdollisuuksien mukaan sähköautoja. Kun kiinnostus sähköautoja kohtaan lisääntyy, on se selkeä viesti

vuokraamoille, että heidän kannattaa panostaa ekologisempiin autoihin. Vaikka sähköauton vuokra voi olla korkeampi, niille löytyy helpommin ilmaisia parkkipaikkoja kaupungilta. Usein näillä sähköautojen parkkipaikoilla on samassa latauspiste. Myös muiden alihankkijoiden ja yhteistyöyritysten valinnassa voisi käyttää yhtenä kriteerinä yrityksen ekologisuutta ja vihreitä arvoja. Suunnittelemalla ajoreitit etukäteen voidaan auton käyttöä vähentää. Pidemmällä matkoilla suosittaisiin junaa ja vältellään lento-matkustamista.

11.1 Kolmen vuoden sisällä

Yritykselle määritettäisiin viralliset Green Yellow kriteerit, joiden mukaan tuotannot toimitus. Toimiston ja tuotannon kriteerit voivat hieman erota toisistaan. Tämä toimisi niin sanotusti ohjeistuksena, että miten saavuttaa mahdollisimman ympäristöystävällinen tuotanto.

Tuotannoissa työskentelee ympäristökoordinaattori tai nimetty ympäristövastaava, joka organisoii ja seuraa tuotannon ekologisuutta virallisten Green Yellow -kriteereiden, tai mahdollisen ympäristösertifikaatin mukaisesti. Tuotannoille olisi palkitsemisjärjestelmä vihreydestä asetettujen mittareiden mukaisesti. Kun tuotanto saavuttaa Green Yellow kriteereitä palkitsemisjärjestelmän mukaan, he saisivat esimerkiksi lisärahoitusta karonkkaan.

11.2 Viiden vuoden päästä

Eläinperäinen ruoka on yksi isoimmista ongelmista ilmastonmuutoksen kannalta, sillä sen valmistamiseen tarvitaan niin paljon luonnonvaroja, ja sen tuotanto aiheuttaa suuret hiilidioksidipäästöt. Siksi suosittelisimme, että Yellow Film & TV antaisi kaikille tuotannoille ohjeistuksen, että he käyttäisivät pelkästään kasvisruokaa. Helsingissä on todella paljon kasvisruokaan keskittyneitä ravintoloita, joista saa tilattua lounasta koko työryhmälle. Lisäksi catering-eväät olisi helppo tehdä ilman eläinperäisiä ruoka-

aineita. Tarkoitus ei ole tehdä kaikista työntekijöistä vegaaneita, sillä jokainen saa vapaa-ajalla tehdä omat valintansa, mutta työpäivän aikana jokainen pystyisi hyvin olemaan syömättä eläinperäisiä ruokia.

11.3 Tulevaisuudessa

Tulevaisuudessa tuotantoyhtiöllä voisi olla oma toimintamalli sille, kuinka tuotannon ekologisuus mainitaan elokuvan tai sarjan lopputeksteissä. On myös mahdollista, että tulevaisuudessa on olemassa koko Suomen kattava ekologisten tuotantojen merkintätapa.

Maskeerauksessa olisi hyvä käyttää pelkästään luonnonkosmetiikkaa. Kertakäyttöiset puhdistusliinat voisi korvata pestävillä kankailla ja pyyhkeillä. Hiustenvärjäykseen voisi käyttää ekokampaamoita, tai itse värjätessä kasvivärejä.

12 POHDINTA

Tutkimuksestamme selvisi, että tuotannot eivät ole käytännössä keskenään vertailukelpoisia ekologisuuden kannalta. Saman ohjelman tuotantokausia voi osittain verrata keskenään esimerkiksi kierrättämisen ja ajettujen kilometrien kannalta. Tuotantoja voi keskenään verrata esimerkiksi siten, onko voitu vähentää joitain päästöjä ja onko ekologisuuden ajattelu ja toimintatavat kasvanut. Jokainen tuotanto on kuitenkin erillinen kokonaisuus, jolloin jokaisen tuotannon vihreät tavoitteet ja mittarit voivat poiketa jonkin verran toisistaan.

Organisaatiolla on jo ennestään käytössä kestäviä toimintamalleja ja kestävä kehityksen ajattelu on myös yleistynyt toimistolla sekä tuotannoissa. Havainnointimme perusteella huomasimme, että tuotanto saattaa ajatella toimivan vihreämmin, kuin se oikeasti käytännön tasolla toimii. Kehitysehdotuksillamme yritys voisi ottaa pienempiä ja isompia askeleita kohti vielä vihreämpää toimistoa ja tuotantoa. Tietoisuus ekologisuudesta on myös lisääntynyt vuosien varrella. Toimistolla ja tuotannoissa ollaan motivoituneita tekemään ympäristöystävällisempiä valintoja ja ratkaisuja. Yrityksellä ei kuitenkaan ole selkeitä linjauksia tai toimintaohjeita vihreään toimistoon tai tuotantoon. Ehdotuksemme onkin, että yritys sitoutuu kestäväan kehitykseen virallisilla Green Yellow -ohjeistuksella.

Yhteinen kestäväan kehityksen arvonluonti vaatii usein isoa suunnanmuutosta, asenne-muutosta sekä laajan muutoksen läpivientiä organisaatiossa, mikä vaatii kestäväan joh-tajuutta. Kestäväan kehityksen läpivienti yrityksessä edellyttää ensin koko johdon si-toutumista. Johdon tulisi siis sitoutua vihreyteen ja olla valmis tekemään muutoksia, jonka jälkeen myös koko henkilöstö sitoutuu uusiin toimintamalleihin. Vihreät mitat-tavat tavoitteet tulisi asettaa ja parhaimmassa tapauksessa luoda tähän myös palkitse-misjärjestelmä. Yritys, joka on vienyt kestäväan kehityksen palkitsemiseen, edistää to-sissaan kestäväan kehitystä. Jos johto ei ole sitoutunut vihreyteen, vaarana on se, että toimiston ja tuotantojen vihreät tavoitteet ja toimintamallit jäävät irrallisiksi muista yrityksen strategisista toimintamalleista. Tällöin henkilöstö voi kokea vihreän toimin-nan olevan vapaaehtoista, jolloin yrityksen vihreät tavoitteet jäävät todennäköisesti

saavuttamatta. Jos yritys kokee kehitysehdotuksemme kannattaviksi, olisi äärimmäisen tärkeää, että Green Yellow’sta tehtäisiin virallinen ohjeistus, jota tulisi myös noudattaa. Tuotannon näkökulmasta on tuottajalla tärkeä rooli työryhmän sitouttamisessa vihreään ajatteluun sekä toimintaan. Tuottajan tulisi siis ohjeistaa työryhmä yrityksen vihreistä kriteereistä ja toimintaohjeista. Tuottaja voisi nimetä tuotannolle ympäristövastaavan, joka organisoisi ja seuraa tuotannon ekologisuutta virallisten vihreiden kriteereiden, tai mahdollisen ympäristösertifikaatin mukaisesti. Tuottajalla on kuitenkin päävastuu siitä, että tuotanto noudattaa yrityksen ekologisia toimintaohjeita.

Yellow Film & TV on suurin pohjoismaiden tuotantoyhtiö ja mielestämme Yellow voisi toimia edelläkävijänä ja hyvänä esimerkkinä sitoutumalla Green Yellow -toimintamalliin. Noudattamalla vihreitä toimintamalleja, olisi yritys hyvässä asemassa, kun elokuva- ja tv-tuotannoille myönnettäisiin vihreän tuotannon sertifikaatteja Suomessa tai Pohjoismaissa. Todennäköistä on, että Suomessa sertifikaatteja myönnetään jo lähivuosina, sillä Euroopassa ja Yhdysvalloissa tämä on yleistynyt kovaa vauhtia. Sertifikaatin saaminen vaikuttaisi positiivisesti brändiin ja imagoon, sidosryhmiin ja mahdollisesti auttaisi myös lisärahoituksen saamisessa. Kun sertifikaatit yleistyvät alalla tulevaisuudessa, jokainen yritys haluaa olla ympäristöystävällinen, jotta kohut suurista hiilijalanjäljistä ja ympäristövaikutuksista voidaan ennaltaehkäistä myös maineen kannalta.

Toimeksiantaja oli hyvin tyytyväinen opinnäytetyöhön. Hän arvioi työn olevan erittäin hyödyllinen suhteutettuna yhtiön käyttämään aikaan ja resurssiin. Yhtiölle on tehty lukuisia opinnäytetöitä ja toimeksiantajan mukaan tämä työ on yksi parhaista, ellei paras ja hyödyllisin. Toimeksiantajalta tuli myös toive, että esittelemme opinnäytetöitä ja tuotannon kehitysehdotuksia yrityksen tuottajille heille tarkoitetussa kokouksessa tammikuussa. Opinnäytetyön tiimoilta jatkosuunnitelmia ekologisuuden lisäämiseksi on jo siis tehty.

13 LÄHTEET

- Autovouhotus 2018. Mikä ihmeen itselataava täyshybridi? Näin se toimii. Lainattu 4.11.2019. <https://autovouhotus.fi/mika-ihmeen-itselataava-tayshybridi-nain-se-toimii/>
- Bärlund, Aija & Perko, Susanna 2013. Kestävä johtajuus - Bisneksen uusi elinehto. Helsinki: Talentum.
- Co2 2008. Lainattu 26.9.2019. http://www.co2-raportti.fi/?heading=Tarkista-rakennuksen-energialuokka-ennen-asunnon-ostoa&page=ilmastovinkit&news_id=26
- Clonet 2018. Viitattu 5.12.2019. <https://www.clonet.fi/ilmasto/onko-co2-tonni-paljon-vai-vahan/>
- Dagmar. TV-trendit 2019. Viitattu 22.9.2019. <https://www.dagmar.fi/trendit/tv-trendit-2019/>
- Edenred 2019. Viitattu 6.7.2019. <https://edenred.fi/fi/edunsaaja/tyomatkaetu/>
- Ekokompassi 2019. Lainattu 13.3.2019. <https://ekokompassi.fi/mika-ekokompassi/> ja <https://ekokompassi.fi/palvelut/rakentaminen-ja-yllapito/auditoidut-yritykset/>
- EKOenergia 2019. Ympäristömerkkimme ja verkostomme. Viitattu 14.10.2019. <https://www.ekoenergy.org/fi/about-us/>
- Eskola, Juha & Suoranta, Jari 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.
- Euroopan Parlamentti 2019. Lainattu 28.11.2019. <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/headlines/society/20190313STO31218/autojen-hiilidioksidipaastotietoa-ja-tilastoja>
- Eu-Ympäristömerkki 2019. Lainattu 1.10.2019. <http://eu-ymparistomerkki.fi/>
- EY 2014. Creating growth-Measuring cultural and creative markets in the EU. Viitattu 22.9.2019. <http://www.creatingeurope.eu/en/wp-content/uploads/2014/11/study-full-en.pdf>
- Footprintnetwork 2019. Viitattu 26.9.2019. <https://www.footprintnetwork.org/resources/glossary/>
- Globalis 2019. Viitattu 28.9.2019. <https://www.globalis.fi/Tilastot/CO2-paestaotper-asukas>

- Green Production 2019. Kestävien tuotantojen ABC. Viitattu 3.9.2019.
<https://www.greenproduction.fi/kestv-elokuvatuo-2>
- Green Productions Guide 2019. Unified Best Practices Guide. Viitattu 6.9.2019.
https://www.greenproductionguide.com/wp-content/uploads/2016/05/2016_PGA-Green-Unified-Best-Practices-Guide.pdf
- GreenStar 2019. Viitattu 15.11.2019. <https://www.greenstar.fi/fi/Etusivu>
- Heiskanen, Eva 2004. Ympäristö ja liiketoiminta. Helsinki: Gaudeamus.
- Helen 2019. Uusiutuvaa kaukolämpöä kiinteistöille. Viitattu 4.9.2019.
<https://www.helen.fi/lampo/yritykset/uusiutuvaa-kaukolampoa>
- Helen 2019b. Viitattu 3.10.2019. <https://www.helen.fi/asiointi> Yellow Film & TV:n omat sivut.
- Helen 2019. Viitattu 24.10.2019. <https://www.helen.fi/yritys/energia/energiantuotanto/energian-alkupera>
- Helsingin Seudun Liikenne 2019. Viitattu 6.7.2019. <https://www.hsl.fi/yrityksille/tyosuuhdematkalippu>
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Hannele 2004. Tutkimus-Haastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino. Helsinki.
- Hirsjärvi, Sirkka & Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2008. Tutkimus-Haastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.
- Hokkanen, Elli 2019. Tuotantopäällikkö. Helsinki, 22.8.2019. Haastattelijat: Tiina Kuusemo, Helena Wahlberg.
- House of Lapland 2018. Lapin elokuvakomissio julkaisee eettisen ohjeistuksensa Lapissa kuvattaville tuotannoille Green Production –seminaarissa. Viitattu 24.3.2019. <http://news.cision.com/fi/house-of-lapland/r/lapin-elokuvakomissio-julkaisee-eettisen-ohjeistuksensa-lapissa-kuvattaville-tuotannoille-green-prod,c2651943>
- HSY.fi 2019. Lajittelu ja kierrätys. Viitattu 13.12.2019. <https://www.hsy.fi/fi/asukkaalle/lajittelujakierratys/Sivut/default.aspx>
- IS.fi 2017. Sauna on kodin pahin sähkösyöppö. Viitattu 28.8.2019.
<https://www.is.fi/asuminen/art-2000005498057.html>
- Ilmastoapu.fi 2019. Lentämisen päästöt. Viitattu 4.9.2019.
<https://ilmastoapu.fi/news/lentamisen-paastot>

- Ilmastolaskuri 2019. Viitattu 3.10.2019. <http://www.ilmastolaskuri.fi/fi/road-traffic>
- Ilmastolaskuri 2019b. Viitattu 16.12.2019. <http://www.ilmastolaskuri.fi/fi/road-traffic>
- Ilmasto-opas 2019. Hillintä. Viitattu 13.8.2019. <https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/hillinta/-/artikkeli/8bde6ca5-7802-4c36-a4da-34086e9c5287/kierratys-ja-uusiokaytto.html>
- Iso-Kuusela, Noora 2016. Tuhoaako verkkopalvelusi planeetan? Viitattu 14.10.2019. <https://www.crasman.fi/blogi/tuhoaako-verkkopalvelusi-planeetan>
- Isohookana, Heli 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki. WSOY.
- James & Nicholson 2019. Viitattu 4.10.2019. <https://www.james-nicholson.de/social-compliance>
- Jobber, David & Lancaster, Geoffrey 2015. Selling and Sales Management. London. Pearson.
- Kalmari, Heidi & Kelola, Kati 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Keuruu: Mondo.
- Kasvio, Antti & Räikkönen, Timo 2010. Kohti kestäväää työelämää. Lainattu 10.6.2019. https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/114845/Kohti_kestavaa_tyoelamaa.pdf
- Kauppalehti 2019. Lainattu 26.9.2019. <https://toimitilat.kauppalehti.fi/Description/188015946>
- Koipijärvi, Terhi & Kuvaja, Sari 2017. Yritysvastuu. Kauppakamari. Helsinki.
- Koivisto, Laura 2019. Toimisto- ja HR-päällikkö. Helsinki, 26.6.2019. Haastattelijat: Tiina Kuusemo, Helena Wahlberg.
- Laaksonen, Mari 2017. Vastuullinen toimisto huomioi ihmisen ja ympäristön. Viitattu 26.9. <https://www.businessopas.fi/terveena-tyossa/vastuullinen-toimisto-huomioi-ihmisen-ja-ympariston/>
- Lappi, Veera 2019. Tuottaja. Helsinki, 18.6.2019. Haastattelijat: Tiina Kuusemo, Helena Wahlberg.
- Lappi, Veera 2019. Tuottaja. Helsinki, 14.10.2019. Haastattelijat: Helena Wahlberg
- Leppänen, Petri & Salomaa, Lari. 2018. Kahvivallankumous. Like Kustannus Oy. Helsinki

- Liikennefakta 2019. Lainattu 18.11.2019. <https://www.liikennefakta.fi/ymparisto/henkiloautot/hiilidioksidipaastot>
- Lotti, Leila 2001. Tehokas markkina-analyysi. Juva. WSOY.
- Mattila, Hanna 2016. Vähemmän lihaa – Kohti kestäväää ruokakulttuuria. Gaudeamus Oy. Tallinna.
- McColl, Sarah 2019. Coffee's invisible carbon footprint. Lainattu 4.11.2019. <https://www.ecowatch.com/coffees-invisible-carbon-footprint-1882175408.html>
- Myclimate.org. Viitattu 4.9.2019. https://co2.myclimate.org/en/portfolios?calculation_id=2448122
- NYC 2019. Viitattu 20.3.2019. <https://www1.nyc.gov/site/mome/industries/nyc-film-green-home.page>
- NYC Film Green Designation Program 2019. Viitattu 17.11.2019. https://www1.nyc.gov/assets/mome/pdf/film-green/05_10_17_Requirements_Guide.pdf
- Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2015. Kehittämistyön menetelmät (3.-4.painos). Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Paramount 2019. Giving Back – Environment. Viitattu 6.9.2019. <https://www.paramount.com/giving-back-news/tags/119/environment>
- Peltola, Heidi 2018. Biomuovit ovat osa bio- ja kiertotaloutta. Viitattu 28.9.2019. <https://www.linkedin.com/pulse/biomuovit-ovat-osa-bio-ja-kiertotaloutta-heidi-peltola/>
- Print&Media 2009. Aikakauslehti on ekologinen vaihtoehto. Lainattu 16.8.2019. <https://pmllehti.fi/uutiset/toimiala/aikakauslehti-ekologinen-vaihtoehto/>
- Pänkäälä, Anni 2019. Linjatuottaja. Helsinki, 19.9.2019. Haastattelijat: Tiina Kuusemo, Helena Wahlberg.
- Radio- ja televisiotoimittajien liitto 2018. Journalisti selvitti tv-tuotantoyhtiöitä. Viitattu 21.9.2019. <https://www.rttl.fi/uutiset/journalisti-selvitti-tv-tuotantoyht/>
- Rope, Timo 2005. Suuri markkinointikirja. Helsinki. Talentum.
- Ruisrock 2019. Viitattu 20.3.2019. <https://ruisrock.fi/info/ruisrockin-arvot/>
- Räisänen, Riikka & Rissanen, Marja & Parviainen, Erja & Suonsilta, Helena 2017. Tekstiilien materiaalit. Helsinki: Finn Lectura.

Saarenmaa, Kaisa 2019. Televisio saa kuuden vuosikymmenen jälkeen yhä 60 prosenttia suomalaisista päivittäin äärelleen. Tilastokeskus. Viitattu 22.9.2019. <http://tilastokeskus.fi/tietotrendit/artikkelit/2019/televisio-saa-kuuden-vuosikymmenen-jalkeen-yha-60-prosenttia-suomalaisista-paivittain-aarelleen/>

Saarinen, Iina 2019. Lainattu 26.9.2019. <https://www.kopiosto.fi/AVEK/puheista-teoiksi-ekosetti-opas-ekologisempaan-av-tuotantoon/>

Saarinen, Jussi 2019. Ensirekisteröinnit 2018: uusien autojen CO₂-päästöt alentuneet, mutta tuontiautot nostavat päästökeskiarvoa. Lainattu 28.11.2019.

<https://moottori.fi/ajoneuvot/jutut/ensirekisteroinnit-2018-uusien-autojen-co2-paastot-alentuneet-mutta-tuontiautot-nostavat-paastokeskiarvoa/>

Sarkkinen, Silja 2006. Ympäristövastuu työpaikalla: Säästä luontoa ja rahaa. Edita. Helsinki.

Savela, Anni 2019. Tuotantopällikkö. Helsinki, 12.12.2019. Haastattelija: Tiina Kuusemo.

Scandic 2019 – Vastuullisuus Scandicissa. Viitattu 16.11.2019. <https://www.scandichotels.fi/aina-scandicissa/kestava-kehitys-ja-vastuullisuus>

Sintra 2019. Viitattu 5.12.2019. <https://media.sitra.fi/2018/02/19151659/2018-02-02-sitra-keskivertosuomalainen-graafit-web.pdf>

Slush 2019. Viitattu 20.3.2019. <https://www.slush.org/sustainability/>

Sony Pictures 2019. Corporate Impact – Sustainability. Viitattu 6.9.2019.

<https://www.sonypictures.com/corp/corporateimpact.html>

Suomen elokuvasäätiö SES 2018. Lainattu 10.3.2019. <http://ses.fi/ajankoh-taista/ajankohtai->

[nen/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=1849&cHash=66d30ec588a1b6dc8d82a8955fe775](http://ses.fi/ajankoh-taista/ajankohtainen/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=1849&cHash=66d30ec588a1b6dc8d82a8955fe775)

59

Signalsfromhelsinki.fi 2019. Maailmanympärysmatka Töölönlahdella. Viitattu 15.8.2019. <https://www.signalsfromhelsinki.fi/fi/toolonlahdella-tapahtuu/maailmanymparysmatka-toolonlahdella>

SRS 2019. Viitattu 14.3.2019. https://www.sfs.fi/julkaisut_ja_palvelut/tuotteet_valokeilassa/iso_14000_ymparistojohtaminen/ymparistojarjestelma

Stanfoed Magazine. 15.5.2017. Viitattu 14.10.2019.

<https://medium.com/stanford-magazine/carbon-and-the-cloud-d6f481b79dfe>

- Talouselämä. Sähköautojen likainen salaisuus. Viitattu 4.9.2019. <https://www.talouselama.fi/uutiset/tassa-on-sahkoautojen-likainen-pikku-salaisuus/019af9b5-4a55-3a61-a87f-5bodee65e048>
- The Green Pick 2019. Viitattu 20.3.2019. <http://www.thegreenpick.com/cannes-film-festival-turns-green/>
- The Walt Disney 2019. Environment. Viitattu 6.9.2019. <https://www.thewaltdisney-company.com/environment/>
- Telia 2019. Datakeskukset ovat unohdettu päästöjen lähde. Viitattu 14.10.2019. <https://www.telia.fi/yrityksille/artikkelit/artikkeli/datakeskukset-ovat-unohdettu-paastojen-lahde>
- Tieteen Kuvalehti 2019. Mistä vapautuu eniten hiilidioksidia? Viitattu 10.6.2019. <https://tieku.fi/luonto/ilmastonmuutos/mista-vapautuu-eniten-hiilidioksidia>
- Vihreälanka.fi. Lainattu 31.8. <https://www.vihrealanka.fi/blogi-eno-vastaa/pyyhkeell%C3%A4-k%C3%A4det-kuivaksi-ekoisesti>
- Vuokko, Emmi 2019. Jälkityökoordinaattori. Helsinki, 4.10.2019. Haastattelija: Tiina Kuusemo.
- Trentino Film Commission- T-Green Film 2019. Viitattu 4.10.2019 <https://www.trentinofilmcommission.it/en/t-green-film/>
- WWF 2019. Lainattu 10.3.2019. <https://wwf.fi/uhat/ilmastonmuutos>
- WWF 2019b. Lainattu 5.10.2019. <https://wwf.fi/vaikuta-kanssamme/greenoffice/toimistot/>
- WWF 2019c. Lainattu 5.10.2019. <https://wwf.fi/vaikuta-kanssamme/greenoffice/mika-green-office/>
- Yle 2012. Hollywood kannustaa ympäristöystävälliseen elokuvantekoon. Viitattu 3.9.2019. <https://yle.fi/uutiset/3-5613220>
- Yle 2018. Hollywood-tuotannolla voi olla hurja hiilijalanjälki – Lapissa kuvaavia neuvotaan, kuinka kohdella luontoa ja poroja. Viitattu 3.9.2019. <https://yle.fi/uutiset/3-10508193>
- Yle 2018b. ”Tiesitkö, että juot pulloveden mukana muovia? Laaja, kansainvälinen selvitys paljastaa, että pullovesissä on runsaasti mikromuoveja”. Viitattu 23.9.2019. <https://yle.fi/uutiset/3-10109332>

Yrittäjät 2019. Viitattu 15.8.2019. <https://www.yrittajat.fi/uutiset/606769-eetinen-vaatetuotanto-vaatii-pitkajanteista-tyota-jarkevaa-toimia-siella-missa>

Zero Waste Finland 2019. Muovipussi vai kestokassi? Viitattu 4.10.2019.

<https://zwf.fi/2019/muovipussi-vai-kestokassi/>

Korkman, Sixten. Toimittanut Ahola, Suvi 2017. Kirjava käsikirja kestävään kehitykseen. Helsinki: Tammi.

LIITTEET

Liite 1.

Tekstiilikuitujen ympäristövaikutukset

TEKSTIILIKUITUJEN YMPÄRISTÖVAIKUTUKSET		
ENERGIANKULUTUS	HIILIDIOKSIDIPÄÄSTÖT	VEDENKULUTUS
AKRYYLI	POLYAMIDI	PUUVILLA
POLYAMIDI	AKRYYLI	POLYAMIDI
POLYESTERI	VISKOOSI	VISKOOSI
POLYPROPEENI	POLYESTERI	LYOCELL
LYOCELL	VILLA	PELLAVA
VISKOOSI	PUUVILLA	AKRYYLI
PUUVILLA	POLYPROPEENI	VILLA
VILLA	KIERRÄTETTY POLYESTERI	POLYPROPEENI
PELLAVA	LYOCELL	POLYESTERI
	SUURI	
	KESKINKERTAINEN	
	PIENI	

(Räisänen, Rissanen, Parviainen & Suonsilta 2017, 104.)

Liite 2.

Kuinka monta kilogrammaa hiilidioksidipäästöjä muodostuu per 1 kg syömäkelpoista tai kypsennettyä tuotetta.

- Naudanliha 25-50
- Sianliha 6-12
- Broilerinliha 5-9
- Lohifile 4-6
- Juusto 4-10
- Riisi 1-2
- Maito 1-2
- Leipä 0,6-2,5
- Kasviöljyt 1-4
- Peruna 0,5-1
- Puuro 0,2-0,3
- Pavut 0,7-2
- Tomaatti 0,3-5
- Porkkana 0,4-1
- Omena 0,4-1
- Banaani 0,5-1,5

(Mattila 2016, 52)

Liite 3.

Yellow Film & TV:n toimistopäällikön haastattelu.

1. Kuinka suuri toimiston pinta-ala on, ja kuinka paljon siellä on työntekijöitä?
2. Mikä lämmitysmuoto toimistolla on?
3. Kiinnitetäänkö sähkönkulutukseen huomiota? Mitä sähköä toimistolla käytetään (esim. Tuulivoima, vesivoima, hiili...)?
4. Ovatko sähkölaitteet energiatehokkaita?
5. Onko kestävä kehityksen huomioon ottaminen haasteellista? Millaisia haasteita ekologisuudessa toimistolla on?
6. Mitä materiaaleja toimistolla kierrätetään?
7. Kuinka paljon tulostuspapereita toimisto käyttää, ja olisiko määrää mahdollista vähentää? Miten? Mitä tulostuspapereita toimistolla käytetään?
8. Mitkä ovat suurimmat hävikin lähteet (esim. kahvi, pilaantunut ruoka, turha tulostus)?
9. Kannustetaanko työntekijöitä ekologisiin tekoihin? Esim. sähkön käyttö ja tulostus.
10. Kannustetaanko työntekijöitä kulkemaan työmatkoja julkisilla tai pyörällä / kävellen?
11. Mikä on toimiston sisälämpötila? Kuinka paljon talvella lämmitetään ja kesällä viilennetään sisätiloja?
12. Mitä elintarvikkeita toimistolle ostetaan eniten?
13. Kuinka paljon toimistolla järjestetään ruokatarjoilua? Millaisia?
14. Otetaanko elintarvikkeiden hankinnoissa huomioon ekologisuus?
15. Millaisia astioita käytätte ruoan tarjoiluun ja esillepanoon? Miksi näitä?
16. Otetaanko kalusteiden hankinnoissa huomioon ekologisuus? Miten kalusteet kierrätetään?
17. Kuinka usein IT-kalusteita uusitaan, ja miten vanhat kierrätetään?
18. Kannustetaanko työntekijöitä etätöihin?
19. Kuinka monta autoa yrityksellä on? Ovatko ne sähköautoja? Onko tulevaisuudessa tarkoitus hankkia sähköautoja?
20. Kuinka paljon eri lehtiä toimistolle tilataan / ostetaan?

Liite 4.

Yellow Film & TV:n jälkituotantokoodinaattori Emmi Vuokon haastattelun kysymykset

1. Suljetaanko tietokoneet yöksi?
2. Tuleeko paljon paperiroskaa, jotka voisi lähettää sähköisesti? Onko teillä paperinkeräys erikseen?
3. Kuvataanko kuvauksissa paljon turhaa materiaalia, jonka voisi jättää pois (esim. harjoitukset)?
4. Jälkituotannon puolen sähkönkulutus on noussut melkein 25 % vuodesta 2015 vuoteen 2018. Mistä sähkönkulutuksen kasvu johtuu?
5. Onko teillä ajatuksia, miten sähkönkulutusta voisi jälkituotannon puolella vähentää?
6. Käytetäänkö jälkituotannossa paljon pilvipalveluita?

Liite 5.

Yellow Film & TV:n tuottajien haastattelukysymykset.

1. Onko teillä tuotantosuunnitelma ja jos on, voimmeko nähdä sen?
2. Onko tuotannossanne käytössä menetelmiä, ohjelmia tai yhdessä sovittuja toimintatapoja, jotka tukevat mielestäsi kestäväää kehitystä?
3. Mitkä ovat arviosi mukaan tuotannon suurimmat hiilidioksidipäästöjen aiheuttajat (esim. rekvisiitta ja puvustus, liikenne, sähkö/tekniikka, elintarvikkeet, hävikki/jätteet)?
4. Miten hoidatte kierrätyksen tuotannon aikana, mitä eri materiaaleja kierrätätte jatkuvasti, missä olisi parannettavaa? Esim. muovi, paperi, kartonki, bio, seka, energia, metalli, lasi, ongelmajäte?
5. Minkälaista ruokaa tuotannossa syödään? Mistä ruoka hankitaan ja miten se toimitetaan kuvauspaikalle? Suositteko kasvisruokaa vai saako työryhmä itse päättää mitä haluavat?
6. Suositteko eettisiä ja reilun kaupan tuotteita?
7. Millaisia astioita käytätte ruoan tarjoiluun ja esillepanoon? Miksi näitä?
8. Kuinka paljon tuotannossa muodostuu ruokailuun liittyvää hävikkiä tai roskaa? Voimmeko pyytää cateristia säilyttämään kaikki kuitit ja arvioimaan hävikin määrää? Kuka on cateristinne?
9. Pyrittekö minimoimaan hävikin esimerkiksi ruuan ja kulutustavaroiden? Onko teillä toimenpiteitä hävikin minimoimiseksi?
10. Majoitutteko tuotannon aikana? Jos, niin missä, ja oletteko ottaneet huomioon majoituspaikan ekologisuuden sitä valitessanne?
11. Mistä puvusto- ja rekvisiitta hankitaan ja mitä niille tehdään tuotannon jälkeen?
12. Mitä eri liikkumismuotoja käytätte (esim. oma auto, juna, lentokone, taksi) ja kuinka paljon (kilometriarvio, ajopäivien arvio)? Voiko autoihin laittaa ajopäiväkirjat?
13. Teettekö oman sähkösopimuksen? Millä perusteella? Käytättekö kuvauksissa generaattoreita?
14. Saammeko tutkia laskuja hankinnoista?