

Hertsin kierrätysviikonloppu -tapahtuma

Anu Henttonen

Tekijä(t) Anu Henttonen	
Koulutusohjelma Liiketalous	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Hertsin kierrätysviikonloppu -tapahtuma	Sivu- ja liitesivumäärä 33 + 23
<p>Tämä opinnäytetyö käsittelee kiertotalousaiheisen tapahtuman järjestämistä helsinkiläisessä kauppakeskuksessa. Opinnäytetyössä käydään läpi kestävän kehityksen ja kiertotalouden perusteita sekä kuluttajaprofiileja. Kestävä kehitys tarkoittaa hyvän elämän mahdollisuuden turvaamista tuleville sukupolville ottamalla huomioon ympäristö, ihminen ja talous. Kiertotalous sisältää erilaisia toimintamalleja, jossa voidaan vähentää jätteen määrää esimerkiksi kierrättämällä ja uudelleenkäyttämällä materiaaleja, jolloin luonnonvaroja tarvitaan vähemmän. Kuluttajaprofiilit ja niissä esitellyt ympäristönäkökulmaa arvostavien kuluttajien suuri osa kaikista kuluttajista ovat kannustavat yrityksiä tarjoamaan tuotteita ja palveluita ympäristö mielessä, sillä moni kuluttaja on valmis maksamaan ympäristöystävällisistä tuotteista enemmän.</p> <p>Tapahtuman järjestämisen teoriassa käsitellään kysymyksiä mihin järjestämisen aikana tulisi osata vastata onnistuneen tapahtuman aikaan saamiseksi. Strategisia kysymyksiä ovat mitä, miksi ja kenelle tapahtuma järjestetään. Operatiivisia kysymyksiä ovat kuka, miten, millainen ja kuka tapahtuman järjestää. Tapahtumaprosessi käydään läpi suunnittelusta jälkimarkkinointiin.</p> <p>Itse tapahtumaa kuvailevassa luvussa esitellään suunnitteluprosessi sekä lopulta suurimmalta osin virtuaalisesti toteutuneen tapahtuman toteutus sekä jälkimarkkinointi. Kevään 2021 pandemiatilanne pakotti muuttamaan suunnitelmia alkuperäisestä fyysisestä tapahtumasta virtuaalitapahtumaksi, ja kauppakeskuksessa oli vain yksi pop-up liike viikonlopun aikana. Mikäli pandemiatilanne olisi ollut parempi, olisi tapahtuma keskittynyt enemmän fyysiseen tapahtumaan kauppakeskuksessa.</p> <p>Opinnäytetyön pääpaino on kestävän kulutuksen tapahtuman järjestämisessä, mutta siinä olevaa tietopohjaa voi käyttää muidenkin tapahtumien järjestämisen pohjana, tai tietoperustana kiertotalouden tuotteiden tarjooman lisäämisessä liiketoiminnassa.</p>	
Asiasanat Tapahtumatuotanto, kestävä kehitys, kestävä kulutus	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Opinnäytetyöni tavoite ja rakenne	2
2	Kestävä kehitys.....	3
2.1	Kiertotalous	4
2.2	Vastuullinen ja tiedostava kuluttaja	6
3	Tapahtuman järjestäminen	9
3.1	Strategiset kysymykset.....	10
3.2	Operatiiviset kysymykset.....	11
3.3	Tapahtumaprosessi.....	13
4	Hertsin kierrätysviikonloppu 23.-24.4.2021.....	17
5	Johtopäätökset	28
5.1	Kehitysehdotukset ja oma oppiminen.....	28
	Lähteet	30
	Liitteet.....	34
	Liite 1. Keväällä 2020 toteutetun kyselyn kysymykset.....	34
	Liite 2. Keväällä 2020 toteutetun kyselyn valikoituja tuloksia	40
	Liite 3. Sosiaalisen median suunnitelma.....	43
	Liite 4. Tapahtumaviikon toteutuneet Facebook-mainokset	48
	Liite 5. Osallistujille lähetetty kiitoskirje	52
	Liite 6. Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset	53

1 Johdanto

Valtioneuvoston kanslia kertoo, että kestävä kehitys on ”maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet”. Kestävä kehitys jaotellaan kolmeen osaan, ekologiseen, taloudelliseen ja sosiaaliseen sekä kulttuuriseen kestävyys (Valtioneuvoston kanslia s.a.). Tässä opinnäytetyössä keskitytään ekologiseen kestävyys, johon liittyy myös kiertotalous. Kiertotalouden tarkoitus on saada tuotanto ja kulutus mahtumaan maapallon kantokykyyn, ja materiaalien pysyminen käytössä mahdollisimman pitkään (Ympäristöministeriö s.a. a.). Maapallon kantokyky tarkoittaa luonnolle aiheutuvan rasituksen rajallista määrää. Tätä rasitusta tulee ihmisten toiminnasta, kuten kulutuksestamme, tuotannosta ja jätteistämme. (Sjöstedt 2019.) Jo vuonna 1972 ilmestyneessä Kasvun rajat -raportissa ennustettiin, että maapallo ei kestä kasvavaa maailman väestömäärää, teollistumista, saastumista, ruoan tuotantoa ja uusiutumattomien luonnonvarojen käyttöä sekä näiden keskinäistä vuorovaikutusta. Ratkaisuna raportin teettäneellä Rooman klubilla oli rajoittaa ekologista jalanjälkeä eli sitä vaikutusta, minkä ihminen tekee luonnolle mm. kulutustottumuksillaan, mutta ratkaisuehdotus sai paljon kritiikkiä taloustieteilijöiltä ja elinkeinoelämän edustajilta. Vuonna 2008 tehdyssä vertailussa moni raportissa mainituista ennusteista oli toteutunut. (Pantsar & Keronen 2019, 59–60.)

Opinnäytetyöni sai alkunsa keväällä 2020 osallistuessani Circular Economy for Sustainable Growth opintokokonaisuuteen. Opinnot olivat 3AMK-toteutus, jolloin kukin pääkaupunkiseudun kolmesta ammattikorkeakoulusta (Haaga-Helia, Laurea ja Metropolia) järjesti yhden kurssin kokonaisuudesta. Opintokokonaisuuden teemana oli kiertotalous ja kestävä kehitys. Opiskelu alkoi opintojaksolla Towards a Sustainable Consumer Society, joka oli Metropolian järjestämä. Jakauduimme ryhmiin, joissa teimme kevään aikana kaksi projektia. Ryhmämme koostui sekä Haaga-Helian että Metropolian opiskelijoista. Tällä opintojaksolla tutustuimme kiertotalouden perusteisiin ja projektina oli tuotteen elinkaaren laskeminen. Perehdyimme matkapuhelimen elinkaareen ja sen aiheuttamiin ympäristövaikutuksiin, ja kehitimme ryhmätyöskentelyämme. Opintokokonaisuuden jälkimmäisellä puoliskolla suoritimme Haaga-Helian järjestämän New Business Models for Circular Economy ja Laurean Service Design for Circular Economy -opintojaksot samanaikaisesti. Tutustuimme kiertotalouden eri liiketoimintamalleihin ja palvelumuotoiluun. Opintojakson projektin toimeksiantajana toimi Kauppakeskus Hertsu. Toimeksiantona oli innovoida samana keväänä avattavalle kauppakeskukselle palveluita, jotka houkuttelisivat asiakkaita kauppakeskukseen ja nostaisivat kauppakeskuksen vastuullista imagoa. Opintojakson tavoitteena oli, että

innovaatiot liittyisivät kahteen kiertotalouden liiketoimintamalliin, tuotteen elinkaaren pidentämiseen tai resurssitehokkuuteen. Viisihenkinen tiimimme innovoi kauppakeskustapahtuman, joka olisi erilainen kuin muut teematapahtumat, jotka usein keskittyvät tavarankäytön hintojen alentamiseen. Ideamme sai innostuneen vastaanoton kauppakeskuspäällikkö Hanna Feodorovilta, joten kurssin jälkeen otin häneen yhteyttä ja kysyin, voisinko olla mukana tekemässä opinnäytetyötä, mikäli tapahtuma järjestettäisiin. Ilokseni kuulin, että tapahtuma voitaisiin toteuttaa keväällä 2021, ja voisin olla mukana tapahtuman järjestämisessä. Suunnitteluprosessi lähti käyntiin syksyllä 2020, ja huipentui tapahtumaan 23.-24.4.2021.

1.1 Opinnäytetyöni tavoite ja rakenne

Opinnäytetyössä tavoitteenani on suunnitella ja tuottaa tapahtuma, jonka avulla haluan tuoda tavallisille kuluttajille tietoutta, miten ekologista jalkajälkeä voi pienentää ja miten voi tehdä pieniä muutoksia omissa kulutustottumuksissa. Uskon, että jos moni tekee pieniä muutoksia, ne pienet muutokset muodostavat yhdessä suurempia kokonaisuuksia, joilla on vaikutusta maapallon kantokyvyn parempaan riittämiseen. Opinnäytetyöni on toiminnallinen, eli tässä opinnäytetyöraportissani kuvaan Hertsin Kierrätysviikonloppu - tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen. Jo ennen tapahtuman järjestämisen alkua, innovoinnin aikana, osallistuin tavoitteiden määrittelemiseen ja teeman kehittämiseen. Varsinaisen opinnäytetyöprosessin aikana osallistuin palveluiden ja tuotteiden suunnitteluun, palvelupolkuun ja käsikirjoitukseen, aikatauluttamiseen, verkkosivuihin, kutsuun, sisäiseen viestintään, sosiaaliseen mediaan sekä yhteistyökumppaneiden hankkimiseen.

Opinnäytetyön johdannon jälkeen aloitan teoriapohjan kiertotalouden käsittelyllä, sillä kevään 2020 opintokokonaisuuden Circular Economy for Sustainable Growth teemana oli kiertotalous. Kiinnostus kiertotalouteen ja sen erilaisiin taloudellisiin liiketoimintamalleihin oli syy, miksi osallistuin opintokokonaisuuteen. Seuraavaksi esittelen vastuullisen kuluttajan profiileja, sillä tapahtuma on suunnattu kuluttajille. Kolmannessa luvussa käsittelen tapahtuman järjestämistä. Luku pohjautuu pitkälle Helena Vallon ja Eija Häyrisen (2016) kirjaan. Neljännessä luvussa kerron Kierrätysviikonlopun suunnittelusta ja toteutuksesta. Lopuksi esitän johtopäätökseni ja arvioin oman suoritukseni tapahtuman järjestämisessä.

2 Kestävä kehitys

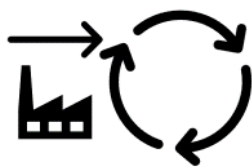
Kestävän kehityksen tarkoitus on turvata oman sukupolvemme lisäksi myös tuleville sukupolville mahdollisuus hyvään elämään turvaamalla ekosysteemien toiminnan ja ottamalla huomioon ympäristö, ihminen ja talous. (Ympäristöministeriö s.a. b.) Kestävään kehitykseen liittyy käsitteet ilmastonmuutos, ilmastoriski ja hiilijalanjälki. Ilmastonmuutos liittyy maapallon lämpenemiseen ja siihen liittyviin vaikutuksiin. Maapallon lämpeneminen vaikuttaa eri puolilla maailmaa eri tavalla. (Sitra 2016.) Suomessa lämpötilat nousevat enemmän kuin maapallolla keskimäärin. Kasvien kasvukausi pitenee, mutta Suomen pitkät valoisat kesäpäivät tuovat haasteita esimerkiksi viljakasvien viljelyyn, jotka ovat sopeutuneet Pohjoisen Euroopan lyhyeen kasvukauteen tai Eteläisen Euroopan pitkään kasvukauteen ja lyhyempään päivään. Suomessa voivat tuhohyönteiset menestyä paremmin erityisesti talvien ollessa nykyisiä lämpimämpiä. (Ruosteenoja, Räisänen, Venäläinen, Kämäräinen & Pirinen 2016. 11.) Ilmastoriskit ovat ilmastonmuutoksista johtuvia riskejä. Nämä riskit voivat liittyä yritysten liiketoimintaan tai yleisesti yhteiskuntaan.

Hiilijalanjälki tarkoittaa sitä määrää hiilidioksidia, joka pääsee ilmakehäämme esimerkiksi toiminnastamme, tuotteen valmistuksesta tai käytöstä johtuen. Hiilijalanjäljen voi siis määrittää eri asioille. Usein määrä ilmoitetaan hiilidioksidiekvivalenttina, jolloin mukaan lasketaan muita kasvihuonekaasupäästöjä, jotka myös vaikuttavat ilmastonmuutokseen. (Sjöstedt 2019.) Muita kasvihuonekaasuja ovat muun muassa vesihöyry, metaani, dityppioksidi ja otsoni. Niitä on luonnollisestikin ilmakehässämme, mutta niiden lisääntyminen kiihdyttää kasvihuoneilmiötä, joka lämmittää maapalloa. (Ilmasto-opas s.a.) Sitran mukaan (2019) keskivertosuomalaisen hiilijalanjälki on 10 300 kg CO₂e eli hiilidioksidiekvivalenttia. Suomalaisten hiilijalanjäljestä noin 25 % koostuu tavaroista ja palveluista, elintarvikkeet pois lukien. Korkeampi tulotaso mahdollistaa suuremman kulutuksen, joka nostaa hiilijalanjälkeä. Tämä koskee sekä suomalaisten kesken vertailtuja hiilijalanjälkiä että kansainvälisellä tasolla. Intiassa, joka on köyhempi maa kuin Suomi, on keskivertokansalaisen hiilijalanjälki vain 2 000 kg CO₂e. Jotta pääsisimme Pariisin ilmastopimuksen tavoitteeseen rajata ilmaston lämpeneminen 1,5 asteeseen, tulisi hiilijalanjäljen laskea globaalisti 2 500 kg CO₂e vuoteen 2030 mennessä. Kulutuksen osalta hiilijalanjäljen pienentäminen onnistuu esimerkiksi tuotteen käyttöiän pidentämisellä, tavaroiden yhteiskäytöllä tai kierrätettyjen materiaalien käytöstä tuotteiden valmistuksessa. (Ilmasto-opas 2021.) Tämä tarkoittaa lineaaritaloudesta kiertotalouteen siirtymistä.

Euroopan Unionin parlamentti on marraskuussa 2019 julistanut ilmastohätätilan, sillä europarlamentaarikot ovat olleet huolissaan, etteivät päästövähennystavoitteet riitä hillitsemään ilmaston lämpenemistä 1,5 asteeseen (Euroopan parlamentti 2019). Parlamentti on hyväksynyt kesällä 2021 ilmastolain, jonka tavoitteena on vähentää Euroopassa kasvihuonepäästöjä vuoden 1990 tasosta vähintään 55 % vuoteen 2030 mennessä, kun aiemmin asetettu tavoite oli 40 %. Aiemmin asetettu tavoite, hiilineutraalius vuoteen 2050 mennessä, on tämän lain myötä muuttunut poliittisesta tavoitteesta jäsenmaita sitovaksi velvoitteeksi. (Euroopan parlamentti 2021.)

2.1 Kiertotalous

Kiertotaloudessa on erilaisia toimintamalleja, jotka tähtäävät jätteen vähentämiseen, tuotteiden eliniän pidentämiseen ja materiaalien pitämisen kierrossa. Tällä hetkellä talouden mallina on lineaaritalous, missä tuotteessa käytetty raaka-aine tuotetaan esimerkiksi louhimalla, tuote valmistetaan, ja käytön jälkeen heitetään pois, kuten kuvassa 1. Kiertotaloudessa tuotteen elinkaarta voi pidentää uudelleenkäytöllä, kierrättämällä tai korjaamalla. Tuotteesta tulevaa jätettä voi vähentää jo suunnitteluvaiheessa. (Ellen MacArthur Foundation 2017.) Kiertotalous ei kuitenkaan ole mikään uusi keksintö, vaan ihmiskunta on elänyt kiertotaloudessa ennen 1900-luvun puoliväliä. Suomessa on siirrytty lineaaritalouteen hiljalleen 1950-luvulla tapahtuneen vaurastumisen myötä. Tuotteita valmistettiin edullisen fossiilisen polttoaineen avulla, ja kansalla oli varaa ostaa uutta ja heittää vanha pois. (Pantsar & Keronen 2019, 42–43.) Seitsemässäkymmenessä vuodessa lineaaritalous on vakiintunut osaksi elämäämme niin, että monikaan ei edes tiedä, mitä suutari tekee (Lehtelä 19.4.2021).



Kiertotaloudessa tuotteet valmistetaan, otetaan käyttöön ja niiden materiaalit pysyvät kierrossa myös sen jälkeen kun tuotetta ei enää käytetä.



Lineaaritaloudessa tuotteet valmistetaan, niitä käytetään ja ne heitetään pois käytön jälkeen. Tämä on usein nykyinen tuotteiden käyttötapa.

Kuva 1. Kiertotalouden ja lineaaritalouden erojen havainnollistaminen (mukaillen Ellen MacArthur Foundation 2017.)

Vuonna 2019 jokainen suomalainen tuotti keskimäärin 565 kilogrammaa yhdyskuntajätettä. Vuodesta 2018 kasvua oli 15 kilogrammaa henkilöä kohden. (Tilastokeskus 2020.) Jätteen määrä pelkästään Suomessa on suuri. Tuotteen elinkaaren pidentäminen on yksi kiertotalouden keinoista pitää materiaalit ja tuotteet käytössä, ilman että niitä tarvitsee heittää roskiin. Tuotteen elinkaarta voi pidentää uudelleenkäyttämällä, korjaamalla ja huoltamalla tuotetta. (Ellen MacArthur Foundation 2013, 15.) Tuotteen uudelleenkäyttö tarkoittaa sen ottamista käyttöön samassa muodossa kuin se aiemmin on ollut, tai pienin muutoksin. Korjatessa tai huoltaessa tuotetta siihen voidaan vaihtaa osia ja tehdä ulkoisia muutoksia, kuten kankaiden vaihtoja tai pinnan maalausta. Kierrätys sen sijaan tarkoittaa materiaalin kierrätystä, kun kierrätetystä materiaalista tehdään jotain muuta kuin mitä se alun perin on ollut. (Ellen MacArthur Foundation 2013, 26.)

Tuotannossa ja suunnittelussa pystytään pienentämään ekologista jalanjälkeämme sekä resurssitehokkuudella että materiaalitehokkuudella. Mikäli suunnitteluvaiheessa mietitään materiaalitehokkuutta, tuotteista saadaan mahdollisimman kestäviä ja uudelleenkäyttö tai materiaalin kierrätys käytön jälkeen ovat helpommin toteutettavissa. Myös tuotannossa syntyvät sivuvirrat on mahdollista käyttää hyödyksi, ja jätteen määrää saadaan pienennettyä. Materiaalitehokkuus on paitsi ympäristön kannalta tärkeää säästyneiden luonnonvarojen takia, myös taloudelliselta kannalta tärkeää. On arvioitu, että luonnonvarojen kulutus kaksinkertaistuu vuosien 2000 ja 2030 välillä. Tämä johtaa raaka-aineiden hintojen nousuun. Resurssitehokkuudella pystytään tuotannossa vaikuttamaan käytetyn materiaalin määrään, kulutustottumisten muutoksiin, tuotantoprosessien optimointiin ja jätteen vähentämiseen sekä liiketoimintamallien parantamiseen (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013, 10-12.). Hukkaresurssien, kuten jätteen tai energian, käsittelyyn ja varastointiin käytetään resursseja kuten työvoimaa, jolloin tästä aiheutuu kustannuksia yrityksille. Energiatehokkuuden avulla voidaan myös tuoda parannuksia työturvallisuuteen ja sosiaaliseen vastuuseen yrityksissä. Kuumien pintojen eristäminen vähentää lämpöhukkaa sekä voi estää palovammojen syntymistä työntekijöillä. Näin yritys voi säästää mahdollisissa tulevilla sairauspoissaolokuluissa. (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 27–28.)

Aiemmin mainittujen taloudellisten säästöjen lisäksi kiertotalous voi tuoda yrityksille lisää liiketoimintaa ja sen myötä lisää liikevaihtoa. Teknologiateollisuus (2022a), mikä edustaa yli puolta Suomen viennin tuottavista yrityksistä, arvioi kiertotalouden tuoman lisäarvo yritystoiminnalle vuoteen 2030 mennessä voivan olla 2 – 3 miljardia euroa vuodessa pelkästään Suomessa, ja bruttokansantuotteeseen vaikutus voi olla 1 – 2 prosentin lisäys. Koko Euroopan tasolla summa voisi nousta jopa 1 800 miljardiin euroon.

Teknolוגiateollisuuden jäsenyrityksistä jopa 57 % näkee kiertotalouden merkittävänä mahdollisuutena liiketoiminnalleen.

Tässä luvussa esitettyjen hyötyjen lisäksi osa kuluttajista suosii ekologisia tuotteita, joista enemmän seuraavassa kappaleessa.

2.2 Vastuullinen ja tiedostava kuluttaja

Sitran Kestävä arki -tiimin selvityksessä tutkittiin erilaisia suomalaisten kuluttamiseen liittyviä arvostuksen kohteita, asenteita ja motivaatiotekijöitä. Näistä koottiin seitsemän erilaista motivaatioprofiilia. Näitä profiileja analysoitiin suhteessa kulutuksen fiksuuteen. Tässä selvityksessä fiksu kuluttaminen tarkoitti maapallon kantokykyä mahdollisimman vähän rasittavaa kulutusta. Osalla motivaatioprofiileista kuluttaminen nähtiin osana suurempaa tarkoitusta, osalla tärkeintä kuluttamisessa oli oma itse ja läheiset. Fiksuinta kuluttamista oli kolmella motivaatioprofiililla, Neuvokas arkivihreä (20 % kuluttajista), Fiilisvihreä suunnannäyttävä (9 % kuluttajista) ja Perinteinen tolkun ääni (24 % kuluttajista). (Huomo, Kaitosalmi, Tuomisto, Kavenius & Tikkanen 2019, 5–9.) Alla esittelen profiilit fiksuimmasta kuluttajasta alkaen.

Neuvokas arkivihreä on enemmän hitaasti uusia trendejä omaksuva kuin trendien edelläkävijä. Hän on harkitseva kuluttaja, ja odottaa ennemmin juuri oikean tuotteen löytymistä kuin ostaa tuotteen, joka ei aivan kohtaa hänen tarpeitaan. Häntä motivoi kuluttamisen vähentäminen luonnon hyväksi. Hän myös kestää pientä epämukavuutta ekologisuuden vuoksi. Tuotteissa hän suosii kestävyttä, luomua ja lähellä tuotettua. Vaikka hän elää ekologisten arvojen mukaan, hän ei tee siitä suurta numeroa. (Huomo ym. 2019, 29–31.)

Fiilisvihreä suunnannäyttävä on ensimmäisiä omaksumassa uusia tuotteita ja innovaatioita. Hän etsii laatua ja ekologisuutta kulutuspäätöksissään, ja usein tukee pientuottajia. Hän on enemmän tunteella kuluttava kuin muut kaksi tässä esiteltyä profiilia. Tunnelma onkin tapa houkutella fiilisvihreä suunnannäyttävä kuluttamaan. Hän haluaa innostaa muita omilla kulutusvalinnoillaan toimimalla hyvänä esimerkkinä. Hän arvostaa laatua ja tuotteen pitkäikäisyyttä. (Huomo ym. 2019, 8–28.)

Perinteinen tolkun ääni on muita fiksuja kuluttajaryhmiä hitaampi omaksumaan uusia trendejä kuluttamisessa. Hän haluaa kestäviä tuotteita, joita kannattaa korjata. Hän arvostaa kotimaista tuotantoa. Perinteinen tolkun ääni ei ole hyvin motivoitavissa tuotteen tai palvelun ekologisuudella, vaikka hänen kulutuskäyttäytymisensä on nuukuuden kautta

fiksua ja ekologista. Veden ja sähkön säästäminen ovat hänelle enemmän rahallinen kuin ekologinen teko. (Huumo ym. 2019, 23–25.)

Näistä profiileista Neuvokas arkivihreä ja Fiilisvihreä suunnannäyttäjät olivat tietoisesti ekologisia kuluttajia. Suomalaisista tämän selvityksen mukaan 29 % kuluttaa tietoisesti ekologisuus motivaationa. Perinteiselle tolkun äänelle ekologisuus ei ole tärkeää, mutta häntä motivoivat resurssien säästäminen ja korjattavuus ovat ekologisia ominaisuuksia. Suomalaisista kuluttajista 53 % on tämän selvityksen mukaan kiinnostuneita kiertotalouteen liittyvistä asioista, joko ympäristön tai oman talouden näkökulmasta. (Huumo ym. 2019, 9–31.)

Design-toimisto Kuudes kerros on toteuttanut laajan hankkeen, jossa on tutkittu suomalaisten kulutuskäyttäytymistä yli kymmenen vuoden ajan. Vuodesta 2016 tutkimuksessa on käsitelty myös ruotsalaisten kulutuskäyttäytymistä. Kuudes toteaa vastuullisuuden olevan vahva teema kuluttamisessa, ja vastuullisuus puhuttelee yhä laajempaa osaa kuluttajista vuosi vuodelta. Tutkimuksessa jaettiin kuluttajat kahdeksaan eri ryhmään, jotka ovat Unelmoija, Sivullinen, Huolenpitäjä, Kunnianhimoinen, Itsevaltiainen, Tinkimätön, Vakaumuksellinen ja Utelias. Näistä kuluttajasegmenteistä Vakaumukselliset kokevat ympäristöystävällisyyden tärkeimpänä, ja he voivat jopa tinkiä omasta mielihyvästään ympäristöystävällisyyden takia. Vakaumukselliset edustavat 13 % suomalaisista kuluttajista. Tinkimättömät sekä Huolenpitäjät (9 % ja 16 % kuluttajista) pitävät myös vastuullisuutta tärkeänä, mutta eivät arvota sitä oman ja yhteisen hyvän yläpuolelle. He toivovat vastuullisuuden ja ympäristöystävällisyyden olevan linjassa oman ja yhteisen hyvän kanssa. Vähintään 74 % näihin kolmeen ryhmään identifioituista oli samaa mieltä väittämän ”Olen huolissani maailman nykytilasta, ja se ohjaa myös kulutusvalintojani.” kanssa, kun kaikkien kuluttajasegmenttien keskiarvo oli 57 %. Tinkimättömät ja Vakaumukselliset yhtyivät väitteeseen ”Voin nähdä paljonkin vaivaa voidakseni tehdä vastuullisia hankintoja.” useammin kuin tutkimuksessa. Väitteeseen yhtyi kaikista kuluttajasegmenteistä keskimäärin 39 % vastaajista, kun Tinkimättömillä ja Vakaumuksellisilla määrä oli vähintään 62 %. Huolenpitäjät ovat tutkimuksen mukaan tunnistaneet kuluttamisensa ilmastovaikutukset, mutta eivät vielä ole alkaneet muuttamaan rutiineitaan. (Kuudes s.a., 2–22.) Tämän tutkimuksen mukaan 38 % kuluttajista kokee vastuullisuuden ja ympäristöystävällisyyden tärkeä arjessa, mutta tärkeys kasvaa koko ajan.

Suomalaisen työn liiton vuonna 2019 tekemän tutkimuksen mukaan eri ikäluokat pitävät eri asioita vastuullisuudesta tärkeinä. Vanhemmat ikäluokat pitivät tärkeinä vastuullisuutta kuluttamisessa, eli yksilön vastuutta, sekä yrityksen läpinäkyvyyttä tärkeimpinä asioina.

15–24-vuotiaat pitivät yrityksen tapaa kohdella työntekijöitään ja sen voitonjakotapaa tärkeänä osana yritysten vastuullisuutta. Lähes 80 % ikäryhmästä olisi valmis maksamaan tuotteesta tai palvelusta enemmän, jos yritys antaisi vähintään puolet voitosta Suomessa tehtävään yhteiskunnalliseen hyvään. (Suomalaisen työn liitto 2019.)

Jokaisessa näissä kolmessa tutkimuksessa todetaan, että osa kuluttajista arvostaa erityisesti ympäristönäkökulmaa tuotteen tai palvelun valinnassa, ja osa on jopa valmiita maksamaan ympäristöystävällisesti valmistetusta enemmän kuin muista tuotteista. Tämä kannustaa yrityksiä tuottamaan tuotteitaan ja palveluitaan ympäristöystävällisemmin, sillä tuotantotavan muutos vaikuttanee myynteihin positiivisesti.

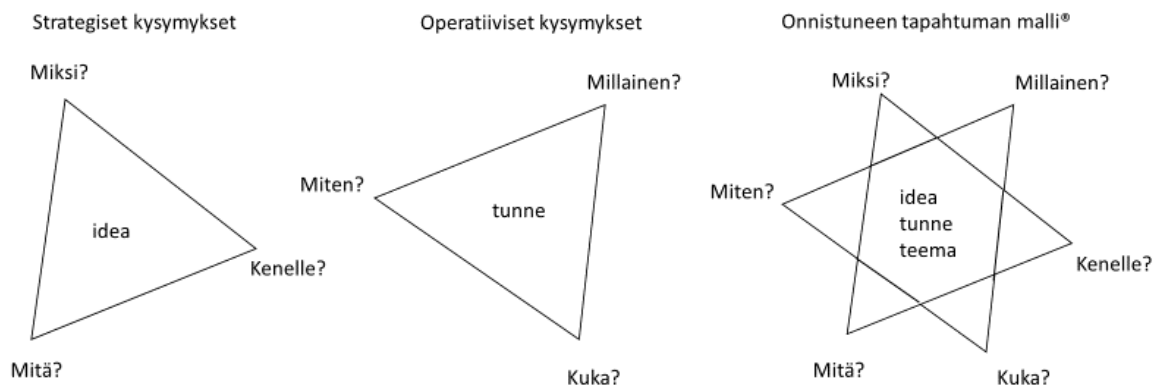
3 Tapahtuman järjestäminen

Elämme maailmassa, jossa tietoa tulvii joka puolelta koko ajan. Organisaatioiden on yhä vaikeampaa saada viestinsä kuulumaan suorien ja epäsuorien kilpailijoiden viestien lomassa. Tapahtumien järjestäminen ja tapahtumamarkkinointi ovat tehokas keino saada yrityksen ja sen kohderyhmän yhdistettyä yhteisen asian tai idean ympärille.

Tapahtumamarkkinointi voidaan määritellä olevan suunniteltua viestintää organisaation valitulle kohderyhmälle, jonka yritys kohtaa ennalta valikoidussa puitteissa eli tapahtumassa. Tapahtumamarkkinointia on tilaisuuksia, joissa tuodaan interaktiivisesti yhteen organisaatio ja sen mahdolliset asiakkaat, tai joissa yritys esittelee tai edesauttaa tuotteidensa myymistä. Tapahtumamarkkinoinnin tulee olla yhteydessä yrityksen muuhun markkinointistrategiaan. Se voi olla yrityksen itsensä järjestämiä tapahtumia, ulkopuolisilta palveluntarjoajilta ostettuja tapahtumia tai yrityksen osallistumista valmiisiin tapahtumiin. (Vallo & Häyrinen 2016, 21–23.) Tapahtumamarkkinointi pyrkii samaan kuin mainokset, eli tuoda tietoisuutta organisaatiosta asiakkaille ja sidosryhmille. Usein mainokset jäävät huomiotta, mutta tapahtumiin asiakkaat osallistuvat innokkaasti. Moni tahon järjestää kuitenkin tapahtumia, joten oman tapahtumansa kilpailukykyä voi vahvistaa laadukkaalla sisällöllä, kilpailukykyisellä osallistumismaksulla, hyvällä saatavuudella eli miten paikalle pääsee ja laadukkaalla markkinointiviestinnällä. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015, 9–15.)

Tapahtumalajeja voi olla useita erilaisia, riippuen miten niitä luokitellaan. Tapahtumat voidaan luokitella esimerkiksi yritystapahtumiin, kuluttajataapahtumiin, henkilöstötapahtumiin ja lanseerauksiin sekä promootioihin. Ne voidaan luokitella myös sisällön mukaan asiatapahtumiin, viihdetapahtumiin ja niiden yhdistelmiin, tai järjestäjän mukaan, yritys suunnittelee ja toteuttaa tapahtuman itse tai ostopalveluna, tai yritys osallistuu valmiiseen tapahtumaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 75–77.) Tapahtumat voidaan luokitella myös sisältönsä mukaan aistimustapahtumaan, hyötytapahtumaan ja yhteisölliseen tapahtumaan. Aistimustapahtumassa vieras on katsojan ja kokijan roolissa, kuten esimerkiksi konsertissa tai urheilukilpailuissa, ja vieras on usein passiivisessa roolissa. Hyötytapahtumiin lukeutuvat esimerkiksi seminaarit ja asiantuntijataapahtumat. Näissä pyritään usein saamaan vierasta aktiivisempaan rooliin kuin aistimustapahtumassa, esimerkiksi seminaarissa saamaan vuoropuhelua yleisön ja puhujan kesken, sekä aktivoimaan vieraita verkostoitumaan keskenään tapahtumassa. Yhteisöllisissä tapahtumissa vieraan rooli on kaikista aktiivisin. Näissä tapahtumissa sosiaalinen kanssakäyminen ja yhteishengen nostaminen on tärkeää. Yhteisöllisiin tapahtumiin lukeutuu esimerkiksi työyhteisötilaisuudet ja pienryhmätilaisuudet. (Catani 2017, 22–24.)

Kun tapahtuman suunnittelu aloitetaan, voi avuksi ottaa Helena Vallon ja Eija Häyrisen (2016, 128.) Onnistuneen tapahtuman mallin®. Malli koostuu kahdesta kolmiosta, jotka sisältävät strategisia ja operatiivisia kysymyksiä, ja muodostavat yhdessä tähden (kuva 2). Tähdessä olevia kysymyksiä käsitellään seuraavissa alaluvuissa reflektoiden tämän opinnäytetyön tapahtumaan. Tähdessä olevien kolmioiden tulisi olla tasapainossa keskenään, jotta kaikki tapahtuman osa-alueet toimisivat yhtä hyvin. Onnistunut tapahtuma luo hyvän mielikuvan osallistujille, kun taas huonosti onnistunut tapahtuma luo huonon mielikuvan, tai jonkin ajan kuluttua osallistuja ei edes muista osallistuneensa tapahtumaan. Huonosti onnistuneen tapahtuman kohdalla tapahtumaan osoitetut resurssit ovat olleet turhia. Mikäli tähden kaikki osa-alueet eivät ole tasapainossa, osallistujat voivat sen aistia, ja siitä ei jää yhtä positiivista mielikuvaa osallistujalle kuin olisi muuten ollut mahdollista. (Vallo & Häyrynen 2016, 31–127.)



Kuva 2. Onnistuneen tapahtuman malli® (mukaillen Vallo & Häyrynen 2016, 121–128.)

3.1 Strategiset kysymykset

Ennen tapahtumaa tulisi olla selvillä vastaukset strategisiin kysymyksiin miksi, kenelle ja mitä järjestetään. Kysymykseen ”Miksi?” vastaus on tapahtuman tavoite. Miksi tapahtuma järjestetään? Mitä yritys haluaa tapahtumalla viestiä sidosryhmilleen? Vastaus kysymykseen ”Kenelle?” määrittää tapahtuman kohderyhmän. Kysymys ”Mitä?” kysyy lähtökohdat tapahtuman suunnittelulle. Millainen tapahtumasta tulee, onko se matka, seminaari tai viihdetapahtuma? (Vallo & Häyrynen 2016, 121–122.)

Tapahtumajärjestämisessä tulisi tapahtumalle aina asettaa tavoite. Tavoitteen tulisi olla yhteydessä yrityksen markkinointisuunnitelmaan, eikä olla siitä erillinen. Tavoitteita voi olla tapahtuman luonteesta riippuen esimerkiksi näkyvyyden saaminen, tuotteiden esittely tai uusien asiakkaiden hankinta. Konkreettinen tavoite auttaa tapahtuman onnistumisen todentamista tapahtuman jälkeen. (Vallo & Häyrynen 2016, 25–26.) Tapahtumissa voidaan

myös vaikuttaa yrityksen brändiin ja imagoon, eli miten sidosryhmät kuten asiakkaat näkevät yrityksen. Brändi on kokemukseen liittyvä mielikuva, joka liittyy tuotemerkkiin, kun taas imago voi muodostua ilman, että asiakkaalla välttämättä on omakohtaista kokemusta yritykseen tai tuotteeseen. Yrityksen brändi on sen aineetonta pääomaa. Tapahtumat ovat henkilökohtaisia kohtaamisia asiakkaiden kanssa, jossa voidaan vahvistaa tai heikentää brändiä. (Vallo & Häyrinen 2016, 39–40.) Tapahtumien, kuten yrityksen kaiken toiminnan, tulisi tukea yrityksen tekemiä brändilupauksia, jotta brändin uskottavuus säilyy. Tapahtumissa asiakas tai sidosryhmän edustaja kokee bränditodellisuuden vahvemmin kuin passiivisessa mainonnassa, sillä kokemus on henkilökohtainen hänen ollessa paikalla. Tapahtumissa sidosryhmien bränditietoisuus vahvistuu, joten on erityisen tärkeää että brändilupaus lunastetaan. Myös yrityksen sisäinen identiteetti eli yrityksen oma näkemys toiminnastaan vahvistuu. Onnistunut tapahtuma vahvistavaa positiivisia mielikuvia sekä sidosryhmillä että sisäisesti. (Korhonen ym. 2015, 8–9.)

Kohderyhmä voi tapahtuman osalta olla suuri yleisö, rajattu kutsuvierasyleisö tai avoin kutsuvierasyleisö. Esimerkiksi suurten konserttien kohderyhmää on suuri yleisö, jolle myydään lippuja tapahtumaan. Yritys voi järjestää tapahtuman asiakkailleen, henkilöstölleen tai yhteistyökumppaneilleen. Kohderyhmän määrittelee usein myös demografiset ominaisuudet kuten ikä, sukupuoli tai asuinpaikka, tai psykologiset ominaisuudet, kuten kiinnostuksen kohteet. Tapahtuma tulisi suunnitella kohderyhmä mielessä, myös siinä tapauksessa, jos tapahtuma on henkilöstötapahtuma. (Vallo & Häyrinen 2016, 145–148.)

Tapahtuman tavoite ja kohderyhmä vaikuttavat sen sisältöön paljon. Vaikka olisi kuinka hyvä idea tapahtumasta ja sen ideasta, jos se ei kohtaa tavoitetta ja kohderyhmää, ei onnistunutta tapahtumaa synny. Tapahtuman yhteen kokoavana voimana voi olla esimerkiksi teema. Teeman tulisi olla yrityksen brändiä vahvistava, ja sen tulisi näkyä koko tapahtuman alusta loppuun. Teeman lisäksi tulisi olla selvillä, onko tapahtuma asiatapahtuma, viihdetapahtuma vai niiden yhdistelmä. Näissäkin kohderyhmän tunteminen on eduksi järjestämisessä, jotta tapahtuman anti olisi osallistujille mieluisa ja tasapainoinen. (Vallo & Häyrinen 2016, 233–253.) Tapahtumassa voi olla ohjelman lisäksi muitakin aktiviteetteja osallistujille, mutta niiden tulisi aina seurata tapahtuman teemaa. Aktiviteetit voivat olla osana varsinaista ohjelmaa tai ne voivat olla muun ohjelman ohella taustalla. (Korhonen ym. 2015, 14.)

3.2 Operatiiviset kysymykset

Tapahtumaan liittyvät operatiiviset kysymykset ovat millainen, miten ja kuka tapahtuman järjestää. Vastatessa kysymykseen ”Miten?” pohditaan, miten tapahtuman teema saadaan

välitettyä osallistujille, ostetaanko tapahtumapalveluita ulkopuolelta vai järjestetäänkö kaikki itse. Kysymykseen ”Millainen?” vastaus löytyy tapahtuman sisällöstä ja ohjelmasta. Tuleeko tapahtumaan esiintyjä, juontajaa, ja etsitäänkö nämä sisäisesti vai ulkoisesti? ”Kuka?” kysyy kuka tai ketkä ovat vastuussa tapahtuman järjestämisestä. Tapahtumassa tulisi olla projektipäällikkö ja mahdollisesti hänen apunaan projektiryhmä, jotka pitävät huolen tapahtuman järjestämisestä. (Vallo & Häyrynen 2016, 125–127.)

Tapahtuman teeman välittäminen osallistujille on tärkeää, jotta heille selkiytyy yrityksen edustamat arvot. Teeman viestimisen tulisi myös olla selkeää, ja on parempi, että tapahtumalla on yksi selkeä pääviesti mahdollisesti muiden tukevien sivuviestien lisäksi. Tapahtuman tavoitteiden ja teeman lisäksi viestiin vaikuttavat paikka, ohjelma, isännät ja ajankohta. Tämän kaiken yritys voi tehdä itse, tai ostaa ulkopuolisesti tapahtumatoimistolta. Tapahtumatoimisto on hyvä vaihtoehto, jos sisäisesti kokemusta suurten tapahtumien järjestämisestä ei ole, tai tarpeeksi resursseja irrottaa suunnitteluprosessia varten. Tapahtumatoimistoja voi kilpailuttaa yksittäistä tapahtumanjärjestämistä varten, tai muodostaa yhteistyösuhde, mikäli tapahtumia järjestetään pitkäjänteisesti. (Vallo & Häyrynen 2016, 116–141.)

Tapahtuman sisältö kokoaa yhteen teeman, viestin, ohjelman, asian ja esiintyjät. Sisällön tulisi olla yhtenäinen koko tapahtuman läpi ja seurata suunnitelmaa. Sisältöä kannattaa luoda myös sosiaaliseen mediaan, sekä ennen että jälkeen tapahtuman. Mikäli tapahtumaan tulee esiintyjä tai juontaja, voi hän olla joko yrityksen sisältä tai ulkopuolelta palkattu. Tärkeintä on, että tämä istuu tapahtuman tavoitteeseen ja kohderyhmälle. Epäonnistunut esiintyjävalinta voi aiheuttaa koko tilaisuuden epäonnistumisen. Ennen tapahtumaa tulisi esiintyjälle kertoa tapahtumaan liittyvistä asioista, kuten tavoitteesta, kohderyhmästä, teemasta, hänen roolistaan tapahtumassa sekä kuka tapahtumasta vastuussa oleva henkilö on. Näin esiintyjä pystyy muokkaamaan esitystään kohderyhmälle ja tapahtumalle sopivaksi, jolloin esiintymisen onnistuminen on todennäköisempää. (Vallo & Häyrynen 2016, 233–249.)

Organisaatio on vastuussa järjestämästään tapahtumasta tai kattotapahtuman, eli jonkun muun järjestämän valmiin tapahtuman, kohdalla sinne viedyistä ihmisistä. Tämä vaatii tapahtuman johtamista. Tapahtumaa järjestäessä kannattaa nimetä projektipäällikkö, joka on vastuussa tapahtumaan liittyvistä suunnitelmista, budjetoinnista, päätöksistä, toteutuksesta ja seurannasta. Projektipäällikön tulee myös osata delegoida tehtäviä, varsinkin isompien tapahtumien kohdalla. Projektipäällikkö eli tapahtumantuottaja voi olla joko joku organisaation sisältä tai ulkoisesti palkattu henkilö tapahtumatoimistosta. Projektipäällikön tehtävänä on varmistaa, että kaikki sujuu kuten on suunniteltu, ja

huolehtii, että vastoinikäymisten varalta on suunnitelma. Projektipäällikkö on se, kenellä suunnittelun alkaessa on selkeä kuva siitä, miltä tapahtuma näyttää, kun sen aika koittaa. Projektipäällikön tulee myös pystyä kommunikoimaan se eteenpäin sidosryhmille kuten mahdolliselle projektiryhmälle. Riippuen tapahtuman koosta, voi tapahtumaa olla mukana organisoimassa myös projektiryhmä. Ryhmä voi koostua yrityksen omista työntekijöistä tai ulkoisista kumppaneista, kuten tapahtumatoimistosta, yhteistyökumppaneista tai alihankkijoista. Mikäli kyseessä on suuri tapahtuma, kannattaa jakaa eri osa-alueita pienempien ryhmien kesken. Silloin vastuu ei ole pelkästään yhdellä henkilöllä, ja pienempien ryhmien sisällä voi olla omia vetäjiä, jotka vastaavat vastuualueensa toteutuksen etenemisestä. Projektipäällikön vastuulla on silloin koordinoida eri ryhmien toimintaa, jolloin kaikki etenee, mutta kaksi ryhmää ei työstä samoja asioita. (Vallo & Häyrinen 2016, 265–273.) Vaikka projektipäällikkö olisi jakanut vastuuta muille joko sisäisesti tai ulkoistanut tehtäviä, on koko tapahtuman onnistumisesta vastuu hänellä itsellään. (Korhonen ym. 2015, 15.)

3.3 Tapahtumaprosessi

Tapahtumaprosessi on kolmivaiheinen. Siihen kuuluu suunnittelu, toteutus ja jälkimarkkinointi. Koko prosessiin tulisi varata vähintään kahdeksan viikkoa, isojen tapahtumien kohdalla pidempään, jotta saadaan toivotut tilat ja esiintyjät. Isoimmat tilat varataan jopa 2–3 vuotta etukäteen, tai jos kattotapahtumaksi suunnitellaan esimerkiksi suosittua konserttia, pitää liput hankkia ajoissa. Suunnitteluvaiheeseen tulisi varata 75 % ajasta, mikä tarkoittaa kahdeksan viikon prosessissa kuusi viikkoa. Kaikki, jotka myötävaikuttavat tapahtuman toteutumiseen kannattaa ottaa mukaan mahdollisimman varhaisessa vaiheessa. Näin heidät saa sitoutettua paremmin mukaan, ja heiltä voi saada uusia ideoita ja näkökulmia tapahtuman suunnitteluun. Suunnitteluvaiheessa käydään läpi niin kutsuttu palvelupolku, eli tapahtuman kulku alusta loppuun. Tällöin voi huomioida kaikki pienet yksityiskohdat, jotka voivat vaikuttaa tapahtuman kulkuun ja viihtyvyyteen. Suunnitteluvaiheessa on hyvä laatia tapahtumasta oma asiakirja, jossa käydään läpi lyhyesti tapahtuman reunaehdot. Näin kaikilla on selkeä käsitys siitä, mitä halutaan saada aikaiseksi ja miksi. Myös kohderyhmän huomioiminen onnistuu paremmin, mitä aiemmin suunnittelun aloittaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 189–192.)

Helena Vallon ja Eija Häyrisen (2016, 192–193) mukaan tapahtumatuotannossa on kolme osa-aluetta: tapahtuman sisällön tuotanto, tekninen tuotanto ja kaupallinen tuotanto, jotka kaikki pitävät sisällään monta . Nämä tulisi käydä läpi suunnitteluvaiheessa.

Sisällöntuotanto:

- Tavoitteet
- Idea, konsepti, teema

- Viestit, tarina
- Palvelut ja tuotteet
- Visuaalinen ilme ja elementit
- Palvelupolku, käsikirjoitus

Tekninen tuotanto:

- Paikan valinta ja suunnittelu
- Tapahtumarakenteet
- Ympäristösuunnittelu
- Tekniikka
- Luvat, pelastus- ja turvallisuussuunnittelu
- Rakentaminen ja purkaminen
- Aikatauluttaminen

Kaupallinen tuotanto:

- Budjetointi
- Tunnusluvut
- Tavoitteet, mittarit ja mittaaminen
- Kohderyhmät ja segmentointi
- Verkkosivut, kutsu ja kutsuprosessi
- Markkinointisuunnitelma, myös sisäinen viestintä
- Sosiaalinen media
- Yhteistyökumppanuudet ja sponsoriyhteistyöt

Budjetti on hyvä suunnitella tarkasti etukäteen, sillä tapahtuman järjestäminen on usein kallista. Budjetti tulisi rajata tarkasti, jotta ikäviltä yllätyksiltä lopussa vältytään ja jokainen tapahtumaa järjestävä tietää, mitä voidaan toteuttaa. On hyvä laskea budjettiin varattu summa jaettuna vieraiden määrällä, eli kontaktihinta. Näin on helpompaa laskea, onko budjetti realistinen verrattuna tapahtuman tavoitteisiin. Budjettia laatiessa tulee olla tarkka, onko pyydettyjen tarjousten hinnat verollisia vai ilmoitettuna ennen veroja. Eri aloilla on Suomessa käytössä eri veroasteet, joten verollinen hinta saattaa vaihdella vaikka veroton hinta olisi sama eri tarjouksilla. Tarjouspyyntöjä pyytäessä tulee tarjouksen sisältö määritellä tarkkaan, jotta tästä ei koidu ikäviä yllätyksiä joko tarjotun tuotteen tai palvelun laadussa tai sisällössä, tai lopullisessa laskussa. Budjettia suunnitellessa kannattaa jakaa todellisiin kuluihin 85 % käytettävissä olevista varoista, ja jättää 15 % yllättävien menojen varalle. Budjetteja kannattaa tehdä kaksi rinnakkaista, suunniteltu budjetti ja toteutunut budjetti. Näin näkee helposti, mitkä osa-alueet on arvioitu väärin ja mitä voi ottaa opiksi seuraavaa kertaa varten. (Catani 2017, 24–26.) Budjettiin on hyvä laskea myös mahdolliset tulot, jos sellaisia on tiedossa. Tuloja voivat olla esimerkiksi myyntituotot, sponsorointitulot sekä osallistumismaksut. (Vallo & Häyrinen 2016, 179.) Usein budjetin kalleimpia osia ovat tilavuokra, kuljetukset ja työkustannukset. Työkustannuksiin vaikuttaa työnteon ajankohta, sillä työntekijälle maksetaan usein peruspalkan päälle lisää ilta- ja viikonloppuaikoina. Joskus saattaa olla edullisempaa purkaa sunnuntaina loppuneen tapahtuman kaulusteet vasta maanantaina, koska palkkakulut ovat tällöin pienemmät. (Catani 2017, 35.)

Suunnitteluvaiheessa voi tapahtumalle kirjoittaa myös käsikirjoituksen. Käsikirjoitus on ohje kaikille tapahtumassa työskenteleville. Siihen on kirjattu kaikki, mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin, tapahtuman alusta loppuun. Se on apuna kertomassa tapahtuman työntekijöille mitä rekvisiittaa ja apuvälineitä tarvitaan missäkin välissä ja kenelle esiintyjälle tai ohjelmalle. Näin kaikki tietävät, miten mihinkin tapahtuman vaiheeseen tulee valmistautua ja mitä oletetaan tapahtuvan. Projektipäällikkö on luontevin valinta kirjoittamaan käsikirjoituksen, sillä hän on päävastuussa tapahtumasta. Usein kaikki ei kuitenkaan suju kuten käsikirjoitukseen on kirjoitettu, mutta käsikirjoitus on tapahtuman järjestäjiä varten, eivätkä vieraat useimmiten huomaa poikkeamia. Käsikirjoituksen lisäksi on hyvä olla selvillä palvelupolku, eli miten saapuva vieras liikkuu tapahtumassa. Palvelupolku alkaa asiakkaan saapuessa tapahtumaan, ilmoittautuu, jättää ulkovaatteet narikkaan ja jatkaa aina asiakkaan poistumiseen ja jälkimarkkinointiin. Sujuvalla palvelupolulla varmistetaan asiakkaan viihtyminen tapahtumassa ja hyvän muistijäljen jättäminen. (Vallo & Häyrinen 2016, 196–315.)

Toteutusvaiheen voi jakaa kolmeen osaan: rakennusvaihe, varsinainen tapahtuma ja purkuvaihe. Rakennusvaiheessa pystytetään tapahtumassa tarvittava tekniikka, kalusteet sekä somistetaan tila suunnitellun mukaisesti. Mahdollisten alihankkijoiden, kuten catering-yrityksen kanssa, tulisi sopia rakennusvaiheen aikatauluista, jotta kaikilla on tiedossa, koska paikalle voi ja pitää saapua. Rakennusvaihe kestää usein kaksi kertaa niin pitkään kuin itse tapahtuma ja sen purku. Tämä on hyvä huomioida jo budjettia laatiessa, sillä mahdollinen tilavuokra tulee suunnitella myös rakennusvaihe silmällä pitäen, ei vain toteutuspäivät mielessä. Harjoitteluun ja palvelupolun läpikäymiseen tulisi varata aikaa, kun rakennusvaihe on valmis tai lähes valmis. Kenraaliharjoituksissa on hyvä tarkistaa tekniikka, äänentoisto, ja että mahdollinen rekvisiitta on siellä missä sen kuuluukin olla sujuvaa esiintymistä varten. On hyvä käydä läpi myös esiintymisjärjestys ja tarkistaa vielä materiaali mahdollisten virheiden osalta. Tapahtuman aikana tapahtuman valvoja ja projektipäällikkö valvovat tapahtuman sujuvuutta ja aikataulun pitävyyttä. Mahdollisiin muutoksiin tai suunnitellun aikataulun pettämissiin reagoidaan nopeasti, jotta yleisö ei huomaisi tai häiriintyisi muutoksista. (Vallo & Häyrinen 2016, 198–202.)

Tapahtuman jälkeen on jälkimarkkinoinnin aika. Tällä ajanjaksolla toimitetaan kiitokset ja mahdollisesti materiaalit osallistujille. Myös tapahtuman järjestämiseen osallistuneille kannattaa toimittaa kiitokset. Kiitokset ja kiitoslahjat voidaan antaa jo tapahtuman aikana, vaikka käsitteenä ne ovat jälkimarkkinointia. Mikäli tämä tehdään tapahtuman jälkeen, tulisi se hoitaa kahden viikon sisällä tapahtuman loppumisesta. Jälkimarkkinointiin kuuluu myös palautteen kerääminen osallistujilta sekä saadun palautteen analysointi. Palautetta

voidaan kerätä eri tavoin, kuten paperisella lomakkeella, puhelimitse, sähköpostitse tai linkillä kyselylomakkeeseen. Palautteesta voi kerätä mielipiteitä ja vinkkejä tulevien tapahtumien järjestämiseen, jotta seuraavasta kerrasta tulisi vielä parempi. Kysymykset kannattaa muotoilla niin, että vastauksista voidaan analysoida esimerkiksi tavoitteiden toteutumisen aste ja tapahtuman yleinen onnistuminen. Kyselyn kannattaa olla lyhyt, jotta siihen jaksetaan vastata. Pyyntö palautteen antoon kannattaa tehdä heti, esimerkiksi kertoa tapahtumassa palautekyselystä, ja asiasta voi muistuttaa osallistujia jälkikäteen. Mitä nopeammin palautekysely tehdään tapahtuman jälkeen, sen paremmin kaikki tapahtumaan liittyvät asiat ovat muistissa. Myös tapahtuman tekijöiltä ja isänniltä kannattaa kerätä palautetta tulevaa varten. Suullisesti tapahtuman aikana kerrottu palaute on yhtä lailla tärkeää ja kannattaa kerätä esimerkiksi työntekijöiltä, jotka ovat asiakasrajapinnassa. Erityisesti isoissa tapahtumissa kannattaa pitää järjestäjien ja mahdollisten alihankkijoiden kesken palautepalaveri. Palaverista kannattaa tehdä kirjallinen dokumentti, jotta jatkossa voidaan palauttaa mieleen mikä meni hyvin ja missä on kehitettävää. Myös suunniteltu ja toteutunut budjetti kannattaa liittää tähän mukaan. Suuremmissa organisaatioissa seuraavan tapahtuman järjestämisvastuu saattaa ollakin jollakulla muulla, joka voi peilata omaa tekemistään edellisen tapahtuman yhteenvetoon. Kuten osallistujien muistikuvien kanssa, myös järjestäjien muistikuvat voivat heiketä ajan myötä, jolloin on helppo palata heti tapahtuman jälkeen kirjoitettuun dokumenttiin. Koko jälkimarkkinointivaihe on parasta hoitaa kahden viikon sisällä tapahtuman päättymisestä. (Vallo & Häyrynen 2016, 220–229.)

4 Hertsin kierrätysviikonloppu 23.-24.4.2021

Tämän opinnäytetyön perusta pohjaa vahvasti 3AMK-toteutuksena keväällä 2020 suorittamaani Circular Economy for Sustainable Growth opintokokonaisuuteen. Pääkaupunkiseudun kolmen ammattikorkeakoulun yhteistyönä järjestetyn 15 opintopisteen kokonaisuudessa opiskelimme kestävästä kehityksestä ja kiertotaloudesta, ja suunnittelimme opiskelijaryhmissä kauppakeskus Hertsille kiertotalouteen liittyviä innovaatioita, jotka nostaisivat Hertsin brändiä lähialueen kuluttajille. Oma ryhmämme innovoi kiertotalouteen keskittyvän kauppakeskustapahtuman.

Luvussa 3.1 käytiin läpi ennen tapahtumaa vastattaviin erinäisiin strategisiin kysymyksiin, jotka vastaavat kysyjälle miksi, kenelle ja mitä järjestetään. Näiden kysymysten avulla saadaan selville tapahtuman tavoite ja mitä halutaan organisaation sidosryhmille viestiä tapahtuman avulla. Strategisilla kysymyksillä selvitetään myös tapahtuman kohderyhmä ja tuleeko tapahtumasta esimerkiksi matka, seminaari, viihdetapahtuma vai asiatapahtuma.

Tämän opinnäytetyön kohdalla edellisessä luvussa esitettyihin strategisiin kysymyksiin oli jo alustavasti vastattu keväällä 2020 Hertsin toimeksiannossa ja siitä seuranneessa innovoinnissa. Kohderyhmänä oli kauppakeskus Hertsin lähialueilla asuvat aktiiviset pariskunnat ja perheet. Toimeksiannon tavoitteena oli innovoida uusia ratkaisuja ja ideoita, jotka houkuttelisivat Hertsiin asiakkaita ja nostaisivat Hertsin brändiä vastuullisena ja kestäväksi kauppakeskukseksi. (3AMK 2020.) Kurssilla teimme palvelumuotoiluopintoihimme liittyen kyselyn (liite 1), jota jaoimme Herttoniemen alueen Facebook-ryhmiin, kuten Herttoniemi, Laajasalo ja Herttoniemenranta. Saimme 285 vastausta kyselyymme. Vastausten (liite 2) perusteella viisihenkinen tiimimme aloitti innovaatioprosessin. Huomasimme, että Herttoniemen alueen asukkaille kestävä kehityksen teemat ovat tärkeitä arjessa, mutta he kaipaavat edelleen paljon lisää tietoa esimerkiksi kierrätyksestä, kasvisruoasta ja ruokahävikin vähentämisestä. Innovoimme kaksi erilaista vaihtoehtoa, joista kauppakeskusjohtaja valitsi 29.4.2020 jatkokehitykseen silloin työnimellä ”Circular Days” kulkeneen kiertotalousteemaisen tapahtuman. Visiomme oli tehdä vastaisku muille kauppakeskustapahtumille, jotka kilpailevat hintojen alennuksilla ja uuden tavarankäytön myynnillä, mutta tarjoisi samalla uutta tietoa asiakkaille. Tapahtuma olisi viihdetapahtuman ja asiatapahtuman yhdistelmä, jossa tarjoaisimme kohderyhmälle heidän toivomaansa tietoa ja samalla toisimme esiin Hertsissä tarjolla olevia tuotteita ja palveluita.

Tämän tapahtuman suunnittelussa pidettiin aloituspalaveri keskiviikkona 27.1.2021. Paikalla kokouksessa olivat kauppakeskusjohtaja, kauppakeskusassistentti Julia

Kukkonen ja neljä Laurea ammattikorkeakoulun henkilökunnasta. Palaverissa tapahtuman tavoitteiksi määriteltiin Hertsin toimesta seuraavat kohdat:

- Hertsin ja Hertsin palveluiden tunnetuksi tekeminen
- Yhteisöllisyyden tunteen lisääminen
- Kävijämäärän lisääntyminen korona huomioon ottaen
- Asiakastyytyväisyys, mittaaminen esimerkiksi kyselyllä
- Tuoda asiakkaalle helppoutta arkeen

Näistä kävijämäärien mittaaminen on helppoa ovella olevien automaattisten laskureiden myötä. Tavoitteeksi asetettiin 20–30 % lisää normaaliin verrattuna, koronavirustilanne huhtikuussa huomioon ottaen. (Feodorov 27.1.2021.) Asiakastyytyväisyyskyselyn laatiminen ja toteuttaminen liittyi läheisesti Laureassa olevaan opintojaksoon, joten se jäi minun vastuultani pois (Kiviharju 27.1.2021). Tämän lisäksi asiakkailta saatu palaute muita kanavia pitkin on myös tärkeä mittaustyökalu (Feodorov 27.1.2021). Lisäksi kevään 2020 opintojaksolla (3AMK 2020.) oli määritelty tavoitteeksi nostaa Hertsin brändiä vastuullisena ja kestäväenä kauppakeskuksena.

Tässä aloituspalaverissa annettiin suuntalinjoja operatiivisiin kysymyksiin, joita käytiin läpi luvussa 3.2. Operatiiviset kysymykset kysyivät miten, millainen ja kuka tapahtuman järjestää. Kysymykseen miten tapahtuma järjestetään vastaus kertoo kuinka suuren osan järjestelyistä tehdään sisäisesti ja mitkä osuudet mahdollisesti ostetaan ulkoisesti. Sisältö ja ohjelma pohditaan myös operatiivisten kysymysten avulla, kuten tuleeko tapahtumaan juontajaa. Vastaus kysymykseen kuka tapahtuman järjestää kertoo tapahtuman vastuuhenkilöt. Palaverissa varmistui, että mukana järjestämässä tapahtumaa olisi Laureasta yksi opiskelijaryhmä Event Production -opintojaksolta (Meriläinen 27.1.2021). Sovimme, että toimisimme opiskelijaryhmän projektipäällikkönä, ja koordinoisimme yhteydenpitoa opiskelijaryhmän ja Hertsin välillä, pääasiassa kauppakeskusassistentin kanssa. Budjettiin liittyvistä asioista päättäisi Hertsi, samoin markkinoinnin ilmeestä. Tapahtumaan suunniteltiin tilattavan juontaja ohjelmatoimistosta, mutta lisäksi toivottiin noin neljää promootiohenkilöä tapahtumaan paikalle, ja nämä mahdollisesti voisivat olla Laurean opiskelijoista. (Feodorov 27.1.2021.) Moneen operatiiviseen kysymykseen en päässyt vaikuttamaan tämän tapahtuman tuotannon aikana.

Osallistuin Laurean kurssin aloitusluennolle torstaina 4.2.2021, jossa kerroin oppilaille tapahtumasta ja sen tavoitteista, sekä vastasin opiskelijoiden kysymyksiin. Opiskelijat saivat valita kahden tapahtuman välillä, ja Hertsin kiertotalousteemaisen tapahtuman valitsi lopulta yhdeksän opiskelijaa. Heidät tapasin Laurean Zoom-luennolla 25.2.2021, jossa he esittelivät jo muutamia ideoita sekä kauppakeskuksessa toteutettaviksi että

virtuaalisena toteutettaviksi. Tästä opiskelijaryhmästä kuusi jatkoi ryhmässä tapahtumaan asti. Kurssin toisen tapahtuman peruunnuttua ryhmään liittyi vielä kolme opiskelijaa.

Hertsin kierrätysviikonloppu oli alkujaan tarkoitettu kauppakeskuksessa järjestettäväksi tapahtumaksi, jossa hyödynnettäisiin kauppakeskuksessa jo olevien yritysten kiertotalouteen sopivaa liiketoimintaa, ja kutsuttaisiin myös ulkopuolisia yrityksiä tyhjiin tiloihin pitämään pop up -liikkeitä eli väliaikaisia liikkeitä. Laadin sähköpostin, jossa esittelin tapahtuman ja roolini, sekä miten kontaktoitava yritys sopisi tapahtumaamme kohtaavien arvojen kanssa. Jokaiselle kontaktoitavalle yritykselle laadin tekstin erikseen. Kauppakeskusassistentilta sain lyhyen esittelytekstin Hertsistä, jonka lisäsin sähköpostiin. Lisäämällä Hertsistä saadun kappaleen pysyi esittelyteksti yhtenäisenä Hertsin muun viestinnän kanssa. Ensimmäiset yritykset kontaktoitiin perjantaina 25.2. Näistä kuudesta yrityksestä yhdellä eli Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskuksella oli mahdollisuus osallistua tänä keväänä kauppakeskustapahtumaan. Pidimme Teams-palaverin kauppakeskusassistentin ja Kierrätyskeskuksen Tuomas Korkiakankaan kanssa torstaina 4.3., jossa keskustelimme Kierrätyskeskuksen tarjoamista palveluista kauppakeskuksen asiakkaille ja aiemmista pop up -liikkeiden pidosta. Kierrätyskeskuksen saapuminen Hertsin kierrätysviikonloppuun vahvistettiin keskiviikkona 10.3.2021 (Kukkonen).

Maaliskuun alussa koronaviruspandemian tilanne kuitenkin paheni Suomessa, ja esimerkiksi ravintoloiden sisä- ja ulkotilat suljettiin 9.–28.3.2021 (Valtioneuvosto 2021a). Rajoitusten tiukentuminen vaikutti tapahtuman suunnitteluun, sillä mikäli rajoitukset olisivat voimassa vielä tapahtuman aikana, ei asiakkaiden houkutteleminen kauppakeskukseen olisi vastuullista. Laurean opiskelijoiden kanssa tapasimme sekä torstaina 11.3. että maanantaina 15.3. He esittelivät alustavan projektisuunnitelmansa torstaina, ja annoin kommenttini, kuinka sitä voisi parantaa ja huomioida rajoitusten tuomat haasteet. Aloimme suunnittelemaan tapahtumaa yhä enemmän virtuaalisesti toteutettavaksi. Torstaina 11.3. lähetin vielä yhdelle yritykselle sähköpostilla edellisessä kappaleessa kuvatun ehdotuksen pop up-liikkeen pitämisestä Hertsin kierrätysviikonloppuna, sekä kyselin toiselta yritykseltä vastausta aiempaan yhteydenottooni, mutta he eivät palanneet asiaan. Maanantaina 15.3. opiskelijat esittelivät viimeistellyn projektisuunnitelmansa kauppakeskusassistentille. Hän antoi samansuuntaista palautetta kuin olin antanut aiemmalla viikolla, eli kuinka rajoitusten tuomia haasteita voi huomioida ja jättää pois suurinta viihdearvoa tuottavat elementit, jotka voisivat aiheuttaa negatiivista palautetta houkuttelemalla paljon ihmisiä paikalle pandemia-aikaan.

Maanantaina 22.3. pidimme palaverin, johon osallistui kauppakeskusassistentti, Laurean lehtorit ja opiskelija Jennika Rautio. Jennika oli myös projektissa mukana opinnäytetyönsä kautta, jonka tarkoitus oli kehittää digitaalinen asiakastytyytyväisyyskysely Hertsin tapahtumaa varten. Myös paikan päällä opiskelijat voisivat olla toteuttamassa kyselyä Laureasta saatujen lainalaitteiden avulla, mikäli koronatilanne sen sallisi. Näin pääsisimme toteuttamaan luvussa 3.3 mainittua jälkimarkkinointia osallistujapalautteen keräämisen ja analysoimisen kannalta. Laurean lehtorit kertoivat palaverissa Hop-In -alustasta, jota voitaisiin käyttää internetissä tapahtuvan ohjelman näyttämiseen. Alustalle voitaisiin opiskelijoiden toimesta tuottaa digitaalista sisältöä kuten etukäteen nauhoitettuja niinkutsuttuja työpajoja tai muita videoita, joita voitaisiin esittää useammankin kerran tapahtuman aikana. Etukäteen tapahtuvan kirjautumisen avulla voisimme seurata ilmoittautumismääriä sekä tapahtumassa paikalla olevien lukumäärää. Samalla viikolla Laurean opiskelijaryhmä kirjoitti kauppakeskuksen intranettiin liikkeenharjoittajille menevän tapahtumasta kertovan tiedotteen, jota muokkasin ennen kauppakeskusassistentille lähettämistä. Tiedotteessa esiteltiin tapahtuma ja yhteistyö oppilaitosten kanssa. Kartoitimme yritysten mielenkiintoa lähteä mukaan virtuaaliseen tapahtumaan esimerkiksi etukäteen tallennettujen videoiden tai sosiaalisen median julkaisujen osalta, jotka esittelisivät kyseisen yrityksen tapoja toimia kiertotalouden periaatteiden mukaisesti. Laurean opiskelija Jessi Håkämiehen kanssa viimeistelimme opiskelijaryhmän valmisteleman sosiaalisen median suunnitelman sisällön sekä Hertsin Facebook-sivuille menevän tapahtumakutsun tekstit, joka näkyy kuvakaappauksena kuvassa 3.



Kuva 3. Hertsin Facebook-tapahtumasta oli kiinnostunut 136 henkilöä (Herts 19.4.2021b)

28.3.2021 Valtioneuvosto (2021b) tiedotti ravintoloiden sulkemisen jatkumisesta 18.4. asti. Tämä tiedostus varmensi, että fyysinen tapahtuma olisi Hertsissä minimaalinen, sillä ei olisi vastuullista houkutella paljon ihmisiä kauppakeskukseen koronavirustapausten jatkaessa lisääntymistään. Pop-up liikkeisiin oli tähän mennessä lupautunut vain Kierrätyskeskus, joten se jäi ainoaksi fyysiseksi tapahtumaksi Hertsissä. Tapahtumasta tulisi hyvin erilainen, mitä olimme opiskelijaryhmän kanssa keväällä 2020 alun perin suunnitelleet.

Sosiaalisen median suunnitelmasta pidimme vielä kauppakeskusassistentin kanssa palaverin, jotta saisimme suunnitelman sopimaan Hertsin sosiaalisen median linjan ja budjetin mukaisena. Suunnitelmaa oli haastava tehdä, koska teemoja kestävässä kehityksessä on paljon, kuten toisessa luvussa on esitelty. Ajatuksenamme oli kertoa joka päivä jostain tavasta harjoittaa kiertotaloutta, kuten korjaamisesta, uudelleenkäytöstä tai yhteiskäytöstä. Hertsin liikkeistä usea tarjoaa erilaisia korjaamisen tai uudelleenkäytön palveluita, joita tasapuolisesti halusimme esitellä. Kun tutkin liikkeiden tarjoomaa heidän internetsivujen kautta, olin yllätynyt kuinka monella liiketoimintaan liittyi korjauspalveluita tai muuta kestävään kehitykseen liittyvää tarjoomaa. Oman henkilökohtaisen mielenkiintoni takia kiinnitin helposti huomiota ekologisiin ja kiertotalouteen liittyviin asioihin, joten koin, että jos en itse ole tietoinen näistä palveluista, kuinka peruskuluttajakaan niistä tietää. Koin vahvasti haluavani tuoda tästä tietoa Hertsin asiakkaille. Usein kuitenkin sosiaalisen median julkaisut ovat lyhyitä, joten kovin monta liikettä ei pystynyt julkaisuehdotuksissamme mainitsemaan samalla kun lyhyesti esittelisimme kiertotaloutta tukevan tavan. Käytimmekin paljon aikaa julkaisuiden muokkaamiseen ja lyhentämiseen kauppakeskusassistentin ohjeiden mukaan. Lopullinen versiomme (liitteessä 3) lähti sosiaalisen median toimistolle kauppakeskusassistentin kautta keskiviikkona 7.4. Sovimme kauppakeskusassistentin kanssa, että toimisto saa vielä muokata ja lyhentää tekstejä oman ammatillisen näkemyksensä mukaan, sillä tämä oli meille molemmille ensimmäinen kerta, kun olimme mukana luomassa yrityksen sosiaalisen median julkaisuja. Osa suunnittelemistamme julkaisuista saattaisi jäädä pois, mikäli joku Hertsin vuokralaisista olisi ostanut kyseiselle päivälle julkaisun Hertsin sosiaalisen median kanavassa. Facebookin toteutuneet julkaisut ovat nähtävillä liitteessä 4.

Kirjoitimme Laurean opiskelijan, Jessi Häkämiehen, kanssa sosiaalisen median julkaisukäsikirjoitusten lisäksi artikkelin Hertsin internetsivuille (kuva 9), jonka lähetimme 12.4. kauppakeskusassistentille. Teksti julkaistiin kauppakeskuksen internetsivuilla tapahtumaviikolla. Opiskelijaryhmän kanssa sovimme, että he ideoivat erilaisia teemaan sopivia videoita ja työpajoja tapahtumaan, ja tekevät tietoiskuja liikkeistä ja heidän

palveluistaan. Osa videoista päätettiin kuvata etukäteen, ja osa esittää suorana. Opiskelijoiden kirjoittamaan hertsin intranetissä julkaistuun tiedotteeseen ei valitettavasti ollut tullut vastauksia kuin yhdeltä yritykseltä, joten sovimme opiskelijoiden kontaktoivan yrityksiä suoraan. Itse kontaktoin Digishopin, joka oli ainoa yhteyttä ottanut yritys. He olivat lähettäneet käyttöömme pienen mainostekstin, jota hieman muokkaamalla sain tehtyä yritysesittelyn tapahtuma-alustalle. Sain heiltä myös kuvia ja logon käyttöömme.

Virtuaalinen kiertotalous viikonloppu

Tällä viikolla pidetään vastuullisuuteen ja kiertotalouteen keskittyvä virtuaalitapahtuma 23.4.–25.4.2021. Tapahtuma on järjestetty Laurea-ammattikorkeakoulun sekä Haaga-Helian ammattikorkeakoulun opiskelijayhteistyönä. Tapahtuma toteutetaan virtuaalisesti perjantaina 23.4. klo 16.30–19 sekä lauantaina 24.4. klo 11–13. Voit osallistua siihen turvallisesti kotisohvaltasi!

Tapahtuman tiimoilta Hertsissä palvelee perjantaina 23.4. klo 17–20 ja lauantaina 24.4. klo 10–14 Pääkaupunkiseudun Kierrätyskeskus, joka kerää teille tarpeetonta tavaraa. Paikalla on myös neuvojat, jotka opastavat teitä kierrätyksessä.

Virtuaalitapahtumassa on mahdollista osallistua live-työpajoihin sekä kuunnella luentoja vastuullisuuteen sekä tavaroiden uudelleenkäyttämiseen liittyen. Tapahtuman aikana kuulet muun muassa kuinka Kotipizza-yritys toteuttaa heidän vastuullisuuspolitiikkaansa, kuinka voit uusiokäyttää vanhat farkkusi sekä kuinka voit tehdä kahvinkeitosta ylijääneistä puruista itsellesi kasvonaamion. Peten Suutarin työpajassa saat kuulla kuinka pystyt pidentämään kenkien käyttöikää oikeilla hoitotuotteilla, jolloin säästät rahaa ja luontoa.

Virtuaalitapahtumassa voit tutustua myös kauppakeskus Hertsin liikkeisiin sekä heidän tapansa toteuttaa kierrättämistä sekä kiertotaloutta toiminnoissaan. Kauppakeskus Hertsille on tärkeää huomioida toiminnassaan kestävyys sekä ympäristöasiat. Luonnonvarojen määrä ei ole maailmassa loputon, joten meidän kaikkien tulee tehdä tekoja, jotka edistävät kestävää tulevaisuutta. Näitä vinkkejä saat tapahtumastamme, tule siis mukaan!

Kuva 9. Hertsin internetsivujen artikkeli (Herts s.a.)

Viikkoa ennen tapahtuman alkua, maanantaina 19.4. kävin Hertsissä kuvaamassa Peten suutarilla suutarin töitä esitteleviä videoita, joista Laurean opiskelija Elinora Aybarak editoi tapahtumassa julkaistun version. Video esitettiin sekä perjantaina että lauantaina. Samalla kun kävin Hertsissä, otin myös kuvia vuokraamo Liizistä Laurean opiskelija Jessi Häkämiehelle yritysesittelyä varten. Tapahtumaa edeltävä alkuvuikko oli kiireinen, ja olimme opiskelijaryhmän kanssa yhteydessä päivittäin joko viesteillä tai Zoomin kautta. Opiskelijat harjoittelivat Hop-In-alustan käyttöä, osa myös mukaan lupautuneiden

esiintyjien kanssa. Olin mukana yhdessä harjoittelutapahtumassa. Alustalla pystyi tekemään harjoitustapahtumia, jolloin pystyi kokeilemaan alustan eri ominaisuuksia mitä tulisimme tarvitsemaan ja mihin meidän tulisi varautua tapahtumassa. Muita digitaalisia materiaaleja kuten pdf-tiedostoja pystyi lataamaan etukäteen varsinaiseen tapahtumaan, joten saimme yritysesittelyt ajoissa alustalle nähtäville ja niitä pystyi tarkistamaan ja toteamaan toimiviksi. Jaoimme tehtävät tapahtumapäiville, meillä oli juontaja opiskelijaryhmästä tapahtumassa, sekä erilliset henkilöt moderoimassa keskustelua. Keskustelumoderaattoreiden toivottiin myös pitävän keskustelua yllä kyselemällä osallistujien mielipiteitä ohjelmista. Näin toivoimme saavamme interaktiivisuutta mukaan tapahtumaan, jotta saisimme luotua tapahtumaan yhteisöllisyyttä, kuten luvussa kolme esitettiin.

Jaoin itse tapahtumakutsua Facebookin kautta muutamiin ryhmiin sekä tutuilleni Whatsapp-sovelluksen kautta, ja kannustin opiskelijoita tekemään samoin. Korona-aikaan erilaisia virtuaalisia tapahtumia on ollut paljon, joten voi olla vaikeaa saada tapahtumalle näkyvyyttä. Facebookin tapahtumassa kiinnostuneita näkyi olevan yli 100 henkilöä. En kuitenkaan luottanut siihen että määrästä läheskään kaikki osallistuisivat, sillä itse saatan ilmoittaa vastaavissa tapahtumissa olevani kiinnostunut, vaikka olen tiennyt, etten pysty osallistumaan kyseiseen tapahtumaan. Usein olen huomannut, että Facebook saattaa ilmoittaa minulle vastaavasta tapahtumasta myöhemmin.

Perjantaina tapahtuman ohjelma oli klo 16:20-19:00. Olimme ensin suunnitelleet virtuaalitapahtuman aikatauluksi 17-20, mutta muutimme aikataulua Kotipizzan vahvistettua tulonsa ja toivoneensa aloitusaikaa klo 16:30. Aikataulu ja tapahtuman ohjelma on esitetty taulukossa 1.

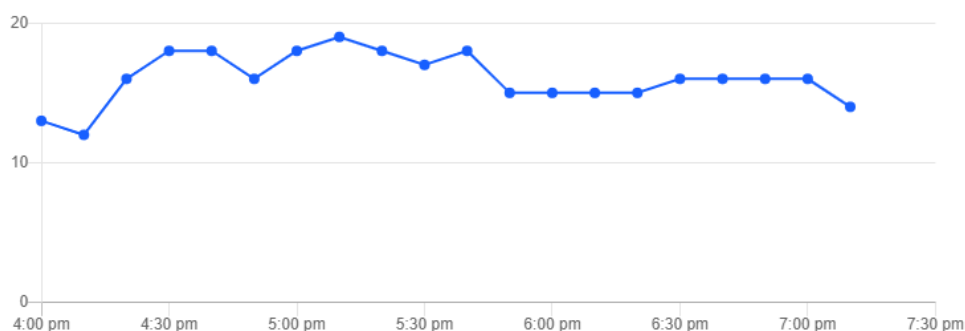
Taulukko 1. Tapahtuman aikataulu ja ohjelma

Aika	Ohjelma pe 23.4.	Aika	Ohjelma la 24.4.
16:20-16:25 5 min	Tervetulopuhe	11:00-11:30 30 min	Leena Juslenius smoothietyöpaja suora
16:30-17:30 60 min	Kotipizza suora	11:30-11:45 15 min	Peten suutari tallenne
17:30-17:55 25 min	Piece of Jeans suora	11:45-11:55 10 min	Tauko
17:55-18:00 5 min	Tauko	11:55-12:10 15 min	Kasvonaamiotyöpaja tallenne
18:00-18:15 15 min	Peten suutari tallenne	12:10-12:40 30 min	Joogaohjelma tallenne
18:15-18:45 30 min	Mirva Popov, ravintoneuvoja tallenne	12:40-12:50 10 min	Kiertotalousvisa suora
18:45-19:00 15 min	Kasvonaamiotyöpaja tallenne		

Ennen ensimmäistä tapahtumaa pidimme pienen tervetulopuheen alustalla. Pidimme lyhyen palaverin Teamsin avulla ennen tapahtuman alkua sekä tapahtuman jälkeen pienen palautekeskustelun, ja pidimme yllä jatkuvaa kommunikointia whatsapp-sovelluksen kanssa tapahtuman aikana. Perjantaina tapahtumassa oli 28 kävijää, joista alle 20 samanaikaisesti, kuten kuvista 10 ja 11 näkyy.

Current attendees

14 → n/a



Kuva 10. Hop-In kävijät perjantaina eri kellonaikoihin. (Hop-In 2021)

Turnout

28

Maximum attendance

19

Time spent

1h 44m 23s

Kuva 11. Hop-In kävijät perjantaina (Hop-In 2021)

Perjantaina tapahtuma meni hyvin, ottaen huomioon että alusta oli meille kaikille vieras. Opiskelijaryhmästä oli ilmoittautunut vapaaehtoiseksi yksi opiskelija, joka ei ollut ennen juontanut tapahtumia. Tämä kuului hänen äänessään jännityksenä. Koska tapahtumaa oltiin mainostettu opiskelijoiden järjestämänä, ja alustalla näkyi ilmoitukset korkeakouluyhteistyöstä, oli tämä minusta ymmärrettävää. Yhden yrityksen kanssa oli ongelmia saada esiintyjä alustan niinsanottuun takahuoneeseen, ja tämä johti aikataulun myöhästymiseen. Valitettavasti tästä tiedotettiin vain chatin puolella tapahtumassa, ja menetimme muutaman osallistujan. Tästä olisi kannattanut myös tiedottaa juontajan avulla, jolloin osallistujat eivät ehkä olisi luulleet hiljaisuutta esimerkiksi yhteysongelmiksi. Ehdotin tätä whatsapp-ryhmässämme, mutta tieto luultavasti saavutti juontajamme liian myöhään. Tämä esiintyjän vaikeus korosti etukäteen harjoittelun tärkeyttä, josta kirjoitettiin luvussa kolme. Etukäteen harjoitteluiden esiintyjien kanssa emme kokeneet vastaavia ongelmia.

Lauantaina osallistujia oli enemmän, 43 henkilöä mutta silloinkin korkeintaan 19 kerralla, kuten kuvasta 12 näkyy. Tapahtuma sujui lauantaina paremmin kuin perjantaina, pysyimme aikataulussa eikä samanlaisia ongelmia ollut kuin perjantaina. Lauantaina juontajasta huomasin, että hän oli rentoutuneempi ja puhe sujui luontevammin.

Turnout	Maximum attendance	Time spent
43	19	2h 21m 33s

Kuva 12. Hop-In kävijät lauantaina (Hop-in 2021)

Tapahtuman loppuvaiheella lähdin itse Hertsiiin katsomaan kuinka Kierrätyskeskuksen pisteessä oli sujunut. Paikalla oli kaksi työntekijää. Kuulin, että perjantaina oli moni kulkenut ohi ja luvannut tuoda tavaraa lauantaina. Paikan päällä ollessani moni ohikulkija harmitteli, ettei ollut huomannut aiemmin tietoa Kierrätyskeskuksen paikallaolosta. Työntekijät kertoivat minulle, että tämä on tyypillistä, vaikka tiedotusta olisikin tehty. Kuulin myös, että kierrätysopastusta he eivät juurikaan tehneet paikalla, vaan suurin osa ajasta meni tavarantoimitukseen. Siitä huolimatta että moni harmitteli, ettei ollut tietoinen Kierrätyskeskuksen läsnäolosta, tulivat kaikki Kierrätyskeskuksen varaamat kuljetuslaatikot ja rullakot täyteen. Kuva 13 on ottamani kuva noin puoli tuntia ennen pop up liikkeen sulkemista, tämän jälkeen toimitettiin vielä tavaraa. Kierrätyskeskuksen työntekijät pitivät tilaisuutta oikein onnistuneena.



Kuva 13. Kierrätyskeskuksen keräys Hertsissä

Tapahtumaviikonlopun perjantaina tajusin, että emme olleet kuulleet palautekyselyä tekevstä opiskelijasta mitään kahteen viikkoon, joten lähetin hänelle sähköpostia ja pyysin linkkiä palautekyselyyn. Emme kuitenkaan saaneet häneltä vastausta viikonlopun aikana, joten sovimme Laurean lehtoreiden Temisevä ja Meriläinen kanssa, että toteutan Webropol-palvelun kautta lyhyen asiakastyytyväisyyskyselyn. Osallistujille lähetettiin lauantaina kiitoskirje (liite 5) sähköpostilla, jossa kerroimme poistavamme heidän rekisteröityessään ilmoittamat yhteystiedot tietosuoja-asetusten mukaan, ja samassa kirjeessä oli linkki asiakastyytyväisyyskyselyyn. Kyselyn vastausaikaa oli viikko. Vastauksia saimme seitsemän kappaletta, ja kaikki tulokset löytyvät liitteestä 6. Tapahtumaan oltiin pääasiassa tyytyväisiä. Pyysimme asiakkaita arvottelemaan viisi osa- aluetta asteikolla 1 – 5 ja korkeimmat arvosanat saivat työpajojen tuomat uudet ideat sekä tapahtuman ajankohta. Molempien kohtien keskiarvo oli 4,3. Kaikkien viiden osa-alueen keskiarvo oli 4,1. Suosituummaksi työpajaksi nousi Mirva Popovin kasvisruokaluento, saaden 4 ääntä eli 57 % äänistä. Avoimessa palautteessa toivottiin tapahtumaan pystyttävän osallistumaan myös ilman rekisteröintiä, mutta se ei ollut mahdollista valitulla alustallamme. Saimme vastauksia osallistujamäärään nähden vähänlaisesti, mutta palaute oli yleisesti positiivista.

Laurean lehtoreiden ja opiskelijoiden kanssa tapahtumaviikonloppuna pitämässämme yhteenvetopalaverissa keskustelimme vielä tapahtuman kulusta lauantaina. Sovimme, että jokainen lähettää kiitokset tapahtumaan osallistumisesta kontaktoimilleen esiintyjille.

Näin saimme toteutettua luvussa 3.3 mainittua jälkimarkkinointi myös esiintyjiä kiittäen, ja jokaiselle lähti henkilökohtainen kiitos.

Pidimme vielä loppupalaverin 5. toukokuuta, johon osallistui Laurean lehtorit Sini Temisevä, Pia Kiviharju ja Kaija Meriläinen, sekä Hertsin puolesta kauppakeskusassistentti Julia Kukkonen. Keskustelimme tapahtuman onnistumisesta ja toteutuksesta. Tapahtuman pieni osallistujamäärä oli kaikille pettymys, mutta epäilimme syyksi esimerkiksi virtuaalitapahtumien suurta määrää korona-aikana. Muiden kauppakeskusten tai yritysten virtuaalitapahtumat ovat usein olleet tapahtumia, jossa on esitelty myytäviä tuotteita, joten kauppakeskuksen järjestämä informatiivinen kiertotalouteen liittyvä tapahtuma oli mahdollisesti vieras konsepti monelle, eikä tapahtumaa löydetty sen takia. Pohdimme, miten alkuperäinen idea eli fyysinen tapahtuma olisi näkynyt Hertsin kävijämäärissä. Nyt vain jouduimme sopeutumaan vallitsevaan, ja alati muuttuvaan, tilanteeseen ja lopulta toteuttamaan tapahtuman lähes kokonaan virtuaalisena, mikä alun perin ei ollut tarkoitus. Kauppakeskusassistentti kertoi Kierrätyskeskuksen todenneen, että heillä perjantai oli hiljaisempi päivä mutta lauantai todella vilkas. Huomasin saman vilkkauden käydessäni paikan päällä lauantaina. Kerroin toteuttaneeni itse asiakastyytyväisyyskyselyn, kun emme saaneet yhteyttä suunniteltuun tekijään. Kaikki olivat tyytyväisiä kyselyn tuloksiin, jotka löytyvät liitteestä 5. Kauppakeskusassistentti kertoi, että mikäli Hertsissä järjestetään jatkossa vastaavia produktioita opiskelijayhteistyönä, on parempi projektinhallinnan kannalta, että on nimettynä yksi tapahtumatuottaja, ja opiskelijat hoitavat nimettyjä asioita. Nyt vastuuta ja tapahtuman järjestämiseen liittyviä asioita oli jaettu monelle taholle. Tällä hetkellä Kierrätysviikonlopulle ei ole suunnitelmissa jatkoa, vaikka alun perin kurssi-ideamme oli tehdä tästä toistuva tapahtuma.

5 Johtopäätökset

Tämä opinnäytetyöprosessi oli pitkä, alkaen kevästä 2020 syntyneestä ideasta. Varsinainen suunnitteluprosessi alkoi alkuvuodesta 2021 tiiviillä yhteistyöllä Laurean kanssa. Kirjoitusprosessi päättyi keväällä 2022.

Kokonaisuutena olen tyytyväinen tapahtuman tulokseen. Suunnittelu oli vaikeaa rajoitusten muuttuessa, sillä emme voineet pitää mitään varmana ennen kuin tapahtuma päätettiin pitää lähes kokonaan virtuaalisena. Varmasti samasta syystä sekä Hertsin sisäisten että ulkopuolisten kontaktoitujen yritysten vastaukset jäivät vähiin. Virtuaalitapahtumassa käytetty alusta oli sekä lehtoreille että opiskelijoille uusi, mutta päävastuun alustan käyttämisestä saaneet opiskelijat tutustuivat siihen hyvin, ja niiden esiintyjien kanssa, jotka olivat kokeilleet alustaa etukäteen tai olivat rutinoituneita virtuaalitapahtumien tekijöitä, sujui tapahtumapäivänä kaikki hyvin.

Tämän tapahtuman tuottamisessa oli osa-alueita, joiden päättämisestä en pystynyt vaikuttamaan. Luvussa 3 esittelin budjetoinnin ja markkinoinnin osana tapahtuman suunnittelua. Hertsin päätti budjetista, joten budjetointia ja taloudellisia puolia en pystynyt käsittelemään tässä opinnäytetyössä. Sosiaalisen median julkaisut toteutettiin Facebookissa, koska Hertsin julkaisut keräävät enemmän näkyvyyttä Facebookin kuin Instagramin puolella. Vaikka käymäni Social Media Marketing in Modern Business -kurssin mukaan ihmiset lukevat pitkiäkin julkaisuja, lyhennettiin Hertsin julkaisemia päivityksiä sosiaalista mediaa hoitavan toimiston toimesta. Olisi ollut mielenkiintoista tietää, olisiko julkaisun pituudella ollut merkitystä julkaisun saamiin reaktioihin.

5.1 Kehitysehdotukset ja oma oppiminen

Olin epävarma tapahtumaprosessista, sillä suunnittelu liittyi paljon itse tapahtuman suunnitteluun, ja oma vahvuuteni oli kestävässä kehityksessä. Sain paljon tukea Laurean lehtoreilta koko suunnitteluprosessin ajan, ja opin koko kevään ajan paljon tapahtuman järjestämisestä. Olin alunperin suunnitellut tekeväni opinnäytetyön kestävään kehitykseen liittyvästä aiheesta, mitä tämä kyllä tapahtuma oli, mutta opinnäytetyöprosessin kannalta olisi ollut helpompi valita toinen aihe tai muu toteutustapa, kuten tutkinnallinen opinnäytetyö. Tämä tapahtuma oli kuitenkin minulle tärkeä, koska olin mukana ideoimassa sitä, mutta opinnäytetyötäni tehdessä jouduin opiskelemaan paljon myös tapahtumanjärjestämistä, mikä pidensi työn kestoja. Mikäli minulla ei olisi ollut tällaista henkilökohtaista sidettä tapahtuman teemaan, olisi työ tuntunut raskaammalta. Oma oppiminen tapahtumatuotannosta oli prosessin aikana huima, johtuen vähäisestä taustasta. Laurean kanssa tehtävästä opiskelijayhteistyöstä oli erittäin paljon apua, mutta

samalla se vaikutti omaan aikataulutukseeni. Jouduin monessa asiassa sovittamaan suunnittelutyön Laurean kurssin aikataulujen mukaan. Esimerkiksi projektin esittelystä ryhmien muodostumiseen kesti viikon, jona aikana olisin mielelläni jo ideoinut tapahtumaa ryhmän kanssa. Keskustelimme osan opiskelijaryhmän kanssa, että olisimme itsekin halunneet aloittaa konkreettisempaa suunnittelua jo aiemmin, mutta kurssisuunnitelmaan kuului myös innovointia heidän osaltaan. Tätä olisi mahdollisesti voinut tiivistää, jolloin olisimme voineet edetä alussa nopeammin. Tapahtuman valmistelussa ja toteutuksessa ryhmän koosta oli suuresti apua, koska saimme varmistettua monta esitystä tapahtumaan heidän kontaktiensa avulla. Ryhmästä löytyi myös virtuaalitapahtumaan keskustelun moderoijat ja juontaja, sekä etukäteen tallennettujen videoiden editoija. Ryhmän aktiivisempien opiskelijoiden kanssa sain hyvin peilattua ja kehitettyä ideoita, joten he olivat siinäkin mielessä arvokas lisä opinnäytetyöni toteutukseen.

Kevät oli täynnä epävarmuutta ja muutoksia, joka vaikeutti suunnittelutyötämme. Monessa palaverissa Hertsin kanssa teimme rinnakkaisia suunnitelmia rajoitusten purkamisen ja jatkamisen varalle. Omalta kohdaltani käsitys tapahtuman toteutumisesta tavalla tai toisella oli aika selkeä, mutta opiskelijat olivat epävarmempia siitä, tuleeko tapahtuma ylipäänsä toteutumaan. Tämän olisimme voineet heille lehtoreiden kanssa kommunikoida selkeämmin, jotta heidän ei olisi tarvinnut miettiä asiaa. Lopultahan tapahtuma toteutui lähes täysin virtuaalisena, toisin kuin kurssin toinen tapahtuma, joka peruttiin kokonaan.

Tapahtuma-alustan käytössä korostui harjoittelun tärkeys. Aion pitää kiinni harjoittelun ja etukäteen kokeilemisen tärkeydestä, mikäli olen mukana vastaavien tapahtumien järjestämisessä jatkossa. Mikäli tapahtumassa käytetään kokematon juontajaa, suosittelen käymään läpi myös toiminta ongelmatilanteissa, mitä me emme olleet tehneet.

Kirjoitusprosessin aikataulutuksen pitämisessä en kuitenkaan onnistunut. Olin suunnitellut kirjoittavani opinnäytetyön kirjallisen osuuden keväällä 2021, mutta koin aloittamisen vaikeaksi enkä saanut teoriaosuutta kirjoitettua ennen tapahtumaa. Teoriaosuuden kirjoittaminen alkoi sujua vasta tapahtuman jälkeen, luultavasti koska aiheena tapahtuman järjestäminen oli minulle vieraampi kuin kestävä kehitys. Tässäkin mielessä tutumpi aihe opinnäytetyöhön olisi ollut parempi valinta, vaikka aiheessa oli minulle henkilökohtainen kytkös. Työn, perhe-elämän ja opiskelun yhdistäminen venyttikin kirjoitusprosessia vuodella.

Lähteet

3AMK Moodle 2020. Circular Economy for Sustainable Growth 15 cr - Spring 2020. Intranet. Luettu: 25.4.2021

Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma. Järjestäjän käsikirja. Alma Talent Pro. Helsinki.

Ellen MacArthur Foundation 2013. Towards the Circular Economy. Luettavissa: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Ellen-MacArthur-Foundation-Towards-the-Circular-Economy-vol.1.pdf> Luettu: 4.5.2021

Ellen MacArthur Foundation 2017. What is the Circular Economy? Luettavissa: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/what-is-the-circular-economy> Luettu: 22.4.2021

Euroopan parlamentti 2019. Euroopan parlamentti julisti ilmastohätätilan. Luettavissa: <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/press-room/20191121IPR67110/euroopan-parlamentti-julisti-ilmastohatatilaa> Luettu: 9.4.2022

Euroopan parlamentti 2021. EU:n ilmastolaki: parlamentti hyväksyi ilmastoneutraaliuden vuoteen 2050 mennessä. Luettavissa: <https://www.europarl.europa.eu/news/fi/press-room/20210621IPR06627/ilmastolaki-eu-parlamentti-hyvaksyi-ilmastoneutraaliuden-vuoteen-2050-mennessa> Luettu: 9.4.2022

Feodorov, H. 27.1.2021. Kauppakeskusjohtaja. Newsec. Palaveri. Teams.

Herts s.a. Virtuaalinen kiertotalous viikonloppu. Luettavissa: <https://herts.fi/virtuaalinen-kiertotalous-viikonloppu/> Luettu: 21.4.2021

Herts 19.4.2021. Tänään polkaistaan käyntiin Hertsin kiertotalouden sekä vastuullisuuden teemaviikko - -. Facebook-päivitys. Luettavissa: <https://www.facebook.com/hertsivirallinen/posts/1806119439594674> Luettu: 21.4.2021

Herts 19.4.2021b. Hertsin virtuaalinen kierrätysviikonloppu. Facebook-tapahtuma. Luettavissa: <https://www.facebook.com/events/811829336355278> Luettu: 26.4.2021

Hertsi 20.4.2021. Kiertotalouden teemaviikko jatkuu – oletko jo tutustunut näihin? - -.

Facebook-päivitys. Luettavissa:

<https://www.facebook.com/hertsivirallinen/posts/1802818553258096> Luettu: 22.4.2021

Hertsi 21.4.2021. Hertsin kiertotalouteen keskittyvä teemaviikko jatkuu – vuorossa

vastuullinen ruokailu! - -. Facebook-päivitys. Luettavissa:

<https://www.facebook.com/hertsivirallinen/posts/1802818496591435> Luettu: 25.4.2021

Hertsi 22.4.2021. Hertsin kierrätysviikonloppu on pian täällä! - -. Facebook-päivitys.

Luettavissa: <https://www.facebook.com/hertsivirallinen/posts/1806128962927055> Luettu: 25.4.2021

Hertsi 23.4.2021. Sharing is caring & jakaminen on suuri osa kiertotaloutta - -. Facebook-

päivitys. Luettavissa: <https://www.facebook.com/hertsivirallinen/posts/1806121349594483> Luettu: 25.4.2021

Hopin 2021a. Intranet. Ruutukaappaus 23.4.2021.

Huumo, E., Kaitosalmi, K., Tuomisto, T., Kavenius, N. & Tikkanen, S. 2019. Fiksu kuluttaminen Suomessa. Motivaatioprofiilit apuna liiketoiminnan suunnittelussa. Sitra. Luettavissa:

https://media.sitra.fi/2018/02/01170642/sitramotivaatiofiksukuluttaminenensuomessa2018-fi.pdf?fbclid=IwAR3TNH49T_Wcm7wm0mFtpP6fFg5KOvZBDKQyCkSyIDVsaR17jtEqwH Gubyg Luettu: 26.4.2021

Ilmasto-opas 2021. Kotitalouksien kulutuksella on merkittävä ilmastovaikutus. Luettavissa:

<https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/hillinta/-/artikkeli/28259fe8-7b5e-4806-8ab6-7c06739ef5cc/kotitalouksien-kulutuksella-on-merkittava-ilmastovaikutus.html> Luettu: 22.4.2021

Ilmasto-opas s.a. Kasvihuonekaasut lämmittävät. Luettavissa: [https://ilmasto-](https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/ilmio/-/artikkeli/3a576a6e-bec5-44bc-a01d-11497ebdc441/kasvihuonekaasut-lammittavat.html)

[opas.fi/fi/ilmastonmuutos/ilmio/-/artikkeli/3a576a6e-bec5-44bc-a01d-11497ebdc441/kasvihuonekaasut-lammittavat.html](https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/ilmio/-/artikkeli/3a576a6e-bec5-44bc-a01d-11497ebdc441/kasvihuonekaasut-lammittavat.html) Luettu: 16.5.2021

Kiviharju, P. 27.1.2021. Aluepalvelupäällikkö. Laurea ammattikorkeakoulu. Palaveri. Teams.

Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala S. 2015. Tapahtumajärjestäjän opas. Laurea Julkaisut I Laurea Publications. E-kirja. Luettu 6.1.2022

Kukkonen, J. 10.3.2021. Kauppakeskusassistentti. Newsec. Sähköposti.

Kuudes s.a. Tiedostava kuluttaja. Luettavissa: <https://kuudes.com/tiedostavakuluttaja/>
Luettu: 6.1.2022

Lehtelä, P. 19.4.2021. Suutari. Peten Suutari. Haastattelu. Helsinki.

Liappis, H., Pentikäinen, M. & Vanhala, A. 2019. Menesty yritysvastuulla. Käsikirja kokonaisuuteen. Edita. Helsinki.

Meriläinen, K. 27.1.2021. Lehtori. Laurea ammattikorkeakoulu. Palaveri. Teams.

Pantsar, M. & Keronen, J. 2019. Tienhaarassa. Johtajuus ilmastonmuutoksen aikakaudella. Docendo. Jyväskylä.

Ruosteenoja, K., Räisänen, J., Venäläinen, A., Kämäräinen, M. & Pirinen, P. 2016. Terminen kasvukausi lämpenevässä ilmastossa. Luettavissa: <https://en.ilmatieteenlaitos.fi/documents/31422/83635880/Ruosteenoja+Terminen+kasvukausi+l%C3%A4mpenev%C3%A4ss%C3%A4%20ilmastossa+2016/5cd98a30-cab8-421d-970b-432ceb67fefd> Luettu: 22.4.2021

Sitra 2016. Ilmastoriskien tunnistaminen ja hallinta on tärkeä osa yritysten riskienhallintaa. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/uutiset/ilmastoriskien-tunnistaminen-ja-hallinta-tarkea-osa-yritysten/> Luettu: 22.4.2021

Sjöstedt, T. 2019. Mitä nämä käsitteet tarkoittavat? Luettavissa: <https://www.sitra.fi/artikkelit/mita-nama-kasitteet-tarkoittavat/> Luettu: 22.4.2021

Suomalaisen työn liitto. 2019. Tutkimus: yritysten vastuullisuus merkitsee eri asioita nuorille ja vanhemmille. Luettavissa: <https://suomalainentyo.fi/2019/01/30/tutkimus-yritysten-vastuullisuus-merkitsee-eri-asioita-nuorille-ja-vanhemmille/> Luettu: 23.1.2022

Teknologiateollisuus ry 2022. Tiedote: Teknologiateollisuudelta Suomen 1. koko toimialan kiertotalousohjelma: 57 % jäsenyrityksistä näkee kiertotalouden joko mullistavana tai merkittävänä liiketoimintamahdollisuutena. Luettavissa:

Tilastokeskus 2020. Yhdyskuntajätteen määrä kasvoi hieman vuonna 2019 – suurin osa jätteistä hyödynnettiin edelleen energiana. Luettavissa: https://tilastokeskus.fi/til/jate/2019/13/jate_2019_13_2020-12-09_tie_001_fi.html Luettu: 4.5.2021

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 5. uudistettu laitos. Tietosanoma. Helsinki.

Valtioneuvosto 2021a. Ravintolat sulkeutuvat asiakkailta 9. maaliskuuta maakunnissa, joissa epidemiatilanne on vakavin. Luettavissa: <https://valtioneuvosto.fi/-/1410877/ravintolat-sulkeutuvat-asiakkailta-9.-maaliskuuta> Luettu: 29.4.2021

Valtioneuvosto 2021b. Ravintolat kiinni asiakkailta 18.4. asti lähes koko maassa vakavan tautitilanteen vuoksi. Luettavissa: <https://valtioneuvosto.fi/-/1410877/ravintolat-kiinni-asiakkailta-18.4.-lahes-koko-maassa-vakavan-tautitilanteen-vuoksi> Luettu: 29.4.2021

Valtioneuvoston kanslia s.a. Mitä on kestävä kehitys? Luettavissa: <https://kestavakehitys.fi/kestava-kehitys>. Luettu: 11.1.2021

Ympäristöministeriö s.a. a. Kiertotalouden strateginen ohjelma. Luettavissa: <https://ym.fi/kiertotalousohjelma>. Luettu: 11.1.2021

Ympäristöministeriö s.a. b. Mitä on kestävä kehitys? Luettavissa: <https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys> Luettu: 13.5.2022

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2013. Kestävää kasvua materiaalitehokkuudella. Työryhmän esitys Kansalliseksi materiaalitehokkuusohjelmaksi. Luettavissa: https://tem.fi/documents/1410877/3323088/Kestavaa_kasvua_materiaalitehokkuudella.pdf/36f86514-3f46-4ffa-87a5-45e23d08828b/Kestavaa_kasvua_materiaalitehokkuudella.pdf?t=1476785072000. Luettu: 27.1.2021

Liitteet

Liite 1. Keväällä 2020 toteutetun kyselyn kysymykset

Kysely Herttoniemen alueen palveluista ja niiden kehittämisestä

Hei!

Olemme opiskelijoita kolmesta pääkaupunkiseudun ammattikorkeakoulusta (Haaga-Helia, Laurea ja Metropolia) ja teemme kyselytutkimusta koskien Herttoniemen alueen palveluita, lähipalvelukeskus Hertsiä ja kestäväää kehitystä. Kysely on suunnattu alueella asuville henkilöille. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 5-10 minuuttia.

Kestävä kehitys tarkoittaa ympäristön, ihmisen ja talouden huomioonottamista ja nykyisten ja tulevien sukupolvien hyvän elämisen mahdollisuuden turvaamista. Tässä kyselyssä keskitymme kestäväen kehityksen kohdalla ympäristöystävällisiin asioihin.

Olemme erittäin kiitollisia saamistamme vastauksista!

***Pakollinen**

1. Sukupuoli *

Merkitse vain yksi soikio.

- ☐ Mies
- ☐ Nainen
- ☐ Muu/En halua vastata

2. Ikä *

Merkitse vain yksi soikio.

- ☐ Alle 18
- ☐ 18-29
- ☐ 30-39
- ☐ 40-49
- ☐ 50-59
- ☐ 60-69
- ☐ 70 tai yli

3. Asuinalue *

Merkitse vain yksi soikio.

- ☐ Herttoniemi (Herttoniemenranta, Länsi-Herttoniemi)
- ☐ Herttoniemen lähialueet (Roihuvuori, Kulosaari, yms.)
- ☐ Muu Helsinki
- ☐ Muu Pk-seutu
- ☐ Muu Suomi

4. Perhekoko *

Merkitse vain yksi soikio.

- ☐ Yhden aikuisen talous
- ☐ Kahden aikuisen talous
- ☐ Useamman aikuisen talous
- ☐ Lapsiperhe

Herttoniemi ja Lähipalvelukeskus Hertsu

Tässä kyselyn osassa keskitymme Herttoniemen alueen palveluihin sekä Lähipalvelukeskus Hertsuun. Koska tällä hetkellä elämme poikkeustilassa, haluamme, että mietitte kysymyksiin vastatessanne tavanomaista käytöstänne poikkeustilan ulkopuolella.

5. Käytätkö palveluita Herttoniemen ulkopuolelta? Mitä? *

6. Mitä seuraavista asioista tulisi mielestäsi erityisesti kehittää Herttoniemen alueella? *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- ☐ Alueen turvallisuus
- ☐ Esteettömyys
- ☐ Alueen yhteisöllisyys
- ☐ Julkiset kulkuyhteydet
- ☐ Lapsiystävällisyys
- ☐ Terveystoimipalvelut
- ☐ Kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut
- ☐ Ostosmahdollisuudet
- ☐ Ravintolapalvelut
- ☐ Olen tyytyväinen kaikkiin palveluihin

Muu: ☐ _____

7. Oletko jo tutustunut uuden Lähipalvelukeskus Hertsin palveluihin? *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- ☐ Kyllä, paikan päällä
- ☐ Kyllä, internetsivuilla (www.hertsi.fi)
- ☐ Kyllä, sosiaalisessa mediassa
- ☐ Kyllä, muulla tavalla
- ☐ En ole

8. Mitkä ovat sinulle tärkeimpiä syitä käydä Hertsissä? *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- ☐ Ruokaostokset
- ☐ Päivittäistavaraostokset
- ☐ Vaateostokset
- ☐ Optikko/kuulopalvelut
- ☐ Ravintolat
- ☐ Kirjasto
- ☐ Lasten vapaa-ajan toiminnot
- ☐ Kauneus- ja hyvinvointipalvelut
- ☐ Postipalvelut
- ☐ Lemmikkipalvelut
- ☐ Ei mikään

9. Onko jotain erityistä syytä, miksi et käyttäisi Lähipalvelukeskus Hertsin palveluita? *

10. Mitä uusia palveluita odotat modernilta palvelukeskukselta kuten Hertsi? *

Kestävä kehitys ja ympäristöystävällisyys

Tässä kyselyn osassa keskitymme kestävään kehitykseen ja ympäristöystävällisyyteen.

11. Kuinka tärkeää kestävä kehitys on sinulle elämäntavoissasi? *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	
Ei lainkaan tärkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erittäin tärkeää

12. Mitkä seuraavista asioista näkyvät elämäntavoissasi? *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- ☐ Jätteiden lajittelu
- ☐ Tavaroiden kierrätys
- ☐ Vaatteiden kierrätys
- ☐ Kotimaisen tai lähiruoan suosiminen
- ☐ Kasvisruoan suosiminen
- ☐ Luomuruoan suosiminen
- ☐ Ruokahävikin vähentäminen
- ☐ Julkiset kulkuneuvot/pyöräily/käveleminen
- ☐ Auton yhteiskäyttö
- ☐ Sähköauton käyttö
- ☐ Vihreä sähkö
- ☐ Lähimatkailun suosiminen
- ☐ Rikki menneen tavarain korjaus uuden ostamisen sijaan
- ☐ Kulutuksen vähentäminen
- ☐ Ei mikään näistä

13. Mitä edellämämainituista asioista haluaisit parantaa toiminnassasi tai mihin haluaisit lisää apua/vaihtoehtoja?

14. Estääkö jokin sinua ostamasta/korjaamasta käytettyä tai vanhaa tavaraa? Mikä? *

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- ☐ Ei mikään
- ☐ Ajan puute
- ☐ Tuotteen laatu epäilyttää
- ☐ Kuljetushaasteet
- ☐ Korjaustaidot
- ☐ Korjausmahdollisuudet
- ☐ Ei ole sopivia kanavia mitä käyttää
- ☐ Korjauksen hinta

Muu: ☐ _____

15. Kaipaisitko enemmän vaihtoehtoja ja tietoa yrityksiltä jotta voisit tehdä kestävämpiä ja vihreämpiä kulutuspäätöksiä? *

Merkitse vain yksi soikio.

- ☐ Kyllä
☐ En

16. Käyttäisitkö palvelua tai ostaisitko tuotteen joka tukee kestäväää kehitystä, vaikka se olisi kalliimpi? *

Merkitse vain yksi soikio.

- ☐ Kyllä, hinnalla ei merkitystä
☐ Kyllä, jos hinta ei olisi merkittävästi suurempi
☐ En

17. Miten mielestäsi lähipalvelukeskus Hertsi voisi edistää kierrätykseen liittyviä palveluita Herttoniemen alueella?

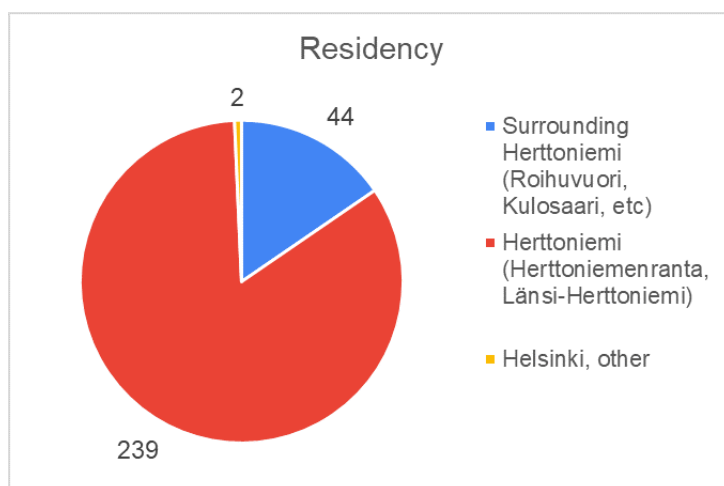
18. Tähän voit halutessasi kertoa mielipiteesi Herttoniemen alueesta, sen palveluista ja niiden kehitysehdotuksista, sekä kestävästä kehityksestä.

Kiitos!

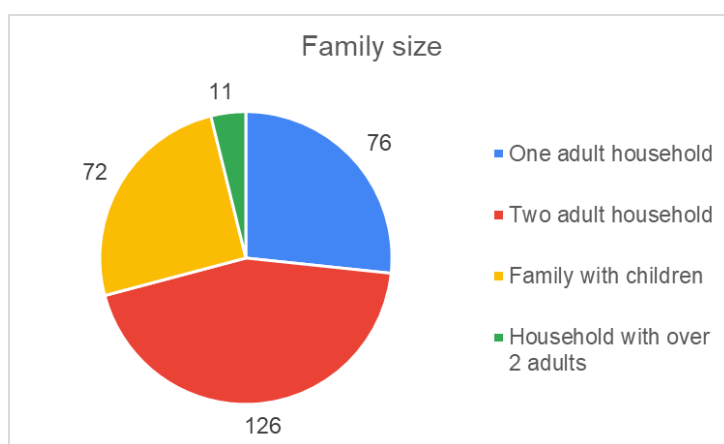
Olemme kiitollisia vastauksistasi.

Liite 2. Keväällä 2020 toteutetun kyselyn valikoituja tuloksia

Asuinalue



Perhekokoko



Kuinka tärkeää kestävä kehitys on sinulle elämäntavoissasi asteikolla 1 (ei lainkaan tärkeää) – 5 (erittäin tärkeää)?

Group	1	2	3	4	5
Men 18-29	0 %	0 %	33 %	50 %	17 %
Men 30-39	0 %	0 %	13 %	38 %	50 %
Men 40-49	0 %	18 %	9 %	27 %	45 %
Men 50-59	0 %	7 %	21 %	43 %	29 %
Men 60-69	0 %	0 %	29 %	14 %	57 %
Men 70 and over	13 %	0 %	13 %	63 %	13 %
Other, 30-39	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
Other, 40-49	0 %	0 %	0 %	0 %	100 %
Women under 18	0 %	100 %	0 %	0 %	0 %
Women 18-29	0 %	0 %	14 %	48 %	38 %
Women 30-39	0 %	0 %	23 %	38 %	38 %
Women 40-49	0 %	0 %	23 %	45 %	33 %
Women 50-59	0 %	3 %	14 %	49 %	35 %
Women 60-69	0 %	0 %	0 %	38 %	62 %
Women 70 and over	0 %	6 %	6 %	50 %	38 %

Mitkä seuraavista asioista näkyvät elämäntavoissasi?

Family with children

What things would you like to improve in your everyday life or where would you want to have more help or options concerning sustainability?

/Mitä edellä mainituista asioista haluaisit parantaa toiminnassasi tai mihin haluaisit lisätä apua/vaihtoehtoja koskien kestävää kehitystä?



What would a person living alone want to improve on?



Hertsii

Liite 3. Sosiaalisen median suunnitelma

Maanantai, yleistä kiertotaloudesta

Tällä viikolla Kauppakeskus Hertsissä on kiertotalouden sekä vastuullisuuden teemaviikko, jolloin jaamme tietoa kiertotaloudesta sekä Hertsin yrityksistä, jotka auttavat sinua toimimaan ilmastoystävällisesti. Teemaviikko huipentuu perjantaina ja lauantaina, jolloin toteutetaan kaikille avoimia virtuaalityöpajoja sekä luentoja kiertotaloudesta sekä vastuullisuudesta.

🌱 Me Hertsissä edistämme vastuullisuutta sekä kestäväää tulevaisuutta. Energian- ja sähköntuotannossa suosimme kestävästi tuotettuja vaihtoehtoja sekä huomioimme jokapäiväisissä toiminnoissamme ympäristöystävällisyyden.

🌱 Esimerkkinä tästä Hertsin uuden osan jäähdytys toteutetaan hiilineutraalisti yhteistyössä Helenin kanssa (linkki kommentteissa).

#Herts #Hertsinkierrätysviikonloppu #Herttoniemi #Helsinki #kiertotalous #vastuullisuus #kierrätys #teemaviikko #kestäväkehitys #kestäväarki

Kommenttiin: <https://www.helen.fi/uutiset/2020/kauppakeskus-hertsin-uudistettuun-osaan-hiilineutraali-jaahdytys>

Tässä esimerkkinä Ison Omenan julkaisu. Voisiko laittaa Hertsin ympäristö/vastuullisuusasioista jotain saman tyylistä? Myös kuva kiertotalouden sekä lineaarisen talousajattelun erosta voisi ihmisille informatiivinen.

Tiistai, vaatteet, korjaaminen, uusikäyttö – tässä riittää tekstiä postaamaan sekä Facebookiin että Instagramin puolelle, ensimmäinen kappale (esittely) ja linkki kommentteissa on hyvä olla molemmissa.

Tärkeä osa kiertotaloutta on kierrätys, uudelleen käyttäminen sekä korjaaminen pois heittämisen sijaan. Vaatteiden ja tavaroiden myynti kirpputorilla toimii hyvänä esimerkkinä uudelleen käytöstä. Olethan jo tutustunut Hertsissä lastenvaatteiden kirpputori Kidiaan?

👜 Kidiaassa voit ostaa edullisesti laadukkaita lastenvaatteita tai myydä omat lastenvaatteet helposti eteenpäin.

👞 On myös edullisempaa korjata tai huoltaa kengät tai laukku kuin ostaa kokonaan uudet. Peten suutarilta saat apua kenkien ja laukkujen korjaamiseen, ja samalla voit ostaa hoitotuotteita myös kotiin. Pete kertoo vinkkejä kenkien hoitoon virtuaalitapahtumassamme.

Käytetystä voi myös luoda jotakin uutta. Esimerkiksi käytetyistä kahvinpuruista voit taikoa itsellesi kasvojenkuorinnan tai vain kasvonaamion lisäämällä purujen sekaan vain hieman hunajaa ja jugurttia. 🍷 Tule kuuntelemaan vinkkejä naamion tekoon viikonloppuna!

🛍️ Kauppakeskus Hertsiiin tulee viikonloppu ajaksi Kierrätyskeskus, joka avustaa sinua vaatteiden sekä muiden tavaroiden kierrätyksen kanssa. Voit tuoda tavarasi tai vaatteesi maksutta Kierrätyskeskukselle! Huomioithan, että muutokset ovat mahdollisia.

📦 Roikkuvatko kaapissasi käyttämättömät tai rikkiäiset farkut? Jos kaipaat vinkkejä, miten uusiokäyttää farkkusi, tule seuramaan Piece of Jeansin työpajaa virtuaalitapahtumaamme perjantaina klo 17:30!

📱 Älypuhelin on elintärkeä suurimmalle osalle meistä. Kun esimerkiksi puhelimen akku alkaa tempuilla tai näyttö menee palasiksi, akun tai näytön voi vaihtaa. Kun korjautat laitteesi, pidennät sen elinkaarta. Mitä pidempään käytät laitettasi, sitä edullisempaa se on ympäristölle ja myös sinulle. 🛠️ Digishop korjaa mobiililaitteet 15 vuoden kokemuksella - edullisesti, ilman ajanvarausta, 12 kuukauden takuulla.

Voit rekisteröityä virtuaalitapahtumaan jo nyt, linkki löytyy kommentteista!

#Herts #Hertsinkierrätysviikonloppu #Herttoniemi #Helsinki #kiertotalous #vastuullisuus #kierrätys #teemaviikko #kestäväkehitys #kestäväarki #teemaviikko #kestäväkehitys #kestäväarki #kierrätyskeskus #kierrätys #kidiasecondhand #kirpputori #petensuutari


#pieceofjeans #digishop #puhelinhuolto #korjaa #korjaaäläheitäpois (tunnisteita voi jatkaa kommenteissa)


Kuva: Kidia, Peten suutari, ruoka/ravintola, Kierrätyskeskus, Digishop


TAI yhdistetty maanantai ja tiistai:


Tällä viikolla Kauppakeskus Hertsissä on kiertotalouden sekä vastuullisuuden teemaviikko, jolloin jaamme tietoa kiertotaloudesta sekä Hertsin yrityksistä, jotka auttavat sinua toimimaan ilmastoystävällisesti.



Tärkeä osa kiertotaloutta on kierrätys, uudelleen käyttäminen sekä korjaaminen pois heittämisen sijaan. Vaatteiden ja tavaroiden myynti kirpputorilla toimii hyvänä esimerkkinä uudelleen käytöstä. Olethan jo tutustunut Hertsissä lastenvaatteiden kirpputori Kidiaan?

 Kidiassa voit ostaa edullisesti laadukkaita lastenvaatteita tai myydä omat lastenvaatteet helposti eteenpäin.

 On myös edullisempaa korjata tai huoltaa kengät tai laukku kuin ostaa kokonaan uudet. Peten suutarilta saat apua kenkien ja laukkujen korjaamiseen, ja samalla voit ostaa hoitotuotteita myös kotiin. Pete kertoo vinkkejä kenkien hoitoon virtuaalitapahtumassamme.

 Kauppakeskus Hertsiin tulee viikonlopun ajaksi Kierrätyskeskus, joka avustaa sinua vaatteiden sekä muiden tavaroiden kierrätyksen kanssa. Voit tuoda tavarasi tai vaatteesi maksutta Kierrätyskeskukselle! Huomioithan, että muutokset ovat mahdollisia.

 Roikkuvatko kaapissasi käyttämättömät tai rikkiäiset farkut? Jos kaipaat vinkkejä, miten uusiokäyttää farkkusi, tule seuramaan Piece of Jeansin työpajaa virtuaalitapahtumaamme perjantaina klo 17:30!

 Älypuhelin on elintärkeä suurimmalle osalle meistä. Kun esimerkiksi puhelimen akku alkaa temppuilla tai näyttö menee palasiksi, akun tai näytön voi vaihtaa. Kun korjautat laitteesi, pidennät sen elinkaarta. Mitä pidempään käytät laitettasi, sitä edullisempaa se on ympäristölle ja myös sinulle.  Digishop korjaa mobiililaitteet 15 vuoden kokemuksella - edullisesti, ilman ajanvarausta, 12 kuukauden takuulla.

Voit rekisteröityä virtuaalitapahtumaan jo nyt, linkki löytyy kommenteista!


Kommenttiin: [Linkki](#)


#Hertsi #Hertsinkierrätysviikonloppu #Herttoniemi #Helsinki #kiertotalous #vastuullisuus #kierrätys #teemaviikko #kestäväkehitys #kestäväarki #teemaviikko #kestäväkehitys #kestäväarki #kierrätyskeskus #kierrätys #kidiasecondhand #kirpputori #petensuutari #pieceofjeans #digishop #puhelinhuolto #korjaa #korjaaäläheitäpois (tunnisteita voi jatkaa kommenteissa)

Kuva: Kidia, Peten suutari, ruoka/ravintola, Kierrätyskeskus, Digishop

Keskiviikko, kasvisruoka, lähiruoka

Tiesitkö, että lisäämällä kasviksia ruokavalioosi, voit pienentää ruokasi ilmastovaikutuksia? Lihan voi korvata esimerkiksi pavuilla tai linsseillä, tai kokeilla tofua tai härkistä proteiininlähteenä. Hiilijalanjälkeä voi pienentää myös suosimalla kanaa tai luonnonkalaa punaisen lihan sijaan.

 Jos haluat kokeilla kasvisruokia helposti ja vaivattomasti, voit tehdä sen Hertsin ravintoloiden avulla. Fafa's Hertsistä löytyy laaja valikoima kasvis- ja vegaaniannoksia. Burgerinnälän iskiessä voi kokeilla Fat Lizardin Tofu Steak Burgeria. Cafe Noissa saa monet annokset lihan sijaan tofulla, kannattaa kokeilla!

 Kotipizzasta saa pizzoja ja rullia myös kasvis- ja vegaaniversioina. Yli 70 % Kotipizzan raaka-aineista on suomalaista alkuperää, lihankotimaisuusaste huikeat 100 %! Lisää pizzan vastuullisuudesta pääset kuulemaan virtuaalitapahtumaamme perjantaina klo 16:30.

Voit rekisteröityä virtuaalitapahtumaan jo nyt, linkki löytyy kommenteista!

Kommenttiin: [Linkki](#)

#Hertsi #Hertsinkierrätysviikonloppu #Herttoniemi #Helsinki #kiertotalous #vastuullisuus #kierrätys #teemaviikko #kestäväkehitys #kestäväarki #teemaviikko #kestäväkehitys #kestäväarki #kasvisruoka #lähiruoka #prismahertsi #uudenmaanruoka #foodhub #fafas #fafaspita #ravintolafatlizard #cafenoihertsi #resqclub #sesonkipuoti #kotipizza #kotipizzaherttoniemi #luckiefuns #junglejuicebar #hävikkiruoka

Nämä ottaisın pois, esim toi ruokapiiri voidaan laittaa sinne expo-alueelle Hopiniin.

🍷 Muistathan myös hyödyntää Hertsin ravintoloiden tarjouksia ResQ -sovelluksen kautta. Ostamalla sovelluksen kautta autat ravintoloita pelastamaan hävikkiruokaa säästäten samalla omaa lompakkoa.

Hertsin Prismasta saat kasviksia kotikeittiöön. Halutessasi voit noutaa etukäteen tilatut ostokset noutopisteeltä tai tilata ostokset suoraan kotiin. 🚚

🍽️ Lähiruokaa voit tilata suoraan tuottajilta Uudenmaan ruoka & Herttoniemen ruokapiirin kautta. Tilaamalla ruokaa ruokapiirin kautta tuet suomalaista ruoantuotantoa. Tuotteita on saatavilla sesonkien mukaisesti.

Esimerkkikuvia, joita voisi olla postauksessa (tai ravintoloiden/annosten kuvia):

Torstai, kirjaston palvelut, Liizi, tavaroiden vuokraaminen

Tiesitkö, että jakamistalous on osa kiertotaloutta? Meille tutuin jakamistalouden muoto on varmasti kirjasto.

📖 Hertsin kirjastosta pystyy varaamaan etukäteen aineistoa ja noutamaan tuotteet varaushyllystä. Kirjastosta saa myös lainata muita tuotteita kuin kirjoja, esimerkiksi lautapelejä, roskapihettä ja ulkopelejä kuten Mölkkä!

💡 Jos kaipaat lastentarvikkeita, ulkoiluvälineitä tai siivousvälineitä kuten höyrypesuria, voi sellaisen vuokrata Liizistä omaksi ostamisen sijaan. Kun vuokraat välineet ostamisen sijaan, säästät rahaa ja tuote päättyy useammin ja useammalle käyttöön, ja luonnonvaroja säästyy.

#Herts #Hertsinkierrätysviikonloppu #Herttoniemi #Helsinki #kiertotalous #vastuullisuus #kierrätys #teemaviikko #kestäväkehitys #kestäväarki #jakamistalous #herttoniemen_kirjasto #kirjastohelsinki #liizi_vuokraamo_verkossa #vuokraalastentarvikkeet #vuokraavälineet #konevuokraus

Postauksiin voi laittaa esimerkiksi kuvia Herttoniemen kirjaston ja Liizin sijainnista tai ulkoasusta.

Perjantai ja lauantai, tapahtuman esittelyä, tarjouksia, työpajojen mainostaminen

Perjantai

🗓️ Tänään koittaa vihdoinkin aika _____ tapahtumallemme! Jos et ole vielä ilmoittautunut mukaan virtuaalitapahtumaan, teethän sen pikimmiten, linkki löytyy kommentteista.

🛒 Kauppakeskuksessa on tänään Kierrätyskeskus klo 16–20 keräämässä tarpeetonta tavaraa ja vastaamassa samalla kysymyksiinne kierrätyksestä. Keräykseen voi tuoda kodin pientavaraa, vaatteita ja tekstiileitä sekä kaiken kuntoista pienielektroniikkaa. Erityisesti astiat, keittiötarvikkeet, sisustustavarat, koriste-esineet, säilytyskorit, valaisimet ja läppärit ovat kysyttyä kierrätyksessä - myös ne ihan yksittäiset lasit, kupit ja haarukat. Kodin tekstiileistä kaivataan erityisesti verhoja, vuodevaatteita, peittoja ja pöytäliinoja. Huomioithan, että muutokset ovat mahdollisia.

Virtuaalitapahtumassamme kuulet tänään pizzanteon vastuullisuudesta sekä vanhojen ja rikkinäisten farkkujen hyödyntämisestä. Saat myös neuvoja kenkien hoitoon sekä ohjeet kahvinpuruista tehdyn kasvonaamion tekoon. Jos haluat vinkkejä kuinka muokata ruokavaliota vastuullisemmaksi, kuuntele haastattelu kasvisruuasta ja satokauden mukaisista kasviksista.


Kommenttiin: Linkki

#Herts #Hertsinkierrätysviikonloppu #Herttoniemi #Helsinki #kiertotalous #vastuullisuus #kierrätys #teemaviikko #kestäväkehitys #kestäväarki #teemaviikko #kestäväkehitys #kestäväarki #virtuaalitapahtuma #ruokavalinnat #kasvisruoka #lähiruoka #kotipizza #kotipizzaherttoniemi #petensuutari #pieceofjeans

Kuvaehdotuksia, kuvat saatu Kierrätyskeskukselta.

Lauantai

Tänään jatkuu vastuullisuuden teematapahtumamme! Työpajat ovat virtuaalitapahtumamme puolella, rekisteröidy mukaan! Linkki löytyy kommentteista.

 Kierrätyskeskus on tänäänkin paikalla kauppakeskuksessa vastaanottamassa teille tarpeettomia vaatteita ja tavaroita klo 10–14. Huomioithan, että muutokset ovat mahdollisia.

Tänään virtuaalitapahtumassa voit osallistua smoothie-työpajaan sekä kuulla kenkien hoitovinkkejä. Kenkien hoidon jälkeen voit siirtyä kasvojen hoitoon tekemällä kasvonaamion, jossa hyödynnetään käytettyjä kahvinpuruja, jogurttia ja hunajaa. Tapahtuman lopuksi voit osallistua kehoa ja mieltä hellivään joogaan. Huom. Joogahetki on englannin kielellä.

Kommenttiin: Linkki tapahtumaan,

#Herts #Hertsinkierrätysviikonloppu #Herttoniemi #Helsinki #kiertotalous #vastuullisuus #kierrätys #teemaviikko #kestäväkehitys #kestäväarki #kierrätyskeskus #kierrätys #virtuaalitapahtuma #ruokavalinnat #smoothie #lähiruoka #petensuutari #jooga


Facebook-tapahtumaan


Kauppakeskus Herts toteuttaa vastuullisuuteen ja kiertotalouteen keskittyvän tapahtuman perjantaina 23.4. ja lauantaina 24.4. Tapahtumassa toteutetaan kaikille avoimia virtuaalityöpajoja sekä luentoja kiertotaloudesta sekä vastuullisuudesta. Tapahtuma toteutetaan kokonaan virtuaalisesti. Käy rekisteröitymässä tapahtumaan tästä linkistä


Tapahtuma on toteutettu yhteistyössä Laurea-ammattikorkeakoulun sekä Haaga-Helian ammattikorkeakoulun opiskelijoiden kanssa.


Tapahtuman aikataulut:


Perjantai 23.4. klo 16.30-19.00

 Suomalaisten suosima Kotipizza-ketju kertoo pizzan ja pizzanteon vastuullisuudesta klo 16:30 alkaen. Voit osallistua keskusteluun chatin kautta ja esittää aiheeseen liittyviä kysymyksiä.

 Piece of Jeans pitää työpajan vanhojen tai rikkinaisten farkkujen hyödyntämisestä klo 17:30. Piece of Jeansin toimitusjohtaja Moona Kansosen vetämässä työpajassa saat vinkkejä vanhojen farkkujen uudelleen käyttämiseen sekä voit esittää hänelle chatin kautta kysymyksiä.

 Tule kuuntelemaan Peten Suutarin vinkkejä kenkien hoitoon klo 18! Kenkien hoitaminen pidentää kenkien käyttöikää sekä tukee vastuullista kuluttamista. Pitämällä huolta ja uudistamalla tuotteiden kunto säilyy parempana pidempään.

 Luvassa klo 18:15 ravintoneuvoja Mirva Popovin haastattelu kasvisruoasta ja satokauden mukaisista kasviksista. Haastattelussa selvitetään miten lisätä kasvisten käyttöä omassa ruokavaliossa ja miksi satokauden mukaisten kasvisten ja hedelmien käyttäminen on järkevää. Saatat myös saada vinkkejä hävikin vähentämiseen.

 Ilta päätetään perjantaina klo 18:45 kasvonaamion tekoon, jossa hyödynnetään käytettyjä kahvinpuruja, jogurttia ja hunajaa.

Lauantai 24.4. klo 11.00-13.00

Kauraa vai chiaa aamupalasmoothieen? Tutustu kestäviin ruokavalintoihin dipl. ravintoterapeutti Leena Jusleniuksen pitämässä smoothie-työpajassa lauantaina klo 11.

Hänen opastuksellaan saat vinkkejä, miten valmistaa koko perheelle ravintorikkaita smoothieita suosimalla mahdollisimman paljon kotimaisia raaka-aineita ja Suomen luonnon superfoodeja. Smoothie-työpaja on livenä näytettävä työpaja, joten jos haluat osallistua kotonasi smoothieiden tekoon, voit hankkia raaka-aineet etukäteen. Tuotteet löytyvät esimerkiksi Hertsin Prismasta. Sinulla tulisi olla seuraavat tarvikkeet:

Blenderi tai tehokas sauvasekoitin

marjoja ja hedelmiä:

noin 2 dl mustikoita tai muita kotimaisia marjoja

1 banaani (voit pilkkoa banaanit valmiiksi pakkaseen)

1 appelsiini tai pari satsumaa

1 pieneksi pilkottu porkkana

1 ½ dl ananasta

1 dl pakastemangoa (/banaani)

tyrnimarjoja tai kuivattua tyrnirouhetta

pieni pala inkivääriä

1 sitruuna

tuoreita yrttejä, kuten persiljaa

Lisäksi, jos haluaa extraa:

1 tl kuivattua nokkosta tai muuta viherjauhetta

2 rkl hampunsiemeniä


kaurajuomaa

Workshopissa annetaan myös vinkkejä mm. näiden käyttöön: tuoreet taatelit, luomu heraproteiini tai riisiproteiini, pellavansiemenöljyä tai muuta kylmäpuristettua öljyä sekä kaurahiutaleita tai -leseitä.

Käy tutustumassa Leena Jusleniuksen nettisivuihin www.purenutrition.fi

 Peten suutarin kenkien hoitovinkit nähtävillä tapahtuma-alustalla lauantaina klo 11:30!

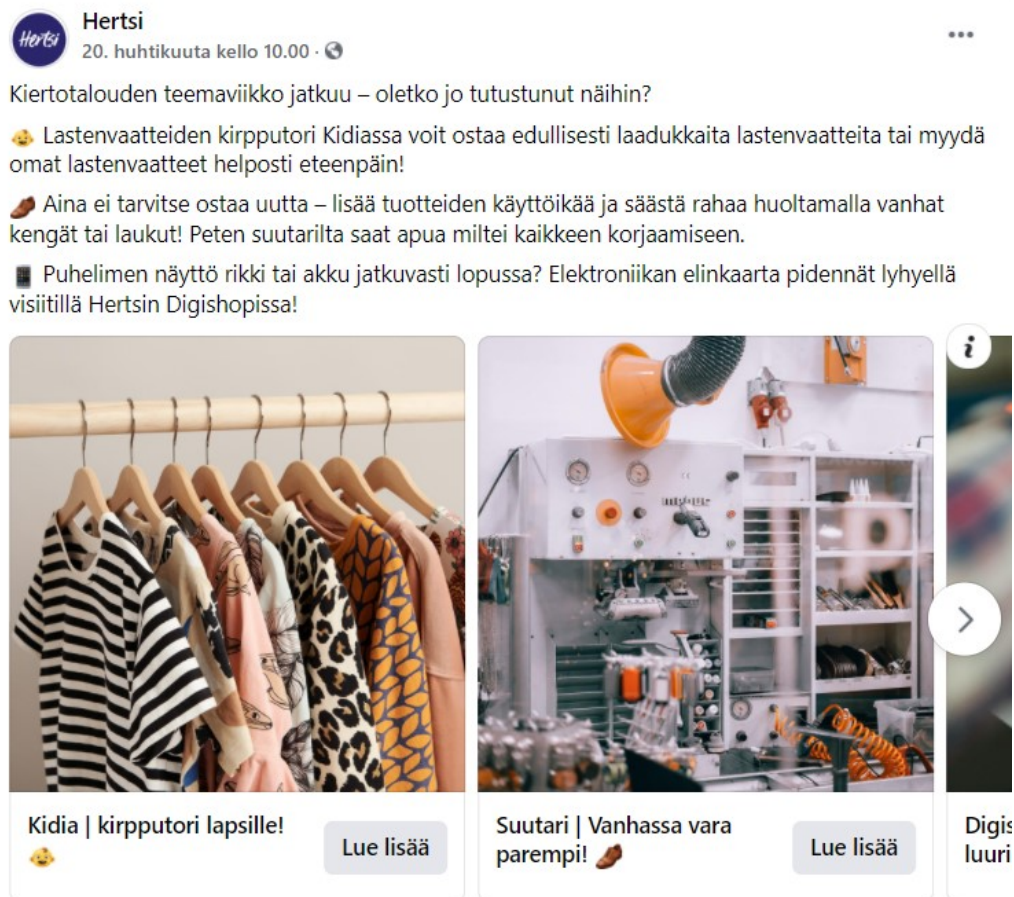
Myös lauantaina on mahdollisuus kasvonaamion tekoon, jossa hyödynnetään käytettyjä kahvinpuruja, jogurttia ja hunajaa. Hyödynnä aamukahvin keittämisestä jäljelle jääneet kahvinpurut ja tee niistä raikastava kasvonaamio.

 Klo 12:05 hellimme kehoa ja mieltä puolen tunnin joogalla. Ota joogamattosi ja valtaa olohuoneen lattiasi. Tai jos on kaunis ilma, joogaa parvekkeella auringonpaisteessa. Joogahetken pitää joogaopettaja Elena Ulanova. Huom! Joogahetki on englannin kielellä.

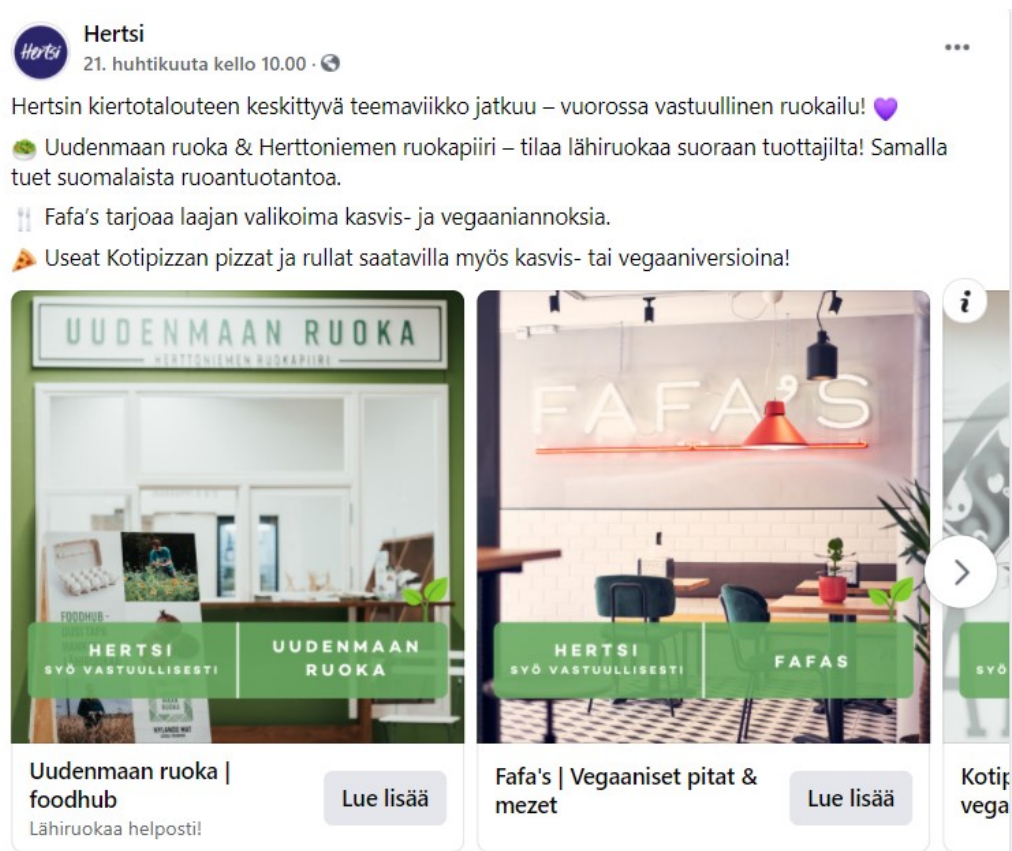
Liite 4. Tapahtumaviikon toteutuneet Facebook-mainokset



Kuva 1. Hertsin Facebook-sivuilla ilmoitettu tapahtuma (Hertsin 19.4.2021a.)



Kuva 2. Tiistain Facebook-julkaisu (Herts 20.4.2021)



Kuva 3. Keskiviikon Facebook-julkaisu (Herts 21.4.2021)



Hertsin

22. huhtikuuta kello 10.00 · 🌐

...

Hertsin kierrätysviikonloppu on pian täällä! Olethan jo ilmoittautunut mukaan? ❤️

Luvassa muun muassa:

🔥 Pizzanteon vastuullisuutta Kotipizzalta sekä vanhojen tai rikkiäisten farkkujen hyödyntämisestä Piece of Jeansilta.

💡 Neuvoja kenkien hoitoon Peten Suutarilta sekä ohjeet kahvinpuruista tehdyn kasvonaamion tekoon.

Lue lisätietoja ja osallistu: <https://fb.me/e/3YNQ2g85p>



Kuva 4. Torstain Facebook-julkaisu (Hertsin 22.4.2021)



Hertsi

23. huhtikuuta kello 11.00 · 🌐

...

Sharing is caring & jakaminen on suuri osa kiertotaloutta – monelle jakamistalouden tutuin muoto on varmasti kirjasto. ❤️

📖 Kirjoja sekä paljon muuta, Hertsin kirjastosta varaat haluamasi etukäteen ja noudat sen kätevästi varaushyllystä.

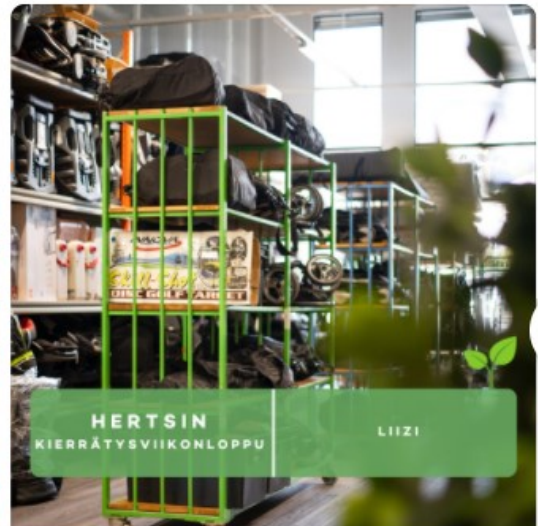
💡 Kuinka usein tulee tarvittua esimerkiksi retkeilyvälineitä tai höyrypesuria? Lainaa Liizistä omaksi ostamisen sijaan tuotteet, joille tiedät olevan vain harvoin käyttöä!

♻️ Hertsin kiertotalous teemaviikko huipentuu viikonloppuna – osallistu virtuaalitapahtumaan alta!



Kirjasto | Jaettua
jännitystä 📖

Lue lisää



Liizi | Vuokraamo
verkossa 💡

Lue lisää



Lue |
tapa

Kuva 5. Perjantain Facebook-julkaisu (Hertsi 23.4.2021)

Liite 5. Osallistujille lähetetty kiitoskirje

Hyvä /name/,

Kiitos paljon osallistumisestasi Hertsin Kierrätysviikonloppuun!
Toivottavasti viihdyit tapahtumassa ja sait uusia ideoita käytettäväksi.

Arvostaisimme erittäin paljon, jos käyttäisit hieman aikaasi palautteen antamiseen. Palautetta voit antaa anonyymisti seuraavan linkin kautta sunnuntaihin 2.5. asti:
<https://link.webpolsurveys.com/S/E2AC37A523A8F7B9>

Tämän viestin jälkeen et enää saa meiltä viestejä, sillä poistamme kaikki osallistujatiedot yleisen tietosuoja-asetuksen mukaan. Mutta ei hätää, voit seurata Hertsiä sosiaalisessa mediassa ja kuulla tulevista kiinnostavista tapahtumista! Hertsin internetsivut löydät osoitteesta <https://hertsi.fi/>

Ystävällisin terveisin,
Kauppakeskus Hertsi sekä Laurean ja Haaga-Helian opiskelijat

Perusraportti

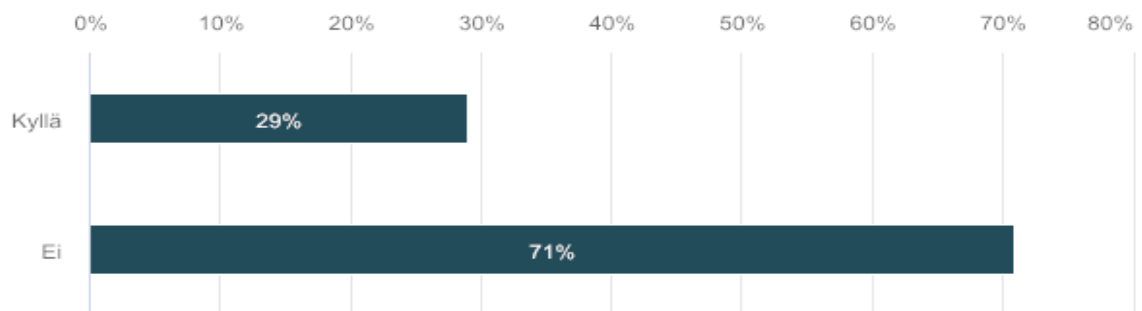
Hertsin Kierrätysviikonloppu

asiakastyytyväisyys

Vastaajien kokonaismäärä: 7

1. Oletko aiemmin osallistunut kierrätysaiheiseen tapahtumaan?

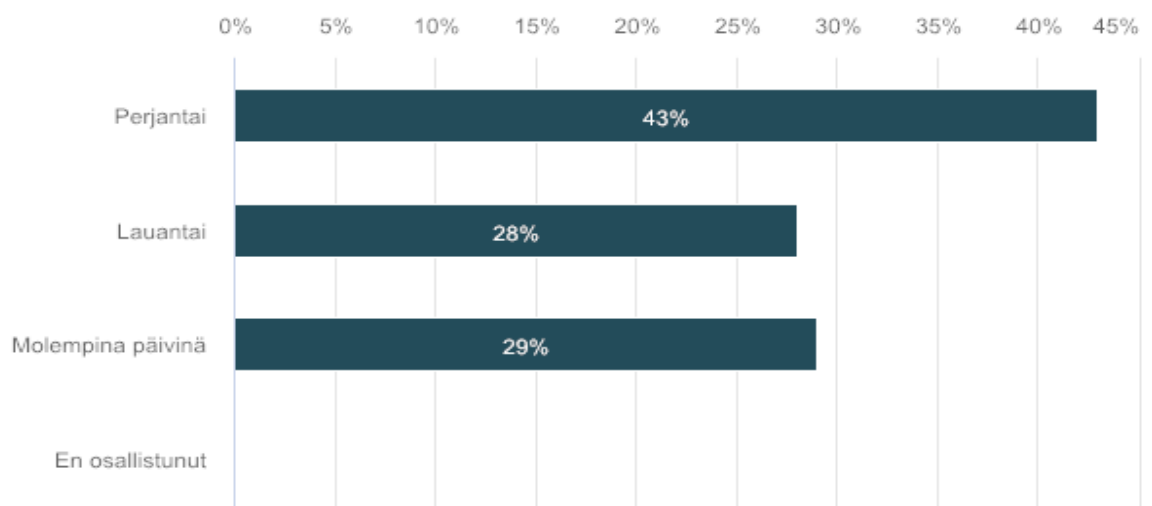
Vastaajien määrä: 7



	n	Prosentti
Kyllä	2	28,6%
Ei	5	71,4%

2. Minä päivinä osallistuit Hertsin kierrätysviikonlopun virtuaalitapahtumaan?

Vastaajien määrä: 7

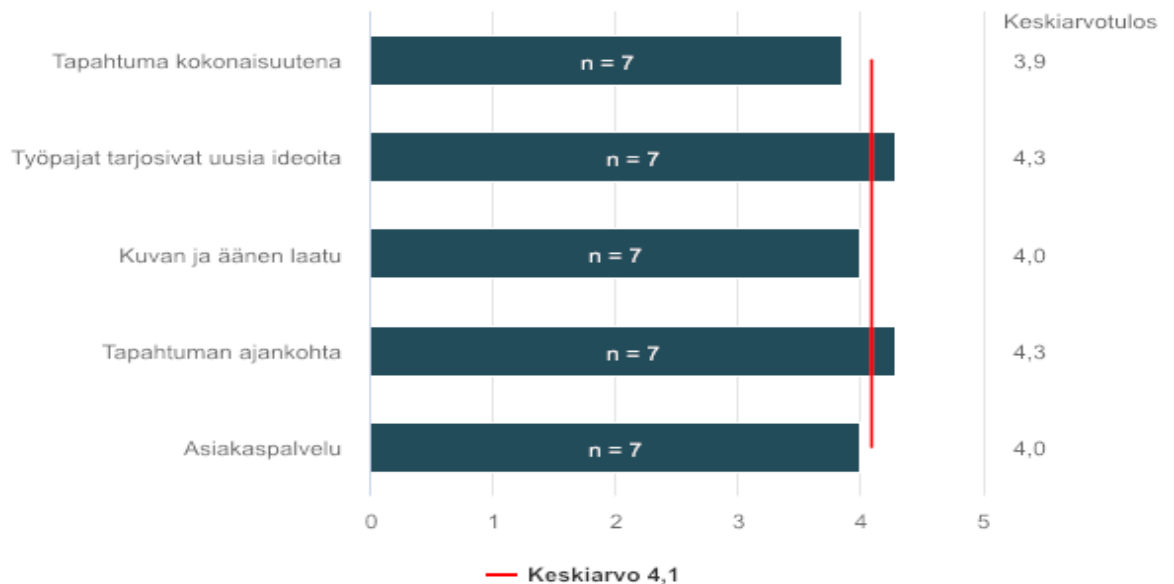


	n	Prosentti
Perjantai	3	42,8%

Lauantai	2	28,6%
Molempina päivinä	2	28,6%
En osallistunut	0	0%

3. Kuinka tyytyväinen olit seuraaviin kohtiin tapahtumassa asteikolla 1 (en ollenkaan) – 5 (erittäin tyytyväinen)?

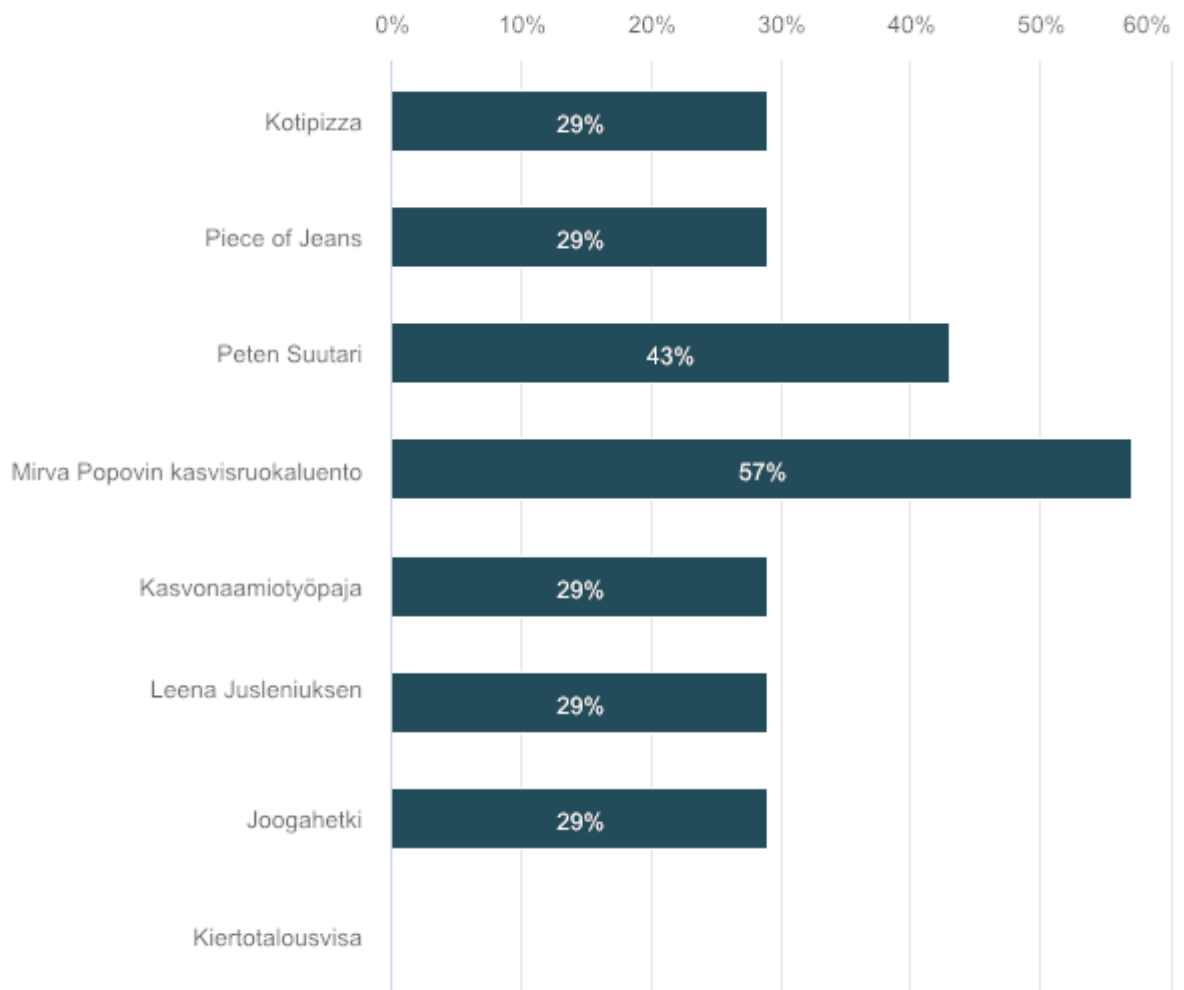
Vastaajien määrä: 7



	1	2	3	4	5	Keski-arvo	Mediaani
Tapahtuma kokonaisuutena	0%	0%	28,6%	57,1%	14,3%	3,9	4
Työpajat tarjosivat uusia ideoita	0%	14,3%	14,3%	0%	71,4%	4,3	5
Kuvan ja äänen laatu	0%	0%	28,6%	42,8%	28,6%	4	4
Tapahtuman ajankohta	0%	0%	14,3%	42,8%	42,9%	4,3	4
Asiakaspalvelu	0%	0%	42,8%	14,3%	42,9%	4	4

4. Mikä olivat mielestäsi parhaat työpajat?

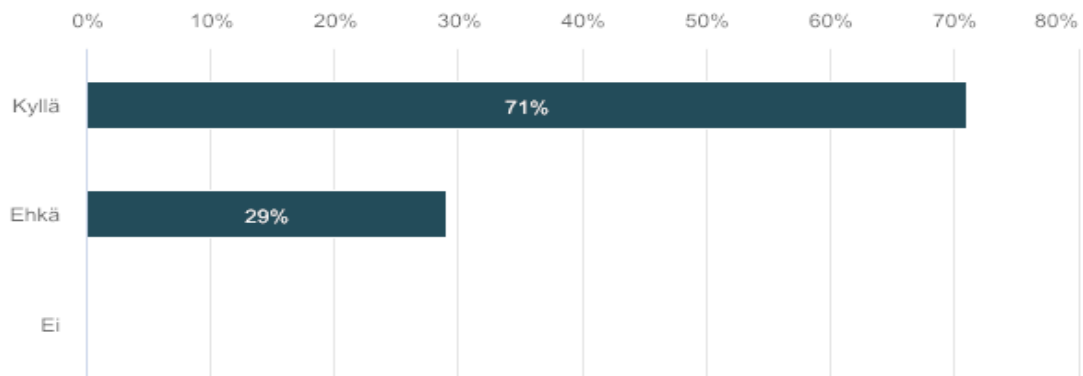
Vastaajien määrä: 7, valittujen vastausten lukumäärä: 17



	n	Prosentti
Kotipizza	2	28,6%
Piece of Jeans	2	28,6%
Peten Suutari	3	42,9%
Mirva Popovin kasvisruokaluento	4	57,1%
Kasvonaamiotyöpaja	2	28,6%
Leena Jusleniuksen smoothietyöpaja	2	28,6%
Joogahetki	2	28,6%
Kiertotalousvisa	0	0%

5. Kiinnostaako sinua osallistua jatkossa vastaaviin tapahtumiin?

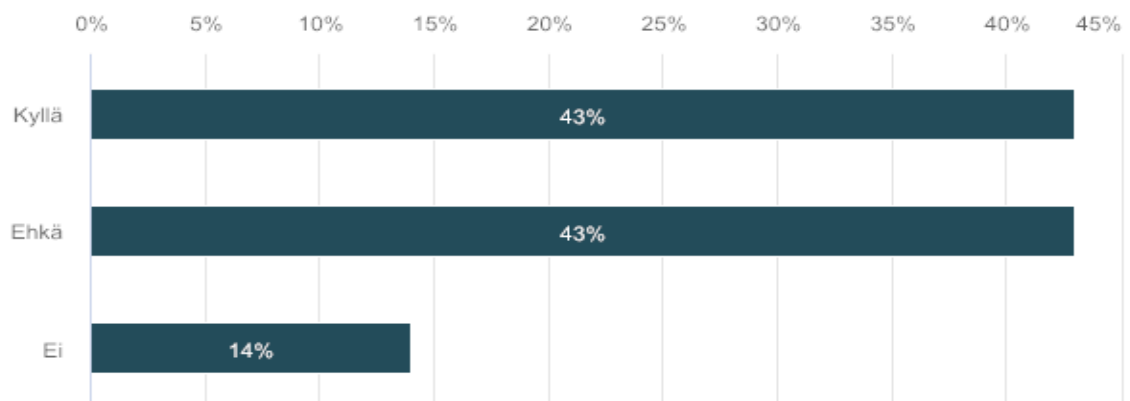
Vastaaajien määrä: 7



	n	Prosentti
Kyllä	5	71,4%
Ehkä	2	28,6%
Ei	0	0%

6. Suositteletko tapahtumaa muille?

Vastaajien määrä: 7



	n	Prosentti
Kyllä	3	42,8%
Ehkä	3	42,9%
Ei	1	14,3%

7. Onko sinulla järjestäjille palautetta tai toiveita?

Vastaajien määrä: 2

Vastaukset
Osallistuminen ilman rekisteröintiä helpottaisi osallistumista.
Töiden vuoksi en ehtinyt seurata kuin osan perjantain tapahtumista ja jotain teknistä haastetta tuntui tuolloin olevan. Olisi hieno katsoa nämä jälkikäteen, kasvonaamio ja jooga erityisesti kiinnostaisivat. Kasvisruokahaastattelu oli kiinnostava