



Jenni Kyrö & Jenna Perunka

**YMPÄRISTÖTIETOISUUSKAMPANJAN TOTEUTTAMINEN OAMK:N
LIIKETALouden YKSIKÖSSÄ**

**YMPÄRISTÖTIETOISUUSKAMPANJAN TOTEUTTAMINEN OAMK:N
LIIKETALouden YKSIKÖSSÄ**

Jenni Kyrö &
Jenna Perunka
Opinnäytetyö
Kevät 2012
Liiketalouden koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma, Liiketoimintaosaamisen suuntautumisvaihtoehto

Tekijät: Jenni Kyrö & Jenna Perunka

Opinnäytetyön nimi: Ympäristötietoisuuskampanjan toteuttaminen OAMK:n Liiketalouden yksikössä

Työn ohjaaja: Paula Pisano

Työn valmistuslukukausi ja -vuosi: Kevät 2012

Sivumäärä: 66 + 38

Opinnäytetyön aiheena on ympäristötietoisuuskampanjan toteuttaminen Oulun seudun ammattikorkeakoulun (OAMK) Liiketalouden yksikössä. Kampanjan tavoitteena on ympäristötietoisuuden lisääminen yksikössä. Toimeksiantaja on yksikön ympäristötiimi, jonka yhteyshenkilönä toimii ympäristövastaava Minna Kamula. Toteutuskeinoiksi valittiin teemapäivätapahtuma ja sitä tukeva sähköpostikampanja, joista kerätään palautetta tilastollisilla menetelmillä. Ympäristötiimi oli toivonut vastaavanlaista tempausta jo jonkin aikaa. Ympäristötietoisuuden lisäämiseksi käytetään konkreettisia esimerkkejä sekä asiantuntijavierailijoita.

Opinnäytetyön tietoperustassa kerrotaan tapahtuman järjestämisen vaiheet teoriassa sekä perehdytään ympäristön nykyiseen tilaan ja sen kehitykseen. Lisäksi käsitellään keinoja, joilla voidaan vaikuttaa ilmastonmuutokseen. Tietoperustassa tarkastellaan myös tapahtuman viestinnän suunnittelua ja toteuttamista.

Tuloksista havaittiin, että ympäristötietoisuus lisääntyi ainakin hieman. Lisäksi ympäristökiinnostuneisuutta saatiin kasvatettua. Käytännönläheisyytensä ansiosta tapahtuma koettiin yleisesti hyväksi keinoksi tietoisuuden lisäämiseen, mutta sähköposti jakoi enemmän mielipiteitä. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että tapahtuman vakiinnuttaminen vuosittaiseksi voisi olla mielekäs keino kasvattaa ympäristötietoisuuden tasoa. Toisaalta sähköpostikampanjan toistaminen samalla lailla ei välttämättä ole paras mahdollinen keino. Jatkossa Oulun seudun ammattikorkeakoulun ympäristöasioiden maskotin, Ykä-koiran, näkyvyyttä tulisi parantaa, jolloin se toimisi paremmin ympäristötietoisuuden välittäjänä.

Avainsanat:

ekotehokkuus, kestävä kehitys, kierrätys, projektinhallinta, tapahtuma, tapahtumamarkkinointi, ympäristötietoisuus

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Program in Business Economics, option of Business Competence

Authors: Jenni Kyrö & Jenna Perunka

Title of thesis: Executing an environmental awareness campaign in School of Business and Information Management in the OUAS

Supervisor: Paula Pisano

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2012

Number of pages: 66 + 38

The topic of the thesis is to organize an environmental awareness campaign in School of Business and Information Management in Oulu University of Applied Sciences (OUAS). The objective of the campaign is to increase environmental awareness in the school. This is reached by using tangible examples and also with the help of specialists in the field. Assigner of the thesis is the Environmental Issues' Team of the school led by Minna Kamula. Environmental Awareness Event and a supporting email campaign were chosen as the means to mount the campaign. Environmental Issues' Team had been hoping for a campaign like this already for a longer period of time.

The theoretical background consists of the phases of organizing an event and the current state of environment as well as its development. It also deals with ideas and tools for reducing the effects of climate change. In addition, the theoretical background discusses how to plan and execute marketing communication of an event. The feedback of the event and the email news flashes was collected through a survey and statistical methods were employed to study the success of them.

According to the findings the level of the environmental awareness in the school increased as the result of the environmental awareness campaign. Moreover, interest was enhanced. The event was seen as a good way to increase environmental awareness due to it being so concrete. On the other hand, the email campaign caused more distribution in the opinions. As a conclusion, establishing the event as an annual happening might be an ideal way to increase the level of environmental awareness. To the contrary, repeating the email campaign in exactly the same way should be reconsidered. In future, the OUAS' environmental issues' mascot, Ernie the Eco-Dog, could be a good way to increase the environmental awareness. However, this would require that Ernie the Eco-Dog would be relocated in the intranet so that it can gain more attention.

Keywords:

Eco-efficiency, environmental awareness, event, event marketing, project management, recycling, sustainable development

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	7
2	YMPÄRISTÖTIETOISUUS	10
2.1	Ilmastonmuutoksen aiheuttajat	13
2.2	Ympäristön tilan kehitys ja ihmisten vaikutus siihen ajan saatossa	15
2.3	Ympäristöasioihin vaikuttaminen arkielämässä	18
2.3.1	Sähkön ja veden kulutuksen vähentäminen	18
2.3.2	Ruokailutottumukset	21
2.3.3	Tavaroiden käyttöikä ja kulutustottumukset	22
2.3.4	Kierrättäminen	24
2.4	Ympäristövastuu yrityksissä ja organisaatioissa	25
3	YMPÄRISTÖTAPAHTUMAN JA -KAMPANJAN SUUNNITTELU	29
3.1	Teemapäivätapahtuma ja sen tavoitteet	32
3.2	Kohderyhmä	32
3.3	Sisältö	33
3.4	Tapahtumapaikka	34
3.5	Aikataulu	35
3.6	Budjetti	36
3.7	Markkinointi ja viestintä	36
3.8	Riskit ja niihin varautuminen	38
4	YMPÄRISTÖTAPAHTUMAN JA -KAMPANJAN TOTEUTTAMINEN JA PÄÄTTÄMINEN	40
4.1	Esivalmistelut	40
4.2	Sähköpostikampanja	42
4.3	Tapahtuman ensimmäinen päivä	43
4.4	Tapahtuman toinen päivä	45
4.5	Jälkitoimet	46

5 YMPÄRISTÖTAPAHTUMAN JA -KAMPANJAN ONNISTUMISEN ARVIOINTI	48
5.1 Tapahtuman onnistumisen arviointi	48
5.2 Sähköpostikampanjan onnistumisen arviointi	48
5.3 Palautekyselyt ja niiden keskeiset tulokset	49
5.3.1 Sähköpostikampanjan palautekyselyn tulokset	50
5.3.2 Tapahtuman palautekyselyn tulokset	53
6 JOHTOPÄÄTÖKSET	56
7 POHDINTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	58
LÄHTEET	63
LIITTEET	67

1 JOHDANTO

Ympäristöasioihin kiinnitetään yhä enemmän huomiota niin työpaikoilla kuin kotiloissa. Ympäristötietoisuudesta onkin tullut trendikästä ja jopa kilpailuvaltti sekä yrityksille että organisaatioille. Nykyään ympäristöasioista ja niihin vaikuttamisesta löytyy runsaasti tietoa Internetin lisäksi eri instituutioiden ohjeistuksista. Toisaalta liika tieto saattaa tehdä sen luotettavuuden arvioinnista jopa hankalaa. Kuitenkin kouluopetuksessa ja työpaikkakoulutuksissa lisätään luotettavan ympäristötiedon määrää jatkuvasti.

Oulun seudun ammattikorkeakoulu on sitoutunut jatkuvasti parantamaan kestävän kehityksen mukaista toimintaansa. Käytännön työkaluiksi on otettu ISO 14001 -ympäristöjärjestelmämalli sekä WWF:n Green Office -ympäristöpalvelu. Lisäksi yksiköiden sisäiset ympäristötiimit edistävät ympäristöpolitiikan toteutumista käytännössä. Tämän hetken pääasiallisia säästökohteita ovat vesi ja sähkö.

Opinnäytetyön aiheena on ympäristötietoisuuskampanjan toteuttaminen Oulun seudun ammattikorkeakoulun Liiketalouden yksikössä. Työn tavoitteena on lisätä yksikön henkilökunnan ja opiskelijoiden ympäristötietoisuutta. Toimeksiantaja on Oulun seudun ammattikorkeakoulun Liiketalouden yksikön ympäristötiimi, joka oli määritellyt aiheen opiskelijoiden intranet Oivaan. Tiimin yhdyshenkilönä toimii yksikön ympäristövastaava Minna Kamula. Tietoisuuden lisäämiskeinoiksi valittiin viestintäkampanja ja teemapäivätapahtuma, eli kyseessä on toiminnallinen suunnittelu- ja toteutustyö. Toimeksiantaja oli toivonut vastaavanlaista kampanjointia jo jonkin aikaa, mutta heidän omat resurssinsa eivät olleet riittäneet eikä halukkaita opinnäytetyöntekijöitä ollut aiemmin löytynyt. Opinnäytetyön aihe on siis hyvin ajankohtainen. Lisäksi aihe on tärkeä, sillä nykyisin painotetaan kestävää kehitystä kaikessa toiminnassa, jotta saataisiin turvattua yhtäläiset toimintamahdollisuudet ja elinolosuhteet tulevillekin sukupolville. Näin ollen työn aihe sekä toteuttamistavat lisäävät opinnäytetyöntekijöiden ammatillista pätevyyttä ja tuovat lisäetua työmarkkinoilla. Opinnäytetyö on hyödyllinen toimeksiantajalle sekä kertaluontoisena toteutuksena että mallipohjana mahdollisille tuleville ympäristökampanjoille.

Opinnäytetyön viitekehys muodostuu ympäristöteoriasta sekä tapahtuman järjestämisen ja viestinnän suunnittelun teoriasta. Työssä käytettyjä keskeisiä käsitteitä ovat kestävä kehitys, ilmastomuutos, ympäristövastuu, ekotehokkuus sekä tapahtuma projektina. Kestävän kehityksen

ideana on, että tuotettaisiin tehokkaammin hyödyntäen olemassa olevia luonnonvaroja sen sijaan, että niiden kulutusta lisättäisiin. Näin ollen saavutettaisiin tasapaino taloudellisen, ekologisen ja yhteiskunnallisen kehityksen näkökulmista. Usein kuitenkin jokin osa-alue nousee ylitse muiden ja tasapaino järkkyy. Esimerkiksi painotettaessa liikaa taloudellista kasvua, voi seurauksena olla sekä yhteiskunnallista huonovointisuutta että ympäristöongelmia. Eräs esimerkki ihmisen aiheuttamasta ympäristöongelmasta on ilmastonmuutos. Se aiheutuu erilaisista kasvihuonekaasuista, joita syntyy myös luonnossa, mutta joiden suurin tuottaja on kuitenkin ihminen. Ilmastonmuutos aiheuttaa kasvihuoneilmion voimistumista, minkä vuoksi ilmakehän lämpötila nousee. Tästä aiheutuvat esimerkiksi napajäätiköiden sulaminen, eri eliölajien elinympäristön muutokset ja entistä voimakkaammat luonnonilmiöt. Mikäli kestävän kehityksen periaatteet jätetään huomiotta ja luonnonvarojen liikakulutusta jatketaan, ei maapallon kantokyky tule riittämään. Jos kaikkien maiden kulutus olisi tällä hetkellä länsimaisella tasolla, eivät luonnonvarat riittäisi turvaamaan elinmahdollisuuksia koko väestölle edes nykyisellä ihmismäärällä. Kuitenkaan pelkkä ympäristötietoisuuden lisääminen ei riitä, vaan on saatava aikaan syvempää ymmärrystä ja konkreettisia muutoksia ihmisten käyttäytymisessä, jotta maapallon elinkelpoisuus voitaisiin turvata myös tuleville sukupolville.

Konkreettisia keinoja ilmastonmuutoksen torjumiseksi ovat muun muassa kulutustottumusten muuttaminen veden, sähkön, ruoan ja muiden kulutusyhödykkeiden osalta sekä uusiokäyttö ja kierrättäminen. Kulutustottumusten muutoksessa olennaisinta on hankkia vain tarpeeseen sekä välttää turhaa energian ja veden käyttöä. Lisäksi tulisi välttää tuotteita, joilla on korkea hiilijalanjälki.

Ensisijaisiksi tietoisuuden lisäämiskeinoiksi valittiin tapahtuma, koska se on näkyvä, konkreettinen ja helppo tapa lähestyä ihmisiä sekä tapahtumaa tukeva viestintäkampanja. Ympäristötapahtuman ja -kampanjan suunnittelu ja toteutus on projekti, jonka osa-alueisiin kuuluvat tapahtuman sisältö, kohderyhmä, sijainti, aikataulu, budjetti, markkinointi ja viestintä sekä riskit ja niihin varautuminen. Kaikkien näiden osa-alueiden huolellinen suunnittelu siten, että ne tukevat toisiaan, on pohjana onnistuneelle tapahtumalle. Opinnäytetyöprojekti alkaa tavoitteiden asettamisella ja suunnittelulla, joiden jälkeen perehdytään tietoperustaan. Tämän jälkeen suoritetaan ympäristötietoisuuskampanjan markkinointi ja käytännön toteuttamistoimet. Näiden kaikkien vaiheiden jälkeen arvioidaan projektin onnistuminen ja raportoidaan sen eri vaiheet.

Ympäristötietoisuusteemapäivien luonteen vuoksi niiden suunnittelussa on erityisesti huomioitava kohderyhmien eriaisteiset ympäristöaktiivisuustasot. Tapahtuman avulla voidaan tehdä uuden oppimisesta mukavaa sekä tuoda esille ympäristön huomioimisen helppoutta ja taloudellisia etuja. Teemapäivätapahtumaa tukemaan valittiin viestintäkampanja, jotta myös ne, jotka eivät pääse osallistumaan tapahtumaan, saavat mahdollisuuden ympäristöasioiden oppimiseen. Kampanjan ja teemapäivien tarkoituksena on antaa käytännön vinkkejä siihen, kuinka omilla teoillaan voi vaikuttaa ympäristön tilaan ja tukea kestävästä kehitystä niin työ- tai opiskelupaikalla kuin kotioloisakin. Ympäristötietoisuusteemapäivien ideana on, että kävijät oppivat tapahtumassa saatavilla olevan informaation myötä, mutta myös tekemällä ja kokeilemalla. Opinnäytetyön onnistumisen arviointi toteutetaan palautekyselylomakkeiden pohjalta pääosin tilastollisilla menetelmillä.

2 YMPÄRISTÖTIETOISUUS

Ihmiset vaikuttavat ympäristöönsä ja sen tilaan monin eri tavoin. Ympäristöön vaikuttavat niin erilaiset kemikaalit kuin päästötkin. Ympäristöhaittoja syntyy sekä teollisuuden että yksityishenkilöiden ja yritysten toiminnasta. Yksityishenkilöiden ympäristövaikutukset syntyvät muun muassa elintarvikkeista ja kulutushyödykkeistä, kuljetuksesta ja matkustelusta sekä sähkön ja veden kulutuksesta. Suomalaisten sähkön kulutuksen suurin menoerä eli 50 prosenttia muodostuu lämmityksestä ja ilmastoinnista (Lauslahti 2012, Hakupäivä 2.1.2012). Lämmityksen tarpeeseen, kuten muihinkin ympäristöasioihin, voi kuitenkin vaikuttaa usein eri keinoin, esimerkiksi riittävällä lämpöeristyksellä tai pukeutumisella.

Amerikan alkuperäiskansojen sananlaskun ”Emme peri maatamme vanhemmiltaamme vaan laa-
naamme sitä lapsiltamme.” mukaisesti tulisi ympäristöä vaalia, jotta myös tulevat sukupolvet voi-
vat nauttia sen antimista (StoneE Productions 1996, hakupäivä 14.12.2011). Ympäristönsuoje-
lun tavoitteena on taata luonnon elinvoimaisuus myös tuleville sukupolville ja turvata ihmisten
hyvinvointi nyt ja tulevaisuudessa (Hakala & Välimäki 2003, 17). Sama periaate toteutuu myös
kestävässä kehityksessä.

Kestävän kehityksen kolme osa-aluetta jakautuvat seuraavasti: taloudellinen, ekologinen ja yh-
teiskunnallinen näkökulma. Näitä näkökulmia ei tule tulkita toisensa poissulkevinä. Siksi ei pidä
ajatella, että taloudellista kasvua voidaan saada vain ympäristön kustannuksella tai että elinym-
päristö väistämättä kärsisi kehityksen vuoksi. Päinvastoin kestävän kehityksen tarkoituksena on
pyrkä optimoimaan näiden kolmen osa-alueen yhtenevyys minkään niistä kärsimättä. Nämä
osa-alueet kulkevat siis käsi kädessä. Ilman hyvin hoidettua taloutta on työttömyyttä ja näin ollen
huonosti voiva yhteiskunta. Ilman hyvin voivaa ympäristöä yrityksiltä loppuvat käytettävissä olevat
luonnonvarat, joista talouden tila on riippuvainen, ja yhteiskunnallinen huonovointisuus lisääntyy.
Ilman hyvin voivaa yhteiskuntaa ei ole työntekijöitä, jotka työllään toisivat varoja yrityksille ja pa-
rantaisivat talouden tilaa. Lisäksi ihmiset, joilla ei ole töitä, voivat huonosti ja ovat näin ollen itse
asiassa taakka yhteiskunnalle eikä heillä ole kiinnostusta huolehtia ympäristön tilasta. Kestävän
kehityksen pohjana siis toimivat terve taloudellinen tilanne ja yhteiskunta sekä ympäristön huomi-
oon ottaminen. Luonto kuitenkin antaa tietyt rajat joiden puitteissa ihmisten on eletävä ja liiketo-
innan toimittava. Ajatuksena onkin, että tuotettaisiin tehokkaammin hyödyntäen olemassa ole-

via luonnonvaroja eikä niiden kulutusta lisäämällä. Näin ollen kehitys on kasvun edellytys. Mikäli yritykset ja ihmiset eivät lopeta luonnon varojen riistämistä omatoimisesti, luonto kyllä tekee sen heidän puolestaan. Tämän hetken kasvavimpia trendejä ovatkin vihreät alat niin tuotteissa kuin palveluissa. (Hitchcock & Willard 2007, 8–10.)

Toisaalta taas mikäli kestävän kehityksen periaatteita ei noudateta, voivat seuraukset olla katastrofaaliset. Esimerkkinä voidaan pitää Kiinan pitkään kestänyttä noin 10 prosentin vuositason talouskasvua. He jättivät yhteiskunnallisen- ja ekologisen näkökulman kokonaan huomiotta tavoitellessaan suurempaa talouskasvua. Tästä johtuen kiinalaiset ovat kärsineet esimerkiksi tulvista ja saasteiden aiheuttamista terveyshaitoista sekä luonnonvarojen riistokäytöstä, joiden vuoksi talouskasvusta saadut varat ovat menneet lähinnä vahinkojen korjaamiseen. (sama, 8.)

Nykyiset ympäristöongelmat kuten happosateet, otsonikato ja ilmastonmuutos nähdään globaaleina ongelmina. Näiden maailmanlaajuisesti vaikuttavien ongelmien yksittäistä aiheuttajaa on vaikea nimetä, siksi kaikkien tulisikin osallistua niiden ennaltaehkäisyyn. Ympäristöongelmat aiheuttavat myös suoranaisia terveydellisiä ongelmia, kuten iho- ja muita syöpätyyppejä. Esimerkiksi Kiinassa vesistöihin vuodatettu elohopea saastuttaa muidenkin maiden kalakantoja ja tuulen mukana kauas kantautuvien ilmansaasteiden vaikutukset ovat havaittavissa jopa Yhdysvalloissa. (sama, 13–14.)

Ekotehokkuutta voidaan pitää kestävän kehityksen työkaluna. Ekotehokas toiminta tarkoittaa raaka-aineiden, energian, materiaalien ja teknologian tarkoituksenmukaista ja tehokasta käyttöä, jolloin vähemmistä luonnonvaroista saadaan enemmän hyvinvointia. Suomessa ekotehokkuutta on lisännyt informaatioteknologian kehittyminen 1990-luvulta lähtien. Esimerkkejä käytännön vaikutuksista ovat tuotantoprosessien ohjauksjärjestelmät, joiden ansiosta muun muassa prosessin materiaalien ja energian käytön tehostaminen on mahdollista. Laitteiston uusiminen ei kuitenkaan pelkästään riitä, vaan on saatava aikaan muutoksia sekä ajattelu- että toimintatavoissa. Ekotehokkaassa toimintakulttuurissa ei myydä tavaraa vaan käyttöarvoa, palvelua ja laatua. Ekotehokkaan kuluttamisen ominaisuuksia ovat kertakäyttöisyyden välttäminen eli kestävyys ja laatuun panostaminen sekä kohtuukäyttö ylettömän kuluttamisen sijasta. Nämä toimenpiteet säästävät usein myös rahaa. (Asikainen 2006, 17, 19–20, 24.)

Muutamia suuntaa antavia ekotehokkuuden mittareita ovat ekologinen selkäreppu ja -jalanjälki sekä MIPS eli Material Input per Service Unit -laskelma. Tuotteen ekologista selkäreppua lasket-

taessa otetaan huomioon sen aiheuttama luonnonvarojen kulutus tuotteen koko elinkaaren aikana. Tämä sisältää siis kaiken materiaalinkulutuksen valmistuksen, käytön ja jätteenkäsittelyn aikana. MIPS mittaa luonnonvarojen käytön ekotehokkuutta. Se vertaa tuotteen painoa ja ekologista selkäreppua tuotteesta saatavaan hyötyyn. Esimerkiksi kotiin hankitussa, harvoin käytetyssä espressolaitteessa luonnonvarat ovat paljon vähemmän ekotehokkaassa käytössä kuin kahvilassa päivittäisessä käytössä olevassa keittimessä. Näin ollen harvoin espressoa juovan henkilön on ympäristöystävällisempää nauttia kuukausittainen espressoannoksensa kahvilassa kuin ostaa laitetta kotiinsa. Ekologinen jalanjälki taas ilmaistaan hehtaareina henkilöä kohden ja se kertoo, miten paljon kuluttamamme ruoan, energian ja kulutushyödykkeiden tuottamiseen tarvitaan maapinta-alaa sekä kuinka paljon rakennettua maata otamme käyttöön. (Asikainen 2006, 18.) Hiilijalanjälki puolestaan mittaa tuotteen ilmastovaikutuksia sen elinkaaren aikana syntyvien kasvihuonepäästöjen perusteella. Tuotteen hiilijalanjäljen pienentäminen ei kuitenkaan aina vähennä haitallisia ympäristövaikutuksia, sillä muutostoimien seurauksena voi ilmetä muita haittavaikutuksia kuten esimerkiksi vesistöjen rehevöitymistä sekä energian tai veden kulutuksen lisääntymistä. Myös kuluttajan valinnat tuotteen kuljetuksen, valmistamisen ja säilytyksen suhteen vaikuttavat tuotteen lopulliseen hiilijalanjälkeen. (Hautaniemi 2011, hakupäivä 31.1.2012.)

Ympäristötietoisuus tarkoittaa ymmärrystä ja tietoisuutta ympäristön tilasta ja siihen vaikuttavista tekijöistä. Ympäristötietoinen henkilö pyrkii välttämään negatiivista vaikutusta ympäristöönsä muuttamalla omaa käyttäytymistään, kulutustottumuksiaan ja muuta toimintaansa ekotehokkaammaksi.

Ihmisten negatiivista vaikutusta ekologisiin ja ympäristöllisiin tekijöihin kutsutaan ympäristöongelmaksi (Hakala & Välimäki 2003, 28). Nämä ongelmat vaikuttavat sekä ihmisten että eläinten hyvinvointiin. Kuivuus, aavikoituminen ja luonnonvarojen riistokäyttäminen ovat ajaneet miljardeja ihmisiä elämään köyhyysrajan alapuolella. Nämä samat tekijät johtavat myös useiden eläinlajien ahdinkoon ja jopa sukupuuttoon kuolemiseen niiden elintilan kutistuessa. Ympäristönsuojelulla pyritään vähentämään edellä mainittujen tekijöiden vaikutusta. Muun muassa tiettyjen kemikaalien käyttöä on rajoitettu otsonikerroksen suojaamiseksi ja ihmiset ovat alkaneet muuttaa käyttäytymismallejaan ilmastomuutoksen vaikutuksien vähentämiseksi. (sama, 17.)

2.1 Ilmastonmuutoksen aiheuttajat

Ilmastonmuutoksen kannalta olennaisimpia kasvihuonekaasuja ovat hiilidioksidi (CO₂), metaani (CH₄), dityppioksidi eli typpioksiduuli (N₂O), otsoni sekä vesihöyry (H₂O) (Ilmasto.org 2012a, hakupäivä 5.1.2012). Muita kasvihuonekaasuja ovat muun muassa rikkiheksafluoridi (SF₆) sekä halogenoidut hiilivedyt. Jälkimmäisistä aiheutuvat päästöt ovat täysin ihmisten aiheuttamia. Näitä yhdisteitä käytetään muun muassa ponneaineina, jäähdytyslaitteissa, liuottimissa ja torjunta-aineissa. Näiden yhdisteiden vety on korvattu osittain tai kokonaan fluorilla, bromilla tai kloorilla. Yhdisteet, jotka sisältävät bromia tai klooria hajottavat otsonikerrosta, joka estää haitallisen ultra-violetti säteilyn pääsyn maan pinnalle. (Ilmasto.org 2012b, hakupäivä 5.1.2012.)

Maailman suurimpia hiilidioksidin tuottajamaita vuonna 2009 olivat Kiina, Yhdysvallat, Intia, Venäjä ja Japani. Taulukosta 1 voidaan havaita, että pelkästään nämä maat yhteensä tuottivat yli puolet koko maailman vuosittaisista hiilidioksidipäästöistä aikavälillä 2000–2009.

TAULUKKO 1. Viisi eniten polttoaineiden käytöllä hiilidioksidipäästöjä tuottavaa maata (OECD 2011a, hakupäivä 12.1.2012)

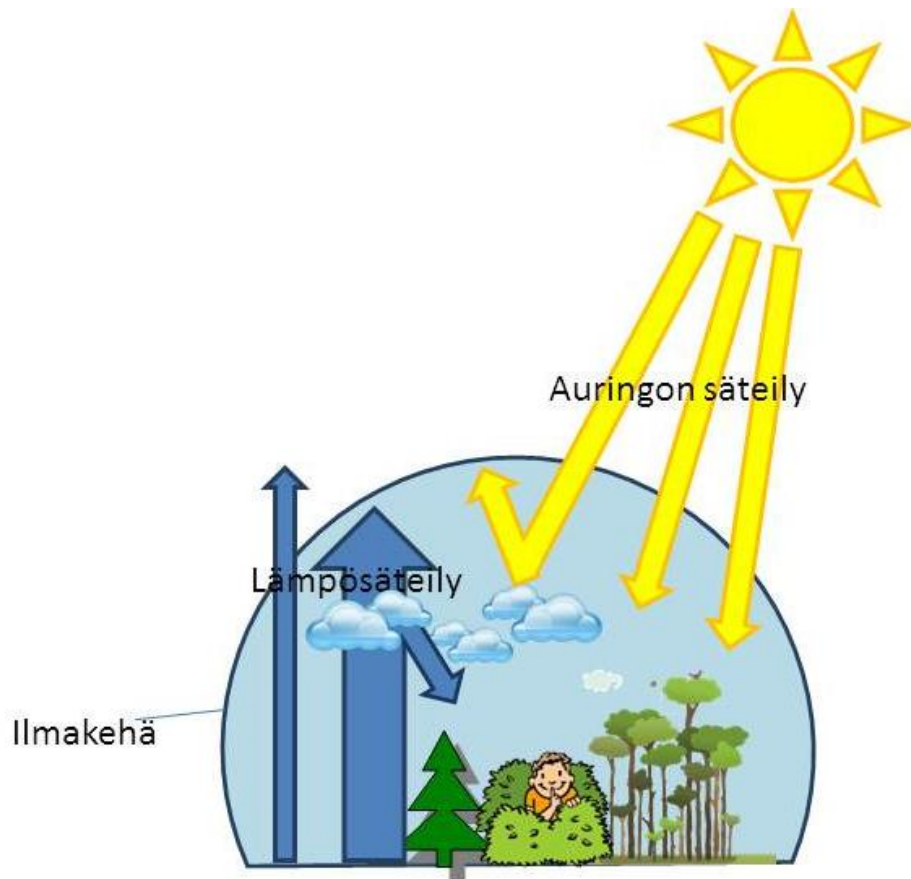
	2007	2008	2009
	miljoonaa tonnia		
Kiina	6 028	6 507	6 832
Yhdysvallat	5 763	5 587	5 195
Intia	1 357	1 431	1 586
Venäjä	1 579	1 593	1 533
Japani	1 242	1 153	1 093
Koko maailma	29 037	29 449	28 994

Vuonna 2009 Kiina, Yhdysvallat, Intia, Venäjä ja Japani yksinään tuottivat 56 prosenttia koko maailman hiilidioksidipäästöistä, kun taas Euroopan Unionin 27 jäsenvaltiota tuottivat vain 12 prosenttia. Koko maailman yhteenlaskettujen hiilidioksidipäästöjen summa oli vuonna 2009 noin 29000 miljoonaa tonnia. Määrä on noussut vuodesta 2000 kaiken kaikkiaan noin 5500 miljoonaa tonnia vuoteen 2009 verrattuna. Suomen päästöt ovat aika välillä 2000–2009 vaihdelleet

54 miljoonasta tonnista 72 miljoonaan tonniin. Venäjän päästömäärät ovat pysyneet jokseenkin samana aikavälillä 2000–2009, vaikka vaihtelua on jonkin verran havaittavissa. Yhdysvaltojen vuosittaiset päästömäärät ovat pudonneet vuodesta 2000 vuoteen 2009 noin 500 miljoonaa tonnia. Japanissa päästöt ovat pysyneet kutakuinkin samana koko 2000-luvun alun, mutta vuosien 2007–2009 välisenä aikana päästöjen määrät ovat vähentyneet suhteellisen paljon verrattaessa aikaisempien vuosien muutoksiin. Kiinan hiilidioksidipäästöt ovat kaksinkertaistuneet aikavälillä 2000–2009. Samaa aikaväliä tarkasteltaessa Intian päästöjen määrän voidaan todeta olevan hieman Kiinaa vähemmän radikaalissa kasvussa. (OECD 2011a, hakupäivä 12.1.2012.)

Yleisesti voidaan olettaa, että teollistuvat, kehittyvät maat, joiden taloudet ovat kääntyneet kasvuun, tuottavat yhä enenevässä määrin hiilidioksidipäästöjä. Voidaan myös olettaa, että nämä maat, jotka usein tuottavat halvempien henkilökulujen turvin edullisempia tuotteita, harvemmin ovat kiinnostuneita investoimaan ympäristöystävällisempiin toimintatapoihin. Lisäksi tuotteiden suuren kansainvälisen kysynnän vuoksi näiden maiden asukkaat vaurastuvat, mikä usein johtaa esimerkiksi henkilöautojen sekä muiden kulutushyödykkeiden lisääntyneisiin hankintoihin.

Kuten kuviosta 1 huomataan, kasvihuoneilmiö itsessään ei ole huono asia, sillä se mahdollistaa elämän maan päällä pitämällä osan auringon lämmöstä ilmakehässämme. Mikäli kasvihuoneilmiö voimistuu, seuraukset voivat olla kohtalokkaita. Esimerkkinä ilmaston lämpenemisen seurauksista on jäätiköiden sulaminen, jolloin ne vapauttavat ilmakehään lisää metaania, joka edelleen vahvistaa kasvihuoneilmiötä ja voimistaa ilmastonmuutosta. Jäätiköiden sulaminen nostaa myös vedenpintaa, minkä vuoksi rannikkoalueet voivat tuhoutua. Ihmisten tulisi ymmärtää, että ilmastonmuutos aiheutuu meistä kaikista ja että jokaisella on oma roolinsa tämän luonnonilmiön hillitsemisessä.



KUVIO 1. Kasvihuoneilmiön vaikutus elämäämme (luotu MS ClipArt objekteja käyttäen)

2.2 Ympäristön tilan kehitys ja ihmisten vaikutus siihen ajan saatossa

Ihminen on vaikuttanut ympäristötilan kehitykseen eniten viimeisimpien vuosisatojen aikana. Muutostahti on siis nopea ja ihmiskunnan tulevaisuus riippuu tämän päivän valinnoista. Nykyisen tilanteen ymmärtämiseksi ja vanhoista virheistä oppimiseksi on tutkittava menneisyyttä. Vielä esimerkiksi 1900-luvun lopulla ajateltiin, että ilmastonmuutosta voidaan ehkäistä puhdistamalla muodostuneita päästöjä. Nyt tiedetään, että tämä näkemys on riittämätön kasvihuoneilmiön voimistumisen hillitsemiseksi.

Ihmiskunnan historian kehitys on vaikuttanut ilmastoomme erityisen paljon viimeisimpien vuosisatojen aikana. Ihmisten saapuessa planeetalle noin 38 000 vuotta ennen ajanlaskun alkua, heidän vaikutuksensa ympäristöön oli varsin pientä. Heidän arkensa koostui ravinnon keräilystä ja metsästämisestä. Ihmiset liikkuivat paljon ravintoa hankkiessaan, eikä paikoillaan pysyviä kaupunkimaisia kertymiä vielä ollut. Ihminen on aina ollut laumassa eläjä, mutta näihin aikoihin yhteen kokoontuneet populaatiot olivat suhteellisen pieniä. Ajan saatossa ihminen alkoi levittäytyä laa-

jemmin Afrikan mantereelle. Samalla populaatioiden koot alkoivat kasvaa ja näin ollen vaikutukset ympäristöön lisääntyivät. Kulttuurievoluutio toi mukanaan kirjoitus- ja puheviestintätaidot noin 3500 vuotta ennen ajanlaskun alkua. Tämä mahdollisti tehokkaamman metsästyksen lisäksi myös maanviljelyn synnyn. Ihmisen siirtyessä maanviljelyyn pysyvämmät ja suuremmat ihmis-keskittymät ja kaupungit alkoivat yleistyä. Tämä saattoi johtaa tehokkaampaan luonnonvarojen hyödyntämiseen sekä kastelujärjestelmien käyttöönottamiseen. Populaatioiden kasvaessa myös ravinnon ja muiden hyödykkeiden tarve lisääntyi. (Hakala & Välimäki 2003, 22–23.)

Teollinen vallankumous alkoi Englannissa 1700-luvulla, jolloin varsinkin kangasteollisuus lisääntyi. Tämä toi mukanaan aivan uudenlaisia, ennen kokemattomia ongelmia ihmisille, heidän terveydelleen ja ympäristölle. Ihminen oppi käyttämään uusiutumattomia energiamuotoja: aluksi pääasiassa hiiltä ja myöhemmin myös öljyä ja maakaasua. Ihmisten määrä kasvoi kaupunkien kasvun myötä. Tämä lisäsi tuotantoa sekä kulutusta ja näin ollen kaupankäynnin määrä kasvoi. Höyrykoneet yleistyivät ja synnyttivät teollisuuskeskittymiä eli teollisuuskaupunkeja. Tuotanto tehostui valtavasti, mutta vain tehtaiden omistajat hyötyivät siitä. Varallisuus ihmisten välillä alkoi jakautua entistä epätasaisemmin, mikä johti kansanluokkien syntyyn ja eriarvoisuuden kasvamiseen. Tuotantoon tarvittavat raaka-aineet hankittiin useimmiten kehitysmaista. Tämän hyväksikäytön vaikutukset ovat edelleen nähtävissä useissa kehitysmaissa, joissa on keskitytty tuottamaan tuotteita teollisuusmaiden tarpeisiin ja näin ollen erikoistuttu tuottamaan vain yhtä tai harvoja hyödykkeitä, jotka useimmiten ovat olleet maan asukkaiden perustarpeiden tyydyttämisen kannalta epäolennaisia. (sama, 24.) Tällaisia hyödykkeitä ovat esimerkiksi kahvi, tee, suola ja banaanit.

Ympäristöongelmat ja ilmansaasteet muodostuivat arkisiksi ongelmiksi, sillä tehtaiden päästöjä ei tuohon aikaan puhdistettu lainkaan ja asutusalueet sijaitsivat tehtaiden lähellä. Myös asuntojen lämmitys hiilellä aiheutti ilmansaasteita. Lämmittämiseen käytetyt takat eivät useinkaan olleet soveltuvia sisäkäyttöön ja lisäksi savu johdettiin ulos vain vähän katonrajan yläpuolelle. Tämän vuoksi suuriin kaupunkeihin muodostui savusumua, joka vaati useiden tuhansien ihmisten hengen. Muita ongelmia muodostui ravinnon heikosta laadusta, epähygieenisistä oloista ja ahtaudesta. Maailmansotien myötä arkikäyttöön sopiva teknologia lisääntyi, mikä tehosti myös tehtaiden tuotantoa. (sama, 24–25.)

Teollistuminen, kulutushyödykkeiden massatuotanto ja luonnonvarojen massiivinen hyödyntäminen ovat nostaneet elintasoja niin että olemme siirtyneet elämishakuihin pikakulutuskulttuuriin

aiemmasta eloonjäämistaitelusta. Suomessa kulutus on kahdeksankertaistunut viimeisen sadan vuoden aikana ja nykyisin ostopäätöksiä tehdäänkin kymmenen miljoonaa kappaletta päivässä. Elintason noususta aiheutunut hyvinvointi ei ole kestäväällä pohjalla, sillä kulutus ylittää planeettamme kestäkyvyn. Teollisuusmaissa uusiutumattomien luonnonvarojen kulutus on vuosittain lähes 100 000 kiloa asukasta kohden. Vettä kulutetaan vastaavasti 500 000 kiloa asukasta kohden. Tämänhetkisellä väestömäärällä luonnonvarojen kulutus nelinkertaistuisi, mikäli kulutus olisi yhtä korkealla tasolla kaikissa maissa. Nykyisen länsimaisen elintason laajentaminen koskemaan koko maapallon väestöä ei ole mahdollista luonnonvarojen rajallisuuden vuoksi, joten teollisuusmaidenkin on siirryttävä tämänhetkisestä tuhlaavaisesta talouden läpivirtausmallista ekotehokkaaseen yhteiskuntaan. (Asikainen 2006, 11, 15, 17.)

Viime aikoina ympäristöasioita on huomioitu paremmin myös poliittisessa päätöksenteossa. Esimerkiksi Yhdistyneiden Kansakuntien ilmastomuutosta koskevan puitesopimuksen Kioton pöytäkirja velvoittaa kehittyneet maat vähentämään kuuden yleisimmän kasvihuonekaasun päästöjään 5 prosentilla vuoden 1990 tasosta vuoteen 2012 mennessä. Yhdysvallat ei ole ratifioinut tätä sopimusta. Suomen pitkän aikavälin ilmasto- ja energiastrategiassa esitetään EU-komission vuonna 2008 laatiman ilmasto- ja energiapaketin aiheuttamat toimenpiteet kansallisella tasolla muun muassa uusiutuvan energian, energian hankinnan, energiatehokkuuden ja kasvihuonekaasujen vähennystavoitteiden osalta. Suomen tavoitteiksi on asetettu uusiutuvan energian osuuden nostaminen 38 prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Tavoitteen saavuttamiseksi on energiankulutuksen kuitenkin vähennyttävä. Lisäksi on kasvatettava voimakkaasti uusiutuvien energiamuotojen, kuten tuuli- ja puuperäisen energian sekä biokaasun käyttöä. Muita edistämiskeinoja tavoitteen saavuttamiseksi ovat jätepolttoaineiden, lämpöpumppujen ja syöttötariffijärjestelmän käyttö. Toinen tavoite on energian loppukulutuksen kasvun pysäyttäminen ja kääntäminen laskuun, mikä edellyttää energiankäytön tehostamista erityisesti rakentamisessa, asumisessa ja liikenteessä. Edellä mainittujen tavoitteiden saavuttamista helpottaa energian korkea hintataso sekä fossiilisten energiamuotojen ja uusiutuvan energian hintasuhteiden muutos jälkimmäisen eduksi. (Valtioneuvosto 2008, hakupäivä 11.1.2012, 4, 8–9.)

Useimmiten poliittisten päätösten näkyvät vaikutukset kohdistuvat lähinnä tehtaisiin ja tuotantolaitoksiin. Koska tehtaiden lopputuotteet yleensä päätyvät kuluttajille, on heillä mahdollisuus vaikuttaa ympäristöasioihin valitsemalla tarkoin, mitä ja minkä valmistajan tuotteita he ostavat. Nykyisin tuottajat merkitsevätkin näkyvästi, mikäli kyseessä on esimerkiksi Luomu- tai Reilun Kaupan tuote. Koska tuotteen hiilijalanjälkeen vaikuttavat monet tekijät, kuten kuljetusmatkat, tuotantotapa,

tuotannosta johtuvat päästöt, käytetyt raaka-aineet ja niiden kierrätettävyys, pakkausmateriaalit ja niiden kierrätettävyys, ekologisuustekijöiden vertailu ja kestävän kehityksen mukaisen ostopäätöksen tekeminen ei kuitenkaan ole yksinkertaista.

2.3 Ympäristöasioihin vaikuttaminen arkielämässä

Ihmiskunnan vaikutusta ympäristöön ja sen tilaan ei voida poistaa, mutta haittavaikutuksia voidaan vähentää muuttamalla omaa toimintaa ympäristöystävällisemmäksi. Vaikka ihmiset ovatkin aiheuttaneet jo paljon vahinkoa maapallolle, ei pidä ajatella, että tämän päivän valinnat olisivat merkityksettömiä. Jotta maapallo säilyisi elinkelpoisena tulevaisuudessakin, tulisi jokaisen henkilön ottaa ympäristöasiat huomioon jokapäiväisessä elämässään. Huomioitavia osa-alueita ovat muun muassa sähkön ja veden kulutus, ravinnon laatu ja määrä, kulutustottumukset ja hyödykkeiden käyttöiät sekä kierrättäminen.

2.3.1 Sähkön ja veden kulutuksen vähentäminen

Koska ympäristöasiat vaikuttavat niin paikallisesti kuin globaalistikin tulee suomalaisten yhtäläillä olla mukana vähentämässä veden liikakulutusta ja ennaltaehkäisemässä siitä johtuvia tulvia, kuivuutta ja aavikoitumista sekä veden laadun heikkenemistä (Ilmasto-opas 2012, hakupäivä 2.1.2012). Kuten taulukosta 2 havaitaan, Kiina ja Yhdysvallat ovat kärjessä tarkasteltaessa viimeisimpien vuosien veden käytöstä. Kaiken kaikkiaan Kiina kuluttaa lähes 600 000 miljoonaa kuutiometriä ja Yhdysvalloissa kulutettiin vuonna 2005 lähes 500 000 miljoonaa kuutiometriä. Muita tilaston kärkimaita ovat Japani, Meksiko ja Venäjä. Suomessa kulutettiin vuonna 2000 kaiken kaikkiaan 2320 miljoonaa kuutiometriä.

TAULUKKO 2. Viisi eniten vettä käyttänyttä valtiota sekä Suomi vertailukohteena (OECD 2011b, hakupäivä 12.1.2012)

	Kokonaiskäyttö	Asukasta kohden
	miljoonaa m ³	m ³
Kiina	579 300	440
Yhdysvallat	482 390	1630**
Japani	83 100	650
Meksiko	79 760	750
Venäjä	69 920	500
Suomi	2 320	450*

Tiedot vuodelta 2009 tai viimeisimmältä mahdolliselta vuodelta välillä 2006–2009

*tieto vuodelta 2000

**tieto vuodelta 2005

Toisaalta vertailtaessa vedenkulutusmäärää asukasta kohden havaitaan, että maan väkimäärällä on suuri merkitys kokonaiskulutuksen muodostumiseen. Taulukosta 3 huomataan esimerkiksi, että Chilessä kulutettiin viimeisimpinä vuosina eniten vettä asukasta kohden eli 2 200 kuutiometriä, mutta se ei kuitenkaan ole suurimpia vedenkulutusmaita, sillä sen kokonaiskäytöksi on arvioitu vain noin 37 000 miljoonaa kuutiometriä vuodessa. Yhdysvallat on kuitenkin myös tämän tilaston kärkimaita sen asukaskohtaisen kulutuksen ollessa noin 1600 kuutiometriä vuonna 2005. Vaikka Uudessa-Seelannissa ja Virossa kulutettiin hieman päälle 1000 kuutiometriä asukasta kohden viimeisimpinä vuosina, niiden kokonaiskulutuksen vaikutukset ovat suhteellisen pienet johtuen maiden melko pienestä väkiluvusta. Suomessa vuonna 2000 vettä kulutettiin 450 kuutiometriä asukasta kohden.

TAULUKKO 3. Viisi eniten asukasta kohden vettä käyttänyttä valtiota sekä Suomi vertailukohteena (OECD 2011b, hakupäivä 12.1.2012)

	Asukasta kohden	Kokonaiskäyttö
	m ³	miljoonaa m ³
Chile	2 200	36 510
Yhdysvallat	1 630*	482 390
Uusi-Seelanti	1 200	5 200
Kanada	1 130	37 250
Viro	1 030	1 380
Suomi	450**	2 320

Tiedot vuodelta 2009 tai viimeisimmältä mahdolliselta vuodelta välillä 2006–2009

*tieto vuodelta 2005

**tieto vuodelta 2000

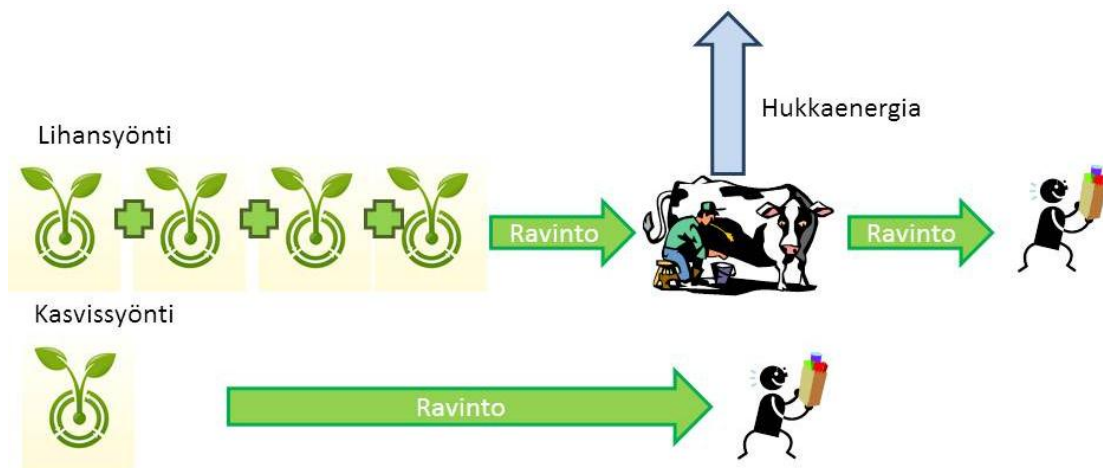
Veden kulutus Suomessa vaihtelee vajaasta 200 litrasta asukasta kohden vuorokaudessa aina lähes 330 litraan asukasta kohden vuorokaudessa (Ympäristöhallinnon VELVET-tietojärjestelmä 2008, hakupäivä 2.1.2012). Veden kulutus vaikuttaa myös energian kulutuksen määrään, sillä käyttöveden lämmittäminen ja pumppaaminen vaativat energiaa. Näin ollen vedenkäytön vähentäminen vähentää myös sähkön kulutusta. (Valtion ympäristöhallinto 2011b, hakupäivä 2.1.2011.) Vaikka Suomen vesivarat ovatkin kattavat, osittain jokien ja järvien ansiosta, ei veden säästämisen tärkeyttä pidä vähätellä (Valtion ympäristöhallinto 2011a hakupäivä 2.1.2012). Vedenkulutusta voi käytännössä vähentää esimerkiksi pesemällä astianpesukoneessa vain täysiä koneellisia ja korjauttamalla vuotavat hanat sekä WC-pöntöt pikaisesti. Parsinneulan kokoinen vuotokohta putkistossa voi maksaa 750 euroa vuodessa ja yksi vuotava vessanpönttö voi aiheuttaa jopa 7500 euron ylimääräiset kustannukset. (Asikainen 2006, 44.)

Lisäksi kuluttajien tulisi kiinnittää huomiota myös käytettyyn sähkön määrään ja sen laatuun. Osa tuotetusta sähköstä, esimerkiksi puu-, tuuli- ja vesivoimalla tuotettu sähkö, on vähemmän päästöjä tuottavia kuin esimerkiksi öljyllä tai turpeella tuotettu sähkö (Lauslahti 2012, Hakupäivä 2.1.2012). Siksi valittaessa sähköyhtiötä kannattaa kiinnittää huomiota heidän tarjoamansa sähkön tuotantomuotoihin. Energian tuotantomuotojen lisäksi on kiinnitettävä huomiota kulutettavan sähkön määrään. Käyttöä voi vähentää esimerkiksi energiatehokkailla kodinkoneilla, välttämällä

virransäästötilan käyttöä eli sammuttamalla sähkölaitteet käytön jälkeen, sulkemalla tarpeettomia valoja, pienentämällä sisäilman lämpötilaa tai tehostamalla sähkön kulutusta esimerkiksi ruoanlaitossa. Usein sähköä käytetään huomaamatta turhaan: saniteettitiloihin unohdetaan valot päälle eikä niitä huomata sulkea oven ollessa kiinni, ruokaa lämmitetään liian kauan ja liian suurina määrinä tai televisio unohtuu auki. Sähköä säästämällä säästää niin rahaa kuin ympäristöäkin.

2.3.2 Ruokailutottumukset

Ilmastonmuutokseen vaikuttavat myös syömiseen liittyvät valinnat. Tehomaataloudessa karja ruokitaan kasvavassa määrin rehuilla, jotka valmistetaan usein ihmisravinnoksikin kelpaavasta viljasta. Kuten kuvio 2 havainnollistaa, suurin osa karjan saamasta ravintoenergiasta kuluu elintoimintojen ylläpitämiseen, minkä seurauksena yhden lihakilon tuottaminen kuluttaa moninkertaisen määrän viljaa. Eläinperäisten tuotteiden negatiivisia ympäristövaikutuksia kasvattavat muun muassa jätteistä aiheutuva vesistöjen rehevöityminen sekä lannoitteet ja torjunta-aineet. Lisäksi tuotantoon tarvittavan maapinta-alan laajentuminen lisää metsien hakkuita ja vähentää viljelypinta-alaa. Mikäli lihan kulutus jatkaa kasvuaan, voi seurauksena olla globaali nälänhätä. (Suomen luonnonsuojeluliitto 2012, Hakupäivä 9.1.2012.)



KUVIO 2. Lihansyönnin tehottomuus kasvissyöntiin verrattuna (luotu MS ClipArt objekteja käyttäen)

Liha- ja maitotuotteiden kulutus kasvaa jatkuvasti, sillä väkilukumme nousee koko ajan: maailman väkiluvun ennustetaan kasvavan 6,90 miljardista 9,31 miljardiin vuosina 2010–2050. (OECD 2011c, hakupäivä 12.1.2012). Eläinperäisten tuotteiden kulutuksen kasvu on kuitenkin kiivainta köyhemmissä kehittyvissä maissa, joissa asukkaiden tulot nousevat kaupungistumisen ja teollistumisen myötä (Delgado 2003). Kun vielä huomioidaan, että väkiluvun kasvu on merkittävin juuri kehittyvissä maissa, voi ruokakriisi olla todellisuutta pian myös kehittyneissä valtioissa. Esimerkkinä väestönkasvun vauhdista käy Intia: väkiluku oli vuonna 2010 noin 1,22 miljardia kun kaikkien OECD-maiden väkiluku yhteensä oli 1,23 miljardia. OECD-maat ovat pääsääntöisesti kehittyneitä valtioita. Vuoden 2050 väkilukuennuste on Intiassa 1,69 miljardia ja OECD-maissa vain 1,38 miljardia. (OECD 2011c, hakupäivä 12.1.2012.) Näiden tietojen pohjalta voidaan vetää johtopäätös siitä, että suurimmat ruuasta aiheutuvat ympäristöhaitat aiheuttavat väkimäärältään suuret kehittyvien maiden pieni- ja keskituloisten luokat, joiden kulutustottumukset muuttuvat sisältämään enemmän eläinperäistä ravintoa tulojen noustessa. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, ettei yksilön valinnoilla olisi merkitystä, sillä jokainen syömättä jätetty lihakilo ruokkii monta kasvisruokailijaa.

Vertailtaessa eri lihojen hiilijalanjälkeä ehdottomasti suurin on naudanlihalla. Se tuottaa jopa kolminkertaisen hiilijalanjäljen verrattaessa porsaanlihaan ja nelinkertaisen verrattaessa kanaan. Kasvisruokailun arvioidaan tuottavan noin 36 % pienemmän hiilijalanjäljen kuin lihansyönnin yleensä. (Lauslahti 2012, hakupäivä 2.1.2012).

2.3.3 Tavaroiden käyttöikä ja kulutustottumukset

Jokainen ostettu tuote on tuleva jäte. Nykyisin tavaroiden käyttöikä on tarkoituksellisesti varsin lyhyt, jotta ihmiset ostaisivat ja kuluttaisivat enemmän ja useammin tuottaen yrityksille voittoa. Kulutuksesta aiheutuvaa kuormitusta voi vähentää panostamalla laadukkaisiin kulutusta kestäviin tuotteisiin. Ostopäätöstä tehtäessä tulisi myös huomioida takuu, joka yleensä kertoo paljon tavaran käyttöiän pituudesta sekä tuotteen laadusta, sekä mahdollisuudet korjata rikkoutunut tuote. Lisäksi säännölliset huollot lisäävät tavaroiden käyttöikää (Kuopion kaupunki 2010, hakupäivä 25.12.2011). Säännöllinen huoltaminen on erityisen tärkeää, kun on kyse esimerkiksi paljon käytössä olevasta polkupyörästä, jossa on paljon kuluvia osia.

Oikeaoppinen säilyttäminen voi myös lisätä hyödykkeiden käyttöikää. Tästä käy esimerkkinä kuivat tuotteiden ja mausteiden säilyttäminen kuivassa ja viileässä tilassa valolta suojattuna.

Mausteita ei siis mielellään tulisi säilyttää hellan yläpuolella olevalla avoimella hyllyköllä, johon ruuanlaitossa syntyvät kosteus, lämpö ja valon helposti pääsevät. Tällainen vääräoppinen säilyttäminen voi jopa lyhentää tuotteelle valmistettaessa annettua säilyvyysaikaa.

Erityisesti elintarvikkeiden kulutuksessa tulisi käyttää mahdollisimman paljon täyttö- sekä palautuspakkauksia ja välttää kertakäyttötuotteita. Lisäksi suurien pakkauskokojen suosiminen on järkevää, sillä niiden tuottama pakkausjäte on suhteessa vähäisempää kuin pienempien pakkausten. Jos kuitenkin tietää, ettei saa suurempaa pakkausta kulutettua ennen sen käyttöiän päättymistä, ei sitä kannata ostaa. (Kuopion kaupunki 2010, hakupäivä 25.12.2011.) Erityisesti pienet, vain muutaman hengen taloudet, usein ostavat enemmän ruokaa kuin tarvitsevat ja joutuvat heittämään ylijäänyttä tuotetta roskiin.

Jo ostettaessa tuotetta sen materiaalien kierrätettävyys ja uudelleenkäyttömahdollisuudet tulisi miettiä tarkoin (sama). Usein tavaraa heitetään roskiin, vaikka sillä olisi vielä käyttöikä jäljellä. Kuten sanonta kuuluu, toisen romu voi olla toisen aarre, joten esimerkiksi kodinkoneet, joita ei enää tarvitse, kannattaa viedä vaikka kierrätyskeskukseen ennemmin kuin kaatopaikalle. Ennen kaikkea hankinnan todellista tarvetta kannattaa punnita tarkoin. Kuluttajien kannattaisi entistä useammin lainata harvoin tarvitsemiaan tavaroita tuttaviltaan vastavuoroisuusperiaatetta noudattaen. Esimerkistä käy se, ettei jokaisen henkilön samasta kaveriporukasta tarvitse omistaa Alias-peliä, vaan jokaisella voi olla eri peli ja kaikki voivat sitten yhdessä hyötyä niiden parissa vietetyistä mukavista hetkistä. Yhteiskäyttöperiaatteen avulla voidaan vähentää myös autoilun päästöjä. Joissakin tapauksissa on esimerkiksi mahdollista kulkea töihin tai harrastuksiin yhteiskuljetuksella vaikka vuoroviikoin. Tällöin sama matka kuljetaan monen auton sijasta vain yhdellä autolla.

Mikäli tavaroiden lainaaminen ei ole mahdollista, harvemmin tarvittavat tuotteet kannattaa ostaa käytettyinä tai mahdollisesti vuokrata. Edellä mainitut vaihtoehdot ovat yleensä edullisempia kuin uuden tuotteen hankkiminen. Mikäli upouuden tuotteen hankkiminen on kuitenkin välttämätöntä, kannattaa vähintään panostaa sen ympäristöystävällisyyteen. Valtion ympäristöhallinnon mukaan tulisi suosia ympäristömerkittyjä ja myrkyttömiä tuotteita. Ympäristömerkeistä tunnetuimpia on Pohjoismaissa käytetty Joutsenmerkki. Muita merkkejä ovat Euroopan yhteisön Kukkamerkki, Reilun kaupan merkki sekä Energiamerkki, joka kertoo laitteen energiatehokkuudesta. Lisäksi on olemassa mm. Luomu-valvottua tuotantoa -merkki ja Suomen luonnonsuojeluliiton Norppaenergia-merkki. (Valtion ympäristöhallinto 2011c, hakupäivä 27.12.2011.)

2.3.4 Kierrättäminen

Jokaisen tuotteen tai tavaran tuottamiseen kuluu luonnonvaroja, joita käytetään raaka-aineina valmistusprosessissa. Tuotannon jälkeen tavara kuljetetaan kauppaan, josta se viedään kuluttajan kotiin, mistä se päättyy edelleen yhdyskuntajätteeksi. Kaikkiin näihin vaiheisiin kuluu joko energiaa tai materiaaleja ja joihinkin molempia. Jokaisesta vaiheesta syntyy lisäksi jätteitä ja päästöjä. Käyttöön otetuista luonnonvaroista yli 90 prosenttia päättyy jätteeksi ja vain kuusi prosenttia niistä palautuu jätteenlajittelun avulla kierrätysraaka-aineena takaisin valmistukseen ja sen jälkeen uudelleen käyttöön. (Asikainen 2006, 16.)

Suurin kierrätettävä jäte-erä syntyy ruoasta. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen mukaan kaupoissa syntyy ruokajätettä 65–75 miljoonaa kiloa vuodessa. Suomalaiset kotitaloudet taas tuottavat ruokahävikkiä jopa 20–30 kiloa vuodessa henkeä kohden. (MTV 3 2011, hakupäivä 25.12.2011.) Suomen tilastokeskuksen mukaan suomalainen ostaa ruokaa noin 600–700 kiloa vuodessa, josta pakkausjätettä arvioidaan muodostuvan vuodessa 30–50 kiloa henkilöä kohden. Ruokahävikin ympäristövaikutuksia arvioitaessa tulee ottaa huomioon koko tuotteen elinkaari aina tehtaalta kaupan kautta kuluttajan jääkaappiin ja sieltä jätteen kierrätykseen. (Tilastokeskus 2008, hakupäivä 25.12.2011.) Jokainen näistä välivaiheista kuormittaa ympäristöä: valmistukseen tarvittavien raaka-aineiden kulutus sekä tuotannosta muodostuva energian kulutus ja päästöt, turha kuljetus kauppaan ja kotiin, tarpeeton säilytys niin kaupassa kuin kotona, kuljetus jätteenä ja jätteiden aiheuttamat haitat.

Ruokaa arvioidaan heitettävän roskiin yli 500 miljoonan euron arvosta pelkästään Suomessa. Tämän ruokahävikin ympäristövaikutukset muutettuna hiilijalanjäljeksi vastaavat 100 000 henkilöautoa. Toisin sanoen liikenteestä pitäisi poistaa edellä mainittu määrä henkilöautoja, jotta hukkaan menneen ruuan hiilijalanjälki saataisiin kompensoitua. Eniten ruokahävikkiä aiheutuu yksin asuvilla, mikä usein johtuu pakkauskokojen suuruudesta. Ravinnon arvioidaan muodostavan neljänneksen ilmastovaikutuksista ja jos huomioon otetaan sen vaikutus myös vesistöihin ja niiden rehevöitymiseen on ruoan ympäristövaikutus vieläkin suurempi, sillä suomalaisen kulutuksen aiheuttamista ympäristövaikutuksista yli kolmannes syntyy ruoasta. (Hartikainen, Jalkanen, Katajajuuri, Koivupuro, Reinikainen & Silvennoinen 2011, 10.)

Muovin kierrättämiseen on tulossa muutos jätteiden lajittelussa. Koska muovien kierrättäminen erillisenä jätteenä on ollut melko hyödytöntä likaisuuden ja siitä aiheutuvan hyötykäyttöön kel-

paamattomuuden vuoksi (Muoviteollisuus ry 2012, hakupäivä 1.1.2012)., on valtaosa niistä päätetty polttaa lähialueiden jätteenpolttolaitoksissa ja hyödyntää lämpöenergiaksi. Tämä muutos on pian huomattavissa roskakatoksissa, joissa lajittelu muuttuu poltettavaksi kelpaaviin jätteisiin, joihin kuuluu polttokelpoisen sekajätteen lisäksi myös suurin osa muovilajeista sekä polttokelpoiset vaatteet. Kuitenkin pahvit, paperi, kartongit, biojäte, lasi ja metalli kierrätetään entiseen tapaan. (Oulun jätehuolto 2011, 4.) Osan muoveista voi edelleen kierrättää, sillä tunnuksella PE-LD tai numerolla neljä varustetut muovikassit voi palauttaa eräissä kauppoissa sijaitseviin kierrätyspisteisiin, mistä ne toimitetaan sulatettavaksi ja saatu materiaali hyödynnetään uusiomuovikassien valmistuksessa (Muovikassi kierto 2012a, hakupäivä 1.1.2012). Oulussa muovipusseja vastaanottavat K-Citymarket Oulu Rusko, K-Market Etu-Lyötty ja K-Supermarket Välvainio (Muovikassi kierto 2012b, hakupäivä 1.1.2012). Lisäksi pantilliset muovipullot voi palauttaa kauppojen pullonpalautusautomaatteihin.

Tuotepakkausten kierrätettävyyttä tulisi muistaa tarkistaa ostopäätöstä tehtäessä. Nykyisin myös yritykset kiinnittävät entistä enemmän pakkausmateriaaleihin ja niiden määrään. Usein tuotetta saatetaan mainostaa sillä, että nyt siihen käytetään tietty prosenttimäärä vähemmän pakkausmateriaalia. Päätös tuotteen ostamisesta ja kierrättämisestä on kuitenkin kuluttajan käsissä. Ostovalinnoillaan kuluttajat viestittävät yrityksille, minkälaisia tuotteita he haluavat tarjottavan vähittäismyyntiin. Näin ollen kuluttajalla on valta vaikuttaa kauppojen tuotevalikoimaan ja sen ympäristöystävällisyyteen. Jätteiden lajittelusta aiheutuvia ympäristövaikutuksia voidaan vähentää pakkaamalla jätteet mahdollisimman tiiviisti niiden kuljetuksesta syntyvien päästöjen minimoimiseksi.

2.4 Ympäristövastuu yrityksissä ja organisaatioissa

Ympäristövastuullisesti toimiminen koskee kaikkia toimialoja. Ekotehokkuuden parantaminen mahdollistaa kustannustehokkaan toimimisen siten, että säästäminen ei vaikuta työn laatuun. Esimerkiksi kuntasektorilla energian ja veden säästeliäs käyttäminen voi tuottaa arviolta noin 10 prosentin säästöt, joiden rahallinen arvo vuonna 2006 olisi ollut noin 4,4 miljoonaa euroa ja vuonna 2007 noin 11 miljoonaa euroa. Säästöt voidaan käyttää muun muassa olemassa olevan henkilökunnan määrän ylläpitämiseen, lisäämiseen tai palvelun laadun parantamiseen. Ekotehokkuustavoitteiden toteutuminen vaatii ympäristöprojektien etukäteisanalysointia ja arviointia, konkreettisia suunnittelutoimenpiteitä sekä todenmukaisten ympäristövaikutusten laskemista. Suunnittelun

tulee olla tavoitteellista ja välitavoitteiden asettaminen on suositeltavaa. (Antila 2010, 107–108, 110–111.)

Nykyisessä yhä enemmän teknologiapainotteisessa yhteiskunnassa on helppoa välttää esimerkiksi paperin turhaa käyttöä elektronisten aineistojen avulla, mutta toisaalta tämä taas johtaa sähköenergian kulutuksen kasvuun. Usein ympäristöasiat eivät olekaan aivan mustavalkoisia ja tämän vuoksi vaihtoehtoisten toimintatapojen hyödyt ja haitat tulisi punnita tarkoin kunkin tilanteen ja toimintamallin kohdalla. Vaikka turhaa kuluttamista tulisikin välttää, on luonnonvarojen uusiokäyttö huomattavasti parempi vaihtoehto kuin vastaavien hyödykkeiden valmistaminen neitseellisistä raaka-aineista. Kierrätyksestä ja jätteiden erilliskuljetuksista aiheutuvat päästöt ja hiilijalanjälki ovat hyvin pienet verrattuna raaka-aineiden uusiokäytöstä saatavaan hyötyyn.

Lumipalloeefektinä tunnettu ilmiö voidaan havaita myös ympäristöasioissa: sidosryhmiin vaikuttamalla voidaan siirtää ympäristötietoutta heidän arkitoimintaansa. Työpaikan tai oppilaitoksen linjaukset vaikuttavat työntekijöiden ja opiskelijoiden käyttäytymiseen osaltaan myös heidän vapaaajallaan. Henkilökunta ja opiskelijat siis siirtävät työ- tai opiskelupaikalla omaksumaansa tietoutta eteenpäin omille sidosryhmilleen, kuten perheelleen ja ystävilleen.

Eräitä mittareita käyttämällä voidaan helposti seurata reaaliaikaisesti sähkön, veden ja lämmön kulutusta. Tukholmassa näiden reaaliaikaisten mittareiden avulla on arvioitu kulutuksen vähentyneen keskimäärin 10–20 prosenttia. Uusien ideoiden testaaminen negatiivisten ympäristövaikutusten vähentämiseksi voi johtaa tuntuviinkin säästöihin, vaikka aluksi kohdattaisiinkin vastustusta uusia menetelmiä kohtaan. (Antila 2010, 118.) Eräs esimerkki uuden käytännön kokeilemisesta on Liiketalouden yksikön opiskelijoiden tietokoneiden automaattinen sammuttaminen tunnin käyttämättömyyden jälkeen. Pääosin tämän toimenpiteen ansioista yksikössä on vuodesta 2009 vuoteen 2010 saatu säästettyä 12,1 prosenttia sähkönkulutuksesta. (Oulun seudun ammattikorkeakoulu, hakupäivä 11.1.2012). Kuinka sitten myös henkilökunnan sähkönkulutusta voitaisiin vähentää? Esimerkiksi erään pankin 10 hengen konttorissa alettiin kiinnittää huomiota valojen ja tietokoneen näyttöjen sammuttamiseen. Kampanjan myötä sähkönkulutus pieneni 12 prosentilla edelliseen vuoteen verrattuna. (Auvinen 2006, 39.)

Toimistot ovat työpaikkoina erilaisia ympäristökuormittajia kuin teollisuus, mutta toimistojen ympäristövaikutuksia ei tulisi aliarvioida. Suomessa on noin 1,7 miljoonaa toimistotyöntekijää, joista jokainen ottaa päivittäin noin 35 kopiota ja kuluttaa keräyskelpoista toimisto-, sanomalehti- ja

aikakauslehtipaperia keskimäärin 60 kiloa vuodessa. Pelkästään kopiointiin kuluu siis paperia noin 57 miljoonaa kiloa vuosittain. Vuonna 2004 noin 40 prosenttia maamme toimistojen sähkönkulutuksesta aiheutui toimistolaitteista. Turhaa sähkönkäyttöä on paljon, sillä toimistojen sähkösäästöpotentiaali on arviolta jopa 78 prosenttia. (Asikainen 2006, 10.) Sähkösäästöpotentiaalilla tarkoitetaan sitä prosentuaalista määrää, joka voitaisiin säästää toimimalla ekotehokkaasti. Avain ekotehokkaaseen työpaikkaan on kulutuksen vähentäminen. Kun kulutetaan harkiten, mietitään, onko tuotteen ostaminen todella tarpeellista. Mikäli tuote koetaan välttämättömäksi, huomioidaan ostovaiheessa eri vaihtoehtojen ympäristövaikutukset ja tuotteen huolto- sekä korjausmahdollisuudet. Kun tuote on hankittu, käytetään sitä niin pitkään ja tehokkaasti kuin suinkin mahdollista. Harvoin tarvittavien laitteiden kohdalla tämä tarkoittaa yhteiskäyttöä. Kierrättäminen on vasta viimeinen vaihtoehto ekotehokkaan kulutuksen ketjussa. (sama, 25–26.)

Oulun seudun ammattikorkeakoulun Liiketalouden yksikkö työpaikkana on toimistoluontoinen organisaatio. Tällaiset yhteisöt tuottavat enimmäkseen arkisia jätteitä, kuten paperia ja muovia sekä kuluttavat energiaa (sama, 10). Lisäksi päästöjä syntyy opettajien matkoista eri yksiköiden välillä. Näitä voidaan kuitenkin pitää suhteellisen pieninä useammassa yksikössä työskentelevien henkilökunnan jäsenten määrän vähyyden vuoksi. Osaa näistä vähäisistäkin päästöistä voidaan välttää käyttämällä esimerkiksi erilaisia Internet-pohjaisia videoneuvotteluohjelmistoja, joita esimerkiksi ympäristötiimi jo kokouksissaan käyttää.

Ympäristöystävällisesti toimiva yritys tai organisaatio voi saavuttaa kilpailuetua muihin alan toimijoihin nähden. Uusia asiakkaita voidaan houkuttaa nostamalla vihreät arvot osaksi imagoa ja sen myötä myös yrityksen tai organisaation tarinaa. Esimerkiksi Liiketalouden yksikössä asiakkaita ovat opiskelijat. Tarjoamalla opiskelijoille työkaluja toimia innovatiivisesti vihreiden arvojen mukaisesti voidaan luoda uusia yrittäjiä ja työntekijöitä, joilla on muihin valmistuneisiin tradenomeihin nähden erilaistettu koulutus pohja ja sen myötä selkeä etu työmarkkinoilla. Tällainen strategia voisi houkuttaa motivoituneempia opiskelijoita yksikköön. Kestävän kehityksen periaatteiden noudattaminen voi auttaa kehittämään uusia innovatiivisia ekologisia tuotteita ja prosesseja. Ympäristövastuullisuus voi parantaa yrityksen imagon lisäksi sen goodwill-arvoa, sillä ekologisuus vaikuttaa usein positiivisesti osakkeenomistajien ja muiden sidosryhmien mielikuvaan. Näiden vaikutusten lisäksi ekologiset arvot voivat houkuttaa yritykseen tai organisaatioon parempia työntekijöitä sekä vahvistaa heidän sitoutumistaan työhönsä, sillä usein valittaessa työpaikkaa mietitään miksi juuri tämä yritys olisi juuri oikea paikka. Mahdollisten työnantajien tarinoita ja arvoja vertaillaan sekä arvioidaan ja johtopäätösten pohjalta valitaan sopivin. Lisäksi vihreitä arvoja

korostavan yrityksen tai organisaation työntekijät kokevat osaltaan olevansa mukana päämäärien tavoittelussa ja tekevänsä sen vuoksi merkityksellistä työtä. Merkityksellinen työ motivoi ja siksi työntekijät ovat halukkaampia tekemään töitään laadukkaammin, uskollisemmin ja pitempijaksoisesti. (Hitchcock & Willard 2007, 4–5.) Oppilaitoksen näkökulmasta ajatellen ympäristöasioiden nostaminen osaksi imagoa voi mahdollisesti johtaa motivoituneempien ja parempien opiskelijoiden saamiseen. Mikäli yritys tai organisaatio ei huomioi ekologisia arvoja lainkaan, voi se huomaamattaan aiheuttaa itselleen monenlaisia riskejä. Näkyvin ja helpoimmin huomattava näistä on mielikuvan tahrautuminen ja siitä seuraava huono maine. (sama, 5.)

Yrityksen tai organisaation päättäessä panostaa imagoonsa ympäristöystävällisenä tai -vastuullisena, sen täytyy myös olla sanansa mittainen. Jos imago vain ”viherpestään” väittämällä toiminnan olevan ekologista, voidaan saada aikaan negatiivista julkisuutta ja epäluotettava maine. Tämän riskin kuitenkin voi välttää etenemällä rauhallisesti ja lisäämällä vihreitä arvoja pikkuhiljaa julkikuvaan sen sijaan, että kiirehtisi imagon kiillottamisessa ilman käytännön perusteita. Myös epärealististen odotusten nostaminen yritysten sidosryhmien mielissä voi johtaa ongelmiin. Esimerkiksi yrityksen työntekijät, jotka ovat pitäneet työnantajaansa ympäristöystävällisenä, saattavat vaihtaa työpaikkaa huomattessaan, ettei mielikuva vastaakaan todellisuutta. (sama, 7–8.)

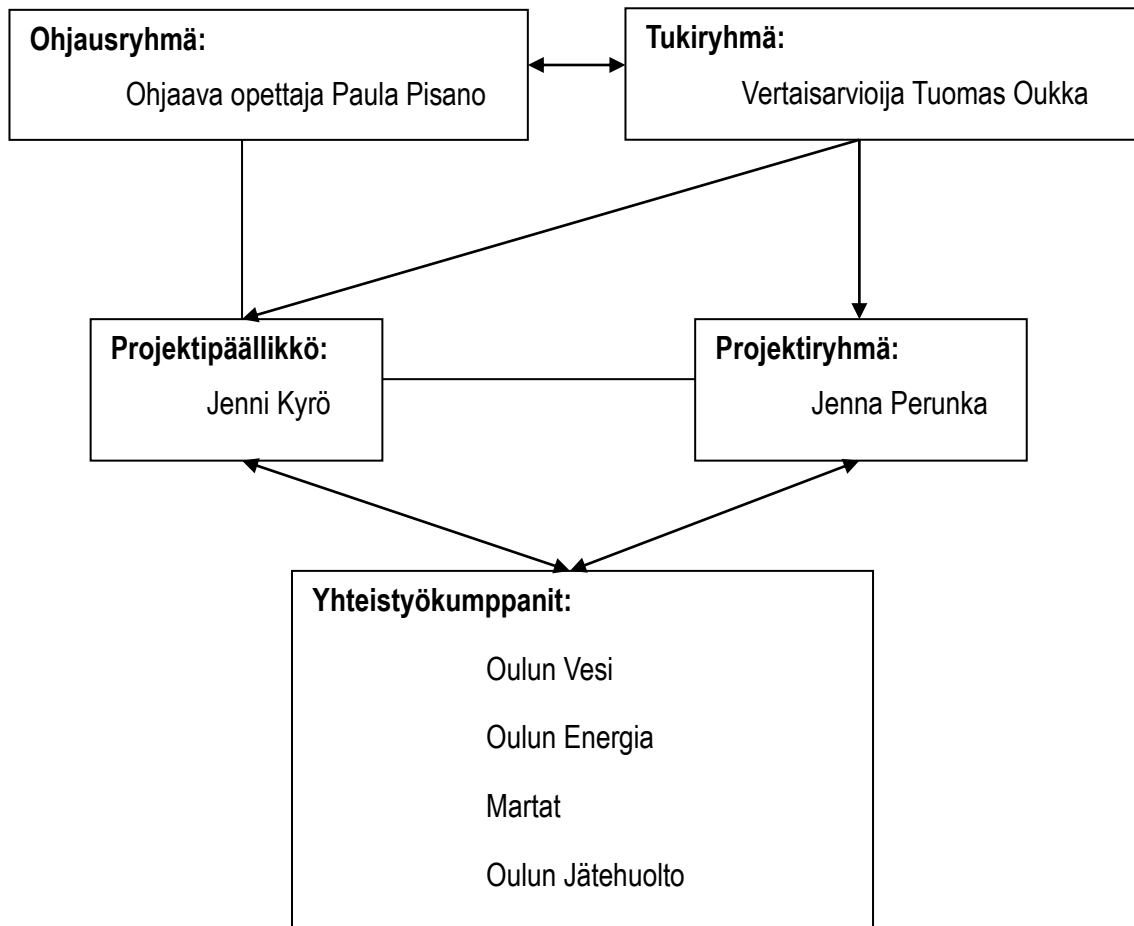
Toimiakseen kestävä kehityksen periaatteita noudattaen ja vihreät arvot huomioon ottaen organisaatioiden tulee saada myös työntekijänsä ja muut talon sisäiset toimijat toimimaan vastaavasti. Niiden tulisi saada näytettyä sidosryhmilleen, että ympäristöystävällisesti toimiminen ei ole rasite, vaan pikemminkin helppo säästökohde vaihtoehtona esimerkiksi henkilöstökulujen leikkaamiselle. Kuitenkaan työntekijöitä ei tule pelotella asialla, vaan heidät tulisi saada haluamaan omatoimisesti olla osana yrityksen päämääriä niin ympäristöasioiden kuin taloudellisten ja yhteiskunnallistenkin tavoitteiden suhteen.

Pysyäkseen motivoituneena saavuttamaan organisaation asettamat tavoitteet, tulee henkilökunnalla olla selkeä käsitys tavoitteiden laadusta ja määrästä sekä selkeät välitavoitteet, joiden avulla he voivat tarkastella omaa edistymistään. Henkilökuntaa tulee motivoida siten, että he kokevat tekevänsä hyvän teon esimerkiksi säästäessään organisaation varoista maksettavia sähkökuluja, mutta heidät tulisi myös palkita onnistumisista. Tällainen motivoiva palkinto voisi olla esimerkiksi sellainen, johon ei muuten olisi varaa, kuten virkistyspäivä tai jokin hyödyllinen hankinta. Palkittamisen lisäksi tulosten konkretisoiminen motivoi parempiin suorituksiin. Esimerkkinä tästä voi olla saavutettujen todellisten euromääräisten säästöjen ilmoittaminen.

3 YMPÄRISTÖTAPAHTUMAN JA -KAMPANJAN SUUNNITTELU

Tapahtumia järjestetään useimmiten vuosittain tai kertaluontoisesti. Tapahtuman järjestämisellä on selkeä alku ja loppu, kuten projektillakin. Näin ollen tapahtuman järjestämisen teoria pohjautuu pitkälti projektitoimintaan ja sen suunnitteluun sekä johtamiseen. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 8.) Tapahtuma voi olla viihde- tai asiatilaisuus tai niiden yhdistelmä. Se voidaan järjestää itse tai ostaa palvelun tuottajalta. Tapahtuma voi olla myös ketjutettu tapahtuma tai kattotapahtuma. Useimmiten tapahtumat rakennetaan itse, kun halutaan säästää kustannuksissa. Tällöin on kuitenkin huomioitava henkilökunnan ammattitaitoisuus, jottei työaikaa mene hukkaan asioiden opetteluun. Tapahtuman järjestäminen tuo mukanaan myös paljon vastuuta ja suuren työmäärän. Itse järjestetyn tapahtuman etuna on kustannussäästöjen lisäksi mahdollisuus päättää tapahtuman luonne kokonaisuudessaan. Ostotapahtumissa saadaan räätälöity ratkaisu ulkopuolisen erityisosaamisen avulla. Tällainen tapahtumanjärjestäminen antaa mahdollisuuden omaan työhön keskittymiseen, mutta on oltava varovainen, että tapahtumasta todella löytyy sisältöä kullissien lisäksi ja että järjestelyt ovat kontrolloitu hyvin. Kustannukset voivat olla korkeat tämänlaatuisissa tilaisuuksissa. Ketjutetussa tapahtumassa kustannukset ovat etukäteen tiedossa ja valmiista palasista voi koota itselleen haluamansa kokonaisuuden. Haasteina ovat muun muassa toimivan kokonaisuuden muodostaminen ja siirtymät vaiheesta toiseen. Kattotapahtumassa teema tulee valmiina, eli osallistutaan valmiiseen tapahtumaan, jolloin oman tapahtuman rakentaminen kattotapahtuman sisälle voi olla haastavaa. (Vallo & Häyrinen 2008, 59–62, 131.)

Ympäristötietoisuusteemapäivät ovat itse järjestetty asiatapahtuma, sillä se järjestetään opinnäytetyöntekijöiden omin voimin ja siellä on saatavilla tietoutta ympäristöasioista. Teemapäivien toteuttamiseen osallistuvat tahot selviävät kuviosta 3. Opinnäytetyöntekijöiden työmäärä on tasainen, vaikka Jenni Kyrö nimettiin projektipäälliköksi käytännön syistä: Tapahtuman järjestelyt on helpompaa pitää hallussa, kun niistä päävastuussa on vain yksi henkilö. Jenna Perunka osallistuu tapahtuman suunnitteluun yhdessä projektipäällikön kanssa ja molemmat toimivat talkootyöläisinä tapahtumassa. Näkökulmia ja tukea projektin toteuttamiseen saadaan ohjaavalta opettajalta Paula Pisanolta sekä vertaisarvioija Tuomas Oukalta. Yhteistyökumppanit tuovat ulkopuolista, syvempää asiantuntijuutta tapahtumaan osallistuvien saataville.



KUVIO 3. Projektiryhmä ja sen sidosryhmät

Projekti on ”selkeästi asetettuihin tavoitteisiin pyrkivä ja ajallisesti rajattu kertaluonteinen tehtäväkokonaisuus, jonka toteuttamisesta vastaa varta vasten perustettu, johtosuhteiltaan selkeä organisaatio, jolla on käytettävissään selkeästi määritellyt voimavarat ja panokset.” (Kauhanen ym. 2002, 24). Tapahtuman järjestelmällinen toteuttaminen vaatii, että se suunnitellaan ja toteutetaan projektityöskentelyn periaatteiden mukaisesti. Projektille ominaista ovat selkeät tavoitteet, kertaluontoisuus ja aikatauluttaminen. Se on aina itsenäinen kokonaisuus, jonka alkuperäinen suunnitelma muuttuu ja tarkentuu toteuttamisen aikana. Projektityöskentelyyn kuuluvat olennaisesti ryhmätyöskentely, yhteistyökumppanit, riskit ja jonkinasteinen epävarmuus sekä seurannaisperiaate. Seurannaisperiaate tarkoittaa projektin eri osien riippuvuutta toisistaan, joten meneillään olevassa vaiheessa ei voida täysin varmasti tietää, mitä seuraavassa vaiheessa tapahtuu. Yhtenäisyys ja epäyhtenäisyys projektissa tarkoittavat projektin koostumusta monimutkaisesta joukosta erilaisia muuttujia. (sama, 23–25.)

Projektit jaetaan vaiheisiin, jotta suunnittelu ja toteuttaminen olisivat helpompia. Näitä projektin vaihteita ovat aloittaminen, suunnittelu, toimeenpano, valvonta ja päättäminen. Projektin sisältö voidaan jakaa strategiseen ja operatiiviseen prosessiin, joista jälkimmäinen sisältää kymmenen osaprosessia. Näiden osaprosessien aiheita ovat projektin kustannukset, resurssit, sisältö, aika, henkilöstö, riskit, hankinnat, yhteydenpito ja viestintä, tuloksen sisältö ja ominaisuudet sekä koordinointi ja integrointi. (Stenlud 2001, 18)

Ennen projektin aloittamista täytyy ideoista valita tarkoitukseen sopivin tai sopivimmat. Valinnan tulisi pohjautua huolelliseen arviointiin, joka voidaan tehdä esimerkiksi SWOT-analyysin avulla. Tarkempi suunnittelu voidaan aloittaa toteutettavan ratkaisun valinnan jälkeen, mikäli organisaation johto katsoo sen kannattavaksi. Useimmiten monesta henkilöstä koostuva projektiryhmä asetetaan suunnittelemaan ja toteuttamaan projektia. Projekti toteutetaan ryhmän luomaa projektisuunnitelmaa pohjana käyttäen, mutta joustoja esimerkiksi aikataulun suhteen on monesti tehtävä. Projektin päättymisen jälkeen projekti arvioidaan. (Kauhanen ym. 2002, 26–28.)

Opinnäytetyössä alustavaksi projektin aiheeksi määriteltiin ympäristötietoisuuskampanjan järjestäminen opiskelijoiden ja henkilökunnan ympäristötietoisuuden lisäämiseksi Oulun seudun ammattikorkeakoulun Liiketalouden yksikössä. Työryhmäksi projektille asetettiin opinnäytetyöntekijät. Kampanjointikeinoiksi valittiin tapahtuma ja sitä tukeva sähköpostikampanja, jota käytetään myös apuna tapahtuman markkinoinnissa. Koska opinnäytetyönä toteutettava tapahtuma järjestetään osana ammattikorkeakoulun opintokokonaisuutta, liittyvät siihen automaattisesti perusteelliset alustavat suunnitelmat, jotka esitettiin aloitusseminaarissa. Alustaviin suunnitelmiin kuuluu on jo tehty esiselvitystyöt ja mietitty ainakin tapahtuman luonne, toteutustapa, tavoitteet, mahdollisia yhteistyökumppaneita sekä karkea aikataulu. Nämä esiselvitykset ohjaavat tapahtuman suunnittelua ja pienentävät epäonnistumisen riskejä. Lisäksi näiden pohjalta tehdään päätös projektin toteuttamisesta tai suunnitelman muuttamisesta. (sama, 28.) Ohjausseminaarivaiheessa tarkennettiin suunnitelmaa ja tarkistettiin projektin eteneminen sekä saatiin ideoita ja ohjeita jatkoa varten. Opinnäytetyön osalta päätös projektin jatkamiselle oli myönteinen.

3.1 Teemapäivätapahtuma ja sen tavoitteet

Tapahtumat voidaan luokitella markkinoinhin, musiikkijuhliin, vuodenaikaan liittyviin tapahtumiin, yhteiskunnallisesti sävyttyneisiin tilaisuuksiin, kotiseutujuhliin, uskonnollisiin ja kirkollisiin juhliin, kuvataiteen tapahtumiin, teatteritapahtumiin ja muihin tapahtumiin (Kauhanen ym. 2002, 18). Ympäristötietoisuusteemapäivät luokitellaan kuuluvaksi muihin tapahtumiin. Tavoitteita voi olla sekä taloudellisia että sisällöllisiä, ja ensisijaiset tavoitteet tulee määrittää jo suunnitteluvaiheessa. Niiden määrittämisen jälkeen käytännön toimien suunnitteleminen päämäärän saavuttamiseksi on helpompaa. Taloudelliset tavoitteet voivat olla joko välittömiä, jolloin halutaan hyötyä kertakohteisesti itse tapahtumasta, tai välillisiä, jolloin tarkoituksena on luoda pohjaa myöhemmälle taloudelliselle menestykselle. (sama, 45–46.) Teemapäivien sisällöllisenä tavoitteena on yksikön henkilökunnan ja opiskelijoiden ympäristötietoisuuden sekä -kiinnostuneisuuden kasvattaminen. Tapahtuman aihealueiksi valittiin veden- ja sähkön kulutus, kulutushyödykkeiden käyttöön pidentäminen sekä jätteiden lajittelu. Vierailijat valittiin näiden alojen asiantuntijoista, jotta tapahtumaan osallistuvat henkilöt voivat saada syventävää tietoa heitä askarruttavista asioista. Tietoisuuden kasvattamiseksi on herätettävä kiinnostusta, joka ohjaa etsimään lisätietoa, jota osallistujat pystyvät hankkimaan itse esimerkiksi vierailijoiden esitemateriaaleista. Tapahtuma on ilmainen osallistujilleen, joten välittömiä taloudellisia tavoitteita ei ole. Tapahtumalla ei myöskään ole välillisiä taloudellisia tavoitteita, vaikka jotkin vierailijoista saattavat toivoa mahdollista lisämyyntiä.

3.2 Kohderyhmä

Jotta saadaan muodostettua oikeanlainen ja kokoinen, kohderyhmään vetoava tapahtuma, on tunnettava kohderyhmä riittävän hyvin. Kohderyhmä voi muodostua suuresta yleisöstä, rajatusta tai avoimesta kutsuvierasjoukosta. Tapahtuman kohteena voivat esimerkiksi olla organisaation nykyiset tai potentiaaliset asiakkaat, henkilöstö, omistajat, sidosryhmät, yhteistyökumppanit tai lehdistön edustajat. Kohderyhmää kartoitettaessa on mietittävä muun muassa osallistujien sukupuolta, ikää, perhetilannetta, harrastuksia ja muita kiinnostuksen kohteita. Hyvin tärkeää on, että järjestäjä kykenee asettumaan kohderyhmänsä asemaan. Tapahtuman tavoitteet sekä kohderyhmä ja sen koko määrittävät hyvin pitkälle, minkälainen tapahtuma järjestetään. (Vallo & Häyrinen 2008, 111,113–114.)

Ympäristötietoisuusteemapäivien kohteena ovat Oulun seudun ammattikorkeakoulun Liiketalouden yksikön henkilöstö ja opiskelijat. Kohderyhmään kuuluvien henkilöiden kirjo on laaja, vaikka

ryhmä onkin selkeästi rajattu. Tapahtumaa suunniteltaessa pyrittiin ottamaan huomioon kohde-ryhmän erilaiset taustat ympäristötietoisuuden ja kiinnostuneisuuden suhteen. Ottmanin mukaan tasoja on viisi: ympäristöaktiivit, kiireiset, epäilijät, valittajat ja tavalliset tallaajat. Ympäristöaktiiveilla on vahva tietämys ympäristöasioista ja luja usko omiin vaikutusmahdollisuuksiinsa henkilökohtaisilla valinnoillaan. He toimivat periaatteidensa mukaan. Kiireiset kokevat, ettei heillä ole aikaa muuttaa totuttuja elintapojaan, mutta käyttävät mielellään rahaa ympäristöystävällisiin tuotteisiin. Nämä kaksi ryhmää voidaan luokitella aktiivisiksi ympäristönsuojelijoiksi. Epäilijät eivät usko omilla teoillaan kykenevänsä vaikuttamaan ympäristöasioihin paljoakaan, mutta kannattavat ympäristölakien ja säädösten lisäämistä. Koska tämän ryhmän usko vaikutusmahdollisuuksiinsa on heikko, he eivät ole valmiita maksamaan ympäristöystävällisyydestä tavallista tuotetta enemmän. Tähän ryhmään kuuluvien henkilöiden valinnat ympäristöystävällisyyden ja taloudellisuuden välillä ovat hyvin vaikeasti ennustettavissa. Valittajat eivät ota osaa ympäristönsuojeluun eivätkä usko kenenkään muunkaan tekevän niin. Heidän mielestään ongelma ja täten myös tilanteen korjaaminen on jonkun muun ongelma. Tämän ryhmän mielestä ympäristöystävälliset tuotteet maksavat liikaa muihin verrattuna eivätkä toimi hyvin. He tuntevat olevansa hämmentyneitä ja epäinformatiivisia ympäristöasioista. Tavalliset tallaajat ovat suurin ja vähiten ympäristösuuntautunut kuluttajaryhmä. Heidän perususkomuksensa on, ettei yksilön valinnoista ole hyötyä. Kahden viimeisen ryhmän jäsenet eivät ole aktiivisia ympäristöasioissa. (Ottman 1992, 30–33.) Teemapäivien kohderyhmässä voidaan olettaa olevan kaikenlaisia ympäristöihmisiä, joista todennäköisimmin paikalle saapuvat aktiiviset ympäristönsuojelijat sekä osa epäilijöistä. Asiantuntijoiden tarjoaman tiedon toivotaan houkuttelevan paikalle myös valittajia sekä tavallisia tallaajia. Tapahtuman ilmaisuuden uskotaan alentavan osallistumiskynnystä sekä lisäävän osallistujamäärää ihmisten pysähdellessä katsomaan, mitä on tekeillä.

3.3 Sisältö

Onnistuneen tapahtuman luominen vaatii sisällöllisiä tavoitteita, eli tasokasta ohjelmaa (Kauhanen ym. 2002, 45). Tapahtuman tavoitteina siis ovat tietoisuuden sekä kiinnostuneisuuden kasvattaminen konkreettisten esimerkkien ja vierailevien asiantuntijoiden avulla. Tapahtumaprojektiin sisältyvät ympäristötietoisuusteemapäivät ja pienimuotoinen, tiiviistä tietoisuudesta koostuva sähköpostikampanja (liite 1), joka lähetetään sekä henkilöstölle että opiskelijoille. Kampanjaviestit lähetetään ilman liitteessä olevia lähdemerkintöjä. Lisäksi toteutetaan palautekyselyt sekä tapahtumasta että sähköpostikampanjasta. Teemapäivien olennaisimmat osat ovat asiantuntijavieraat, joilta on mahdollista saada syventävää tietoa sekä tapahtumapaikal-

la oleva opinnäytetyöntekijöiden ideoima ja organisoima kierrätyspeli (liite 2), jonka avulla on mahdollista kokeilla omaa jätteidenlajittelutietouttaan. Pelin perusideana on erilaisten kotitalousjätteiden lajittelu 10 erilaiseen keräysastiaan. Näin pelaajille syntyy konkreettisia muistikuviä kierrättämisestä. Tapahtuman tarkoituksena on tarjota tietoa ja herättää ajatuksia, mutta ei seurata käytännön vaikutuksia kohderyhmän elämässä. Kerätty palaute koskee siis lähinnä tapahtuman informatiivisuutta, onnistumista ja hyödyllisyyttä. Palaute kerätään tilastollisella menetelmällä analysoinnin nopeuttamiseksi.

Koska ympäristötietoiseen toimintaan kuuluvat muun muassa kestävän kulutuksen ymmärtäminen ja kierrättämisen osaaminen, valittiin nämä teemat ympäristötietoisuusteemapäivien ja sähköpostikampanjan pääteemoiksi. Ensimmäiseen teemaan liittyen pyydetään Marja-Leena Pirkola Martoista kertomaan kestävästä kulutuksesta ja säästämisestä. Kun huomioidaan, että jokainen ostettu tuote on tuleva roska, olisi suotavaa käyttää ostettua tuotettua mahdollisimman pitkään. Martoilta toivotaan ideoita siitä, kuinka esimerkiksi vaatteet kestävät pidempään, miten jo käytetyt tavaroita voi uusiokäyttää ja kuinka arkena voi säästää esimerkiksi vedessä ja sähkössä. Lisäksi vieraaksi pyydetään Jarmo Lahtinen Oulun Vedeltä kertomaan jätevesien puhdistamisprosessista ja ihmisten vesistöille, erityisesti Perämerelle, aiheuttamasta jätekuormituksesta sekä kyseisen kuormituksen vähentämiskeinoista arkielämässä. Toisen teeman tiimoilta otetaan yhteyttä Oulun jätehuoltoon, josta Lea Ansamaa saapuu kertomaan jätteiden lajittelusta, sen hyödyistä ja tulossa olevista muutoksista. Lisäksi pyydetään Tarja Väyrynen Oulun Energialta kertomaan ekovoimalaitoksesta sekä heidän tarjoamistaan ympäristöystävällisistä energiamuodoista. Kyseessä on pieni, messuluontoinen tapahtuma, jossa osallistujat voivat vapaasti jutella asian tuntijavieraiden kanssa mieleensä tulevista kysymyksistä. Tarjolla ei siis ole seminaariluontoisia esityksiä.

3.4 Tapahtumapaikka

Tapahtuman onnistumisen kannalta sen järjestämispaikalla on suuri merkitys. Paikkaan liittyviä asioita ovat muun muassa sijainti, tavoitettavuus, tilat ja niiden mukavuus, oheispalvelut, tilasta aiheutuvat kustannukset ja paikan imago. Tilan sijainti ja sopiva koko ovat merkittävimmät tekijät, jotka tapahtumanpaikan osalta vaikuttavat tilaisuuden onnistumiseen. Myös tilan kustannuksilla ja somistamisella on merkitystä, joka näkyy jo suunnitteluvaiheessa. (Kauhanen ym. 2002, 28–39.) Tapahtumapaikkana voi olla mikä tahansa tila, kuten esimerkiksi organisaation omat tilat tai jokin

ulkoilma-alue. Tilaa valittaessa kannattaa ottaa huomioon tilaisuuden luonne, saavutettavuus, tekniikka ja sen yhteensopivuus, ulkopuoliset häiriötekijät sekä saniteettitilat. (Vallo & Häyrinen 2008, 131–133).

Ympäristöteemapäivien tapahtumapaikaksi valittiin Liiketalouden yksikön ruokalan aula. Tila on pienehkö, mikä on eduksi kyseessä olevalle tapahtumalle. Liian suuressa ja avarassa tilassa tapahtuma voisi vaikuttaa riittämättömältä. Valittu tila on keskeisellä paikalla saavutettavuuden suhteen, sillä monet opiskelijat käyvät syömässä, vaikka heillä ei luentoja olisikaan. Lisäksi aulaan yleensä kertyy jonoa lounasaikoina, jolloin jonottajat väistämättä huomaavat tapahtuman.

3.5 Aikataulu

Tapahtuman ajankohta ja kesto saattavat oleellisesti vaikuttaa osallistujamäärään. Viikonpäivistä maanantai ja perjantai ovat useimmiten osallistujille haasteellisimmat. Vuodenajoista parhaimpia ovat esimerkiksi tammi- ja helmikuu, koska silloin ei yleensä ole juurikaan muita tapahtumia. Aamupäivän tapahtumille on yleensä enemmän osanottajia kuin iltapäivän tapahtumille. Tapahtumanjärjestäjän kannattaa myös huolehtia, ettei yhtä aikaa ole kilpailevia tapahtumia tiedossa. Tapahtuman kesto on syytä miettiä tarkkaan, jottei se ole liian lyhyt eikä puuduttavan pitkä. (sama, 137–139.)

Ympäristötietoisuusteemapäivät sijoitetaan tammikuun puoliväliin 17.-18.1.2012, jolloin yksikössä ei ole vakiintuneita tapahtumia. Viikonpäiviksi valittiin tiistai ja keskiviikko, koska silloin suurin osa yksikön opiskelijoista ja henkilökunnasta on koululla. Ajankohdaksi valittiin lounas ja iltapäiväkahvi-aika, sillä silloin potentiaalisilla tapahtuman osallistujilla on parhaiten aikaa piipahtaa paikan päällä. ”Tiesitkö, että...” -sähköpostikampanja ajoitetaan tapahtumaviikon alkuun, eli ajalle 16.–18.1.2012. Sähköposteja lähetetään kolme päivässä. Lähetysajat ovat noin aamulla klo 8.00, päivällä lounasaikaan klo 10.30 ja iltapäivällä klo 13.30. Sähköpostikampanjan alkaminen jo maanantaina pohjustaa tiistain ja keskiviikon aikana toteutettavaa tapahtumaa.

Teemapäivien aikataulu

Tiistai 17.1.2012

- 10.00 Aloitus, kierrätyspeli aukeaa
- 10.30 – 12.30 Oulun Vesi, jäteveden puhdistaminen
- 12.30 – 14.30 Martat, taloudellisuus, käyttöiän pidentäminen
- 15.00 Lopetus, kierrätyspeli sulkeutuu

Keskiviikko 18.1.2012

- 10.00 Aloitus, kierrätyspeli aukeaa
- 10.30 – 12.30 Oulun Energia, ympäristöystävälliset energiamuodot, ekovoimalaitos
- 11.00 – 12.00 Oulun kaupungin jätehuolto, jätteen lajittelu ja jatkokäsittely
- 14.30 Lopetus, kierrätyspeli sulkeutuu

3.6 Budjetti

Ympäristöteemapäivät ovat kaikille ilmaiset ja ne toteutetaan opinnäytetyönä sekä vapaaehtoisvoimin, joten tapahtumalla ei ole varsinaista rahallista budjettia. Yksikön johtaja lupasi kuitenkin koulun kustantavan tapahtumassa palkintoina olevat makeiset sekä vierailijoiden kahvituksen, kunhan kulut pysyvät kohtuullisina.

3.7 Markkinointi ja viestintä

Tapahtuman markkinoinnin päämääränä on saada kohderyhmä kiinnostumaan tapahtumasta ja saapumaan paikalle. Keskeisiä tapahtuman markkinoinnissa ovat oikea kohderyhmä, oikea imago, oikea hinta ja oikea aika sekä kilpailevien seikkojen huomiointi. (Kauhanen ym. 2002, 113.) Tapahtumakutsu on tapahtuman esite, joka luo mielikuvia ja odotuksia tapahtuman sisällöstä. Kutsun luomiin lupauksiin on pystyttävä vastaamaan. Kutsulla on suuri merkitys osallistumisprosenttiin, joten siihen kannattaa panostaa. Kutsu voi olla henkilökohtainen tai avoin. Molemmissa voidaan pyytää etukäteisilmoittautumista. Avointa kutsua voidaan myös pyytää välittämään eteenpäin organisaatiossa. Kutsu voidaan toimittaa esimerkiksi kirjeenä, korttina, sähköpostiviestinä, puhelinsoittona tai henkilökohtaisesti. Siitä tulee ilmetä kenelle kutsu on suunnattu, tapahtuman luonne, ajankohta, paikka, kuka kutsuu, ohjelma pääpiirteittäin sekä lisäksi mahdollinen

pukeutumisohe, tieto tilaisuuden maksullisuudesta ja pyyntö ilmoittaa esimerkiksi erikoisruokavaliosta. (Vallo & Häyrinen 2008, 119–121.)

Viestintää on olemassa sekä ulkoista että sisäistä. Sisäisen viestinnän tarkoituksena on pitää ajan tasalla tapahtumaorganisaation ja sidosryhmien henkilöt. Ulkoinen viestintä tarkoittaa käytännössä markkinointiviestintää kohderyhmille. Viestinnän suunnittelussa on tärkeää huomioida kenelle ja mitä kanavaa pitkin viestitään sekä mitä halutaan viestiä ja kuka sen tekee. Markkinointiviestin tulee sisältää oikeat asiat oikealle ihmiselle sekä olla informatiivinen ja selkeä. Tapahtuman viestintä voidaan toteuttaa monia kanavia pitkin. Näitä ovat esimerkiksi sähköpostit, kirjeet, henkilökohtaiset keskustelut, mobiilipalvelut, sanoma- ja aikakauslehdet, Internet-sivut, tiedotus- ja henkilöstölehdet, julisteet, esitteet sekä ilmoitustaulut. Viestin pituus ja tyyli määräytyvät markkinointikanavan mukaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 63–64.)

Viestintä on erilaista tapahtumaprojektin eri vaiheissa. Ennen tapahtumaa suoritettava viestintä on houkuttelevaa ja informatiivista, tapahtuman aikana viestinnällä kerrotaan ajankohtaisista asioista ja tapahtuman jälkeen kannattaa viestintä suunnata onnistumiskertomuksien ja tavoitteiden saavuttamisesta kertomiseen. (sama, 67–68.)

Ympäristötietoisuusteemapäivien viestintää suunniteltaessa otettiin huomioon ekologiset arvot. Tämä vuoksi ei ole tarkoituksenmukaista käyttää paperisia, jaettavia mainoslehtisiä, vaan elektronista aineistoa, eli sähköpostiviestejä, yksikön intranetiä ja aulojen televisioruutuja. Poikkeuksena päälinjauksesta ovat tapahtumaan ohjaavat opasteet (liite 3) sekä WWF:ltä tilatut kampanjajulisteet (liite 4), jotka asetetaan strategisille paikoille (liite 5) kampanjan ja tapahtuman ajaksi. Tämä sen vuoksi, että myös sähköisiä viestintävälineitä seuraamattomat löytäisivät paikan päälle. Viestinnästä tehdään kaksikielinen, koska Liiketalouden yksikössä on myös englanninkielisiä koulutusohjelmia, joiden opiskelijoille halutaan tarjota yhtäläinen osallistumismahdollisuus.

Sisäinen viestintä toteutetaan kasvotusten, puhelimitse sekä Internetin välityksellä erilaisten keskusteluohjelmien ja sähköpostin avulla. Ulkoiseen viestintään käytetään massasähköpostiviestejä ”Tiesitkö, että...”-kampanjan muodossa, tiedotteita (liite 6) yksikön sisäisessä tietoverkossa sekä koulun auloissa olevia televisionäyttöjä, joilla esitetään tapahtuman mainoksia (liite 7). Henkilökuntaa tiedotetaan etukäteen (liite 8) sähköpostikampanjasta.

Sähköpostikampanjan viestit muodostetaan lyhyistä tietoiskuista ja niitä lähetetään kolme päivässä aikavälillä 16.1.2012–18.1.2012. Otsikoinnin samanlaisuus on riskitekijä viestien luettavuuden kannalta, minkä vuoksi ensimmäisten viestien on oltava hyvin iskeviä ja mielenkiintoisia, jotta seuraavatkin tulevat luetuiksi. Mikäli lukijat saadaan kiinnostumaan ensimmäisistä viesteistä, he lukevat mielellään loputkin, jolloin otsikointi helpottaa viestien poimimista tietovirrasta. Sähköpostiliikenteen valtavan määrän vuoksi viesteistä halutaan tehdä lyhyitä ja viestisarjasta tunnistettava. Tällainen käytäntö palvelee sekä etuna että haittana. Mikäli viestit kiinnostavat, vastaanottajat lukevat niitä lyhyinä välipaloina työn seassa ja mikäli eivät, he poistavat ne kaikki suoraan roskapostiin. Jälkimmäinen toimintatapa ei ole toivottava, mutta helppo keino hankkiutua viesteistä eroon vähentää vastaanottajien mahdollista ärsyyntymistä sähköpostitulvaan.

Viestintälausekkeiden sisältöä mietittäessä tulee ottaa huomioon erityisesti vastaanottajien erilaiset taustat ympäristötietoisuuden ja kiinnostuneisuuden suhteen. Jotta viestintä olisi mahdollisimman tehokasta, kannattaa se suunnata kohderyhmässä eriteltyjen ryhmien tarpeisiin. Ympäristöaktiiveja ei erikseen tarvitse houkutella tapahtumaan, sillä he ovat jo valmiiksi motivoituneita, eli pelkkä tieto tapahtumasta riittää saamaan heidät paikalle. Kiireisiä varten on mietittävä nopeita ja helppoja esimerkkejä arjen ympäristötekoihin. Tähän tähtää erityisesti ”Tiesitkö, että...”-kampanja. Epäilijöille on luotava mielikuvia yksilön vaikutusmahdollisuuksien suuruudesta, mihin pyritään sekä sähköpostikampanjalla että intranet-tiedotteen ”Oletko koskaan miettinyt...”-iskulausahduksilla. Valittajien ja tavallisten talleajien asenteiden muuttaminen on vaikeaa, mutta heidät voidaan saada osallistumaan tapahtumaan jo puhtaasti siellä tarjotun tiedon perusteella. Koska he kokevat olevansa tietämättömiä ympäristöasioissa, tiedonsaantimahdollisuus voi houkutella heidät paikalle.

3.8 Riskit ja niihin varautuminen

Keskeisiä riskejä tapahtuman järjestämisessä ovat matala osanottotaso, vierailijoiden peruuntuminen sekä erilaiset väärinkäsitykset tapahtuman luonteesta tai tarkoitusperistä vierailijoiden ja tapahtumanjärjestäjien välillä. Osanottoa pyritään nostamaan hyvällä tiedottamisella ja napakoilla, kiinnostusta herättävillä iskulauseilla sekä keskeisellä sijainnilla yksikön tiloissa. Vierailijoiden peruuntumiselle ei ole varasuunnitelmia, sillä heillä ei ole tarjota sijaista esimerkiksi alkuperäisen vierailijan sairastapaustilanteessa. Molemmille päiville on kuitenkin kaksi vierailijaa, mikä vähentää molempien peruuntumisen riskiä. Väärinymmärrysten välttämiseksi vierailijoille pyritään selittämään tapahtuman koko, tarkoitus, keinot ja sijainti mahdollisimman tarkoin. Yleisötapahtumaa

järjestettäessä on myös huomioitava turvallisuustekijät, eli tässä tapauksessa varapoistumistiet ja niiden esteettömyys sekä ensiapuvälineiden sijainti. Varapoistumisteistä lähin sijaitsee A-portaikossa ja toinen tapahtumapaikasta katsottuna käytävän toisessa päässä. Lähin ensiaputarvikkeiden, pääasiassa pienten haavojen hoitotarvikkeiden, sijaintipaikka on A-aulan infossa. Sammutuspeite sijaitsee tapahtumapaikan yhteydessä.

Viestintäkampanjan riskeihin kuuluvat matala vastaanottotaso, eli viestien joutuminen lukemattomina roskapostiin ja vastaanottajien ärsyyntyminen viestitulvaan. Tähän varaudutaan tekemällä viesteistä lyhyitä, ytimekkäitä ja ajatuksia herättäviä sekä rajoittamalla niiden lähetys kolmeen kertaan päivässä. Lisäksi saapuvista viesteistä annetaan edeltävällä viikolla ennakkotiedotus henkilökunnalle tapahtumatiedotuksen yhteydessä ja ne otsikoidaan yhtenevästi.

4 YMPÄRISTÖTAPAHTUMAN JA -KAMPANJAN TOTEUTTAMINEN JA PÄÄTTÄMINEN

Projektin päättämiseen kuuluu olennaisesti loppuraportointi, johon sisältyvät projektin yleiskuvaus, tavoitteet, ajallinen ja taloudellinen onnistuminen, projektiorganisaation toiminta, havaitut ongelmat, arviointi sekä muut selvitykset ja liitteet. Projektiorganisaatio puretaan johtoryhmän käsitellyä loppuraportin. (Kauhanen ym. 2002, 30.)

Tapahtuman päättämiseen kuuluu loppuraportin lisäksi olennaisena osana niin sanottu jälkimarkkinointivaihe, jossa kiitetään tapahtumaan osallistuneita sekä sen järjestämisessä mukana olleita tahoja. Hyvin tehty työ ja projektiin sitoutuminen ansaitsee kiitoksen. (Vallo & Häyrinen 2008, 168–169.) Tapahtuman jälkeen vierailijoille lähetettiin kiitosviestit sähköpostitse. Muita tapahtuman järjestelyissä mukana olleita muistettiin pienillä lahjoilla. Naispuolisille annettiin pienet ruusukimput ja miespuolisille suklaalevy sekä avainnauhat. Lisäksi kerätään palautetta, jonka pohjalta arvioidaan tapahtuman onnistumista ja eri sidosryhmien tyytyväisyyttä. Kyselyn tulokset kertovat onko tapahtuman tavoitteisiin päästy, miten osallistujat tapahtuman kokivat, missä on parantamisen varaa ja mitä jo tehtiin hyvin. Palautteet siis analysoidaan ja niistä koostetaan yhteenveto, joka jää käyttöön tulevia projekteja ja oppimista varten. (sama, 171.)

Kauhasen ym. mukaan projektin päättämiseen kuuluvat onnistumisen arviointi, kiittäminen, palkitseminen sekä raportin kirjoittaminen. Tapahtumaa päätettäessä tulee muistaa kiittää niin sidosryhmiä kuin talon sisäistäkin väkeä. Tapahtuman onnistumista arvioitaessa tulee ottaa huomioon myös sen taloudellisten sekä ajallisten suunnitelmien pitävyys ja sen laatu. Arvioinnin tukena on järkevää käyttää osallistujilta kerättyä ja saatua joko laadullista tai tilastollista palautetta. (2002, 125.)

4.1 Esivalmistelut

Teemapäivien ja sähköpostikampanjan suunnittelu alkoi lokakuussa 2011 löytäessämme meitä molempia kiinnostavan opinnäytetyön aiheen. Aiheanalyysiä ja opinnäytetyösuunnitelmaa tehdessämme ideoimme projektin päälinjaukset, jotka hyväksyttiin aloitusseminaarissa 31.10.2011. Sen jälkeen projektimme eteni lähinnä suunnittelun ja ajatustyön tasolla joulukuun alkuun asti,

jolloin aloimme käytännön toimiin. 29.11.2011 oli ympäristötiimin kokous, jossa Jenna edusti projektiryhmäämme ja kertoi suunnitelmistamme. Jenni oli estynyt tulemaan tähän kokoukseen. Jouluun puolivälissä tilasimme julisteet WWF:ltä ja sovimme vierailijoiden kanssa heidän saapumisistaan tapahtumaamme. Aluksi meillä oli hieman kommunikaatio-ongelmia selittäessämme osalle vierailijoista, minkälaisesta tilaisuudesta on kyse, mutta pääsimme onneksi melko pian yhteisymmärrykseen tapahtuman tavoitteista ja heidän roolistaan siinä. Tammikuun ensimmäisellä viikolla lähetimme heille muistutussähköpostit (liite 9), joissa tarkensimme päivän ohjelmaa. Viestien liitteeksi laitoimme kartat Liiketalouden yksiköstä ja sen lähiympäristöstä (liite 5), jotta vierailijoiden olisi helppo löytää perille. Näissä kartoissa ei ollut numeroin merkittynä opasteiden tai muiden sellaisten mainosmateriaalien sijainteja. Koska emme saaneet kaikilta vierailijoilta vastaussähköpostia, soitimme heille viikon päästä viestin lähetyksestä varmistaaksemme, että lähettämämme lisätieto oli saapunut perille.

Pidimme ohjausseminaarin 9.1.2012. Siellä meiltä pyydettiin tarkennusta kierrätyspelin ja ”Tiesitkö, että...”-kampanjan käytännön toteutuksista. Seminaarissa päätettiin myös laajentaa sähköpostikampanja koskemaan henkilöstön lisäksi opiskelijoita. Seminaarin jälkeen aloimme todenteolla valmistella tapahtuman käytännön toteutusta, eli hioimme loppuun ja käänsimme englanniksi sähköpostikampanjan tietoisikut, Introjen tiedotteet, aulojen televisioruutujen mainokset sekä tapahtuman palautekyselylomakkeet. Palautekyselyt myös testattiin muutamilla henkilöllä. Sähköpostikampanjan kyselylomakkeita emme kääntäneet ollenkaan, sillä ne oli tarkoitettu vain henkilöstölle, joka pääsääntöisesti osaa suomea ainakin jonkin verran. Myös tapahtumassa käytetyt opasteet sekä nimikyltit (liite 10) viimeisteltiin ja tulostettiin tapahtumaa edeltävällä viikolla. Vahtimestarit tulostivat meille värillisen materiaalin ja huolehtivat meille korkeat pöydät vierailijoiden käyttöön tapahtumapäiviksi. Lisäksi kävimme sopimassa Otro ry:n kanssa, että saamme käyttää heidän varastoaan materiaaliemme säilyttämiseen tapahtumaa edeltävän ja tapahtumapäivien välillä olevan yön ajan. Sovimme myös Café Cårman kanssa, että voimme lainata vesikannua, laseja sekä kulhoa tapahtumassa tarjoamillamme karkeille ja teimme tilauksen kyseisistä karkeista sekä vierailijoidemme kahvituksesta. Lasku näistä laitettiin suoraan yksikölle. Sähköpostikampanjan ja muun tiedotuksen tiimoilta kävimme keskustelemassa Inkeri Hedemäen kanssa, joka laittoi ilmoitukset intranetihin, eli Oivaan ja Heimoon, sekä lähetti henkilökunnan sähköpostikampanjan esitiedotteen ja viestit. Häneltä saimme luvan käyttää luokkien postituslistoja opiskelijoiden kampanjaviestien lähettämiseen. Suunnittelija Piritta Nätyнки puolestaan antoi meille kansainvälisten luokkien yhteystiedot.

Tammikuun alun ajan keräsimme lajiteltavia tavaroita ideoimaamme kierrätyspeliä varten. Kierrätyspelissä käytetyt keräyslaatikot haimme Alkosta ja päällystimme ne sanomalehtipaperilla sekä nimikoimme ne Lassila & Tikanojan merkeistä muokkaamalla kylteillä. Laatikoiden koristelun teimme tapahtumaa edeltäneen viikon lauantaina.

Maanantaina teimme käytännön esivalmisteluja: Loimme tilastopohjat palautekyselyille, toimme kierrätyspelin materiaalit Otro ry:n varastoon, kiinnitimme julisteet paikoilleen, jaoimme henkilöstön postilaatikoihin sähköpostikampanjan palautelomakkeet sekä veimme palautelomakkeen henkilökunnan taukotilaan. Päivikki Kaakiselta saimme tarvitsemamme materiaalit, kuten kynät, teippiä, sinitarraa, muovitaskuja, liimaa ja nimikylttikotelot.

4.2 Sähköpostikampanja

Tapahtumaviikko käynnistyi sähköpostikampanjan aloituksella maanantai-aamuna kello 8.00. Ensimmäisen viestin lähetyksen jälkeen tuli monta virheilmoitusta, joiden mukaan viesti ei ollut mennyt perille. Korjasimme virheelliset sähköpostiosoitteet ja poistimme oletettavasti valmistuneiden luokkien osoitteet listalta virheilmoitusten mukaisesti. Viestejä ehdittiin lähettää kaksi, ennen kuin Inkeri Hedemäki sai henkilökunnalta kaksi ilmoitusta, etteivät he halua kyseisiä tietoiskuja. Hän päätti lopettaa viestien lähettämisen toistaiseksi ja ilmoitti meille siirtävänsä ne Heimoon henkilöstön luettavaksi. Myös opiskelijoilta tuli päivän aikana viisi pyyntöä lopettaa viestien lähettäminen. Vaikka olimme tietoisia, että viestit voisivat ärsyttää vastaanottajia, yllätyimme kielteisestä vastaanotosta silti hieman. Keskustelimme ensimmäisen päivän iltana aiheesta keskenämme ja tiistai-aamuna kysyimme myös Inkeri Hedemäen mielipiteen asiaan. Hän oli selvittänyt IT-tuesta, ettei yksittäisiä henkilöitä voinut poistaa postituslistoilta ja päätti jatkaa viestien lähettämistä. Mekin vastasimme opiskelijoiden pyyntöihin asiallisesti, että kampanja kuuluu Liiketalouden yksikön tiedotukseen ja ettei yksittäisiä henkilöitä valitettavasti voida poistaa listoilta. Tiistaina ja keskiviikkona tullessiin valituksiin vastatessamme lisäsimme myös tiedon siitä, että viestit tulevat poikkeuksellisesti Jenni Kyrön sähköpostiosoitteesta Inkeri Hedemäen sijaan, koska kyse on opinnäytetyöstämme.

Sähköpostit lähetettiin suunnitelman mukaisesti aamulla, lounasaikaan ja iltapäiväkahviaikaan. Opiskelijoille lähteviä viestejä emme onnistuneet lähettämään aivan tasaisin ja suunnitelluin ajoin, sillä niiden lähetykset täytyi sovittaa tapahtumassa käyvien ihmismassojen liikkeiden mukaan. Saimme kuitenkin lähetettyä kaikki viestit lähestulkoon suunniteltuina aikoina. Henkilökunnan

viestit oli otsikoitu vain ”Tiesitkö, että...”, mutta opiskelijoiden viestien otsikoista löytyi lisäksi juokseva numerointi 1/9-9/9. Opiskelijoiden viestien otsikot olivat siis muotoa ”Tiesitkö, että... 3/9”.

Kaiken kaikkiaan 19 opiskelijaa vastasi lähetettyihin sähköpostiviesteihin yhteensä 25 viestillä. Opiskelijoilta saimme kahdeksan lopettamispyyntöä, viisi muuta negatiivista palautetta, kaksi aliarvoista negatiivista viestiä, neljä tyhjää vastausta lähetettyihin posteihin, viisi vaikeasti tulkittavaa viestiä sekä yhden positiivisen palautteen. Vaikeasti tulkittavista viesteistä emme olleet varmoja, olivatko ne tarkoitettu positiivisiksi vai negatiivisiksi. Sähköpostiviestit lähtivät kaikkiaan 1387 opiskelijalle. Opiskelijoiden viesteihin, muihin kuin asiattomiin ja tyhjiin, vastasimme asiallisesti kuhunkin viestiin sopivalla tavalla. Loppuihin katsoimme parhaaksi olla vastaamatta. Henkilökunnalta saimme kaksi pyyntöä lopettaa viestien lähettäminen. Henkilöstön sähköpostilistalla on 120 henkilöä. Henkilökunnasta 1,7 prosenttia ja opiskelijoista 0,6 prosenttia toivoi viestien lähettämisen lopettamista.

4.3 Tapahtuman ensimmäinen päivä

Saavuimme paikalle aamulla pari tuntia ennen tapahtuman alkua. Ensiksi kävimme keskustelussa Inkeri Hedemäen kanssa sähköpostikampanjasta. Tämän jälkeen siirryimme varsinaiseen tapahtumatilaan, jonka heti järjestimme: veimme turhat huonekalut pois, rakensimme kierrätyspelin ja palautteenantopisteen. Lisäksi laitoimme karkit ja vierailijoita varten olevan vesikannun mukeineen esille. Tämän jälkeen kytkimme tietokoneen televisionäyttöön ja tarkistimme internetin toimivuuden.

Aloitimme kierrätyspelin suunnitelman mukaisesti kello 10.00 ja ensimmäinen lajittelija saapuikin paikalle heti pelin avauduttua. Ensimmäinen vierailija, Jarmo Lahtinen Oulun Vedeltä, saapui paikalle sovitusti kello 10.30 ja oli paikalla aina kello 12.30 asti. Hänellä oli mukanaan monenlaisia esitteitä liittyen veden käsittelyyn. Lisäksi hänellä oli mukanaan PowerPoint-esitys, jota emme valitettavasti saaneet näkymään halutulla tavalla teknisten ongelmien vuoksi. Hän laittoi kuitenkin televisioruudulle näkyviin erilaisia veteen ja sen käsittelyyn liittyviä Internet-sivuja.

Päivän toinen vieras, Marja-Leena Pirkola Martoilta, saapui samoihin aikoihin, kuin hänen edeltäjänsä oli lähdössä. Vierailijoiden vaihdos ei sujunut aivan niin hienosti, kuin olisimme toivoneet, sillä järjestäjistä paikalla oli väliaikaisesti vain toinen ja hän oli juuri neuvomassa kierrätyspeliä

eräälle lajittelijalle. Näin ollen järjestäjä ei ehtinyt heti reagoida ensimmäisen vierailijan lähtöaikaan. Molemmat järjestäjät ehtivät kuitenkin käydä kiittämässä ja hyvästelemässä Jarmo Lahtisen. Marttojen edustaja saapui paikalle ajallaan, vaikka hänellä olikin vaikeuksia löytää parkkipaikkaa. Hän otti hyvin aktiivisesti kontaktin paikalla oleviin ja ohi kulkeviin kävijöihin. Mahdollisesti tämän takia monet kävijät keskustelivat hänen kanssaan. Hänellä oli mukanaan omia tietoiskutauluja sekä Martta-lehtiä. Lisäksi hänellä oli PowerPoint esitys, joka tällä kertaa saatiin toimimaan halutusti. Hän lähti paikalta kello 15.00 kierrätyspelin sulkeutuessa.

Kaikilla vierailijoilla ei ollut omia nimikylttejä mukanaan ja olivatkin hyvillään meidän tapahtumaa varten tekemistä kylteistä. Eräs piti oman virallisen kylttinsä rinnalla tapahtumamme kylttiä, ja halusi sen myös kotiinsa muistoksi tai mahdolliseen tulevaan uusiokäyttöön. Myöskään tarjoamiimme kahveja kaikki vierailijamme eivät halunneet tai ehtineet nauttia, vaikka toiset olivatkin niistä kovin hyvillään. Molemmat vierailijat jättivät loput esitemateriaalinsa pöydille

Kaiken kaikkiaan kierrätyspeliä kävi kokeilemassa noin 30 lajittelijaa tai useamman henkilön joukkoa. Tämän lisäksi osa kävijöistä ei pelannut kierrätyspeliä, mutta kävivät kuitenkin keskustelemassa vierailijoiden kanssa. Tällaisia henkilöitä oli vajaa kymmenen. Kierrätyspeliin osallistuneista henkilöistä pieni osa kävi juttelemassa asiantuntijoiden kanssa. Paikalla kävi niin opiskelijoita kuin henkilökuntaakin ja kaiken kaikkiaan kävijämäärä oli arviolta ainakin 70 henkilöä. Tapahtumasta saadun palautteen määrä oli melko vähäinen, vain 14 täytettyä kyselylomaketta. Tämä voi osittain johtua siitä, ettemme muistaneet kaikille asiasta mainita sekä palautelaatikon hieman syrjäisestä sijainnista.

Vertaisarvioija Tuomas Oukka oli paikalla melkein koko tapahtumapäivän ajan. Hän teki tarkkoja havaintoja tapahtuman sujumisesta sekä antoi hyviä neuvoja jatkoa ajatellen. Lisäksi hän osallistui kierrätyspeliin ja keskusteli asiantuntijoiden kanssa. Kiireisinä hetkinä hän myös auttoi kierrätyspelin vastausten tarkistamisessa. Hänestä oli suuri apu erityisesti aina silloin kun jompikumpi järjestäjistä oli tilapäisesti poissa paikalta, esimerkiksi syömässä.

Kävijöistä suurin osa saapui paikalle lounasaikaan, ja kello 14.15 eteenpäin kävijäfrekvenssi oli melko pieni. Suljimme tapahtuman kolmelta, minkä jälkeen keräsimme kierrätyspelin pois ja varastoimme tavarat Otro ry:n varastoon ja Jennin kaappiin. Lisäksi palautimme ja järjestelimme paikoilleen tilassa olevat huonekalut yhtä sohva lukuun ottamatta. Tämä sohva jäi portaiden

sivussa olevaan syvennykseen, sillä emme uskoneet iltaopiskelijoiden tarvitsevan sitä illan aikana emmekä halunneet tehdä turhaa työtä. Lainaamamme mukit, vesikannu ja karkkikulho karkkeineen veimme säilytykseen Otro ry:n tiloihin.

4.4 Tapahtuman toinen päivä

Menimme koululle reilu tunti ennen tapahtuman alkua ja haimme tarvikkeemme Otro ry:n varastosta sekä Jennin kaapista. Sen jälkeen järjestelimme tilan hieman eri tavalla kuin edellisenä päivänä, sillä vierailijoita oli yhtä aikaisesti kaksi tänä päivänä. Toinen syy tilan uudelleenjärjestämiseen oli edellisenä päivänä saadun palautteen vähyys, jonka epäilimme johtuvan osittain palautelaatikon huonosta sijainnista. Tarkistimme teknologian toimivuuden välttyäksemme edellispäivän ongelmilta ja laitoimme luontovideon pyörimään, kunnes ensimmäinen vierailijamme saapui. Lisäksi haimme karkit, vesikannun ja mukit Otro ry:n Cafe Carmasta säilytyksestä. Kierrätyspeliin vaihdoimme muutamia lajiteltavia esineitä saadaksemme vaihtelua itsellemme sekä mahdollisille toisen kierroksen pelaajille. Olimme valmiina puoli tuntia ennen suunniteltua aloitusaikaa.

Ensimmäisenä vieraista paikalle saapui Tarja Väyrynen Oulun Energia -konsernista sovitusti klo 10.30. Hänellä oli mukanaan roll-up mainos, virrankulutusmittari sekä esitemateriaalia. Hän hyödynsi tarjotut kahvit heti alkuun, mikä oli hieman valitettavaa, sillä häntä tultiin välittömästi kyselemään, eikä hän ollutkaan paikalla. Hän poistui paikalta klo 12.30.

Oulun Jätehuollon Lea Ansamaa ei meinannut löytää perille kartoista huolimatta. Hän oli paikalla klo 11.00- 12.00 ja lähti pois noin klo 12.30 samoihin aikoihin Tarja Väyrysen kanssa. Tarja Väyryseltä kopioimme Oulun Energian informaatiovideon Laanilan jätteenpolttolaitoksesta, jonka jätimme pyörimään loppupäiväksi. Lea Ansamaalla oli mukanaan kuvasarja kierrättävistä ihmisistä, jota myös pyöritettiin hetken aikaa ruudulla sekä roll-up mainos ja esitemateriaalia. Lisäksi hänellä oli mukanaan mainoslahjoiksi tarkoitettuja avainnauhoja ja kierrätysmateriaalista tehtyjä kyniä. Kynät menivät kaikki, mutta avainnauhoja jäi vielä jäljelle tapahtuman jälkeenkin. Avainnauhat olivat valitettavasti pakattu erillisiin muovipusseihin yksittäin. Lea Ansamaa oli tästä paheillaan, sillä hän oli tilannut nauhat ilman yksittäispakkauksia. Molemmat vierailijat jättivät loput esitemateriaalinsa pöydille. Vierailijoiden lähdön jälkeen kävijöitä ei ollut enää niin tiheään.

Kierrätyspeli oli tarkoitus sulkea klo 14.30, mutta paikalle sattui juuri silloin tulemaan pari innokasta lajittelijaa, minkä vuoksi pelin lopettaminen venyi melkein kolmeen asti. Pelin kesto ei itsessään ollut niin pitkä, vaan kävijät halusivat keskustella myös muista ympäristöasioista, eritoten kierrätykseen liittyen.

Pelin sulkemisen jälkeen purimme laatikot ja lajittelimme pelissä käytetyt lajiteltavat tavarat oikeisiin kierrätyspisteisiinsä. Lisäksi veimme ylimääräiset esitemateriaalit paperinkeräykseen. Harmiksemme ylimääräisiä esitteitä oli aika paljon, vaikka eräs opettaja veikin osan henkilökunnan taukotilaan. Emme halunneet jättää materiaaleja esille yleisiin tiloihin enää tapahtuman jälkeen, sillä ne olisivat voineet helposti joutua sekajätteen joukkoon tai aiheuttaa turhaa sotkua. Irrotimme myös yleisissä tiloissa olevat julisteet ja tapahtumaopasteet. Lisäksi järjestimme tilan tapahtumaa edeltäneeseen järjestykseen. Vahtimestarit lupasivat viedä esittelypöydät pois.

Palautetta saimme enemmän kuin ensimmäisenä päivänä. Tähän saattoi vaikuttaa palautelaatikon parempi sijainti ja se, että aktiivisemmin kehoitimme kävijöitä antamaan palautetta. Kävijöitä oli kokonaisuudessaan hieman vähemmän kuin edellisenä päivänä, mutta kuitenkin ainakin 50 henkeä.

4.5 Jälkitoimet

Tapahtuman purkamisen jälkeen vastasimme vielä viimeisiin opiskelijoilta tulleisiin viesteihin. Lisäksi kirjasimme saadun palautteen ja kiitimme tapahtuman ja kampanjan järjestämisessä olennaisesti mukana olleilta tahoja. Naispuoleisille henkilöille veimme pienet kukkakimput ja miehille suklaalevyn sekä avainnauhat. Nämä kiitoslahjat hankimme omista varoistamme. Kaikki olivat kiitollisia ja iloisia siitä, että muistimme heitä, vaikka totesivatkin tehneensä vain työtään. Tapahtumassa vierailleille asiantuntijoille lähetimme kiitossähköpostiviestit (liite 11).

Osallistuimme perjantaina 3.2.2012 ympäristötiimin kokoukseen kertomaan projektimme sujumisesta. Siellä sovimme, että toimitamme Inkeri Hedemäelle myös englanninkieliset ”Tiesitkö, että...”-viestit, jotta hän voi laittaa ne intraneteihin. Lisäksi sovimme toimittavamme kierrätyspelin astioiden nimikyltit Erja Korhoselle ja ylimääräiset sähköpostikampanjan tietoisikut lähteineen ympäristötiimille mahdollista myöhempää käyttöä varten. Minna Kamula pyysi meitä tekemään tapahtumasta koosteen, joka sisältää aikataulun, kuvia ja tietoisikut. Tämä kooste laite-

taan myöhemmin esille intraneteihin. Kokouksen jälkeen toimitimme tapahtumassa käyttämämme julisteet ja säästämämme palautelaatikon Minna Kamulan huostaan.

Yleisesti ottaen tapahtumasta saatu suullinen palaute oli positiivista. Erityisesti keuhuttiin kierrätyspeliä, jota pidettiin sopivan haasteellisena. Myös sen konkreettisuus sai kehuja. Tapahtuman lisäksi saimme sähköpostikampanjasta positiivista suullista palautetta molempina päivinä.

5 YMPÄRISTÖTAPAHTUMAN JA -KAMPANJAN ONNISTUMISEN ARVIOINTI

Tapahtumasta muodostuu osallistujalle kokemus, jonka pohjalta hän muodostaa mielipiteensä siitä. Mielipiteensä pohjalta hän taas arvioi tapahtuman onnistumista. Tapahtuman eteen on tehtävä töitä, prosessia on kehitettävä, hallittava ja johdettava siten, että sen eri osa-alueet liittyvät toisiinsa saumattomasti. Tämän onnistumiseksi on tapahtuman järjestäjän ymmärrettävä eri osa-alueiden merkitys sekä se kuinka ne liittyvät toisiinsa ja kuinka niihin voidaan vaikuttaa. Onnistumista ei voida tietää etukäteen, koska kyseessä on aineeton palvelu, josta ei jää osallistujille kätehen mitään konkreettista. Näin ollen jokainen osallistuja kokee tapahtuman onnistumisen eri tavoin, sillä sen arviointi pohjautuu heidän henkilökohtaisiin mieltymyksiinsä. (Iiskola-Kesonen 2004, 16.)

5.1 Tapahtuman onnistumisen arviointi

Tapahtuman toteutus sujui lähestulkoon suunnitelmien mukaan. Vierailijat saapuivat ja lähtivät ajallaan. Valitettavasti tapahtuman osallistujat eivät käyneet keskustelemassa heidän kanssaan aivan niin paljon kuin olisimme toivoneet, mutta moni kuitenkin kokeili kierrätyspeliä, joka olikin tapahtuman vetonaula. Pienet tekniset ongelmat ja kahvituksen ajoittaminen aiheuttivat hieman pään vaivaa.

Kaiken kaikkiaan arvioimme kävijämääräksi tiistaina noin 70 henkeä ja keskiviikkona ainakin 50 kävijää. Edellä mainittuja pienehköjä ongelmatilanteita lukuun ottamatta tapahtuman järjestely- ja toteutustoimenpiteet sujuivat suunnitelmien mukaan. Tapahtuman vierailijat ja osallistujat vaikuttivat suullisen palautteen perusteella tyytyväisiltä. Meille siis jäi tapahtumasta ja sen onnistumisesta positiivinen mielikuva.

5.2 Sähköpostikampanjan onnistumisen arviointi

Sähköpostikampanjan onnistumiseksi pohdittiin viestien sisältöä, järjestystä ja lähettämisaikoja huolellisesti. Viestien haluttiin olevan mahdollisimman tiiviitä, mutta kuitenkin informatiivisia. Suomenkielisten koulutusohjelmien opiskelijoiden lisäksi viestit lähetettiin myös kansainvälisille luokille sekä vaihto-opiskelijoille englanniksi käännettyinä. Tietoiskujen sisällöt kerättiin pääosin yhdestä lähteestä, johon oli koottu tietoa ihmisten arkielämän ympäristövaikutuksista. Kahden

viestin tiedot olivat peräisin muista luotettavista lähteistä ja yksi tietoisuus perustui omakohtaiseen kokemukseen. Lähteitä ei kuitenkaan kampanjassa ilmoitettu, vaikka ne liitteisiin merkittiinkin. Kampanjasta välittömästi saatu palaute oli pääosin negatiivista, mutta tapahtumassa saimme kuulla siitä myös positiivista suullista palautetta. Omasta mielestämme kampanja oli pääosin onnistunut, vaikka vielä jäikin kehitettävää mahdollista tulevaa toteutuskertaa varten.

5.3 Palautekyselyt ja niiden keskeiset tulokset

Onnistumisen mittaamiseksi tehtiin kaksi erillistä palautekyselyä, toinen henkilökunnalle sähköpostikampanjan tiimoilta (liite 12) ja toinen tapahtumaan osallistuneille itse tilaisuuteen liittyen (liite 13). Tapahtuman palautelomake käännettiin myös englanniksi (liite 14). Sähköpostikampanjan palautteet kerättiin vain henkilökunnalta, sillä kampanjan laajennuspäätös tehtiin vasta ohjausseminaarissa. Ennen kampanjan toteuttamista mietittiin, että tulisiko opiskelijoillekin järjestää palautteenantomahdollisuus, mutta sopivaa kanavaa ei ollut. Mikäli kysely olisi toteutettu web-kyselynä, vastausprosentti olisi todennäköisesti jäänyt hyvin pieneksi, sillä palautteen keräämiseen käytettävissä ollut aika oli lyhyt. Palautetta ei myöskään voitu kerätä tapahtumassa, sillä emme voineet olettaa, että tapahtumakävijät olisivat myös lukeneet sähköpostit tai toisinpäin. Tapahtumassa olisi voinut käydä myös yksikön ulkopuolisia tahoja, jotka eivät olisi voineet vastata sähköposteihin liittyviin kysymyksiin. Koska opiskelijoiden kampanjaviestit lähetettiin toisen opinnäytetyöntekijän sähköpostista, vastaanottajilla oli mahdollisuus antaa suoraa palautetta meille. Palautekyselyt toteutettiin tilastollisella menetelmällä, mutta molemmissa kyselylomakkeissa oli avoimiakin kysymyksiä.

Sähköpostikampanjan palautekysely toteutettiin 16.–20.1.2012, vaikka kampanja loppuikin jo 18.1.2012. Kyselylomakkeita tulostettiin kaiken kaikkiaan 140 kappaletta joista 101 jaettiin maanantaina suoraan henkilökunnan postilaatikoihin ja loput vietiin henkilökunnan taukotilaan palautelaatikon viereen. Kampanjan alussa jaettujen palautelomakkeiden toivottiin herättelevän henkilökunnan lukemaan saapuvat sähköpostit. Palautelaatikko vietiin henkilökunnan taukotilaan maanantaina iltapäivällä, jotta vastauksia ei annettaisi liian pian kampanjan alettua, jolloin vastaus ei välttämättä olisi täysin todenmukainen. Palautelaatikon paikka ilmoitettiin kyselylomakkeessa samoin kuin se, mihin asti palautteen voi laatikkoon jättää. Palautteet haettiin ilmoitetun mukaisesti pois perjantaina 20.1 noin kello 13:00. Henkilökunnan palautelomakkeet ja kampanjaviestit olivat ainoastaan suomenkielisiä.

Teemapäivien palautekysely kerättiin tapahtuman yhteydessä 17.–18.1.2012. Palautelaatikko sijaitsi tapahtumapaikan etureunassa, jotta mahdollisimman moni huomaisi sen. Keskiviikkona 18.1 laatikon paikkaa kuitenkin vaihdettiin johtuen osittain siitä, että vierailijoita oli samanaikaisesti useampia. Huomasimme myös edellisenä päivänä saadun palautteen määrän olevan melko vähäistä, joten laatikon paikkaa vaihdettiin siten, että ruokailusta poistuessaan ihmiset huomaisivat laatikon paremmin ja poiketessaan tapahtumassa muistaisivat täyttää lomakkeen. Lisäksi yritimme edellispäivää useammin muistuttaa kävijöitä antamaan palautetta. Tapahtumasta palautetta kerättiin niin suomeksi kuin englanniksikin.

5.3.1 Sähköpostikampanjan palautekyselyn tulokset

Henkilökunnan sähköpostikyselyyn saatiin kokonaisuudessaan 37 vastauslomaketta, joista kolme jouduttiin hylkäämään, koska lomakkeet olivat joko väärin ymmärrettyjä tai täytettyjä. Näin ollen analyysissä käytettiin vain 34 vastauslomaketta. Taustatiedot sekä oman ympäristökiinnostuksen ja -tietoisuuden arvioinnit analysoitiin kaikista hyväksytyistä vastauslomakkeista (n=34). Loppujen vastauskohtien analysoinnissa huomioitiin vain kampanjaviestit lukeneiden vastaukset (n=31).

Vastaajista 76 prosenttia oli naisia ja 24 prosenttia miehiä. Suurin osa vastaajista, 56 prosenttia, kuului ikäväliille 30–50. Alle 30-vuotiaita oli 12 prosenttia ja yli 50-vuotiaita 32 prosenttia. 91 prosenttia kyselyyn vastanneista oli lukenut kampanjan viestit ja 9 prosenttia ei ollut lukenut viestejä.

Taulukosta 4 havaitaan, että suurin osa kampanjaviestit lukeneista, eli 71 prosenttia, koki saaneensa kohtalaisesti uutta tietoa ja 68 prosenttia koki tietoiskujen olleen vähintään melko hyödyllisiä. Ainakin kohtalaisen napakoiksi tietoiskut arvioi 94 prosenttia. Kysymyksiin vastanneista vain 3 prosenttia ei osannut sanoa, oliko saanut uutta tietoa, olivatko tietoiskut hyödyllisiä tai napakoita. Arvioitaessa sitä, että lisäkö kampanja vastaajan omaa kiinnostusta ympäristöasioihin, valtaosa vastauksista sijoittui asteikon keskivälille. Vastaajista 16 prosenttia arvioi, ettei kampanjalla ollut lainkaan vaikutusta, 6 prosenttia vastasi ”En osaa sanoa” ja 3 prosenttia ei vastannut lainkaan.

TAULUKKO 4. Tiedonsaannin, tietoiskujen ja kiinnostuksen lisääntymisen arvioinnit (n=31), 4=Runsaasti/Todella ja 1= Ei/En lainkaan

Arvioi...	4	3	2	1	En osaa sanoa	Ei vastaus-
	%	%	%	%	%	ta
saiko uutta tietoa	29	42	23	3	3	-
tietoiskujen hyödyllisyyttä	23	45	23	6	3	-
tietoiskujen napakkuutta	52	42	3	0	3	-
lisäsikö kampanja kiinnostustasi ympäristöasioihin	6	39	29	16	6	3

Kuten taulukosta 5 ilmenee, 12 prosenttia vastaajista oli vain hieman tai ei lainkaan kiinnostuneita ympäristöasioista. Vastaajat arvioivat ympäristötietoisuustasonsa sijoittuvan pääsääntöisesti asteikon keskivälille. Kaikki vastaajat kokivat omaavansa jonkinlaisen tietoperustan ympäristöasioista.

TAULUKKO 5. Kiinnostus- ja tietoisuustason arviointi (n=34), 4= Suuri ja 1= Vähäinen

Arvioi...	4	3	2	1	En osaa sanoa
	%	%	%	%	%
omaa kiinnostustasi ympäristöasioihin	35	53	9	3	0
omaa ympäristötietouttasi	9	74	18	0	0

Taulukosta 6 nähdään, että mielipide tietoiskujen määrästä jakautui melko tasaisesti kaikille vastausvaihtoehdoille. Vastausten määrä painottui hieman positiivisten vastausten puolelle, eli keskimääräisesti niitä ei koettu olevan liikaa. Viestien aikataulutus koettiin yleisesti hyväksi, mutta 23 prosenttia vastaajista ei osannut arvioida sen merkitystä.

TAULUKKO 6. Sähköpostien määrän ja aikataulun arviointi (n=31), 4=Riittävästi/Hyvä ja 1= Liikaa/Huono

	4	3	2	1	En osaa sanoa
Arvioi...	%	%	%	%	%
tietoiskuspöpostien määrää	26	36	19	16	3
sähköpostien aikataulutusta	32	39	6	0	23

Vapaamuotoisesta palautteesta (liite 15) hieman yli puolet oli positiivista. Ympäristöasioiden koettiin olevan tärkeitä ja kampanjan hyödyllinen. Eräs vastaaja totesi: ”Hyvin toteutettu kampanja! Ajantasaista tiedotusta riittävästi ja muutenkin tosi hyvin tiedotettu koko kampanjasta”. Eräs ei ehtinyt tapahtumaan ajanpuutteen vuoksi, mutta piti sähköpostiviesteistä, joiden avulla hän pääsi kampanjaan osallistumaan. Vastauksista huomasi myös, että kampanja oli herättänyt keskustelua, sillä eräs kommentoi kollegansa sanoneen viestejä ärsyttäväksi. Kampanja sai myös kiitosta ja viestejä keuhuttiin mukaviksi sekä pirteiksi. Viestien vaikuttavuutta vähemmän ympäristövalveteineisiin ihmisiin kuitenkin epäiltiin.

Negatiivisesta avoimesta palautteesta nousi esille kaksi teemaa: sähköpostin koettiin olevan väärä kanava ja kaksi kysymykseen vastanneista koki viestit tuputtamiseksi. Kokonaisuudessaan viidessä kahdeksasta negatiivisesta palautteesta käsiteltiin sähköpostia viestintäkanavana. Vaikka enemmistö kysymykseen vastanneista kokikin asian olevan tärkeä, sähköposti koettiin liian kuormittavaksi viestintävälineeksi. Erään vastaajan mielestä viestejä olisi ollut parempi lähettää vain yksi päivässä. Lisäksi hän koki niiden olevan aika turhia kaiken muun sähköpostipaljouden seassa. Eräs vastaaja koki viestien esitystavat syyllistäväksi.

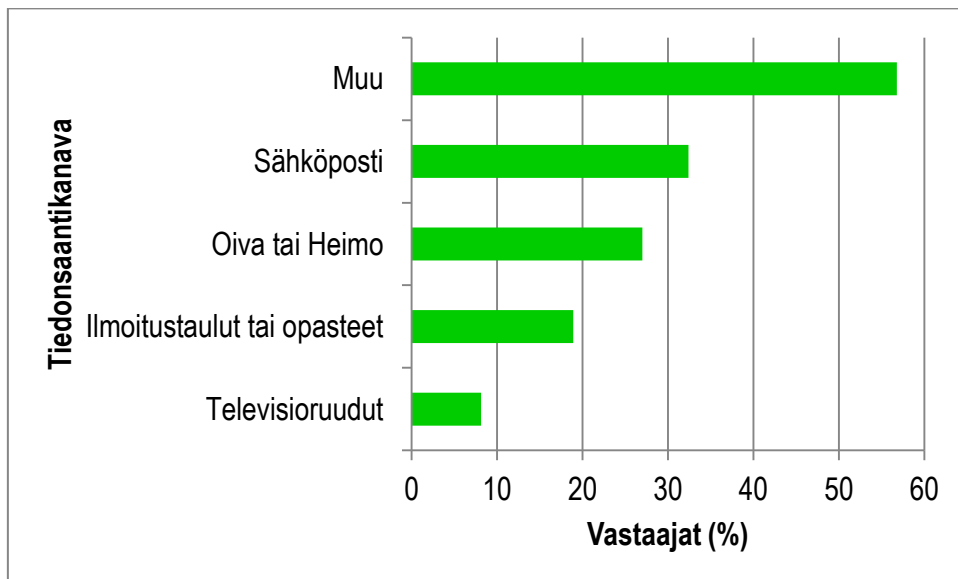
Kaikki, jotka olivat vastanneet siihen, mikseivät he olleet lukeneet viestejä, kertoivat syyksi ajanpuutteen. Palautteesta kävi ilmi, että henkilökunta joutuu priorisoimaan ajankäyttöään. Eräs ajanpuutteeseen vedonneista ehdotti paremmaksi keinoksi muita viestintäkanavia, kuten intranetejä tai ilmoitustauluja.

Vastaajien arvioidessa miten kampanja lisäsi heidän kiinnostustaan ympäristöasioihin ei voida sanoa yhden teeman nousseen esille ylitse muiden. Yleisesti kysymykseen vastanneet kokivat kampanjan herättäneen miettimään asioita ainakin hieman. Vastaajat aikoivat muuttaa käyttäyty-

mistään muun muassa soodan käytön, paperin kulutuksen, lihan ja muun ruuan valinnan sekä sähkönkulutuksen suhteen. Eräs totesi olevansa jo valmiiksi kiinnostunut, joten kampanjaviestit eivät hänen ympäristökiinnostuneisuuteensa juurikaan vaikuttaneet.

5.3.2 Tapahtuman palautekyselyn tulokset

Ympäristötietoisuusteemapäivien palautekyselyyn vastasi 37 henkilöä, joista enemmistö, 62 prosenttia, oli naisia ja loput miehiä. Suurin osa, 89 %, vastaajista oli opiskelijoita, 5 % kuului henkilökuntaan ja loput eivät kokeneet kuuluvansa kumpaankaan luokkaan. Enemmistö vastaajista, 73 %, oli iältään alle 30-vuotiaita. 30–50 -vuotiaita vastaajia oli 19 prosenttia ja yli 50-vuotiaita vain 8 prosenttia. Kuvioista 4 huomataan, että suurin yksittäinen tiedonsaantikanava oli jokin muu kuin viralliset tiedotuskanavat ja televisioruutujen mainos oli tavoittanut vähiten kyselyyn vastanneita. Muualta kuin käytetyistä tiedotuskanavista tiedon saaneet olivat pääsääntöisesti joko huomanneet tapahtuman paikan päällä tai kuulleet siitä tapahtuman järjestäjiltä. Monet vastaajat olivat kuitenkin saaneet tiedon tapahtumasta useammasta kuin yhdestä kanavasta.



KUVIO 4. Tiedonsaanti kanavittain

Taulukosta 7 nähdään, että suurin osa vastaajista koki olevansa kiinnostuneita ympäristöasioista ja vastaajista vain 14 prosenttia ei ollut erityisen kiinnostuneita. Ympäristötietoisiksi itsensä arvioi 84 prosenttia vastaajista. Yleisesti tapahtuman koettiin lisänneen kiinnostusta ympäristöasioihin.

TAULUKKO 7. Kiinnostuksen ja tietoisuuden tilan sekä kiinnostuksen kasvun arviointi (n=37),
4= Suuri/Erinomainen/Todella paljon ja 1= Vähäinen/Todella huono/Ei lainkaan

Arvioi...	4 %	3 %	2 %	1 %	En osaa sanoa %	Ei vastaus- ta %
omaa kiinnostustasi ympäristö- asioihin	51	35	11	3	0	0
omaa ympäristötietoisuuttasi	19	65	11	5	0	0
lisäsikö tapahtuma kiinnostustasi ympäristöasioihin	30	51	11	0	5	3

Taulukkoon 8 koottujen tietojen mukaan vastaajat kokivat vierailijat hyödylliseksi ja asiantunteviksi. Vastaajista 3 prosenttia ei osannut arvioida heidän hyödyllisyyttään ja 6 prosenttia ei osannut arvioida heidän tietämystasoaan.

TAULUKKO 8. Vierailijoiden hyödyllisyyden ja tietämystason arviointi (n=37),
4= Erittäin/Erinomainen ja 1= Ei lainkaan/Todella huono

Arvioi...	4 %	3 %	2 %	1 %	En osaa sanoa %	Ei vasta- usta %
vierailijoilta saamasi tiedon hyö- dyllisyyttä	57	35	3	0	3	3
vierailijoiden tietämystasoa	70	19	3	0	5	3

Taulukosta 9 havaitaan, että tapahtuman käytännön järjestelyt koettiin yleisesti onnistuneiksi. Vastaajista 5 prosenttia piti tiedottamista todella huonona ja 8 prosenttia ei osannut arvioida asiaa. Erityisesti tapahtuman sijaintipaikka koettiin varsin hyväksi.

TAULUKKO 9. Tapahtuman käytännönjärjestelyiden arviointi (n=37), 4=Erinomainen ja 1= Todella huono

	4	3	2	1	En osaa sanoa	Ei vastausta
Arvioi...	%	%	%	%	%	%
tapahtumasta tiedottamista	35	41	5	5	8	5
teemapäivien aikataulua	41	41	14	0	3	3
teemapäivien sijaintipaikkaa	68	27	5	0	0	0

Palautteesta ilmeni myös, että 54 prosenttia vastaajista oli saanut vastaukset kaikkiin pohtimiinsa asioihin, 3 prosenttia vastasi ”En osaa sanoa” ja loput olivat saaneet vastaukset ainakin osaan pohtimistaan asioista. Palautteenantajista 46 prosenttia koki oppineensa runsaasti uutta, 8 prosenttia jätti vastaamatta kysymykseen eikä yksikään vastannut, ettei olisi oppinut lainkaan uutta. Kierrätyspeli arvioitiin hyvin positiivisesti, sillä asteikolla 1–4 se sai vain arvosanoja 3 ja 4 arvon 4 ollessa ”Todella hyvä”. Jopa 81 prosenttia arvioi pelin todella hyväksi.

Tapahtuman avoimesta palautteesta (liite 16) kävi ilmi, että osa palautteen antajista oli saanut tiedon virallisista tiedotuslähteistä, mutta monet myös sattuivat paikalle ohi kulkiessaan. Yleisesti ottaen kierrätyspeli sai positiivista palautetta, vaikka eräs vastaaja kommentoikin pelin olleen ”yllättävän vaikea”. Kaiken kaikkiaan palaute tapahtumasta oli positiivista ja se koettiin hyväksi tavaksi välittää tietoa ympäristöasioista. Myös sähköpostikampanjasta annettiin positiivista palautetta muutamassa lomakkeessa. Eräs koki sähköpostin oikeaksi viestintäkanavaksi, sillä silloin vinkit säilyvät tallessa. Tapahtuma herätti ainakin osan kävijöistä ajattelemaan ympäristöasioita ja niihin vaikuttamista. Vierailijoista pidettiin, mutta harmiteltiin sitä, etteivät kaikki olleet paikalla yhtäaikaisesti. Eräs toivoi myös, että vierailijoille olisi järjestetty erillinen tila esimerkiksi luokkahuone, jossa he olisivat voineet kertoa asioita ilmeisesti enemmän luentotyyppisesti. Osa koki myös taukojen olevan liian lyhyitä, jotta ehtisivät käydä paikalla tapaamassa vierailijoita. Lisäksi toivottiin, että tapahtuma olisi kestänyt useamman päivän.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli Liiketalouden yksikön henkilökunnan ja opiskelijoiden ympäristötietoisuuden lisääminen. Alkuperäisen suunnitelman mukaan tarkoituksena oli suunnitella tapahtuma ja sitä tukeva sähköpostikampanja sekä näiden markkinointi ja lopulta toteuttaa markkinointi ja konkreettinen tapahtuma

Käytännön vaikutuksia on vaikea seurata, mutta palautekyselyiden perusteella vajaa puolet tapahtuman kävijöistä oli oppinut runsaasti uutta eikä yksikään vastaaja kokenut ettei olisi oppinut yhtään uutta. Sähköpostikampanjan palautteen mukaan viestit lukeneista vain 3 prosenttia ei ollut saanut lainkaan uutta tietoa. Näin ollen opinnäytetyön päätavoitteen voidaan katsoa saavutetun, sillä onnistuimme lisäämään osallistujien ympäristötietoisuutta. Lisäksi onnistuimme kasvattamaan kiinnostusta ympäristöasioita kohtaan, sillä tapahtuman kävijöistä 92 prosenttia koki tapahtuman lisänneen heidän kiinnostustaan jossain määrin ja loput 8 prosenttia eivät vastanneet lainkaan tai vastasivat ”En osaa sanoa”. Myös sähköpostikampanjan koettiin pääsääntöisesti lisänneen kiinnostusta viestit lukeneiden keskuudessa, vain 16 prosenttia koki, ettei kampanja lisännyt heidän kiinnostustaan ympäristöasioihin.

On huomioitava, että kyselyyn vastanneiden prosentuaalinen osuus koko yksikön henkilömäärästä on hyvin pieni. Tapahtumaan osallistuneet henkilöt olivatkin pääsääntöisesti melko kiinnostuneita ja tietoisia ympäristöasioista jo valmiiksi. Sähköpostikampanjan palautteen mukaan tietoisuus ei ollut aivan niin korkealla tasolla kuin tapahtumaan osallistuneilla, mutta kiinnostuneisuus oli lähestulkoon samaa luokkaa.

Näin ollen voidaan sanoa, että vaikka onnistuimmekin lisäämään tietoisuutta opinnäytetyöprojektimme avulla, emme välttämättä tavoittaneet niitä henkilöitä, joilla ympäristöasioissa olisi eniten opittavaa. Toisin sanoen tavoitimme enimmäkseen aktiivisia ympäristönsuojelijoita ja jonkin verran epäilijöitä, mutta valittajat ja tavalliset tallaajat jäivät pääsääntöisesti projektimme ulkopuolelle. Toisaalta, vastausprosentin mataluuden vuoksi on myös mahdollista, etteivät nämä vähemmän aktiiviset ryhmät vain ole vastanneet palautekyselyihin. Vaikka emme onnistuneetkaan tavoittamaan koko kohderyhmäämme, kykenimme kuitenkin antamaan kävijöille jonkin verran uutta tietoa ja mietittävää.

Koska suurin osa ”Tiesitkö, että...”-kampanjan palautekyselyyn negatiivista avointa palautetta antaneista koki sähköpostin olevan väärä kanava muun muassa sen kuormittavuuden vuoksi, tulisi vastaavanlaisen kampanjan käytännön toteuttamista pohtia tarkemmin. Koska mielipiteet sähköpostien määrästä jakautuivat melko tasaisesti, tulisi viestien päiväkohtainen määrä arvioida uudelleen. Vastaajista 91 prosenttia kuitenkin koki tietoiskut ainakin jossain määrin hyödyllisiksi ja 94 prosenttia vastaajista koki tietoiskut vähintään napakoiksi. Näin ollen voidaan päätellä, ettei sähköpostikampanja ollut merkityksetön eikä rönsyilevä.

Kierrätyspelin ideana oli todenmukaisesti lajitella jätteet oikeisiin kierrätyslaatikoihin ja tämän jälkeen järjestäjät tarkistivat ja siirsivät virheellisesti lajitellut jätteet oikeille paikoilleen samalla selittäen syyn. Valtaosa tapahtuman kävijöistä pelasi peliä ja tapahtumasta saadussa palautteessa se arvioitiin hyvin positiivisesti. Näin ollen pelin voidaan todeta olleen onnistunut konkreettinen oppimiskeino.

Tapahtumassa paikalla olleilta vierailijoilta saatu tieto ja heidän tietämystasonsa koettiin yleisesti hyväksi, vaikka muutamat vastasivatkin ”En osaa sanoa” tai jättivät kohdat tyhjiksi. Avoimessa palautteessa ehdotettiin myös, että vierailijoille voisi järjestää erillisen tilan. Lisäksi ehdotettiin, että tapahtuma voisi olla pitempikestoinen. Kävijämäärien perustella tapahtuman pidentäminen tai vierailijoiden sijoittaminen erilliseen tilaan ei välttämättä ole järkevää.

Tapahtumasta tiedottaminen koettiin yleisesti hyväksi. Osallistujat olivat saaneet tietoa useammista virallisista kanavista, joista suurin yksittäinen oli sähköposti. Mikäli huomioidaan myös muut kuin viralliset markkinointikanavat, suurimmiksi tiedonsaantikanaviksi nousevat järjestäjien kehokutukset tutuille ja tutuntutuille sekä tapahtuman huomaaminen paikan päällä. Tiedottamisen lisäksi myös muut käytännönjärjestelyt koettiin onnistuneiksi, joten myös tulevaisuudessa tapahtuma voidaan toteuttaa samassa tilassa ja samankaltaisella aikataululla.

Yhteenvetona voidaan todeta, että Ympäristötietoisuusteemapäivistä saadun positiivisen palautteen perusteella niiden vakiinnuttaminen vuosittaiseksi tapahtumaksi voisi olla mielekäs tapa ympäristötietoisuuden kasvattamiseen. Sähköpostikampanjan uudelleentoteuttamista varten nousi palautteesta esille muutamia kehittämiskohteita, kuitenkin se sai enemmän positiivista kuin negatiivista palautetta. Näin ollen kampanjan toteuttaminen uudelleen muutamien muutosten jälkeen voisi olla kannattavaa, mutta kampanjan toistaminen samalla lailla ei välttämättä olisi järkevin vaihtoehto.

7 POHDINTA JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää Oulun seudun ammattikorkeakoulun Liiketalouden yksikön henkilökunnan ja opiskelijoiden ympäristötietoisuutta. Keinoiksi valittiin teemapäivätapahtuma ja sitä tukeva viestintäkampanja, joiden suunnittelu-, markkinointi- ja toteutusprosesseista opinnäytetyöprojekti koostui. Alkuperäisessä projektisuunnitelmassa onnistuttiin pysymään. Projektin päätavoite saavutettiin, sillä onnistuimme lisäämään palautekyselyyn vastanneiden ympäristötietoisuutta ainakin jossain määrin. Lisäksi tapahtuman ja kampanjan käytännön järjestelyt olivat pääsääntöisesti onnistuneet. Palautekyselyiden perusteella voimme siis todeta tapahtuman ja kampanjan olleen onnistuneita, sikäli kun tällaisen tilaisuuden onnistumista voidaan mitata.

Aloittaessamme opinnäytetyötämme, meillä ei ollut vertailukohtaa aikaisemmista ympäristötapahtumista yksikössämme. Ideoimme siis paljon ihan tyhjästä ja opimme paljon projektin aikana. Pohtiessamme aikaansaannostamme huomasimme myös useita kehitysehdotuksia, joista toivomme olevan apua, mikäli vastaavanlainen kampanja halutaan järjestää uudelleen esimerkiksi projektityönä. Koska seuraavilla järjestäjillä on jo jonkinlainen pohjatyö tehtynä, heillä todennäköisesti on hieman enemmän resursseja palautteen keräämiseen. Toisaalta meistä oli hienoa, että saimme aloittaa puhtaalta pöydältä, sillä se mahdollisti persoonallisen ja itsemme näköisen projektin toteuttamisen. Tapahtumassa tahdoimme painottaa erityisesti osallistuttamista ja konkreettisuutta eli tekemällä oppimista. Lisäksi halusimme huomioida yksikkömme vieraskieliset opiskelijat viestinnässämme. Nämä seikat olivat työmme selkeitä ansioita. Tapahtuma dokumentoitiin valokuvin (liite 17) muistoksi, mutta myös ohjeeksi ja avuksi seuraavaa toteutuskertaa varten.

Valitsemamme aihe kiinnosti meitä molempia, minkä vuoksi projektin toteuttaminen oli mielekästä. Työskentelyn innostavuus helpotti myös aikataulussa pysymistä. Opinnäytetyön toteuttamistaivat yhdistivät molempien työntekijöiden vahvuudet, sillä Jennillä oli jonkin verran kokemusta tapahtuman järjestämisestä ja Jennalla enemmän tietotaitoa markkinoinnin puolelta. Näin ollen saimme molemmat oppia uutta, mutta myös tukea toistemme osaamis pohjasta.

Opinnäytetyön aikataulu oli melko tiukka, mutta siinä kuitenkin onnistuttiin pysymään. Tämä vaati kurinalaisuutta ja sitoutumista molemmilta opinnäytetyön tekijöiltä. Osaltaan aikataulussa pysyminen oli myös ohjaavan opettajan ymmärtäväisyyden ansiota. Käytännön toteuttamistoimenpiteitä pohdittiin huolella, jotta välttyttäisiin epähuomiossa tehtäviltä virheiltä. Tarkat mietinnät tuottivat

tulosta, sillä tapahtuman käytännönjärjestelyt menivät lähestulkoon kaikilta osin suunnitelman mukaisesti. Ensimmäisen päivän tekniset ongelmat johtuivat siitä, että vaikka olimme tarkistaneet tietokoneen ja televisionäytön liitettävyyden sekä toimivuuden, emme olleet erikseen kokeilleet PowerPoint-esityksen toimintaa, joka sitten ei sujunutkaan aivan niin helposti. Toisen päivän käytännön kömmähdyks sattui, kun päästimme toisen vierailijostamme kahville heti hänen saapessaan. Tämä ei ollut viisasta, sillä hänen olimme mainostaneet hänen olevan paikalla tiettyyn aikaan, jolloin häntä myös tultiin kysymään. Kävijöiden motivoimiseksi olisi voinut olla kannattavampaa hankkia karkkien sijasta tai lisäksi hieman arvokkaampia lahjoja, kuten kyniä tai heijastimia. Mainoslahjoja olisimme voineet pyytää myös tapahtuman vierailijoilta. Lisäksi olisi voinut olla houkuttelevampaa pitää karkit tapahtuma-alueen reunalla, jolloin ohikulkijat olisivat helpommin pysähtyneet paikalle ja olleet täten helpommin houkuteltavissa osallistumaan tapahtumaan.

Yleisesti ottaen vierailijat koettiin hyödyllisiksi, vaikka heidän kanssaan keskusteltiinkin valitettavan vähän. Osittain tämä saattoi johtua heidän oma-aloitteisuustasostaan, mutta muita syitä olivat todennäköisesti myös esittelypisteiden sijainti ja tapahtuman aihealue. Vierailijat oli sijoitettu lähelle ruokalan uloskäyntiä, mutta ei niin lähelle jonon muodostumispaikkaa, että opiskelijat olisivat voineet helposti jutella heidän kanssaan jonottaessaan. Toisaalta, mikäli heidät olisi sijoitettu keskeisemmälle paikalle, olisi aulan kulku voinut tukkeutua. Esittelypisteiden sijainti ei myöskään antanut mahdollisuutta kovin intiimeihin jutustelu-aiheisiin. Ympäristötietoisuus aihealueena saattaa myös olla hieman arkaluontoinen eivätkä kaikki välttämättä halua ”ekohopin” leimaa otsaansa ja eivät siksi uskalla tulla julkisesti juttelemaan asiantuntijoiden kanssa. Ratkaisuna tähän ongelmaan voisi olla esimerkiksi erillinen huone, jossa vierailijat voisivat pitää luentotyypistä esitelmää, johon olisi sisällytetty avoimen keskustelun mahdollisuus. Tämänäyttöinen ratkaisu saattaa kuitenkin nostaa osallistumiskynnystä, jolloin vaarana on, että tavoitettaisiin vain jo valmiiksi aktiivisia ympäristöihmisiä. Vaihtoehtoisesti voitaisiin toteuttaa molemmat ideat siten, että tapahtuma sulkeutuisi hieman aiemmin, esimerkiksi kello 14.00 jolloin alkaisi vierailijoiden luennot erillisessä tilassa. Mikäli vastaavanlainen tapahtuma järjestetään uudelleen, olisi aiheellista miettiä tarkemmin vierailijoiden sijoittamista, hyödyllisyyttä ja määrää.

Olimme pyytäneet vierailijoita välttämään turhan paperiroskan syntymistä minimoimalla esitemateriaalien määrän, mutta roskaa kuitenkin syntyi. Tämä saattoi johtua siitä, ettemme tarpeeksi painottaneet asiaa alun perin sekä siitä, ettemme osanneet arvioida loppupäivän materiaalien menekkiä. Toisena tapahtumapäivänä saimme palautetta enemmän kuin ensimmäisenä päivänä.

Tähän saattoi vaikuttaa palautelaatikon parempi sijainti ja sekä se, että muistimme paremmin kehottaa kävijöitä täyttämään lomakkeita.

Palautekyselylomakkeita analysoidessamme huomasimme, että meidän olisi kannattanut käyttää ne ohjausseminaariyleisön lisäksi tilastollisen opettajan tarkastettavana ennen käyttöönottoa. Testasimme lomakkeet kyllä muutamilla henkilöillä, jotta saimme selville, miten he ymmärtävät kysymykset, mutta analysoinnin sekä raportoinnin helpottamiseksi olisi kaikkien vaihtoehtokysymysten arviointiasteikot kannattanut määritellä samalla lailla ja nimetä asteikon väliarvot.

Opiskelijoiden sähköpostikampanjasta saatujen negatiivisten palautteiden suuri määrä suhteessa positiivisiin saattaa osaltaan johtua siitä, että viesteistä ilahtuneet eivät todennäköisesti lähetä kiitosviestejä, mutta tyytymättömät ilmaisevat kantansa välillä kärkkäästikin. Olimme kuitenkin varautuneet negatiiviseen palautteeseen etukäteen. Tällä kertaa sähköpostitse tulleisiin palautteisiin vastattiin, mutta jatkossa kannattaa miettiä, onko se tarpeellista. Positiivista palautetta saimme suullisesti sekä tapahtuman aikana että sen jälkeen. Tulevaisuudessa kannattaa miettiä myös, että tulisiko opiskelijoillekin järjestää palautteenantokanava sähköpostikampanjasta. Opiskelijoille ei lähetetty ennakkotiedotusta kampanjasta, kuten henkilökunnalle annettiin. Tiedotteen antaminen etukäteen olisi saattanut vähentää negatiivisen palautteen määrää, sillä silloin vastaanottajat olisivat valmistautuneet saamaan viestejä ja osanneet reagoida niihin paremmin. Saman olisi saattanut tehdä lyhyt informaatioteksti tapahtumasta ja kampanjasta jokaisen viestin lopussa. Henkilökunnan palautteesta ilmi käynyt viestien kokeminen syyllistäviksi taas saattoi johtua siitä, että sähköpostia saatetaan pitää hyvin henkilökohtaisena, jolloin sitä kautta saadut vinkit ekotehokkaammasta toiminnasta koetaan helpommin hyökkäykseksi omaa egoa kohtaan.

Osa koki sähköpostin vääräksi viestintäkanavaksi, mutta niissä olleet tietoiskut hyödyllisiksi ja napakoiksi. Paremmiksi kanaviksi ehdotettiin intranetejä Heimoa ja Oivaa tai ilmoitustauluja. Osa koki sähköpostimarkkinoinnin tehottomaksi ja osa tuputtamiseksi. Kuitenkin sähköposti on eniten seurattu viestintäkanava, minkä vuoksi se on myös tehokas. Toisaalta, jos otetaan huomioon se, että viesteistä tehdään lyhyitä ja ytimekkäitä sekä otsikoidaan ne johdonmukaisesti, jolloin ne on helppo halutessaan poistaa, ne myös herättävät kiinnostusta ja saavat positiivistakin palautetta. Opiskelijoiden kampanjaviestien otsikoista kävi ilmi, monesko viesti oli kyseessä ja montako viestiä on kaiken kaikkiaan tulossa. Samaa käytäntöä olisi ollut hyvä noudattaa myös henkilökunnan viesteissä. Edellä mainittujen seikkojen lisäksi sähköpostiviestien määrää ja lähetystiehyttä tulisi

mieltä uudelleen ennen mahdollista seuraavaa kampanjaa. Esimerkiksi 2 viestiä päivässä viiden päivän ajan voisi olla parempi vaihtoehto.

Kierrätyspelin suosion perusteella mahdollisissa tulevissa ympäristötapahtumissa kannattaa ehdottomasti käyttää myös jotain konkreettista havainnollistamis- ja oppimismenetelmää, ellei sitten jopa samaa ideaa. Pelin haasteellisuuden vuoksi, sen palkinto olisi voinut olla jokin karkkia arvokkaampi, esimerkiksi kuukauden bussilippu. Suurempi palkinto tai rahallisen säästön ymmärtäminen voi motivoida heitäkin, jotka ovat vähemmän kiinnostuneita ympäristöasioista. Kierrätyspeliä kannattaa käyttää myös muissa tapahtumissa, joihin se ideologialtaan voisi soveltua. Pelin voisi myös muuttaa sähköiseen muotoon esimerkiksi opinnäytetyönä, kuten eräs opettaja tapahtumassa mainitsikin. Samalla idealla voisi ideoida myös esimerkiksi rahansäästöpelin, jossa havainnollistettaisiin arkielämän eri valintojen taloudellisia vaikutuksia vaikkapa vuositasolla. Nämä vaihtoehdot voisivat olla muun muassa kylpy, suihku ja suihku, jossa hana suljetaan saippuoinnin ajaksi. Tällaisiin peleihin voisi olla linkki intraneteissa aina, mutta ympäristötietoisuus-kampanjoiden aikana se olisi vain näkyvämmän esillä.

Tapahtumasta olisi kannattanut tiedottaa jo ennen joulua ja muistuttaa vielä välittömästi joululoman jälkeen. Aikaisempi tiedottaminen olisi voinut mahdollistaa tapahtumaan osallistumisen esimerkiksi Raahen toimipisteen väelle sekä helpottaa opettajien tuntuunittelua siten, että hekin olisivat päässeet paremmin osallistumaan. Mikäli tapahtumasta muodostuu perinne, on kaikkien osapuolten helpompi suunnitella aikataulunsa niin, että he pääsevät paikalle. Tammikuu on tapahtuman ajankohdaksi hieman hankala, sillä sitä ennen on pitkä loma, vuodenvaihe, tenttikausi ja kokeiden korjaamisurakat. Toisaalta tammikuun jälkimmäisellä puoliskolla Liiketalouden yksikössä ei ole juurikaan muita tapahtumia. Lisäksi tammikuu on usein muutosten ja parannusten aikaa ihmisten elämässä. Tammikuuta lukuun ottamatta syys- ja kevätlukukausina on paljon muuta ohjelmaa, joten valitsemamme ajankohta oli paras mahdollisimman suuren osanottajajoukon saavuttamiseksi.

Jatkuvana ympäristötietoisuuden lisäämiskanavana voitaisiin hyödyntää tehokkaammin Oulun seudun ammattikorkeakoulun ympäristöasioiden maskottia, Ykä-koiraa. Se voisi antaa esimerkiksi kuukausittaisia "Tiesitkö, että..." -sähköpostikampanjan tietoiskujen tapaisia käytännönläheisiä ympäristövinkkejä arjen pieniin valintoihin. Tätä ennen Ykä-koiran näkyvyyttä tulisi kuitenkin ehdottomasti parantaa esimerkiksi perustamalla sille näkyvään paikkaan intranetin etusivulle oma osio, kuten Laatuileipurillakin on. Linkistä pääsisi Ykän ajankohtaiseen ympäristövinkkiin, joka

voisi esimerkiksi helmikuussa olla ohje omatekoisen saippuan valmistamisesta ystävänpäivälahjaksi. Joulukuun ohje taas voisi koskea vaikkapa lahjapaperien hävittämistä ja esitellä paremman vaihtoehdon, värjäämättömän voimapaperin. Vanhatkin vinkit tulisi toki löytyä arkistosta, mutta uusimman tulisi olla aina heti näkyvillä intranetin etusivulla. Parhaiten ohjeet varmastikin tulevat noudatetuiksi, kun ne ovat helppoja ja yksinkertaisia toteuttaa. Lisämotivaatiota etenkin opiskelijoille ja vähemmän ympäristöasioista kiinnostuneille antaa myös rahallisen säästön painottaminen. Esimerkiksi voitaisiin tuoda esille, että kuinka paljon voi säästää vuositasolla, kun suihkussa sulkee hanan saippuoinnin ajaksi tai sammuttaa tietokoneen tai television virransäästötilan yön ajaksi. Ykä voisi myös tiedottaa ympäristöaiheisista tapahtumista kuten Earth Hour -ilmastotempauksesta ja Älä osta mitään -päivästä. Koska opiskelijoita ja henkilökuntaa on tärkeää muistuttaa siitä, että ympäristöystävällisesti toimiminen ei ole vaikeaa, vaan päinvastoin se on usein edullista, helppoa, hauskaa ja mahdollistaa luovuuden käyttämisen arkielämässä, on hauska Ykä-koira loistava väline ympäristötiedottamiseen, kunhan se saadaan paremmin näkyville.

Vihreät arvot ovat jo jossain määrin osana jokaisen yrityksen ja oppilaitoksen toimintaa, mutta arvojen syvempi tiedostaminen ja ymmärtäminen voi silti auttaa varsinkin nykyisessä taloustilanteessa, jossa voidaan joutua säästämään erinäisin toimenpitein. Liiketalouden yksikön kannattaisi hyödyntää yritteliästä opiskelijakuntaansa ekotehokkaiden toimintatapojen ja liikeideoiden kehityksessä, sillä ympäristötietoisuutta voidaan pitää kilpailuvalttina monella toimialalla. Voidaankin ajatella, että Liiketalouden yksikössä tuotettavat tuotteet ovat periaatteessa valmistuneet opiskelijat. Yksikön näkökulmasta on tärkeää, että valmistuneet opiskelijat työllistyisivät mahdollisimman hyvin ja sen vuoksi olisikin hyvä saada opiskelijat erottumaan muista oppilaitoksista valmistuvista tradenomeista esimerkiksi kestävän kehityksen tietotaidolla. Tämän onnistumiseksi olisi Liiketalouden yksikön kuitenkin ensin läpivalaistava ekotehokkuustilansa ja selvitetävä mitä jo tehdään hyvin ja missä vielä on parannettavaa.

LÄHTEET

Antila, K. 2010. Kaikki Toimialat ovat vihreitä : Pienennä päästöjä – paranna tulosta. Helsinki: Talentum.

Asikainen, H-M.2006. Toimiston ympäristöasiat. Teoksessa S. Sarkkinen (toim.). Ympäristövastuu työpaikalla. Helsinki: Edita, 10-117.

Auvinen, K. 2006.Päästöistä säästöihin: Valoja ja laitteita sammuttelemalla sähkönkulutus laskuun – OP Pankki Oyj Itäkeskus. Teoksessa S. Sarkkinen (toim.). Ympäristövastuu työpaikalla. Helsinki: Edita, 39.

Delgado, C. 2003. Rising Consumption of Meat and Milk in Developing Countries Has Created a New Food Revolution. Hakupäivä 9.1.2012 <http://jn.nutrition.org/content/133/11/3907S.full>.

Hakala, H. & Välimäki, J. 2003. Ympäristön tila ja suojele Suomessa. Helsinki: Gaudeamus.

Hartikainen, H., Jalkanen, L., Katajajuuri, J-M., Koivupuro, H-K., Reinikainen, A. & Silvennoinen, K. 2011. Kotitaloudet tuhlaavat ruokaa yli 100 miljoonaa kiloa vuodessa. Maaseudun tulevaisuus. Maaseudun Tiede liite 3/2011. Hakupäivä 25.12.2011 http://issuu.com/mttelo/docs/maaseudun_tiede_3-2011?mode=window&viewMode=dou.

Hautaniemi, H. 2011. Hiilijalanjälki tutuksi. Hakupäivä 31.1.2012 http://fff.utu.fi/ajankohtaista/20111123_hiilijalanjalki_materiaalit.html.

Hitchcock, D. & Willard, M. 2007. The business guide to sustainability: Practical strategies and tools for organizations. London: Earthscan.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Iisalmi: Suomen Liikunta ja Urheilu ry.

Ilmasto.org. 2012a. Kasvihuonekaasut. Hakupäivä 5.1.2012 <http://www.ilmasto.org/ilmastonmuutos/perusteet/kasvihuonekaasut.html>.

Ilmasto.org. 2012b. Muut kaasut. Hakupäivä 5.1.2012
<http://www.ilmasto.org/ilmastonmuutos/perusteet/kasvihuonekaasut.html>.

Ilmasto-opas. 2012 Vesivarat. Hakupäivä 2.1.2012 <http://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/vaikutukset/-/artikkeli/6a78296c-680d-46d5-870a-df89ec37dfab/vesivarat.html>.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Van-
taa: WSOY.

Kuopion kaupunki. 2010. Kuinka ehkäisen jätteen syntyä. Hakupäivä 25.12.2011
<http://www.kuopio.fi/web/ymparisto/kuinka-ehkaisen-jatteen-syntya>.

Lauslahti, A. 2012. Elintarvikkeiden hiilijalanjälki: ovatko ymmärretyt mittasuhteet oikeat? Case:
lihatuotteet. Hakupäivä: 2.1.2012
<http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=101095&lan=fi>.

Oulun seudun ammattikorkeakoulu. 2011. Liiketalouden yksikön ympäristötiedote syksy 2011.
Hakupäivä 11.1.2012. <http://www.oamk.fi/toolbox/fileuploads/ymparistotiedotesyksy2011.docx>.

MTV 3. 2011. Kaupoista heitetään ruokaa roskeen vuosittain yli 65 miljoonaa kiloa. Hakupäivä
25.12.2011 <http://www.mtv3.fi/uutiset/kotimaa.shtml/2011/07/1355505/kaupoista-heitetaan-ruokaa-roskeen-vuosittain-yli-65-miljoonaa-kiloa>.

Muovikassi kiertoon. 2012a. Muovin kierrätyksestä kerättyjä kysymyksiä. Hakupäivä 1.1.2012
<http://www.muovikassikiertoon.fi/useinkysyttya>.

Muovikassi kiertoon. 2012b. Kierrätyspisteet. Hakupäivä 1.1.2012
<http://www.muovikassikiertoon.fi/kierratyspisteet?action=s&arr%5Bcity%5D=Oulu>.

Muoviteollisuus ry. 2012. Usein kysytyt kysymykset. Ympäristöasiat. Hakupäivä 1.1.2012
http://www.muoviteollisuus.fi/fin/usein_kysyttya/?Cat=2.

OECD. 2011a. OECD Factbook 2011-2012: Economic, Environmental and Social Statistics. Hakupäivä 12.1.2012 <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/fulltext/3011041ec078.pdf?expires=1328696977&id=id&accname=freeContent&checksum=9AEE9D47D4B6E0FBEDBDE7A0D4CB45EC>.

OECD. 2011b. OECD Factbook 2011-2012: Economic, Environmental and Social Statistics. Hakupäivä 12.1.2012 <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/fulltext/3011041ec076.pdf?expires=1328697126&id=id&accname=freeContent&checksum=BFBE1E2729FD24B0BECA7687D77C3872>.

OECD. 2011c. OECD Factbook 2011-2012: Economic, Environmental and Social Statistics. Hakupäivä 12.1.2012 <http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/fulltext/3011041ec009.pdf?expires=1328697265&id=id&accname=freeContent&checksum=A46784A718B45D7E40805D6B7E9FB31F>.

Ottman, J. 1994. Green marketing : Challenges & opportunities for the new marketing age. Lincolnwood (IL): NTC Business Books.

Oulun jätehuolto. 2011. Jäteopas 2011.

Stenlund, H. 2001. Projektijohtamisen perusteet. Espoo: Promanet Oy.

StoneE Productions. 1996. Native American Quote's. Hakupäivä 14.12.2011 <http://www.ilhawaii.net/~stony/quotes.html>.

Suomen luonnonsuojeluliitto. 2012. Ruoka. Hakupäivä 9.1.2012 <http://www.sll.fi/luontojaymparisto/kestava/kulutusjatuotanto/ekoarkiopas/ekoarki02>.

Tilastokeskus. 2008. Ruokajäte rasittaa ympäristöä enemmän kuin pakkaukset. Hakupäivä 25.12.2011 http://www.stat.fi/artikkelit/2008/art_2008-04-09_004.html?s=3.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

Valtion ympäristöhallinto. 2011a. Suomen vesivarat. Hakupäivä 2.1.2012
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=6611&lan=fi>.

Valtion ympäristöhallinto. 2011b. Vedenkulutus. Hakupäivä 2.1.2011
<http://www.environment.fi/default.asp?node=18889&lan=fi>.

Valtion ympäristöhallinto. 2011c. Ympäristömerkit. Hakupäivä 27.12.2011
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=182582>.

Valtioneuvosto. 2008. Pitkän aikavälin ilmasto- ja energiastrategia. Valtioneuvoston selonteko eduskunnalle 6. päivänä marraskuuta 2008. Hakupäivä 11.1.2012
http://www.tem.fi/files/20585/Selontekoehdotus_311008.pdf.

Ympäristöhallinnon VELVET-tietojärjestelmä. 2008. Vedenkulutus. Hakupäivä 2.1.2012
<http://www.environment.fi/download.asp?contentid=50449&lan=fi>.

LIITTEET

- Liite 1: "Tiesitkö, että..." -sähköpostikampanja
- Liite 2: Kierrätyspeli
- Liite 3: Tapahtumaopasteet
- Liite 4: WWF:n julisteet
- Liite 5: Kartat julisteiden ja opasteiden sijainnista
- Liite 6: Tiedotteet intraneteihin
- Liite 7: Televisioruutujen mainokset
- Liite 8: Sähköpostikampanjan esitiedote henkilökunnalle
- Liite 9: Muistutussähköpostit
- Liite 10: Nimikyltit
- Liite 11: Kiitosviesti vierailijoille
- Liite 12: Sähköpostikampanjan palautekysely
- Liite 13: Tapahtuman palautekysely
- Liite 14: Tapahtuman palautekysely englanniksi
- Liite 15: Sähköpostikampanjan vapaamuotoinen palaute
- Liite 16: Tapahtuman avoin palaute
- Liite 17: Kuvia tapahtumasta

Otsikko henkilöstön viesteissä: Tiesitkö, että...

Otsikko opiskelijoiden viesteissä: Tiesitkö, että... 1/9-9/9

Maanantai 16.1.

Noin klo 8.00 (aamun ensimmäinen)

Tiesitkö, että et tarvitse kalliita erikoispuhdistusaineita pitääksesi kotisi puhtaana? Vahvat kemialliset ja desinfioivat aineet voivat olla kotikäytössä jopa haitallisia^{1&3}. Kotisiivoamiseen tarvitset vain saippuaa (esimerkiksi mäntysuopaa), tiskiainetta, etikkaa² ja ruokasoodaa¹³. Jääkaapin tai mikron raikastaminen taas onnistuu muun muassa sitruunamehulla tai tuoreilla hedelmäviipaleilla³. Siivousinnokkuudestasi riippuen voit säästää jopa 100 euroa vuodessa, kun jätät kemialliset erikoispuhdistusaineet ostamatta!²

Alla olevasta linkistä löydät muutamia vinkkejä taloudellisempaan ja ekologisempaan siivoukseen: http://www.martat.fi/neuvot_arkeen/siivous/siivousaineet/isoaidin-vinkit/ Tai tule kysymään niksejä paikan päältä: Martat Ympäristöpäivillä huomenna tiistaina klo 12.30-14.30!

Did you know that you don't need expensive special cleaning liquids to keep your home clean? In fact, strong chemical disinfectant cleansers can even be harmful in everyday use. Basically, you just need soap, dishwashing liquid, vinegar, and baking soda. Fridge and microwave oven can be refreshed with some lemon juice or fresh fruit slices. Depending on how often you clean your home, you can save even 100 euro per year by leaving the toxic cleaning liquids to the shop!

Here you can find some tips for more economical and greener cleaning:

<http://housekeeping.about.com/od/environment/a/vinbaklemons.htm> You can also come to ask hints personally from the Marthas, who will be available for discussion on the Environmental Awareness Event on Tuesday at 12.30-14.30 o'clock!

Noin klo 10.30 (lounasaika)

Tiesitkö, että paperin heittäminen sekajätteeseen tuottaa viisi kertaa enemmän päästöjä kuin sen tuottaminen alun perin⁴ ja että kilo paperia tai tekstiiliä kaatopaikalla vastaa 18 kilometriä autolla ajoa⁵? Oivia tapoja paperin säästämiseen ovat esimerkiksi e-laskut ja suoraveloitussopimukset.

Piipahda Ympäristöteemapäiville 17.1.-18.1. kuulemaan lisää mielenkiintoisia faktoja!

Did you know that throwing paper into the unsorted waste causes five times more emissions than the paper production process itself? One kilo of paper or cloth at the landfill is as much polluting as driving 18 kilometers by car. Electronic invoices and direct debiting are great ways to reduce the usage of paper.

Pop in to the Environmental Awareness Event 17.1.-18.1. to hear more interesting facts!

Noin klo 13.30 (kahvitauko)

Tiesitkö, että astioiden huuhtelu ennen niiden laittamista tiskikoneeseen kuluttaa enemmän vettä kuin astianpesukoneen pesuohjelma?⁶ Ruuantähteiden kaapiminen biojätteeseen on huuhtelua energiatehokkaampaa ja tuottaa vähemmän jätevettä.

Huomenna ympäristöteemapäivillä ovat vieraina jäteveden puhdistamisen asiantuntija sekä Mar-tat, tervetuloa!

Did you know that rinsing dishes before putting them into the dishwasher consumes more water than the washing program itself? Scooping the leftovers to the bio waste is more energy efficient and causes less water wasting.

Tomorrow's guests at the Environmental Awareness Event are the specialists in wastewater treatment and the Marthas. Welcome!

Tiistai 17.1.

Noin klo 8.00 (aamun ensimmäinen)

Tiesitkö, että erilliskerätyistä jätteistä vain kuutta prosenttia ei pystytä hyödyntämään materiaalina tai energiana?⁷ Jätteiden lajittelu ei siis ole lainkaan turhaa! Esimerkiksi, kun keskimääräinen nelihenkinen kotitalous lajittelee jätteensä, se voi vähentää hiilidioksidipäästöjään yhtä paljon kuin vähentämällä yksityisautoiluaan melkein 11 000 kilometriä vuodessa?⁸

Muistithan, että Ympäristöteemapäivätapahtuma alkaa tänään ruokalan aulassa, tervetuloa! Tule myös testaamaan lajittelutaitosi Kierrätyspelin avulla!

Did you know that only six percent of sorted waste can't be reused as material or energy? Therefore recycling isn't pointless at all! For example, when an average household consisting of four members sorts their litter, the carbon dioxide emissions they produce in a year decreases as much as if they would reduce driving the car by 11 000 kilometers per year.

Just to remind you, the Environmental Awareness Event begins today in the lobby in front of the restaurant! Come and test your skills in the Recycling Game!

Noin klo 10.30 (lounasaika)

Tiesitkö, että naudanlihan syöminen aiheuttaa noin kolminkertaisen määrän päästöjä porsaanlihaan verrattuna ja kanalihaan nähden nelinkertaisen määrän? Kasvisruokailu taas tuottaa noin 36 % pienemmän hiilijalanjäljen kuin lihansyönti yleensä.⁹

Miltä kuulostaisi naudanlihan vaihtaminen porsaan- tai kanalihaan muutaman kerran viikossa? Entä kasvisruoan kokeileminen silloin tällöin? Se onnistuu helposti esimerkiksi Ravintola Wallussa, jossa tänään on listan mukaan tarjolla pinaattikeittoa ja chili sin carnea.

Mikäli haluat kokeilla kasvisruokia kotona, tässä muutama oivallinen resepti tuttujen ruokien kasvisversioihin:

Pinaattiletut: <http://www.hellapoliisi.fi/reseptit/reseptit/kasvisruoat/pinaattiletut.php>

Kasvislasagne: <http://www.hellapoliisi.fi/reseptit/reseptit/kasvisruoat/kasvislasagne.php>

Ruisburgeri kasvispihvillä: <http://www.ruokala.net/resepti/kasvispihvit-ruisburgerin-valissa-ja-vihannestsatsiki>

Did you know that consuming beef causes about three times more emissions compared to pork and four times more compared to chicken? Eating vegetarian food is 36 percent less harmful for the environment comparing to the harm caused when eating meat.

How about changing beef for pork or chicken few times a week? What about trying vegetarian meals every now and then? This is easy at the student restaurant Wallu. Today's vegetarian options are spinach soup and chili sin carne.

If you wish to try vegetarian food at home, here are some recipes, which are well worth to try:

Basil Goat Cheese Pizza: <http://allrecipes.com/recipe/basil-goat-cheese-pizza/detail.aspx>

Hearty Vegetable Lasagna: <http://allrecipes.com/recipe/hearty-vegetable-lasagna/detail.aspx>

All-Star Veggie Burger: <http://allrecipes.com/recipe/all-star-veggie-burger/detail.aspx>

Noin klo 13.30 (kahvitauko)

Tiesitkö, että erilliskerätyn biojättekilon kuljettaminen tuottaa vain 0,1g hiilidioksidipäästöjä kuljetuskilometriä kohden, mutta päätyessään kaatopaikalle se tuottaa yli kilon hiilidioksidia?¹⁰ Kierrätettyjen jätteiden kuljettaminen hieman kauemmaksikin on siis kannattavaa.

Huomenna Ympäristöteemapäivillä ovat vieraina jätteiden käsittelyn sekä ympäristöystävällisten energiamuotojen asiantuntijat!

Did you know that transportation of 1kg of separately collected bio waste causes only 0.1g of carbon dioxide emissions per one kilometer of transportation, whereas the same amount of bio waste tossed into the landfill causes over 1kg of carbon dioxide emissions. In conclusion, even though bio waste would be transported for quite long distances, it's still worthwhile.

Tomorrow's guests at the Environmental Awareness Event are specialists in recycling and in greener energy!

Keskiviikko 18.1.

Noin klo 8.00 (aamun ensimmäinen)

Tiesitkö, että pöytätietokoneen näyttö vie useimmiten suurimman osan sen energiankulutuksesta?¹¹ Näytön sammuttaminen lyhyeksikin ajaksi säästää huomattavasti energiaa toimistokäytössä. Yleensäkin elektronisten laitteiden pitäminen valmiustilassa kuluttaa turhaa sähköä.¹²

Ympäristöystävällisistä energiamuodoista voit kysyä Oulun Energian Tarja Väyryseltä!

Did you know that a PC screen causes most of the computer energy consumption? Turning the display off even for a short period of time saves not only energy, but also money. In general, leaving the electronic devices on standby uses unnecessary electricity.

You can ask details of greener energy choices from Tarja Väyrynen from Oulun Energia. She is visiting the Environmental Awareness Event today.

Noin klo 10.30 (lounasaika)

Tiesitkö, että ostamalla tuotteita, joiden viimeinen käyttöpäivämäärä lähestyy, voit säästää niin rahaa kuin ympäristöäkin? Nämä tuotteet ovat yleensä hinnoiteltu -30% tai -50% -tarjouksilla ja myymättä jääneet kappaleet menevät useimmiten suoraan roskiin.¹³ Ostettu tuote voidaan kuitenkin kotona pakastaa säilyvyyden pidentämiseksi, ellei sitä ehdi valmistaa ruuaksi ennen pilaantumista.

Vielä ehdit mukaan Ympäristöteemapäiville ruokalan aulaan!

Did you know that by buying products, the expiration date of which is close, you can save both money and environment? These products are often on a 30 or 50 percent discount. The ones, which are not sold before or on the expiration day, usually end up in trash.

If you don't have time to consume the products before they expire, you can freeze them for later use.

You still have time to join us on the Environmental Awareness Event in the lobby in front of the restaurant!

Noin klo 13.30 (kahvitauko)

Tiesitkö, että kylvyssä lämmintä vettä kuluu n 200 litraa ja suihkussa noin 60 litraa, eli alle kolmannes kylpyyn kuluvasta määrästä?¹⁴ Suihkuveden lämmittämiseen kuluvan energian määrää voi pienentää laskemalla suihkupään mahdollisimman alas. Tällöin vesi ei jäähdy matkalla alas eikä sitä tarvitse lämmittää yhtä kuumaksi, kuin jos suihkupää olisi korkeammalla.¹³

Kiitos kaikille osallistuneille!

Did you know that by taking a bath you'll spend about 200 liters of warm water whereas in the shower you'll spend only about 60 liters? That's less than a third of the amount of water used in a bath. You can reduce the energy used to warm up the water by lowering down the shower nozzle. If it's too high, water has to come down for a longer distance and it will cool down on the way.

Together we can make a difference. Thanks for your attention!

”Tiesitkö, että...”-sähköpostikampanjan lähteet:

- 1: Kansallinen allergiatyöryhmä. 2007. Sietokyky ja sen parantaminen allergiassa. Kansanterveyslaitoksen julkaisuja 2007:5. Hakupäivä 29.12.2011
http://www.ktl.fi/attachments/suomi/julkaisut/julkaisusarja_b/2007/2007b05.pdf. s. iii (tiivistelmä)
- 2: Persson, M., Sjöström, B. & Johnsson, P. 2007. Pieniä ilmastotekoja: Opas arkipäivän valintoihin. Suom. ja toim. J. Gröndahl & L. Heikkeri. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Nemo.
- 3: Bebesinfo. 2011. Siivous ja kodinhoito. Hakupäivä 29.11.2011
http://www.bebesinfo.fi/sivu.php?artikkeli_id=365.
- 4: Antila, K. 2008. Pysäytä ilmastonmuutos: Suomalaisen arjen valintoja. Helsinki: Edita Publishing Oy. s.77
- 5: Antila, K. 2008. Pysäytä ilmastonmuutos: Suomalaisen arjen valintoja. Helsinki: Edita Publishing Oy. s.79
- 6: Antila, K. 2008. Pysäytä ilmastonmuutos: Suomalaisen arjen valintoja. Helsinki: Edita Publishing Oy. s.54
- 7: Asikainen, H-M.2006. Toimiston ympäristöasiat. Teoksessa S. Sarkkinen (toim.). Ympäristövastuu työpaikalla. Helsinki: Edita, 10-117. s.16.
- 8: Antila, K. 2008. Pysäytä ilmastonmuutos: Suomalaisen arjen valintoja. Helsinki: Edita Publishing Oy. s.80
- 9: Lauslahti, A. 2012. Elintarvikkeiden hiilijalanjälki: ovatko ymmärretyt mittasuhteet oikeat? Case: lihatuotteet. Hakupäivä: 2.1.2012
<http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=101095&lan=fi>.
- 10: Antila, K. 2008. Pysäytä ilmastonmuutos: Suomalaisen arjen valintoja. Helsinki: Edita Publishing Oy. s.88
- 11: Kestävä kehitys Turun korkeakouluissa. 2011. Käytännön tekoja. Hakupäivä 27.12.2011
<http://kestavakehitys.wordpress.com/kaytannon-tekoja/2-tietokone/>
- 12: Antila, K. 2008. Pysäytä ilmastonmuutos: Suomalaisen arjen valintoja. Helsinki: Edita Publishing Oy. s.49-50
- 13: Omakohtainen ja lähipiirin kokemus
- 14: Antila, K. 2008. Pysäytä ilmastonmuutos: Suomalaisen arjen valintoja. Helsinki: Edita Publishing Oy. s. 35

Kierrätyspelin ideana on konkreettinen tekemällä oppiminen. Pelissä lajitellaan sekä helppoja että hieman hankalampiakin kotitalouksista löytyviä jätteitä. Lajittelu tapahtuu siirtämällä tavaroita lähtötilannelaatikosta lajittelulaatikoihin. Pelin käytännön toteutuksessa tapahtumassa on kaksi linjaa ruuhkan välttämiseksi. Molemmille linjoille on koottu hieman erilainen lähtötilannelaatikko, eli lajiteltavat tavarat. Myös kierrätyslaatikot on nimikoitu englanniksi, jotta muutkin kuin suomenkieliset henkilöt voivat tulla pelaamaan.

Pelaajat lajittelevat tavaransa ensin itse, ja sitten jompikumpi järjestäjä tarkastaa suorituksen yhdessä pelaajan kanssa. Osallistujaryhmän kokoa ei ole rajoitettu, pelin saa tehdä niin yksin kuin ryhmässäkin. Mikäli jollakin on ongelmia pelin suorittamisessa, järjestäjät käyvät pelin läpi yhdessä lajittelijan kanssa, jotta pelistä on mahdollista saada onnistumisen elämyksiä ja hyvä mieli. Järjestäjillä on tarkastamista varten apunaan aakkostettu tavaralistaus oikeine vastauksineen.

.Keräyslaatikot

1. Paperi = paper
2. Keräyslasi = glass
3. Keräyskartonki = cardboard and paperboard
4. Pienmetalli = metals
5. Sähkö- ja elektroniikkaromu, SER = electrical goods and electronic scrap
6. Biojäte = biowaste
7. Energijäte = Energy waste
8. Sekajäte = unsorted waste
9. Ongelmajäte = hazardous waste
10. Kirpputori, Divari, Hyväntekeväisyys= sccond-hand shops and charity

Kierrätyspelin tuotteet vastauksineen aakkosjärjestyksessä

Aku Ankat	Divari
Alumiinikannet	Pienmetalli
Ananaspurkki	Pienmetalli
Appelsiininkuoret	Biojäte
Banaaninkuoret	Biojäte
CD-levy	Sekajäte
Ehjä vaate	Kirpputori
Energiansäästölamppu	Ongelmajäte
Foliolaatikko	Pienmetalli
Hedelmäpussit	Energiajäte
Hehkulamppu	Sekajäte
Hiuslakkapullo	Sekajäte (tyhjänä)
Hoitoainepurkki	Energiajäte
Ikkunallinen kirjekuori	Keräyspaperi
Jogurttipurkin kansi	Pienmetalli, muoviset alumiinipinnoitteiset sekajätteeseen
Jogurttipurkki	Energiajäte
Kahvinporot ja suodatinpussit	Biojäte
Kansio, muovinen, rikki	Sekajäte
Kermaviilipurkki	Energiajäte
Kertakäyttömuovirasiat	Energiajäte
Kertakäyttöruokailuvälineet	Energiajäte
Korjauskynä	Ongelmajäte
Kuivashampoo, tyhjä	Sekajäte (tyhjänä)
Kuulakärkikynä	Sekajäte
Kynsilakka, ei kuivunut	Ongelmajäte. Tyhjä ja täysin kuivunut sekajätteeseen.
Lahjanauha	Energiajäte
Lahjapaperi	Energiajäte
Lasinen deodoranttipullo	Sekajäte
Lasipullo, pantiton	Keräyslasi, ei korkkia!
Lasipurkki kannella	Keräyslasi, kansi pienmetalliin
Leikkelerasia	Energiajäte
Leipäpussi	Energiajäte
Liharasiat	Energiajäte
Loisteputkilamput	Ongelmajäte
Luomiväri	Sekajäte
Lyijykynä	Energiajäte, sekajäte
Lääkkeet	Ongelmajäte, viedään apteekkiin
Maali	Ongelmajäte
Magneetit	Sekajäte
Maitopurkit	Keräyskartonki
Matkapuhelin	Sähkö ja elektroniikkaromu
Mehupurkit	Keräyskartonki
Mehupurkki muovikorkilla	Keräyskartonki

Minigrip-pussi	Energiajäte
Modeemi	Sähkö ja elektroniikkaromu
Munakenno	Biojäte/keräyskartonki/energiajäte
Muropaketti ja sisäpussi	Keräyskartonki, pussi energiajakeeseen
Näppäimistö, rikki	Sähkö- ja elektroniikkaromu
Pahvipaketti	Keräyskartonki
Pahvipala	Keräyskartonki
Paristot, käytetyt	Ongelmajäte, voi viedä kauppaan
Pizzapaketti ja sisäpussi	Keräyskartonki, sisäpussi energiajäte
Postikortti	Keräyspaperi, energiajäte
Pussinsulkija	Sekajäte
Pyykinpesuainepurkki	Energiajäte
Rikkinäinen vaate	Energiajäte
Saumaussilikoni	Ongelmajäte
Shampooipurkki	Energiajäte
Spraydeodorantti	Sekajäte (tyhjänä), muutoin ongelmajäte
Steariini kynttilät	Energiajäte (sekajäte)
Sukkahousut=nailonsukat	Sekajäte
Suklaan kääre	Energiajäte
Tiskiharjan pää	Energiajäte (sekajäte)
Tomaattimurskapurkit	Keräyskartonki
Tuorekelmu	Energiajäte
Tupakan tumpit ja tuhka	Sekajäte, sammuneena. Mieluiten tiiviissä muovipussissa.
Tupakansytytin	Sekajäte (tyhjänä)
Tussi	Energiajäte (kuivunut), sekajäte
Tyhjä hammastahnatuubi	Energiajäte
Vanulappu	Energiajäte
WC-paperin hylsy	Keräyskartonki
Voimapaperi	Keräyskartonki
Voirasia	Energiajäte

Ongelmallisimmiksi lajiteltaviksi nousivat hehkulamput, CD-levyt, muovit ym. energiajakeeseen kuuluvat tavarat, lahjapaperi, kynsilakkapullot, tupakantumpit ja tuhkat sekä tyhjät ja vajaat aerosolipullot. Osaltaan energiajakeen vaikeus johtui siitä, että osassa taloyhtiöitä ja Oulun kaupungin ohjeistuksen mukaan on vielä olemassa muovin keräys, jota meidän pelissämme ei ollut

A-sisäänkäynnin opaste



B-sisäänkäynnin opaste



Portaikkojen opasteet



A-aulan opaste



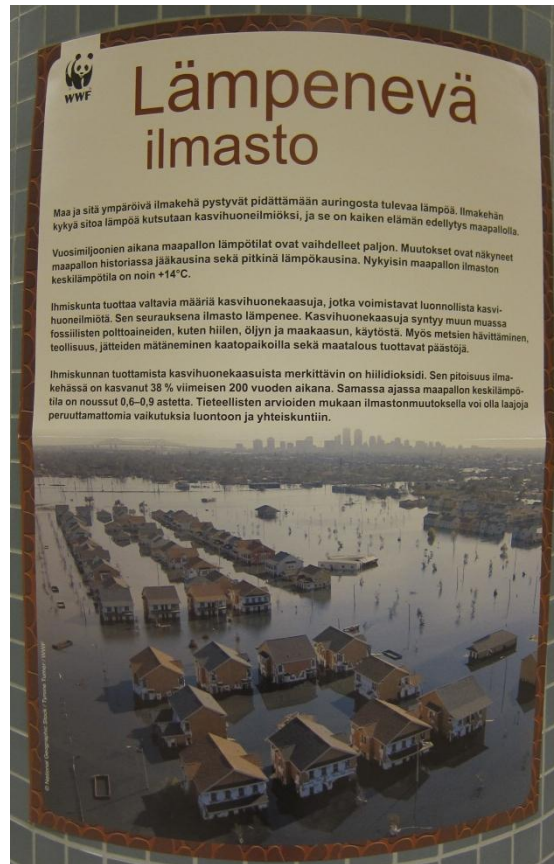
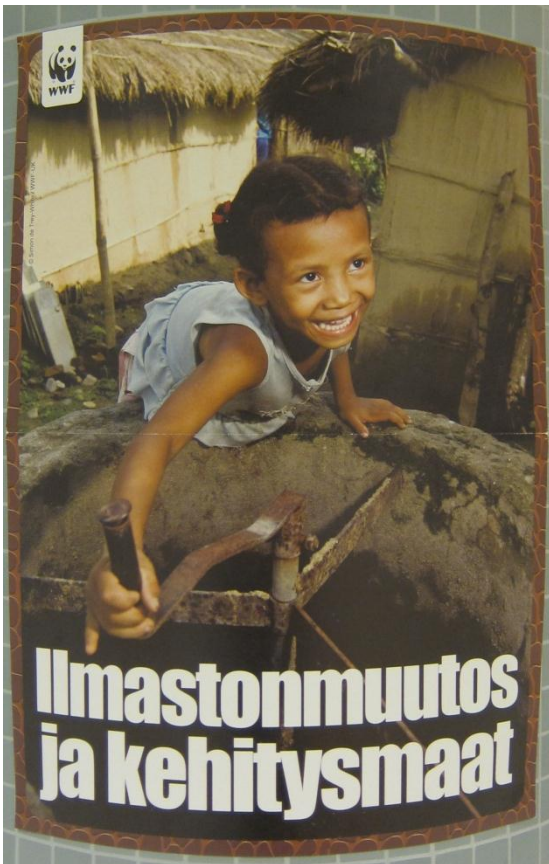
Kellarikerroksen opaste



Kierrätyspelin opaste



Kuviot on luotu MS ClipArt objekteja käyttäen



Kehitysmaiden kohtalon kysymykset

Ilmaston lämpeneminen tuntuu erityisen rajuna monissa kehitysmaissa, jotka sijaitsevat päivittäin tasajän molemmin puolin. Monia Afrikan ja Aasian runsasväkisiä alueita uhkaavat pitkät kuivat kaudet sekä äärimmäiset sääilmiöt, kuten myrskyt ja tulvat.

Kuivuus vaikeuttaa toimeentuloa
Kuivat alueet kuivuvat entisestään. Karjan- kasvatusta ja maanviljelyä vaikeuttavat ja ihmiset näkevät nälkää. Kuivilla alueilla metsäpalot lisääntyvät.

Makea vesi hupenee
Ilmastonmuutoksen myötä vesilähteet kuivuvat, veden lämpötila nousee ja juomavesi pilautuu. Naisten ja tyttöjen aika kuluu vedenhankintaan, eikä koulunkäyntiin jää aikaa. Taistelu puhtaasta vedestä saattaa pahimmillaan aiheuttaa konflikteja kansojen välillä.

Jää sulaa, merenpinta nousee
Jäätköiden sulaminen nostaa merenpintaa, jolloin vesi peittää alleen saarivaltioita ja alavia rannikkoseutuja. Merenpinnan nousu aiheuttaa pahinta tuhoa köyhien maiden jokisuistoissa. Tulvan sattuessa miljoonien ihmisten henki ja koti on vaarassa.

Nälkä ja sairaudet lisääntyvät
Köyhillä alueilla ilmastonmuutos voi satojen hvetessa lisätä aliravitsemusta. Yhä useimmat ihmiset taituvat vakaville taudeille, kuten saastuneessa juomavedessä pesivälle koleralle. Kehitysmaissa siinä on tarpeeksi hyviä terveydenhuolto- ja lääketieteellisiä hankkia kalliita lääkkeitä tautien hoitamiseen.

Rikkaat ja köyhät

Teollistuneiden maiden ihmiset ovat kuluttaneet ja kuluttavat edelleen suurimman osan maailman fossiilisista energiavaroista ja tuottavat eniten kasvihuonekaasuja ilmakehään. Globaalien ongelmien ratkaisemiseen edellyttää kaikkien maiden osallistumista. Rikkaiden maiden tulee kuitenkin kantaa valtaosa kustannuksista ja vastuusta, koska niillä on historiallinen vastuu ilmastonmuutoksen aiheuttamisesta ja enemmän taloudellisia resursseja käytettävissä ilmastonmuutoksen hillitsemiseen.

Kehitysmailla ja köyhillä yhteisöillä on rikkaita maita heikommat edellytykset varautua ja sopeutua ilmastonmuutoksen vaikutuksiin. Siksi rikkaiden maiden tulee tukea kehitysmaita sopeutustoimissa.

Eräiden maiden hiilidioksidipäästöt vuonna 2006

Osuus maailman kokonaispäästöistä		Tonnaa henkilöä kohden	
Kiina	21,5 %	USA	19
Yhdysvallat	20,2 %	Suomi	12,7
Venäjä	5,5 %	Venäjä	10,9
Intia	5,3 %	Saksa	9,7
Saksa	2,8 %	Kiina	4,5
Suomi	0,2 %	Intia	1,3
Bangladesh	0,2 %	Bangladesh	0,27

Lähde: CDAC 2008



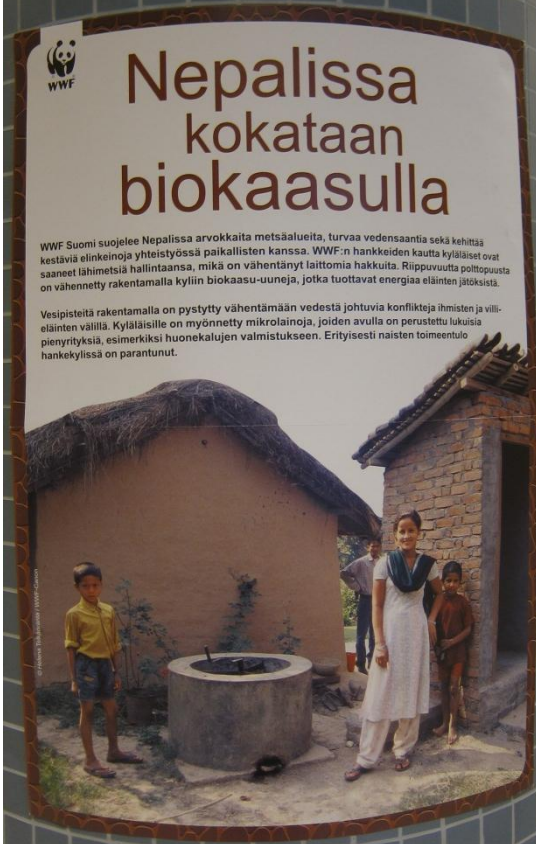
WWF

Köyhyyden kierre

Elämä maapallolla ei ole kaikille samanlaista. Hyvinvointi ei jakaudu tasan, eikä myöskään ilmastonmuutos kohtele kaikkia tasapuolisesti. Ilmastonmuutoksen vaikutuksista kärsivät eniten köyhimpien maiden ihmiset, vaikka he tuottavat vain murto-osan ilmastonmuutosta aiheuttavista kasvihuonekaasuista.



Kehitysmaiden ihmisten pääasiallinen elanto tulee maanviljelystä ja karjankasvatuksesta. Työ on raskasta ja ihmisten voimavarat kuluvat elossa pysymiseen. Köyhien on vaikea varautua ilmastonmuutoksen aiheuttamiin katastrofeihin, kuten kuivuuteen, hirmumyrskyihin tai tulviin. Ilmastonmuutos lisää eriarvoisuutta entisestään ja vaikeuttaa ponnisteluja köyhyyden vähentämiseksi.



WWF

Nepalissa kokataan biokaasulla

WWF Suomi suojelee Nepalissa arvokkaita metsäalueita, turvaa vedensaantia sekä kehittää kestäviä elinkeinoja yhteistyössä paikallisten kanssa. WWF:n hankkeiden kautta kyläläiset ovat saaneet lähemiksi hallintaansa, mikä on vähentänyt laittomia hakkuita. Riippuvuutta polttoainesta on vähennetty rakentamalla kyliin biokaasu-uuneja, jotka tuottavat energiaa eläinten jätöksistä.

Vesipisteitä rakentamalla on pystytty vähentämään vedestä johtuvia konflikteja ihmisten ja villieläinten välillä. Kyläläisille on myönnetty mikrolainoja, joiden avulla on perustettu lukuisia pienyrittäjiä, esimerkiksi huonekalujen valmistukseen. Erityisesti naisten toimentulo hankekyllissä on parantunut.



WWF

WWF torjuu ilmastonmuutosta Borneon sademetsissä

WWF Suomi tekee suojelutyötä Kaakkois-Aasiassa sijaitsevalla Borneon saarella, jonka metsät kuuluvat maailman upeimpiin. Hankkeen tavoitteena on perustaa yli miljoonan hehtaarin kokoinen kansallispuisto Borneon saaren Indonesialle kuuluvaan osaan. Kansallispuisto on välttämätöntä koko vastaa koko Uudenmaan maakunnan pinta-alaa. Suojeluhankkeella turvataan uhanalaisten orankien kotimetsät mutta torjutaan myös ilmastonmuutosta.

Elävä metsä sitoo ilmastoa hiilidioksidia, jota puut tarvitsevat yhteyttämiseen. Siksi puut ja muut kasvit auttavat hillitsemään ilmastonmuutosta. Jos mahtava sademetsä hakattaisiin, se ei enää sitoisi ilmastoa hiilidioksidia.

Ilmaston ja uhanalaisten lajien lisäksi WWF:n hankkeesta Borneon sydämessä hyötty 850 000 paikallista ihmistä. Alue on Dayak-kulttuurin keskus. Dayakit saavat kaiken tarvitsemansa metsästä, ja vaikka he haluavat parantaa toimeentuloaan koulutuksen ja modernin maatalouden keinoina, he eivät halua uhrata kulttuuriaan ja elämäntapojaan sen vuoksi. Paikallisten yhteisöjen elämäntavalle ja olemassaololle metsät ovat välttämättömiä.



WWF

Ilmastonmuutos vai suunnanmuutos?

Lämpötilan nousu on jo nyt aiheuttanut muutoksia. Ilmastonmuutoksen vaikutukset ovat erilaisia eri puolilla maapalloa. Vaikutukset riippuvat paitsi ilmastosta ja sijainnista, myös siitä, miten haavoittuvainen ilmastonmuutokselle yhteiskunta, ekosysteemi tai elinkeino on. Ennakoidaan, että ilmastonmuutoksen vuoksi puhtaan veden saatavuus vaikeutuu, merenpinta nousee ja ympäristöpakolaisuus lisääntyy.

Mikäli ilmastonmuutosta ei hillitä, sen vaikutukset ihmisille ja ympäristölle voivat olla kohtalokkaita ja kalliita. On toimittava nyt.

Miten ilmastonmuutosta voi hillitä?

Ilmastonmuutoksen hillitseminen edellyttää päästöjen nopeaa vähentämistä. Vuonna 2050 teollisuusmaiden päästöjen tulisi olla lähellä nolaa. Erityisesti rikkaiden maiden tulee kantaa vastuunsa ilmastonmuutoksen aiheuttamisesta. Tärkeimpiä keinoja vähentää päästöjä ovat energiansäästö, energiatehokkuuden parantaminen, metsäkadon pysäyttäminen ja fossiilisten energiamuotojen korvaaminen uusiutuvilla. Rikkaiden maiden tulee auttaa myös kehitysmaita hillitsemään ilmastonmuutosta ja sopeutumaan ilmastonmuutoksen vaikutuksiin.

Mitä sinä voit tehdä?

- Kävele ja pyöräile tai kulje julkisilla kulkuneuvoilla.
- Sammuta valot ja sähkölaitteet, kun et tarvitse niitä.
- Älä jätä laitteita valmiiksi tilaan.
- Älä tuhlaa lämmintä vettä.
- Pyydä, että kotiin valitaan energiaa säästäviä lampputa ja kodinkoneita.
- Osta vain tarpeellista, mieluiten käytettyä, tai korjaa vanhaa.
- Suosi lähellä tuotettuja kasviksia ja syö vähemmän lihaa.
- Älä tupakoi.
- Pyydä opettajaltasi, että koulunne tekee päivätyökeräyksen WWF:n ilmastonmuutoksen vastaiseen työhön.

WWF

Kaikki kiva ei kuluta luonnonvaroja

Ekologinen jalanjälki kertoo, kuinka paljon maa- ja vesialaa tarvitaan, jotta voimme tuottaa ruuan, energian, materiaalit ja palvelut sekä käsitellä tuottamamme hiilidioksidin ja jätteet. Jokapäiväisillä valinnoillamme on vaikutusta ekologiseen jalanjälkeemme: mitä puemme päällemme, mitä syömmme, miten liikumme ja missä asumme.

Mikä minut tekee onnelliseksi? Miten voin elää vain vähän luontoa kuormittaan?

37% METSÄ: paperinkulutus, pakkaukset, kalusteet

3% RAKENNETTU YMPÄRISTÖ: tiät, talot

32% HIILIJALANJÄLKI: Sähkönkulutus, lämmitys, liikkune ja muu energiankulutus

SUOMALAISEN EKOLOGINEN JALANJÄLKI ON YLI 5 HEHTAARIA. Kulutamme melkein kolminkertaisesti sen, mitä maapallon tuotannosta on meille varattuna. Maaperää, metsät ja kalakannat kärsivät, jos niitä hyödynnetään nopeammin kuin ne pystyvät uusiutumaan. Ilmakehään päästetty hiilidioksidi vaikuttaa elämään maapallolla.

28% VILJELYSMÄÄ, LAIDON JA KALASTUS: Ruoka

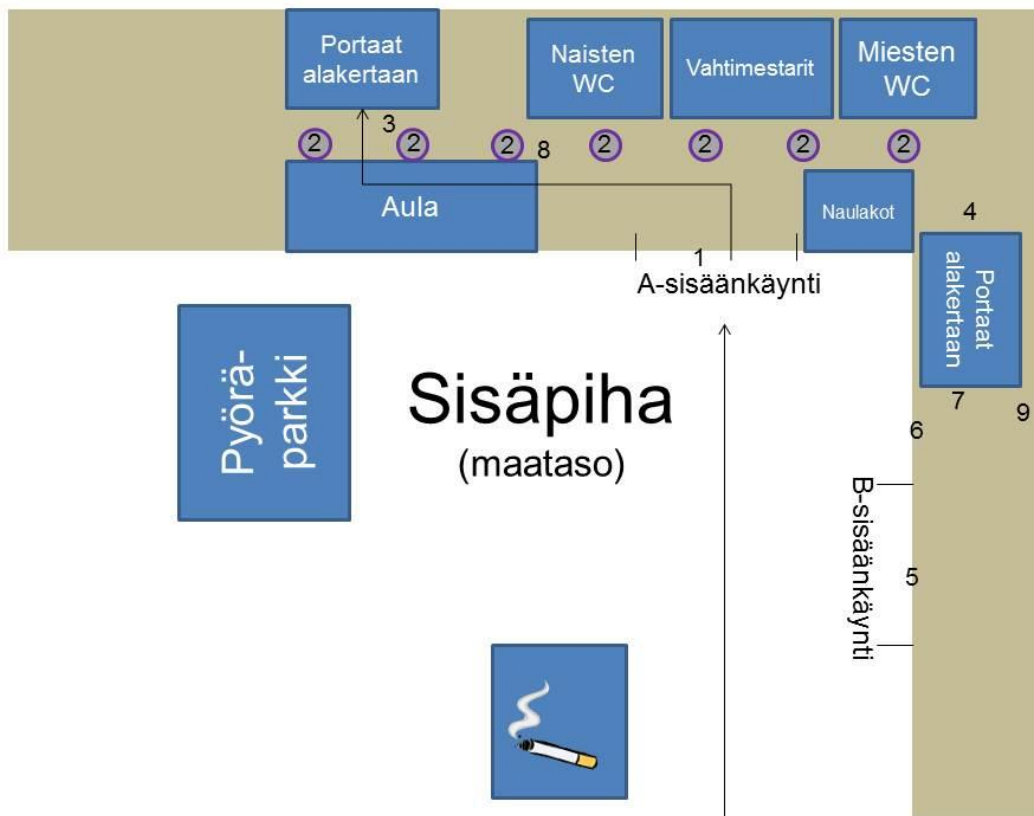
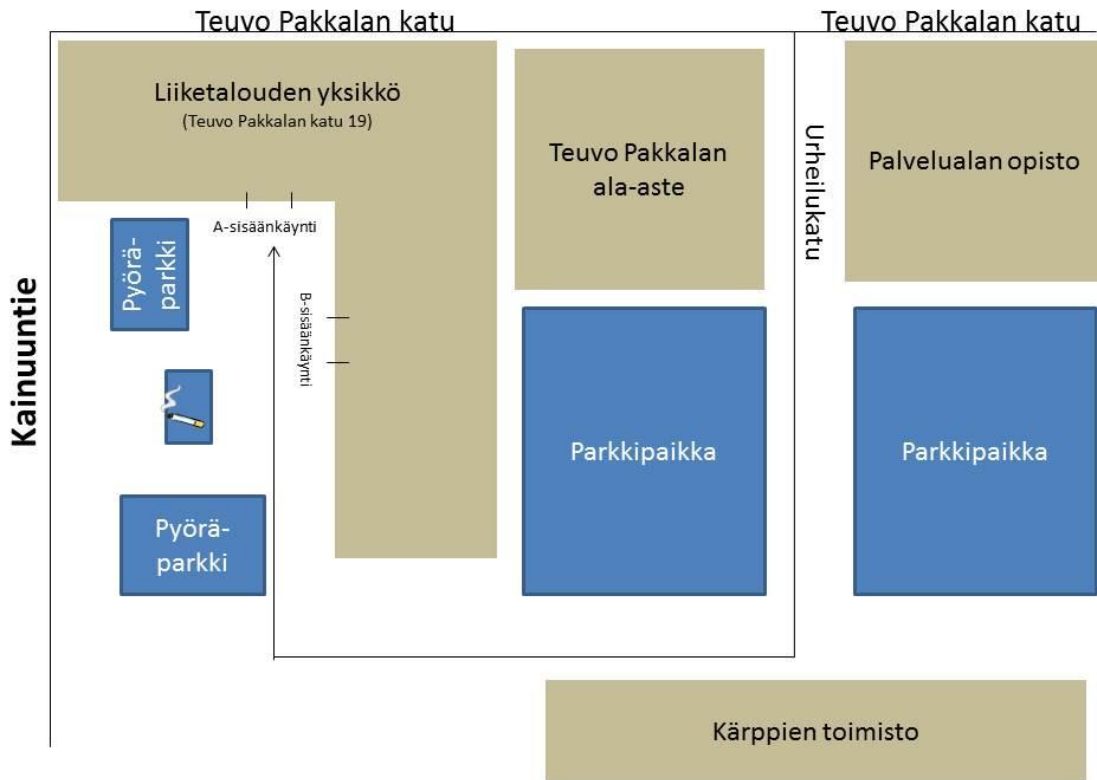
ONNELLISTA ELÄMÄÄ VOI ELÄÄ PIENEMMÄLLÄKIN JALANJÄLJELLÄ. Tavoitteena on, että jokainen eläisi maapallon antamien mahdollisuuksien rajoissa, jotta kaikkien lajien elinmahdollisuudet maapallolla säilyisivät.

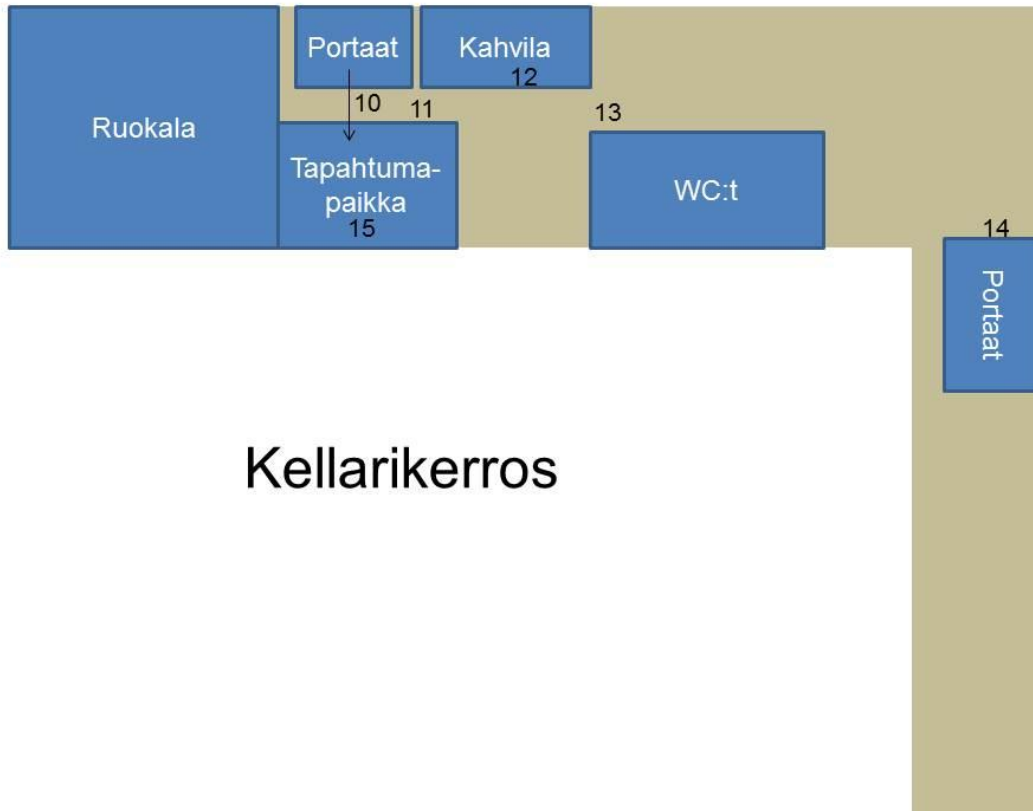
EKOLOGISEN JALANJÄLJEN PIENENTÄMINEN EI TARKOITA SITÄ, ETÄ MEIDÄN PITÄISI YRITTÄÄ ELÄÄ NIIVAHALLA. Se ei myöskään saa tarkoittaa sitä, että vasta kehittyneissä oloissa maat eivät saisi lisää kulutustaan.

JOTKA MAAPALLOLEHTISI TUOTTAA YHTÄ PALJON KUIN KULUTAMME, JOKAISEN MAAPALLON ASUKKAAN ELÄMÄNTAIPU SAISI VÄLTÄÄ VAIN **NOIN 2 HEHTAARIA.** Osalla maailman asukkaista tätä ei ole käytettävissä ja osa laus käyttää paljon suuremman alan hutiilevan elämäntavan seurauksena. Koko ihmiskunnan ekologinen jalanjälki on nyt lähes 3 hehtaaria henkilöä kohti eli enemmän kuin maapallo pystyy tuottamaan.

www.wwf.fi

Julisteiden lähteet: WWF Suomi





Kellarikerros

Numeroiden selitteet:

1. A-sisäänkäynnin opaste
2. WWF:n Ilmastonmuutos ja kehitysmaat –julistesarja (7 ensimmäistä osaa)
3. Portaikkojen opaste
4. Portaikkojen opaste
5. B-sisäänkäynnin opaste
6. Televisiomainokset tulostettuna keke-ilmoitustaululla
7. Portaikkojen opaste
8. A-aulan opaste
9. Kaikki kiva ei kuluta luonnonvaroja -juliste henkilökunnan taukotilan aulassa
10. Kaikki kiva ei kuluta luonnonvaroja -juliste
11. WWF:n Ilmastonmuutos ja kehitysmaat –julistesarja (viimeinen osa)
12. Kaikki kiva ei kuluta luonnonvaroja -juliste Café Càrmassa
13. Kaikki kiva ei kuluta luonnonvaroja -juliste
14. Kellarikerroksen opaste
15. Kierrätyspelin opaste

Kuvien lähteet: MS ClipArt

Oletko koskaan miettinyt...?

- kuinka voit säästää sekä rahaa että energiaa?
- miten voit saada vaatteet pysymään hyväkuntoisina kauemmin?
- onko tuulisähkö todellakin tuotettu pelkästään tuulivoimalla?
- mitä hyötyä on ympäristöystävällisistä pesuaineista?
- voivatko yhden ihmisen valinnat vaikuttaa ympäristön tilaan?

Näihin ja moniin muihinkin kysymyksiisi vastaavat asiantuntijat yksikkömme ympäristötietoisuusteemapäivillä tiistaina 17.1. ja keskiviikkona 18.1. Tapahtumapaikkana on ruokalan aula ja vierailijat ovat paikalla pääsääntöisesti lounasaikaan, alla olevan aikataulun mukaisesti.

Ympäristötietoisuusteemapäivät 17.–18.1.2012

Tiistai 17.1.2012

- 10.00 Aloitus, kierrätyspeli aukeaa
- 10.30 – 12.30 Oulun Vesi: Jäteveden puhdistaminen
- 12.30 – 14.30 Martat: Taloudellisuus ja kulutushyödykkeiden käyttöä pidentäminen
- 15.00 Lopetus, kierrätyspeli sulkeutuu

Keskiviikko 18.1.2012

- 10.00 Aloitus, kierrätyspeli aukeaa
- 10.30 – 12.30 Oulun Energia: Ympäristöystävälliset energiamuodot ja ekovoimalaitos
- 11.00 – 12.00 Oulun Jätehuolto: Jätteen lajittelu ja jatkokäsittely
- 14.30 Lopetus, kierrätyspeli sulkeutuu

Tervetuloa kysymään, kuuntelemaan ja tutustumaan ympäristöasioihin kanssamme! Tule myös kokeilemaan kierrätyspeliä!

Lisätietoja Jenni Kyröltä, sähköpostiosoite tai Jenna Perungalta, sähköpostiosoite

Have you ever thought...?

- how is it possible to save both money and energy?
- how can one make clothes last in good shape for longer time?
- if wind electricity is truly produced only by wind force?
- what is the point of environmental friendly washing liquids?
- if the choices of one person can really have an effect to the state of environment?

These and many other questions of yours will be answered by experts at our schools Environmental Awareness Event on Tuesday 17.1. and Wednesday 18.1. The event will be held in the lobby in front of the restaurant and the guests will be mainly available for free discussion around the lunch time, according to the timetable shown below.

Environmental Awareness Event 17.–18.1.2012

Tuesday 17.1.2012

- 10.00 Opening of the Event, the Recycling Game opens
- 10.30 – 12.30 Oulu Waterworks: Waste water treatment
- 12.30 – 14.30 The Marthas: Household economics and consumer issues
- 15.00 Closure of the Event and the Recycling Game

Wednesday 18.1.2012

- 10.00 Opening of the Event, the Recycling Game opens
- 10.30 – 12.30 Oulun Energia - The main electricity provider in the area: Green energy producing and Eco power plant
- 11.00 – 12.00 Oulu Waste Management: Recycling and the life cycle of materials
- 14.30 Closure of the Event and the Recycling Game

Welcome to ask questions, discuss and explore environmental issues with us! And come to try the Recycling Game!

Further information from Jenni Kyrö, e-mail address or Jenna Perunka, e-mail address



Kuviot on luotu MS ClipArt objekteja käyttäen

Otsikko: Tiesitkö, että Liiketalouden yksikössä järjestetään ympäristötietoisuuskampanja 16.–18.1.2012?

Viesti:

Hei!

Liiketalouden yksikössä järjestetään 16.–18.1.2012 Ympäristötietoisuuskampanja, johon sisältyvät teemapäivät sekä sähköpostikampanja, jonka aikana teille lähetetään lyhyitä tietoisuuskampanjoita viestejä otsikolla ”Tiesitkö, että...”. Toivomme teidän sekä lukevan nämä viestit että osallistuvan teemapäiville mahdollisuuksienne mukaan. Ruokalan aulassa järjestettävillä teemapäivillä 17.–18.1.2012 on asiantuntijavieraita muun muassa Martoista ja Oulun Jätehuollosta. Heidän kanssaan voi käydä keskustelemassa mieltä askarruttavista ympäristöasioista esimerkiksi lounastauolla tai vaikkapa luennon aikana oppilasryhmän kanssa. Tapahtumassa on mahdollista kokeilla myös kierrätyspeliä! Ohessa teemapäivien aikataulu:

Tiistai 17.1.2012

- 10.00 Aloitus, kierrätyspeli aukeaa
- 10.30 – 12.30 Oulun Vesi: Jäteveden puhdistaminen
- 12.30 – 14.30 Martat: Taloudellisuus ja kulutushyödykkeiden käyttöiän pidentäminen
- 15.00 Lopetus, kierrätyspeli sulkeutuu

Keskiviikko 18.1.2012

- 10.00 Aloitus, kierrätyspeli aukeaa
- 10.30 – 12.30 Oulun Energia: Ympäristöystävälliset energiamuodot ja ekovoimalaitos
- 11.00 – 12.00 Oulun Jätehuolto: Jätteen lajittelu ja jatkokäsittely
- 14.30 Lopetus, kierrätyspeli sulkeutuu

Mikäli teillä on jotain kysyttävää, ottakaa rohkeasti yhteyttä! Tietoa tulee löytymään myös Heimos-
ta ja Oivasta lähempänä tapahtumaa.

Ystävällisin terveisin,

Jenni Kyrö ja Jenna Perunka
sähköpostiosoitteet
LIK8SNC

Hei!

Oikein mukavaa alkanutta vuotta!

Olimme yhteydessä Teihin ennen joulua liittyen 17.-18.1.2012 järjestettäviin koulumme Ympäristötietoisuusteemapäiviin. Sovimme silloin, että tulette vierailemaan tapahtumaamme keskiviikkona 18.1.2012. Lämpimästi tervetuloa!

Päivän suunniteltu aikataulu on seuraavanlainen:

10.00	Aloitus, kierrätyspeli aukeaa
10.30-12.30	Oulun Energia, ympäristöystävälliset energiamuodot, ekovoimalaitos
11.00-12.00	Oulun Jätehuolto, jätteen lajittelu ja jatkokäsittely
14.30	Lopetus, kierrätyspeli sulkeutuu

Mikäli huomaatte aikataulussa osaltanne virheitä tai siinä on jotain muuta epäselvää, olettehan ystävällisiä ja informoitte meitä asiasta pikaisesti. Jos mahdollista, toivoisimme Teidän saapuvan paikalle hyvissä ajoin, esimerkiksi noin 10 minuuttia, ennen vierailunne aikatauluun merkittyä ajankohtaa.

Meidän taholtamme järjestyvät tarvittaessa käyttöönnne ainakin videotykki ja valkokangas. Ilmoittatthan viimeistään 11.1.2012 mennessä, mikäli tarvitsette näitä tai muita resursseja taholtamme. Toiveenne pyritään toteuttamaan mahdollisuuksien mukaan.

Tapahtuma järjestetään koulumme ruokalan aulassa lounasaikojen ympärillä, jolloin suurimmalla osalla opiskelijoista ja henkilökunnasta on hetki aikaa pysähtyä kuuntelemaan. Kyseessä on siis pieni ja informatiivinen, messuluontoinen tapahtuma, joka pohjautuu osallistujien ja vierailijoiden vapaamuotoiseen keskusteluun. Koska käytössämme oleva tila on rajallinen, suurempien esittelyrakenteiden mukana tuomisesta olisi hyvä keskustella hyvissä ajoin. Mikäli teidän informaatiomateriaaliinne kuuluu esimerkiksi Power Point -esitys, meistä olisi mukavaa tutustua materiaaleihinne etukäteen sähköisessä muodossa. Ympäristöteemamme huomioiden pyrimme välttämään turhaa jätteen syntymistä. Tämän vuoksi toivoisimme, että muun muassa paperiroskan määrä voitaisiin minimoida.

Liitteestä löytyvät suuntaa antavat kartat sekä yksikkömme lähiympäristöstä että sisätiloista (3kpl). Mikäli teillä on jotain kysyttävää tapahtuman suhteen, vastaamme mielellämme.

Ystävällisin terveisin,

Jenna Perunka ja Jenni Kyrö
Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden yksikkö
Puhelinnumerot

Hei!

Oikein mukavaa alkanutta vuotta!

Olimme yhteydessä Teihin ennen joulua liittyen 17.-18.1.2012 järjestettäviin koulumme Ympäristötietoisuusteemapäiviin. Sovimme silloin, että tulette vierailemaan tapahtumaamme tiistaina 17.1.2012. Lämpimästi tervetuloa!

Päivän suunniteltu aikataulu on seuraavanlainen:

10.00	Aloitus, kierrätyspeli aukeaa
10.30-12.30	Oulun Vesi, jäteveden puhdistaminen
12.30-14.30	Martat, taloudellisuus, käyttöiän pidentäminen
15.00	Lopetus, kierrätyspeli sulkeutuu

Mikäli huomaatte aikataulussa osaltanne virheitä tai siinä on jotain muuta epäselvää, olettehan ystävällisiä ja informoitte meitä asiasta pikaisesti. Jos mahdollista, toivoisimme Teidän saapuvan paikalle hyvissä ajoin, esimerkiksi noin 10 minuuttia, ennen vierailunne aikatauluun merkittyä ajankohtaa.

Meidän taholtamme järjestyvät tarvittaessa käyttöönnne ainakin videotykki ja valkokangas. Ilmoittatthan viimeistään 11.1.2012 mennessä, mikäli tarvitsette näitä tai muita resursseja taholtamme. Toiveenne pyritään toteuttamaan mahdollisuuksien mukaan.

Tapahtuma järjestetään koulumme ruokalan aulassa lounasaikojen ympärillä, jolloin suurimmalla osalla opiskelijoista ja henkilökunnasta on hetki aikaa pysähtyä kuuntelemaan. Kyseessä on siis pieni ja informatiivinen, messuluontoinen tapahtuma, joka pohjautuu osallistujien ja vierailijoiden vapaamuotoiseen keskusteluun. Koska käytössämme oleva tila on rajallinen, suurempien esittelyrakenteiden mukana tuomisesta olisi hyvä keskustella hyvissä ajoin. Mikäli teidän informaatiomateriaaliinne kuuluu esimerkiksi Power Point -esitys, meistä olisi mukavaa tutustua materiaaleihinne etukäteen sähköisessä muodossa. Ympäristöteemamme huomioiden pyrimme välttämään turhaa jätteen syntymistä. Tämän vuoksi toivoisimme, että muun muassa paperiroskan määrä voitaisiin minimoida.

Liitteestä löytyvät suuntaa antavat kartat sekä yksikkömme lähiympäristöstä että sisätiloista (3kpl). Mikäli teillä on jotain kysyttävää tapahtuman suhteen, vastaamme mielellämme.

Ystävällisin terveisin,

Jenna Perunka ja Jenni Kyrö
Oulun seudun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden yksikkö
Puhelinnumerot

**Jenni Kyrö
Järjestäjä**

**Jenna Perunka
Järjestäjä**

**Jarmo Lahtinen
Käyttöpäällikkö
Oulun Vesi**

**Lea Ansamaa
Tiedottaja
Oulun Jätehuolto**

**Marja-Leena Pirkola
Erikoisneuvoja
Martat**

**Tarja Väyrynen
Ympäristöpäällikkö
Oulun Energia**

Hei!

Ympäristötietoisuusteemapäivämme ovat nyt onnistuneesti ohi ja kävijämäärä oli varsin kohtuullinen. Suuren suuri kiitos osallistumisestasi, teit onnistumisestamme mahdollisen! Toivon mukaan sinustakin oli mukavaa vieraillla koulullamme.

Mikäli haluat antaa palautetta tai kehitysehdotuksia, risuja tai ruusuja, liittyen vierailuunne tai tapahtumaan yleensä, voit vastata tähän viestiin vapaamuotoisesti. Olisimme varsin kiinnostuneita kuulemaan mielipiteesi. :)

Ystävällisin terveisin,

Jenni ja Jenna

Palautekysely ”Tiestikö, että...” –sähköpostikampanjasta (16.-18.1)

(Ympyröi sopivin vastausvaihtoehto)

- 1) Sukupuoli Nainen 1
 Mies 2
- 2) Ikä Alle 30 1
 30 – 50 2
 Yli 50 3
- 3) Luitko ”Tiestikö, että...” –sähköpostikampanjan 16.-18.1. tiedotteet?
 Kyllä 1
 En 2, miksi? _____

(Mikäli et lukenut tiedotteita, vastaa seuraavista kysymyksistä vain kohtiin 4, 5 ja 13)

Arvioi...

							En osaa sanoa
4) omaa kiinnostustasi ympäristöasioihin	Suuri	4	3	2	1	Vähäinen	0
5) omaa ympäristötietoisuuttasi	Suuri	4	3	2	1	Vähäinen	0
6) saitko uutta tietoa	Runsaasti	4	3	2	1	En lainkaan	0
7) tietoiskujen hyödyllisyyttä	Todella	4	3	2	1	Ei lainkaan	0
8) tietoiskujen napakkuutta	Todella	4	3	2	1	Ei lainkaan	0
9) tietoiskusähköpostien määrää	Riittävästi	4	3	2	1	Liikaa	0
10) sähköpostien aikataulutusta	Hyvä	4	3	2	1	Huono	0
11) lisäsikö kampanja kiinnostustasi ympäristöasioihin?	Paljon	4	3	2	1	Ei lainkaan	0
12) miten? _____							

13) Vapaamuotoinen palaute kampanjan järjestäjille:

Täytetyn lomakkeen voi palauttaa henkilökunnan taukotilassa olevaan palautuslaatikkoon. Viimeinen palautuspäivä on perjantai 20.1.2012 (klo 13.00). Kiitos vastauksestasi!

Palautekysely Ympäristötietoisuusteemapäivistä

(Ympyröi sopivin vastausvaihtoehto)

- | | | |
|--------------|---------------|---|
| 1) Sukupuoli | Nainen | 1 |
| | Mies | 2 |
| 2) Olen | Opiskelija | 1 |
| | Henkilökuntaa | 2 |
| | Muu | 3 |
| 3) Ikä | Alle 30 | 1 |
| | 30 – 50 | 2 |
| | Yli 50 | 3 |

4) Mistä sait tiedon tapahtumasta? (Valitse yksi tai useampi vaihtoehto)

1. Oivasta tai Heimosta, 2. Sähköpostista, 3. Televisioruudulta, 4. Ilmoitustauluilta tai opasteista,

5. Muualta, mistä: _____

Arvioi...

									En osaa sanoa
5) omaa kiinnostustasi ympäristöasioihin	Suuri	4	3	2	1	Vähäinen			0
6) omaa ympäristötietoisuuttasi	Erinomainen	4	3	2	1	Todella huono			0
7) vierailijoilta saamasi tiedon hyödyllisyyttä	Erittäin	4	3	2	1	Ei lainkaan			0
8) vierailijoiden tietämystasoa	Erinomainen	4	3	2	1	Todella huono			0
9) saitko vastauksia pohtimiisi asioihin	Kaikkiin	4	3	2	1	En yhteenkään			0
10) kierrätyspeliä kokonaisarvosanalla	Todella hyvä	4	3	2	1	Todella huono			0
11) opitko uutta	Runsaasti	4	3	2	1	En lainkaan			0
12) tapahtumasta tiedottamista	Erinomainen	4	3	2	1	Todella huono			0
13) teemapäivien aikataulua	Erinomainen	4	3	2	1	Todella huono			0
14) teemapäivien sijaintipaikkaa	Erinomainen	4	3	2	1	Todella huono			0
15) lisäksi tapahtuma kiinnostustasi ympäristöasioihin?	Todella paljon	4	3	2	1	Ei lainkaan			0

16) Vapaamuotoinen palaute tapahtuman järjestäjille:

Kiitos vastauksestasi!

Feedback about the Environmental Awareness Event

- 1) Gender Female 1
 Male 2
- 2) I am Student 1
 Staff 2
 Other 3
- 3) Age Under 30 1
 30 – 50 2
 Over 50 3

4) Where did you get the information about the Event? (choose one or more alternatives)

- 1. Intranet (Oiva) 2. E-mail 3. TV-Screens 4. Notice board or other guidance

5. From elsewhere, where: _____

Evaluate...

(pick the option that best matches your opinions)

						No opinion	
5) your own interest in environmental issues	High	4	3	2	1	Low	0
6) your awareness of environmental issues	Excellent	4	3	2	1	Poor	0
7) information given by the guests	Very useful	4	3	2	1	Very useless	0
8) knowledge base of the guests	Excellent	4	3	2	1	Poor	0
9) did you get answers for things you were pondering over?	Each	4	3	2	1	None	0
10) the Recycling Game overall	Excellent	4	3	2	1	Poor	0
11) did you learn something new	Plenty	4	3	2	1	Not at all	0
12) informing about the Event	Excellent	4	3	2	1	Poor	0
13) the schedule of the Event	Excellent	4	3	2	1	Poor	0
14) the location of the Event	Excellent	4	3	2	1	Poor	0
15) did the Event raise your interest in the environmental issues?	A lot	4	3	2	1	Not at all	0

16) Additional feedback to the organizers, pros and cons:

Thank you for your answer!

Avoin palaute:**Positiiviset:**

KIITOS, PIRTEITÄ VIESTEJÄ

Hienoa, että tällaista järjestetään. Itse en ennättänyt osallistua, kun paljon tunteja. Sähköpostit hyviä.

Omasta mielestäni ne olivat hyviä, mutta en tiedä vaikuttivatko ne heihin, joilla olisi ympäristöajattelussa parannettavaa. Kollega sanoi: "ärsyttäviä.."

KEEP ON ROCKING!

Mukava kampanja, paljon hyödyllistä asiaa, mm. paperin kulutus, punaisen lihan vähentäminen jne.

Hyödyllinen kampanja
ympäristöasiat tärkeitä!

Hyvin toteutettu kampanja! Ajantasaista tiedotusta riittävästi ja muutenkin tosi hyvin tiedotettu koko kampanjasta.

Kiitos.

Negatiiviset:

Sähköpostia tulee tarpeeksi muutenkin ei hyvä. Deletoin suoraan!

kaiken muun s-postipaljouden seassa aika turhaa. 1/pv olisi parempi kun yritän keskittää s-postien lukemisen aamuun ja iltapäivään.

en pidä syyllistävästä tavasta ilmoittaa asioita, saa minut vastustuskannalle

Hyvä, että tällaisia järjestetään, mutta maililla "tuputus" on huono tapa.

Asia on tärkeä! Miksi pilata se markkinoimalla sitä väärällä foorumilla. Sähköpostitse ei voi myydä mitään.

Vähän tuntui tuputtamiselta!

HYVÄ KAMPANJA, MUTTA MINUSTA SÄHKÖPOSTI ON VÄÄRÄ KANAVA TÄLLÄISEEN TIEDOTTAMISEEN. INTRA OLISI PAREMPI + ILMOITUSTAULUT/SOME

SÄHKÖPOSTI ON MUUTENKIN LIIAN KUORMITTAVA TIEDOTUS- JA VIESTINTÄKANAVA. →
EI HYVÄ KEINO VÄLITTÄÄ YMP.TIETOISUUTTA

Syyt siihen, että eivät lukeneet viestejä:

ajan puute

Tulee niin paljon mailia, ettei jaksakaan lukea

minulla ei ole aikaa joudun priorisoimaan

EI TÄSSÄ EHDI JOKA RASAHDUSTA LÄPI KÄYDÄ. TÖITÄ ”120%” VUOROKAUDEN AJASTA

Miten kampanja lisäsi vastaajan kiinnostusta ympäristöasioihin:

HERÄTTI AJATTELEMAAN VÄHÄN

ajattelin ottaa tarkemmin selvää esim. soodan käytöstä

hyviä asioita

aion huomioida paperin (kopioiden määrää) kulutusta enemmän.

VÄHEMMÄN NAUTAA, ENEMMÄN KANAA JA POSSUA 😊

mietin: mitä lihaa syön jatkossa. Pidänpö PC:n auki työhuoneessa, kun olen itse 3h luokassa jne.

Olen kiinnostunut ympäristöasioista muutenkin, joten eivät sinällään siihen vaikuttaneet

Avoim palaute:

Koululla aikataulut eivät välttämättä salli kunnan tutustumiskäyntejä (lyhyet tauot) päivän aikana.

Hyvää asiaa silti, aina sitä oppii uutta vaikka esim. kierrätys on tuttua kauraa

vois olla useamman päivän / Kiitos!

You guys worked really hard! G.J!

Really good event and interesting topic!!!

Hyvällä asialla

It was very useful to receive emails with environm. hints. It's nice cos they can be kept in my in-box for future. Also I would like to mention the links, (in the emails) which were really good and something new for me.

=)

good presentation.

Todella hauska peli ja mielenkiintoinen.

AIVAN Hyvä

Interesting Event, I learn new things, now I start to think before doing something which will harm environment. Thanks for creating this awareness programme..

☺

Peli oli oikein mukava lisä. Kunpa puhujille olisi järjestynyt jokin luokka.

Great success ☺

=)

HYVÄ JA AJANKOHTAINEN TAPAHTUMA. KIERRÄTYSPELI OLI MUKAVA KEKSINTÖ.

Yllättävän vaikea peli.

Erittäin hyödyllinen "peli". Tällaisia lisää. Hyvä ajatus!

It was Great!

Hyvin onnistuneet kierrätystavarat

Mukava tunnelma! ☺

<3 MARTTAKERHO FOR THE WIN! <3

☺ oisin halunnu tavata kaikki vieraat mutta en jaksu tulla monta kertaa

Hyvä tytöt, hyvä tapahtuma! Tsemii seuraavaankin päivään ja ite oppariin ☺

Mistä muusta kanavasta vastaaja sai tiedon tapahtumasta:

ruokajonossa

NÄIN MENNESSÄ SYÖMÄÄN

I also saw it in the student's restaurant lobby

paikan päältä

Saw @ school

Satuin paikalle ja näin opasteen

Jenniltä ja Jennalta

järjestäjiltä

Huomasin tapahtuman käytävällä.

Ständi

KAVERILTA

Kaverilta

koulussa näin tapahtumapisteen

The organizers invited me

opiskelijoilta

Jennalta 😊

järjestäjiltä

jenna / jenni

järjestäjiltä henkilökohtaisesti

Jenniltä ja Jennalta 😊

from my friend



Kuva 1: Yleiskuva kierrätyspelialueesta



Kuva 2: Kierrätyspelin toinen linja kokonaisuudessaan



Kuva 3: Yleiskuva tapahtumatilasta ensimmäisen päivän aamuna



Kuva 4: Jarmo Lahtinen Oulun Vedeltä keskustelemassa kävijän kanssa



Kuva 5: Iloiset lajittelijat kokeilemassa kierrätystaitojaan



Kuva 6: Marttojen edustaja Marja-Leena Pirkola keskustelemassa kävijöiden kanssa



Kuva 7: Yleiskuva tilasta toisen päivän aamuna



Kuva 8: Palautelaatikon uusi paikka ja Oulun Energian roll-up –mainos.



Kuva 9: Oulun Energian Tarja Väyrynen kertomassa lisätietoa uudesta jätteenpolttolaitoksesta



Kuva 10: Oulun Jätehuollon tiedottaja Lea Ansamaa runsaine mainoslahjoineen