

UUDEN **VÄHÄHILISEN** TALOUDEN TEKIJÄT

PELOTON

Mukana
yli 300
pelotonta

TUULIA PELLI:

**Ilmastoideoilla
sadan tonnin
säästöt**

**5 VINKKIÄ:
VIESTI
OIKEIN**

REMONTIT HELPOIKSI | TULEVAISUUDEN TAKSI | PAREMPI ISÄNNÖINTIBISNES

Portinvartijat tekevät muutoksen

[Peloton]

Peloton on pyöräilykisojen ydinjoukko. Siinä kilpailijat ajavat lähellä toisiaan sääntöänsä energiaa ja keräävät voimia irtiotta varten.

Peloton on ranskaa ja tarkoittaa palloa.

Peloton on Sitran ja Demoksen yhteisöprojekti, joka vauhdittaa energiaviisasta uutta taloutta.

”No nyt sain niin hyvän idean, että tätä en kerro muille!” Lause kuultiin yhdessä ensimmäisistä Peloton-työpajoista ja jäi elämään, sillä se kiteyttää olennaisen. Peloton-työpajat tuottavat ideoita, jotka muuttuvat kannattavaksi liiketoiminnaksi.

Peloton sai alkunsa merkittävästä tutkimuslöydöksestä. Noin kolme vuotta sitten ajatushautomo Demos Helsinki tutki suomalaisten ilmastoasenteiden muutosta. Selvitimme myös, kuka ja mikä niitä voisi muuttaa.

Muutoksen tekijöiksi paljastui laaja joukko erilaisia portinvartijoita. Portinvartijat ovat niitä ihmisiä, jotka vaikuttavat tavallisten kansalaisten energiankulutukseen liittyviin päätöksiin. He antavat neuvoja ja myyvät tuotteita ja palveluita. Ennen kaikkea he päättävät, mitä vaihtoehtoja meille ensisijaisesti tarjotaan. Siis kauppiaita, isännöitsijöitä tai työpaikan lounasravintolaketjun päättäjiä.

Tämän tärkeän havainnon jälkeen olemme istuneet samaan pöytään yli 300 portinvartijan kanssa. Kumppaneiksi on kutsuttu edustava joukko eturivin toimijoita niiltä aloilta, joilla on eniten merkitystä energiaviisaan arjen kannalta. Niitä ovat asuminen, liikkuminen ja syöminen.

Työpajoissa on mietitty, miten kutakin bisnestä tai toimialaa voi kehittää niin, että se auttaa ihmisiä löytämään hyviä ratkaisuja ilmastonmuutoksen torjumiseen – ja synnyttää samalla uutta liiketoimintaa, joka pärjää loistavasti maailman muuttuessa.

Työpajat ovat käynnistäneet ajatteluprosesseja. Tuloksena on syntynyt uusia tuotteita, palveluita, yrityksiä, ohjelmia ja konsepteja. Innostus ja tekemisen tarmo ovat olleet käsin kosketeltavia, ja nopeasti syntyneet tulokset puhuvat puolestaan. Niistä osa esitellään tässä lehdessä.

Työ jatkuu. Oletpa ollut mukana Pelottomassa tai vasta suunnittelet osallistumista, saat tämän lehden kautta kosketuksen Pelottoman maailmaan. Jos ajatukset jäivät kutittelemaan, ota yhteyttä meihin demoslasiin tai muihin pelottomiin, jotka löydät tämän lehden takakannesta. Peloton jatkaa työtään uusien portinvartijaryhmien kanssa synnyttäen niitä parhaita uuden talouden ideoita.

TUULI KASKINEN
Tutkija, Demos Helsinki



Peloton auttaa eri alojen organisaatioita luomaan tuotteita, palveluita ja sosiaalisia innovaatioita, joiden avulla ilmastoystävällisistä valinnoista tulee suomalaisille helppoja, mielenkiintoisia ja haluttavia. Pelottoman avulla voit olla mukana polkaisemassa käyntiin uutta vähähiilistä taloutta, jossa energiaviisaus ruokailu, liikkuminen ja asuminen ovat luonteva osa arkipäivää. Tule mukaan Pelottomaan! Ota yhteyttä Demos Helsingin Peloton-tiimiin.

Peloton-hanketta on rahoittanut Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra. Sitran Energiaohjelma pyrkii lisäämään suomalaisten energiatietoisuutta, parantamaan rakennetun ympäristön energiatehokkuutta sekä luomaan energiamurroksesta uutta liiketoimintaa.

Peloton Magazine on julkaisu Peloton-hankkeen osallistujille, kumppaneille ja ystäville. Se ilmestyy vain kerran. Kätevimmin löydät lehden pdf-versiona osoitteesta www.peloton.me. Jos olet nopea, voit tilata painettua julkaisua osoitteesta toimitus@demos.fi.

Päätöimittaja Tuuli Kaskinen | Toimitussihteeri Noora Jokinen
Ulkoasu Kirmo Kivelä | Kannen kuva Maria Miklas
Julkaisija Demos Helsinki / Peloton | Yhteydenotot www.demos.fi
Julkaistu 04/2011



6

6 RUOKA: "Uusi, ihana ruokakauppa"

Sesonkiruoka luo uusia makuelämyksiä. Voisiko made olla uusi Beaujolais Nouveau? Peloton kutsui päivittäistavarakauppiat, ruokatoimittajat, kotilousopettajat ja lounasravintolat miettimään, miten vähähiilisestä ruoasta tehdään houkutus herkkuille ja arjen puurtajille. Ruoan ilmastokuorma kevenee helpoilla perussäännöillä: paljon kasviksia, vähän lihaa ja maitotuotteita.

10 LIIKENNE JA MATKAILU: "Kesä on amatööreille"

Asfalttiprinsessa voi viettää unelmaloman myös Hangossa, ei pelkästään Pariisissa ja New Yorkissa, väittää Peloton-matkaillutyöpajaan osallistunut Anna Piironen. Ajatuksella on väliä, koska kotimaanmatkan päästöt ovat jopa 90 prosenttia pienemmät kuin esimerkiksi Kanarian-loman. Arjen liikkumisessa isot ilmastoalinnat tehdään, kun päätetään kodin sijainnista ja siitä, mennäkö kauppaan autolla vai pyörällä.

12 ASUMINEN: "Tehdään homma helpoksi"

Kun nurkista vetää ja lämmityslaskua ei uskalla avata, on aika tehdä energiaremontti. Asuminen on suurin yksittäinen ilmastopäästöjen aiheuttaja suomalaisen elämässä. Korjaukset voivat pudottaa energian kulutuksen jopa puoleen. Remppa ei kuitenkaan saisi olla talonrakennuksen kokoinen urakka: se pitää tehdä helpoksi, sanovat Peloton-rautakauppiat.

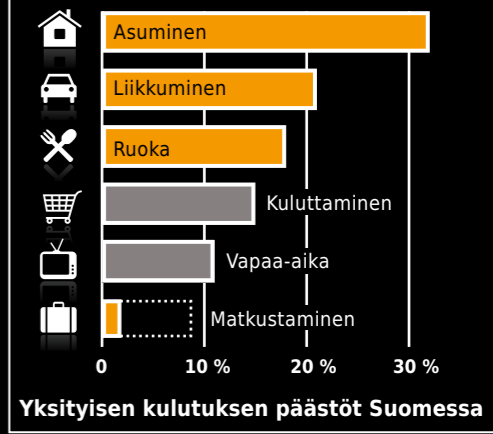


10

12

- 4 Roope Mokka opastaa sysäämään kuluttajaa oikein
- 6 Fazerin leipä sai hiilidioksidimerkin
- 7 Lahden Ateria: Ilmasto lautasella
- 10 Kauppakassi taksiin, vuokrapyörällä junaan
- 12 Rautakauppa ja isännöitsijät löysivät kokonaan uuden bisneksen
- 14 Olivia-lehti erottautuu kilpailijoista
- 14 Portinvartijat vuonna 2015

MUISTA MITTAKAAVAT!



Jos ekologinen ei myy, katso peiliin

Ekotuotteet sysäivät meitä harhaan. Ihmisten käyttäytyminen muuttuu vain, jos ilmastoa säästävä elämäntapa viestitään oikein, kirjoittaa Demos Helsingin tutkija Roope Mokka.

Minulle yritetään myydä ekologisia asioita, vaikka haluan hyviä asioita. Astianpesukoneessani on EKO-toiminto. Yritän mahdollisimman usein käyttää sitä. EKO jättää astiat likaiseksi.

Minulla ei ole aavistustakaan, kuinka suuri merkitys EKO-ohjelman sinnikkäällä käytöllä on hiilijalanjälkeeni. Epäilemättä mitätön. Sen sijaan huonolla pesutuloksella on suuri vaikutus kaikkiin meihin, jotka saamme joka päivä varmistuksen siitä, että EKO jättää likaiseksi.

Mittaluokaltaan yhtä mitättömään valintatilanteeseen joudun lähes joka päivä kaupan kassalla. Otanko kangaskassin, maatuivan, kierrätysmuovista tehdyn vai paperisen? Minua kiusataan valinnalla, jonka vaikutukset ekologiseen jalanjälkeeni ovat mikroskooppiset.

Oletetaanpa, että pesen tiskikoneellisen muuttaman kerran viikossa ja valitsen ostoskassin hieinan useammin. Näin saan päivittäin toistuvan

muistutuksen ekologisten kuluttajavalintojen luonteesta.

Opin, että mittakaavasta riippumatta on aina syytä valita ekologinen. Samalla opin, että on erittäin vaikeaa olla ekologinen.

Opin myös, että eko on *pois-valinta*. Yleensä joudun luopumaan jostakin. Muut valinnat ovat normaaleja, eli niitä tehdään muistakin kuin ekologisista syistä ja valitsija saa niistä itselleen muuttakin kuin eettistä tyydytystä.

Näin minä ja miljardi muuta kuluttajaa kohtaamme päivittäin ilkeän totuuden. Tiskiohjelman ja kauppakassin banaalit rutiinit iskostavat mieliimme, että ekologiset valinnat ovat huonoja. Kompostoituva pussi repeää kesken kotimatkan. EKO-ohjelma kiinnittää kastikkeen kasariin.

Opimme, että ekoon ei voi luottaa. Vähän väliä jostain tupsahtaa insinööri, joka kertoo, että hyvästä tahdosta huolimatta olen itse asiassa

valinnut väärin. Maatuivan pussin päästöt ovatkin suuremmat kuin muovipussin.

Kuka enää tämän jälkeen haluaa olla ekologinen? Vain masokisti tai koulukiusattu besserwisser uskoo kärsimyksen ja pettymysten jotenkin pienentävän omaa hiilijalanjälkeään.

On itsestään selvää, että elämäntapamme muuttuu, kun ilmasto muuttuu ja halpa energia käy vähiin. Muutos on monesta syystä viisasta ja enemmistön mielestä haluttavaa. Miksi arvot eivät käännä toiminnaksi?

Käyttäytymistieteilijät ovat tällaisia dilemma-tilanteita varten kehittäneet käsitteen nimeltä *sysäys* (engl. nudge). Sysäystä tarvitaan silloin, kun emme valintatilanteissa pysty tekemään arvojemme mukaisia (terveellisiä, ekologisia, eettisiä...) ratkaisuja. Sysäys-teorian mukaan ihmiset eivät ole rationaalisesti omaa etuaan maksimoivia mestarivalitsijoita vaan ryhmäsieluja, jotka suhtautuvat kaikkeen uuteen pelolla ja muuttavat käyttäytymistään helposti, varsinkin jos näkevät muidenkin tekevän niin.

Markkinamiehet tuntevat sysäyksen ja käyttä-

vät sitä meihin päivittäin. Pidämme siitä! Pullan tuoksu on sysäys pullan ostoon. Suuret ostoskärryt ovat sysäys suurten kertaostosten tekemiseen. Maistiaisilla tehdään uusi asia helpommaksi valita. Keltaiset kassit kaduilla saavat uskomaan, että Stockmannin hulluilla päivillä tekee muidenkin mielestä hyviä kauppvoja.

Niinpä vähähiilisen elämäntavan kohtalon kysymys kuuluu: kun sivilisaatiomme on kehittynyt nerokkaaksi sysäämään ihmisiä kohti huonoja (epäekologisia, epäterveellisiä, epäsosiaalisia...) valintoja, miksi olemme niin surkeita sysäämään itsemme ja asiakkaamme kohti arvojemme mukaisia ekologisia valintoja? Miksi minulle myydään kaikkea hyvää, halpaa, kallista, luksusta, herkkua, korkealaatuista, ainutkertaista ja kaunista, mutta ekologiset valinnat ovat aina *pois-valintoja*, kallista, ei-toimivaa ja nuhjaantunutta. Kakanruskeassa pakkauksessa, sormea heristäen.

Jos pesukoneeni toimisi käyttäytymistieteen sysäysoppien mukaisesti, se olisi suunniteltu toisin. Niin, että se sysäisi minut kohti ekologista elämää. Ei kohti likaisten lautasten käyttöä.

ROOPE MOKKA

5

OPPIA SYSÄYKSESTÄ

1 NÄYTÄ MITÄ PARHAAT TEKEVÄT.

Amerikkalaisessa naapurustossa tehtiin vertaileva tutkimus. Energialaskujen yhteydessä levitettiin neljänlaisia viestejä. Ensimmäinen pyysi asukasta säästämään energiaa ympäristön vuoksi. Toinen kertoi, että säästämällä energiaa säästää myös rahaa. Kolmas kertoi, että naapurit säästävät jo energiaa. Näistä kolmesta viimeinen viesti oli ainoa, joka vaikutti merkittävästi asukkaiden energiankulutukseen. Ihmiset pyrkivät kohti keskimääräistä kulutusta.

2 KERRO ASIESTA SILLOIN, KUN SILLÄ ON VAIKUTUSTA.

Jopa pelkkä oikeaan aikaan tarjottu informaatio voi toimia tehokkaana sysäyksenä. Kuuman veden kulutus on suuri energiasyöppö. Suihkuihin asennetut reaaliaikaiset kuuman veden kulutusmittarit, jotka ovat suoraan suihkussakäviäjän näkyvässä, voivat vähentää kuuman veden kulutusta jopa 30 prosenttia. Homman juju on informaatiosuomien päätöksentekohetkeen, jolloin sillä voi olla välitöntä vaikutusta toimintaamme.

3 TEE HYVÄSTÄ VALINNASTA NORMI.

Normit ovat kuin kiskot, jotka ohjaavat käyttäytymistämme. Jos oletamme, että jollain tavalla kuuluu käyttäytyä, käytäydymme oletuksen mukaisesti. Eurooppalainen junafirma halusi lisätä paikkavarausten tekoa junalipun oston yhteydessä ja laitto verkkosivuillaan normivalinnaksi "varaa paikka". Paikan varauksen hinta oli 2 euroa. Varauksen tehneiden määrä nousi lähes puoleen matkustajista, kun se aiemmin oli vain 9 prosenttia.

4 ANNA PALKKIO PIENESTÄ.

Myyjiä motivoidaan tavoitteilla ja rahalla. Harvardin yliopiston tutkimuksessa vertailtiin kahden erilaisen tavoitteen kannustavuutta. Toiselle ryhmälle myyjiä annettiin korkea tavoite ja palkkio ja toiselle matalampi tavoite ja palkkio. Tulokset ovat yllättävät. Matalamman tavoitteen saavuttaneet myyjät jatkoivat tarmokkaasti myyntinsä kasvattamista kun taas suuri osa korkeiden panosten myyjistä tuupertui kaukaiselta tuntuneen tavoitteen edessä.

5 OLE OVELA.

Amsterdamin lentokentän vessoissa oli ongelma. Kiireiset miehet pissasivat ohi pisuaarin ja vessa piti siivota useita kertoja päivässä. Koska mikään aiemmista keinoista kiinnittää ihmisten huomio siihen mihin he pissasivat ei toiminut, lentokentällä päädyttiin luovaan ratkaisuun. Kuhunkin pisuaariin maalattiin pieni karpäsen kuva. Nyt pissaa roiskuu lattialle 80 prosenttia vähemmän. Käyttäytymisen muutos saatiin aikaan pienellä vaivalla, mutta suurella oivalluksella. Pitää asettua ihmisen asemaan ja arvioida miksi käytös ei muutu.



Uusi ihana ruokakauppa

Teksti TOMMI LAITIO, Kuvat MARIA MIKLAS

Ruoan uudet arvot ovat alkuperä, maukkaus ja ekologisuus, linjattiin kaupan alan Peloton-työpajassa. Mikä kotimainen kausiruoka voisi olla uusi Beaujolais Nouveau?

Lahden Ateria: ISOT SÄÄSTÖT

Lahden Ateria mullistaa kunnallista ateriapalveluita uudella vähähiilisellä "lautasmallilla". Ateriat kootaan nyt mahdollisimman läheltä, luomusti ja kauden kasviksia hyödyntäen.

"Peloton-ajattelu rohkaisi meitä olemaan hyviä: voimme vaikuttaa ja paljonkin. Lisäksi prosessi on jo nyt säästänyt meille 100 000 euroa. Luulisi viimeistään sen kiinnostavan muitakin", sanoo Lahden Aterian toimitusjohtaja **Tuulia Pelli**.

Yritys vastaa noin 20 000 asiakkaan ateriapalveluista Lahden kaupungin päiväkodeissa, kouluissa, kotipalveluissa jne. Peloton-työpajan innostamina Pelli joukkueineen asetti toiminnalleen tavoitteeksi 10 prosentin päästövähennyksen. Reilussa vuodessa tavoitteeseen on päästy, ja se on jopa ylitytty.

Torstiaamupäivä Hirvihaaran kartanossa, Mäntsälässä. Parikymmentä päivittäistavarakaupan ammattilaista on kokoontunut ensimmäiseen Peloton-työpajaansa ratkomaan, miten ilmastoystävällinen ruoka voisi vauhdittaa alan liiketoimintaa ja samalla helpottaa kuluttajan valintoja.

Demos Helsingin tutkijat ovat juuri tykittäneet tunnin verran videoita, tietoa ja kuvaa siitä, miten ilmastonmuutos tulee muuttamaan tapaamme elää ja millaisia muutoksia tarvitsemme. Lounastauon alkaessa päät ovat pyörällä tiedon määrästä. "Ei tainnut jäädä kenelläkään valot päälle vessassa tuon esityksen jälkeen", joku tokaisee.

Keskustelu käynnistyy varovasti. Tuotekehitystyöpajaan osallistuminen yhdessä kilpailijoiden kanssa vaatii rohkeutta. Turvallinen puheenaihe löytyy yritysten eroista ja yhtäläisyyksistä.

Yhteistä on ainakin se, että asiakaspalautetta ja -ideoita tulee kaikille paljon. "Uuden tuotteen lanseeraaminen on kuitenkin aina pitkä prosessi", sanoo HOK-Elannon laatu- ja ympäristöpäällikkö **Satu Kattilamäki**. "Asiakkaan ideasta menee kuuksia siihen, että tuote on tiskissä. Meidän on löydettävä oikeanlainen toimittaja, varmistettava saatavuus koko maahan, testattava tuote, varmistettava sen turvallisuus ja tuotannon vastuullisuus."

"Onneksi", nauraa **Niina Hietalahti**, joka luotsaa kahden myymälän ruokakauppaa Anton&Antonia Porvoossa ja Helsingissä. "Me olemme niin pieni toimija, että voimme tehdä mitä tahansa." Kokoero hymyilyttää molempia. Yli 6000 työntekijän HOK-Elannolla on yli 300 toimipistettä ja se on S-ryhmän suurin alueosuuskauppa.

Kaikista ilmastokysymyksistä juuri ruoka herättää eniten tunteita. Haluamme toimia vastuul-

lisesti, mutta myös nauttia herkullisista ruokahetkistä rakkaidemme kanssa. Omat mieltymykset ja tottumukset ovat tärkeitä.

Ongelma ei ole asenteissa. Suurin osa suomalaisista on huolissaan ilmastonmuutoksesta ja haluaa tehdä omassa elämässään fiksua valintoja. Kuluttajat ovat kuitenkin hämmennyneitä erilaisen, ristiriitaistenkin viestien viidakossa. Silloin arvot eivät muutu teoiksi.

Tässä ammattilaisten rooli on olennainen. Tulevaisuuden yhteiskunnassa pärjäävät ne yritykset ja organisaatiot, jotka osaavat tehdä ilmastoa säästävät valinnat helpoiksi. Juuri siksi kaupan alan ammattilaiset on kutsuttu Hirvihaaraan.

Ennen ruokakauppiaita Peloton-työpajoihin ovat osallistuneet lounas- ja henkilöstöravintoloiden ammattilaiset, kotitalousopettajat ja ruokatoimittajat. Alan yhteispuunnistusta tarvitaan, sillä ruoka muodostaa lähes neljäsosan suomalaisten kasvihuonepäästöistä. Yhteinen havahtuminen synnyttää tarvittavan puskun kohti uudistuksia.

Työpajojen jälkeen osallistujien motivaatio on ollut korkealla ja monia ideoista toteutetaan jo. Suomen Kotitalousopettajien liitto aikoo viedä työpajassa ideoidut *Vastuullisen ruoan periaatteet* suoraan opetussisältöihin. Oppitunneilla muutokset näkyvät jo. "Kyllä meillä riisi vaihtuu useammin ohraan", sanoo kotitalousopettaja **Hannele Kekki**.

Ruokalehdelle reseptit ovat keskeinen tapa suunnata lukijoiden kiinnostusta ja kokkaustottumuksia. "Yhdessä lehdessä on 60–100 reseptiä. Aion ottaa niiden raaka-aineet erityissyyniin", sanoo *Maku*-lehden toimitussihteeri **Uura Hagberg**. Hän toivoo, että lehti voisi jatkossa kertoa lukijoilleen ravintoarvon lisäksi myös aterian hiilijalanjäljen. ▶



Niina Hietalahti (ylh.) ja Tarja Soini mieltivät jo, miten voivat ottaa Peloton-opit käyttöön omassa työssään.



Ruoka-alan *Aromi*-lehti nimesi Lahden Aterian Tuulia Pellin yhdeksi vuoden ravitsemuspäälliköistä kuntapuolella.

jätehuollosta, hiilijalanjäljestä ja ruokapalveluista", Pelli luettelee.

Aktiivinen henkilökunta ja vaativat yhteistyökumppanit ja asiakkaat kannustavat eteenpäin. "Muutoksia saa aikaan kun pysyy aktiivisena", Pelli vakuuttaa. Esimerkiksi paikallisten pientuottajien on perinteisesti ollut vaikea saada tuotteitaan suurkeittiöiden ostoslistoille. Volyymit eivät ole riittäneet. Nyt kaksi Lahden Aterian tavarantomittajaa on ratkaissut asian keräämällä tuotteita usealta tuottajalta.

SIMO VASSINEN



Markus Luhtala osallistui Peloton-pajaan osana Stockmannin tiimiä.

Kauppioiden työpajassa päivä jatkuu keskustelulla ruoan ilmastovaikutuksista. Monille tulee yllätyksenä, kuinka suuri merkitys raaka-ainevalinnoilla ja valmistuksella on verrattuna kuljetuksiin ja pakkauksiin. Kuljetusten osuus on suurimmillaankin vain 10–15 prosenttia. “Mutta miksi juustolla on noin valtava hiilijalanjälki?”, joku kysyy. Vastaus löytyy osallistujien riveistä: “Koska kiloon emmentalia menee 12 kiloa maitoa.”

Kynät sauhuavat, kun vertailuja kirjoitetaan muistiin. Kausiruoka-ajattelu saa paljon kannatusta. “Usein kysytään, mikä tomaatti on hyvä mihinkin aikaan vuodesta. Oikeampi kysymys olisi, mitä raaka-ainetta tähän aikaan vuodesta kannattaa käyttää”, Demoksen tutkija **Outi Kuitinen** selittää.

Kaupan alan väki tietää, että kuluttajia kiinnostaa yksi asia yli muiden: ruoan alkuperä. Haaste on sama, halusipa asiakas luomua, lähiruokaa, eettistä tai puhdasta. “Henkilökunnan on kyettävä antamaan parempia ja tarkempia vastauksia tuotteen tiestä pellolta tiskiinkin. Ja ennen kaikkea, paremmat valinnat on tehtävä houkuttelevammiksi ja helpommiksi”, sanoo jyvaskyläläinen M-kauppias **Jarmo Karhunen**.

Oikea tieto on valttia. “Nyt ymmärrän, mihin pitää keskittyä”, sanoo copywriter **Tarja Soini** joka tekee Stockmann Herkun viestintää. “Oletin aiemmin, että lähiratkaisu on ruoassa aina hyvä ratkaisu. Oli helppo kuvitella rahtilaivat ja niiden saasteet. Nyt olen tajunnut, että kuljetuksiin tuijottaminen on marginaalista. Isossa kuvassa myös luomu on marginaalista. Ratkaisevaa on tuotetun kasvihuonekaasun määrä, vaikka se tapahtuisi Indo-Kiinassa.”

Iltapäivällä jakaudutaan ryhmiin kehittämään alalle uusia toimintatapoja. Yksi ryhmä miettii koulutuksia, toinen keskittyy viestintään. Isoille fläppipapereille kertyy valtavasti ajatuksia.

Yksi ehdotuksista on *Maapallon vuosi* -kampanja, jossa koko kaupan ala lähtisi yhteisen teemavuoden alla luomaan uudenlaista vastuullista ruokakulttuuria. Kausiruokaa voitaisiin nostaa esiin tekemällä uuden kauden alkamisesta innostava, tapahtumallinen asia – hiukan Beaujolais Nouveau -viinien tapaan.

”Naudanlihan ilmastokuorma on yli kaksi kertaa isompi kuin possun.”

HOK-Elannon Satu Kattilamäen mielestä juuri alan yhteistoiminta on tärkeää. “On katsottava koko alaa. Kestäviä ratkaisuja koko Suomen mitataavassa ei löydetä vain yksittäisestä toimijasta. Koko alan pitää sitoutua tähän.” Kattilamäen oma näkökulma laajenee nopeasti pääkaupunkiseudusta koko S-ketjuun. “Ympäristökysymykset on saatava osaksi arkea. Ei pidä luoda muotioikkua, vaan on valtavirtautettava tämä asia.”

Työpajan jälkeen osallistujista huokuu into ja halu löytää ratkaisuja. “Uskon, että ihmiset haluavat olla hyviä, jos se ei ole mahdottoman vaikeaa”, Stockmannin Tarja Soini sanoo. “Raaka-ainevalinnoilla voidaan tehdä valtavia muutoksia. Kun sen ymmärtää, on helppoa löytää fokus omassa työssä.”

Stockmann on juuri hyväksynyt ensimmäisen yhteiskuntavastuustrategiansa, joten vastuullisuudella on hyvä myötätuuli. “Nyt minun tehtäväni on kertoa asiakkaalle, mikä eri vaihtoehtojen ilmastovaikutus on. Tulemme rakentamaan hyvin erilaisia kampanjatarinoita. Tämä ei ole mitään pehmeää asiaa. Me teemme joka ostospäätöksessä jonkun ympäristövalinnan. Tämä ajatus on saatava perille ilman saarnaamista”, Soini painottaa.

Myös Anton&Antonin Niina Hietalahti puhuu tarmoa. “Tajusin vasta työpajassa, että vastuullisuus on käännettävissä tällä tavalla eduksi. Olemme lähteneet kehittämään kauppaamme maku edellä, mutta eihän tässä ole ristiriitaa. Jatkossa tuomme kausiajattelun vahvemmin esille valikoimissa.”

Jyvaskyläläinen Jarmo Karhunen tunnustaa lähteneensä mukaan hiukan epäileväällä asenteella, ja yllättyneensä. “Sain uutta konkreettista tietoa. En olisi esimerkiksi voinut arvata, että naudanlihan ilmastokuorma on kaksi kertaa isompi kuin possulla.” Tieto tulee myös vaikuttamaan siihen, miten tavaroita Karhusen kaupassa sijoitellaan.

Työpajan ensimmäiset tulokset näkyvät jo seuraavalla viikolla. Anton&Anton -ruokakauppa julistaa verkkosivuillaan kausiruoan sanomaa: Madesesonki on nyt! ■



Vähähiilinen lounas
á la Fazer Food Services

Punajuurikeitto

Silakkapihvit
Haudutettu parsakaali
Keitetyt perunat

FAZER KULKEE ILMASTORUOAN ETULINJASSA

Fazerin sininen on Suomen arvostetuin brändi. Siitä olisi tuskin tullut hyvän maitosuklaan esikuvaa ilman sinnikästä tuotekehitystä ja rohkeaa markkinointia. Samalla reseptillä Fazerin ilmastoruoasta voi tulla koko kansan juttu.

Fazer Food Services (ent. Fazer Amica) oli yksi ensimmäisistä Pelottomaan mukaan lähteneistä yrityksistä. Firmassa oli vastikään herätty ruoan ilmastovaikutusten mittavuuteen. Selvitykset osoittivat, että suurin osa päästöistä syntyy ruoan raaka-aineista. Asiakkaille pitäisi siis tarjota vähäpäästöisempiä ruokia. Mutta ensin heidät pitäisi saada haluamaan niitä.

Peloton-ravintolatyöpajassa syksyllä 2009 kehitettiin ideoita vähähiilisen ruoan linjastosta, uusista ilmastomerkeistä, ilmastoreseptien tuotekehitysprosessista ja ravintoloiden ekovastavien verkostosta. Koska vastuullisuus painaa yhä useamman kuluttajan valinnoissa, osallistujien mielestä oli selvää, että vähähiiliset vaihtoehdot on syytä tuoda rohkeasti näkyville.

Visiot muuttuivat todellisuudeksi nopeasti. Keväällä 2010 Fazerilla alettiin kouluttaa ravintoloiden ekovastavaa. Syyskuussa Fazer-ravintoloissa vietettiin Ympäristön ystävän teemaviikkoa ja tarjottiin lounasvaihtoehtoina ilmastoterioita. Niiden raaka-aineina oli vähäpäästöisiä avomaan kasviksia, kotimaisia järvikaloja, juureksia, hedelmiä ja luonnonmarjoja.

Kevätalvean 2011 mennessä Fazer Food Servicesin tuotekehitystiimi oli kehittänyt kaikkiaan 60 uutta, vähähiilistä ateriavaihtoehtoa.

Seuraava askel on ruoan ilmastomerkki. Se ilmestyi helmikuussa 2011 Fazerin ruispuikuloiden pakkaukseen. Jatkossa merkin käyttö laajenee myös muihin tuotteisiin.

ALEKSI NEUVONEN



Tämän tuotteen hiilijalanjälki CO₂e / 100g tuotetta
www.fazer.fi/hiilijalanjalki

LÄHDE: MAURA RYÖMÄ, HTTP://BLOGS.HELSENKI.FI/MRYOMA/FILES/2008/10/RUOAN-ILMASTOKUORMA.PDF

Ruoka-aineiden kasvihuonepäästöjä kg CO₂-ekv /1 kg

peruna	0,2
appelsiini	0,3
porkkana	0,3
soijapapu	0,5
maito	1,1
hunajamarinoitu broileri	3,6
sianliha	5,2
kotimainen talvitomaatti	6,5
juusto (emmental)	13
naudanliha	18



KESÄ ON AMATÖÖREILLE!

Yllä ja oikealla: Hangon hiekkarannat ja huvilat tarjoavat rauhoittumista ja rentoutumista myös kesäsesongin ulkopuolella.

Alla: "Koen tehtäväkseni viedä sanaa eteenpäin", Anna Piironen sanoo.



STUDIO TOMI PARKKONEN

Lähimatkailu sopii myös asfalttiprinsessoille, sanoo Hangon kaupungin matkailupäällikkö **Anna Piironen**. Energiaviisas matkailuyritys osaa paketoita kotimaanmatkailun kiinnostavaksi myös kesäsesongin ulkopuolella.

Hanko tunnetaan auringostaan, mutta jatkossa kaupunki haluaa näyttää matkailijoille parhaat puolensa myös syysateella ja viileinä kevätpäivinä. Matkailupäällikkö **Anna Piironen** mukaan kesä on sitä paitsi amatööreille: mikä tahansa pitkä pystyy lunastamaan lupauksen kivasta kesäkaupungista.

”Meillä kysyntää alkaa selvästi olla muinakin aikoina. Ihmiset haluavat tietää mitä olisi tarjolla hiihtolomalla, tai vuokrata talon pidemmäksi aikaa. Haluamme tuoda esiin, että Hankoon voi tulla rentoutumaan mihin aikaan vuodesta tahansa”, Piironen sanoo.

Piironen ryhtyi ideoimaan vähähiilisen Hangon viikonloppupaketia heti palattuaan matkailualan Peloton-työpajasta.

”Elämyksiä saa aikaan hyvin pienilläkin jutuilla. Tähän voi saapua rennosti junalla, pyörällä tai kävellä upeissa maisemissa, lukea kirjaa ja käydä leffassa sekä syödä ja juoda hyvin. Mihin aikaan vuodesta tahansa. Off-aikanakin valtaosa majotusliikkeistä on auki, ja niissä saa nauttia rauhas- ta”, Piironen muistuttaa.

Aktiviteettejä Hangossa löytyy pyöräilystä nos-

talgiseen elokuvateatteriin, mutta myös joutilaana on rentouttavaa olla – ja rentoutumisestahan matkailussa pitäisi olla kyse.

Piironen mukaan energiaviisas matkailu on sekoitus uutta ja vanhaa. Monesti kyse on myös oikeiden asioiden tunnistamisesta.

”Itseäni on häirinnyt se, että kestävyttä arvostavan matkailijan pitäisi muka vain lähteä metsän keskelle. Kestäviä elämäntapoja voi kuitenkin edistää kaupungissakin”, itseään asfalttiprinsessaksi tituleeraava Piironen sanoo.

”Tarjontaa pitää kehittää, mutta samalla täytyy osata nostaa esiin olemassa olevat asiat. Olemme yhdistelleet vanhoja elementtejä uudella tavalla ja kertoneet, että moni tuttu juttu on itse asiassa energiaviisas. Esimerkiksi ravintola Origo on alkanut tosi hienosti nostaa esiin luomu-, lähi- ja kausiruokaa.”

Väistyvä matkailupäällikkö Piironen on jakanut työpajasta ammentamaansa tarmoa myös kaupungin ja sataman edustajille.

”Olen kokenut tehtäväkseni viedä sanaa eteenpäin ja miettiä yhdessä laajempia vaikutuksia. Olen

HANGON KAUPUNGIN MATKAILUTOIMISTO



HANGON KAUPUNGIN MATKAILUTOIMISTO

MARIA MIKLAS



TULEVAISUUDEN TAKSI MYY PALVELUITA

Taksiliiton tiedottaja **Anne Jormanainen** uskoo, että yhä useampi kuluttaja on valmis ostamaan palveluita myös liikenteessä. Kysyimme, mitä tämä voisi tarkoittaa tosielämässä.

Miten ihmisten liikkumista voidaan viedä vähähiilisempään suuntaan?

”Oma auto on liian monen ihmisen kulkuväline, vaikka moni matka hoituisi jalan tai pyörällä. Asennemuutosta on vaikea saada aikaan, jos tarjolla ei ole joustavia ja tarkoituksenmukaisia liikkumispalveluja. Ihmiset ovat yhä valmiimpia maksamaan palveluista, joten miksi ei siis tarjota niitä heille myös liikenteen puolella?”

Millaisia palveluita haluaisit itse nähdä?

”Työmatkaliikenteen vähentämiseksi olisi järkevää järjestää yhteisiä, vuokrattavia työ- ja toimistotiloja eri puolille pääkaupunkiseutua. Sukkulabussi voisi kerätä työntekijät toimistolle aamulla parissa vuorossa ja illalla takaisin kotiin. Lähellä asuvia kannustettaisiin tulemaan pyörällä tai kävellen.”

”Pyöräilyn ja joukkoliikenteen yhdistämistä pitää edistää enemmän, erityisesti työmatkoilla. Hyvä avaus oikeaan suuntaan on, että VR tarjoaa Helsingin alueella pyörän kuljetuksen ilmaiseksi ruuhka-aikojen ulkopuolella.”

”Töihin menijöille voisi olla tarjolla pyöräkuukausilippu. Sillä saisi asemalta vuokrapyörän lopputyömatkaa varten eikä omaa pyörää tarvitsisi kuljettaa junassa.”

Mitä tulevaisuuden taksi tekee sinun visiossasi?

”Tarjoaa työmatkakimpakyytiä yrityksen samasta suunnasta tuleville työntekijöille, samalla periaatteella kuin koulukyydit. Myös kiireettömät pienten tavaroiden kuljetuspalvelut sopivat takseille. Niitä taksit voisivat hoitaa kustannustehokkaasti silloin, kun kysyntä on hiljaisempaa.”

”Maaseudulla taksit tarjoavat jo monia palveluita, kuten ateriakuljetuksia vanhemmalle väestölle ja kauppa-apua joko asiakkaan kanssa tai ilman. Joillain paikkakunnilla taksit toimittavat pitsalähetyksiä, joten miksei myös kauppakasseja kotiin kaiken ikäisille.”

”Taksirytykset ovat pieniä, joten mittaviin tuotekehityssponnisteluihin ei ole mahdollisuuksia. Pienet yritykset ovat kuitenkin hyvin joustavia palvelemaan ja avoimia uudelle. Tässä näen paljon mahdollisuuksia.”

OUTI KUITTINEN

Peloton-liikennetyöpajaan osallistuivat Suomen Taksiliiton lisäksi Motiva, City Car Club, Green City, Green Event, Green Riders, Helsingin seudun liikenne, Linea Konsultit, Pöyry, Ring Road International, Sito, Valonia ja YY-Optima.

jo jutellut ravintoloiden, majoittajien ja ohjelman- tarjoajien kanssa. Vähähiilisen matkailun pitää kiinnostaa myös kaupungin virkamiehiä, sillä se on valtava mahdollisuus tukea alueellista elinkeinoa.”

Viestiä voi alkaa levittää heti, vaikka kaikkea mahdollista tietoa ei itselläkään vielä olisi hanskassa. ”Ilmastovaikutusten suhteen on tärkeää oppia suuntia ja mittasuhteita. Matkailusta on kenties jopa helppo aloittaa, voi kokeilla uusia asioita ja kenties siirtää niitä myös arkeen.”

SIMO VASSINEN

Peloton-matkailutyöpajaan osallistuivat myös Matkailun edistämiskeskus, Metsähallitus, Lomarengas, Pyhä-Ruka, Kolon Kansallispuiston toiminta- ja palvelukeskus, Avara Maailma, Helmi Liiketalousopisto ja Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Energiaviisaan lomailijan vinkit

- Liiku hitaammin, ole perillä pidempään
- Älä käytä lomaa edestakaisin suhailuun
- Tee löytöjä lähelläsi
- Nauti kausiherkuista, suosi paikallisia tuotteita ja palveluita
- Liiku perillä jalan ja julkisilla



TEHDÄÄN HOMMA HELPOKSI

Fiksu energiankäyttö kiinnostaa remontoijia, mutta kuluttaja on markkinoilla yksin ja hukassa. Peloton-työpajan rautakauppiaat päättivät pistää energiaremontoinnin parempaan pakettiin.

Rintamamiestalon ikkunanpielestä puhalttaa niin, että verhot lepattavat. Seinän vieressä ei huvita istua, kun niska menee jumiin. Pakkasten jälkeen lämmityslaskua ei oikein uskaltaisi avata.

Tuttu tilanne monelle, ja liian moni myös antaa lämmitysenergian karata harakoille talvesta toiseen. Se ei ole ihme, sillä omakotitalon peruskorjaus voi maksaa yhtä paljon kuin uuden rakentaminen. Silti asiantuntevaa apua ja käteviä palveluita energiaremontin tekemiseen on edelleen vaikea löytää. Samalla rautakauppa-ala hukkaa ison kakun potentiaalista myyntiä.

Tämä oivallettiin rautakauppiaiden Peloton-työpajassa, jossa kehitettiin alalle uusia energiaviisaita liiketoimintakonsepteja. Paikalla oli 20 Terran, Rautakeskon, Starkin ja Puukeskuksen ammattilaista. Ketjut vastaavat yhdessä noin 75 prosentista Suomen rautakauppa-alan liikevaihto-

toa. Samalla ne ovat merkittävä portinvartija suomalaisen rakennuskannan korjaamisessa.

Alalle on luvassa kaksinumeroisen kasvun vuodet, juuri korjausrakentamisen ansiosta. Valtioneuvoston tulevaisuusselonteko ilmastonmuutoksesta arvioi, että vuonna 2050 Suomen rakennuskanta tuottaa enää yhden prosentin hiilidioksidipäästöistämme. Kun puolet vuoden 2050 rakennuskannasta on olemassa jo nyt, on selvää, että energiakorjausten määrä ja arvo tulee räjähtämään seuraavien vuosikymmenten aikana.

Rautakaupan kannalta tilanne on herkullinen, mutta kilpailulle erittäin altis. Markkinat kasvavat ennennäkemättömiksi, mutta kuluttaja on niillä yksin ja hukassa. Tilanteen korjaamiseksi rautakauppojen täytyy oppia palvelemaan remontoijaa yhtä tehokkaasti kuin uuden talon rakentajaa.

Uutta taloa rakentaessa rakennusluvan tiedot

menevät suoraan kunnan tietokannasta paikalliselle rautakauppiaille. Kauppias tietää siis jo ennen käyntiäsi millaista eristettä, karmia ja kahvaa kannattaa kaupitella.

Vanhan talon remontoijalle vastaavaa apua ei ole tarjolla – vielä. Peloton-työpajan keskeinen tulos olivat *Talotohtori-* ja *Säästävä talo 2050* -palveluinnovaatiot. Niiden avulla korjattavan talon kaikki tiedot saataisiin yhteen paikkaan. Tämä helpottaisi ratkaisujen suosittelemista, rahoituksen suunnittelua ja jopa takaisinmaksuaikojen laske-

RAUTAKESKO KOULUTTI MYYJÄT

“Energiatehokkuuden tarjoaminen asiakkaalle kokonaisratkaisuna on selkeä kilpailuetu”, sanoo asiakkuusjohtaja **Tuulikki Markkula** Rautakeskosta. Siksi firmassa on työpajan jälkeen pantu todella tuulemaan.

Ketju on kouluttanut satoja myyjäään energiaeksperteiksi. Heidän tehtävänä on palvella korjausrakentajaa. “Kaupalla on keskeinen rooli asiakkaan valintoihin vaikuttamisessa ja asiakkaan päätöksenteon helpottamisessa. Nyt energiaratkaisut saattava vielä tuntua asiakkaasta vaikeilta. Tieto ja palvelut ovat hajallaan”, Markkula sanoo.

Jotta asiakkaille löytyisi parhaita ratkaisuja, Rautakesko on myös tiivistänyt energiayhteistyötä alihankkijoidensa kanssa.

Pelottoman kautta kehitystyöhön saatiin lisäpotkua. “Peloton on ollut innostusta ja vauhtia pyörittävä roottori, yhteinen foorumi, jossa alan osaajat ovat voineet vaihtaa mielipiteitään ja maistella ideoita”, Markkula kehuu.

Kuluttajan kannalta kyse on loppujen lopuksi siitä vedossa niskassa. Rintamamiestalon energiankulutus voi tippua 15 prosenttia pelkästään tiiviiden ikkunoiden ansiosta. Parin vuoden sisällä yhä useamman rautakaupan tiskin yli saa entistäkin asiantuntevamat neuvot siitä, miten ikkunaremontti sujuu helposti, tehokkaasti ja edullisesti. Ja miten lämmityslaskun uskaltaa avata muulloinkin kuin palkkapäivänä.

TUULI KASKINEN

Energiaviisaus tuo uutta bisnestä

Isännöitsijät ovat tärkeässä portinvartijaroolissa, kun Suomen kerros- ja rivitaloissa tehdään mittavat peruskorjaukset seuraavien 20 vuoden aikana. Millaisen sysäyksen Peloton antoi isännöintibisnekselle?



Heikki Niemelä

Toimitusjohtaja, Kaukajärvi-suuskunta

“Aion saada joka taloyhtiöön sellaisen herran tai rouvan, joka näihin energia-asioihin tarttuu. Meillä on jo käynnissä energiaeksperttitoiminta. Sen vahvistamiseen uusilla viestinnän välineillä tartumme nyt tosissaan. Tämä ei ole mitenkään mahdoton tehtävä. Nykypäivänä kaikki ymmärtävät, mitä energia maksaa. Me viemme keskustelun käytäntöön taloyhtiöiden kokouksissa.

Tulevaisuudessa myymme luultavasti kahdenlaisia palveluita. Osa energia-asioista kuuluu perusisännöintiin, mutta lisäksi tulevat konsulttipalvelut: talostrategioita taloyhtiöille, parempia korjaussuunnitelmia ja laskelmia takaisinmaksuajoista. Ne ovat meille kokonaan uutta liiketoimintaa.”



Tiina Hänninen

Isännöitsijä, Isännöintiverkko Oy

“Peloton-työpaja tulee nyt mieleen vähän joka tilanteessa. Pohdin jatkuvasti, miten mikäkin asia liittyy energiansäästöön, sekä töissä että kotona.

Teemme parhaillaan julkisivuremonttia isossa taloyhtiössä. Sieltä on löytynyt muun muassa ilmavuotoja. Niiden korjaaminen parantaa asumismukavuutta, joten ihmiset suhtautuvat korjauksiin tosi positiivisesti. Siksi uskon, että tässä on myös isännöitsijöille paljon potentiaalia.”



Mikko Peltokorpi

Toimitusjohtaja, Matinkylän Huolto Oy

“Työpajassa mukaan tuli ennakkoluuloton ajattelutapa. Keskustelua on käytävä yli totuttujen toimintarajojen. Omassa piirissä aletaan helposti ajatella, että ei toi meille sovi, eikä toi meillä onnistu. Nyt tuli uskoa siihen, että tästä rakennetaan parempaa huomista.

Firman nettisivulla on nyt linkki hiilijalanjälkikaskuriin ja asiakaslehdessä oli iso juttu siitä, miten asuminen vaikuttaa päästöihin. Näiden kautta kasvatetaan energia-asioiden merkitystä talojen kunnossapidon periaateohjelmissa. Ja sitä kautta meidän koko bisneksessä.”

TUULI KASKINEN

Yllä: Rautakesko aikoo napata hyödyt korjausrakentamismarkkinoista. Kohta remontoija saa energiaviisauspalvelut yhdessä paketissa.

Uuden elämäntavan rakentaja



Naistenlehti Olivian toimituksessa päätettiin, että ilmastonmuutokseen voi ja pitää vaikuttaa. Nyt lehti palvelee lukijaa kertomalla, miten uudesta elämäntavasta otetaan ilo irti, kertoo päätoimittaja Niina Leino.

“Olivia on arvovetoinen lehti, tämä on ollut julkilausuttua koko ajan. Olivia on eettinen ja sellaiset asiat kuin sukupuolten välinen tasa-arvo ovat meille tärkeitä ja näkyvät kaikessa. Pelottoman linkki lehden voimakkaaseen arvopohjaan oli selkeä.

Työpaja konkretisoi meille ilmastoasioihin liittyvät faktat eli sen, mikä päästöissä on merkittävää ja mikä ei. Nyt osaamme palvella lukijakuntaa totuudellisilla jutuilla.

Olemme tehneet muutamia erityisartikkeleita ilmastosankareista ja isoista aiheista kuten lihan-

syönnistä. Ihan toiselle tasolle päästiin kuitenkin lehden konseptin kehityksessä. Otimme tietoisesti sen asenteen, että ilmastonmuutokseen voi ja pitää vaikuttaa. Ilmastonmuutos myös tarkoittaa elämäntapamuutoksia. Meidän pitää kertoa mitkä ovat hyviä valintoja esimerkiksi ruoassa. Tiedämme, että suositukset elävät, mutta päätimme, että se on pakko vaan kestää.

Nyt Peloton näkyy koko lehdessä. Ajattelemme, että meidän tehtävämme on palvella lukijoita kertomalla, miten uudesta elämäntavasta voidaan ottaa ilo irti. Uskomme, että uusi vähähiilinen elämä on lukijoillemme parempi ja odotettu asia. Emme siis tee enää juurikaan ilmasto- tai ekajuttuja vaan otamme ilmastonmuutoksen huomioon kaikissa lifestyle-jutuissa, erityisesti ruoka- ja matkailujutuissa.

Ruokajutut ovat meillä nyt pääsääntöisesti kasvispainotteisia. Sesonki- ja lähiruoka ovat esillä ja

naudanlihaa on resepteissä vain pari kertaa vuodessa. Muutos on ollut hyvin konkreettinen. Ei me silti mitään absolutisteja olla. Seuraavassa numerossa kerrotaan miten tehdään tuoremakkaraa ja myöhemmin tänä vuonna on tulossa hampurilaisjuttu.

Matkajutuissa keskitytään lähimatkailuun. Jutuissa liikutaan enemmän raiteilla ja otetaan vähemmän ökyileviä irtiottoja Mauritiukselle. Kaukomatkajutut on rajoitettu kahteen vuodessa. Tämä toimii hyvin, koska lukijoillamme ei myöskään ole hirveästi rahaa. Kotimaan kohteita ja lähikohteita kuten Tallinnaa nostetaan. Euroopan matkoista kerrotaan aina myös raideyhteys.

Tämä on hyvä uusi tapa palvella lukijaa ja erottautua kilpailijoistamme.”

ROOPE MOKKA

Elämäntapamedioiden Peloton-työpajaan osallistuvat Bonnierin lisäksi A-lehdet, Asuntotieto/Joka kodin asuntomarkkinat, Sub TV, Image Kustannus, Sanoma Magazines, MTV3 Online, Vihreä Lanka ja Yhtyneet Kuvalehdet (Otavamedia).

”Uskomme, että uusi vähähiilinen elämäntapa on lukijoillemme odotettu asia.”

Niina Leino, päätoimittaja, Olivia



ENERGIAVIISAS BISNES 2015?

Peloton-työpajat olivat alkusysäys vähähiiliselle taloudelle. Kysimme työpajoihin osallistuneilta vaikuttajilta, millaisin askelein vähähiilinen talous on harpannut eteenpäin viiden vuoden kuluttua.

Keski-Suomen ilmastostrategian Peloton-pajassa ideottiin menestystarinoita, joilla vähäpäästöinen Keski-Suomi syntyy. Mitä viiden vuoden kuluttua on tapahtunut?

”Vuonna 2015 Keski-Suomeen on syntynyt joukko ympäristöystävälliseen hajautettuun energiatuotantoon erikoistuneita ratkaisutoimittajia. Nämä yritykset myyvät lämpöä ja sähköä tuottavia pienvoimaloita ympäri maailmaa.

Silloin olemme jo lähteneet toteuttamaan tätä Peloton-työpajassa esitettyä mallia tarkoitusta varten perustetussa Keski-Suomen Bioenergiasta



elinvoimaa -klusterissa. Parhaillaan kasaamme yritysverkostoa, joka kattaisi koko bioenergian toimitusketjun ja teknologiat.”

Juha Järvi
Bioenergiasta elinvoimaa -klusterin päällikkö

Viestintätyöpajassa ratkottiin tehokkaan ilmastoviestinnän keinoja. Mitä on jo tapahtunut vuonna 2015?

”Helsingin Sanomat uutisoi etusivullaan: ‘Suomen ensimmäinen hiilineutraali kaupunginosa sai uudet asukkaansa - Uusi Sellahden kaupunginosa on lapsiperheiden suosiossa ekologisuutensa ja hyvien palveluidensa takia.’

Sellahden ympäristöystävälliset palvelut ovat syntyneet radikaalisti rajoja rikkomalla. Nämä uudet palvelut syntyivät, kun kaavoittajat ja yritys-

maailman asiantuntijat laittoivat viisaat päänsä yhteen. Hankkeessa onnistuttiin taitavasti rikkomaan perinteisiä hallinnollisia revierejä. Tämä tapahtui alueen tulevien asukkaiden suunnittelun alussa palkkaaman lobbaajan myötävaikutuksella.

Tällaisia asioita me viestintätoimistossa viemme tulevien vuosien aikana eteenpäin. Me autamme viestimään ympäristöasioista niin, että mahdollisimman moni löytää tapansa edistää niiden ratkaisuja.”



Hanna Kalliomäki
Senior Account Executive
Hill and Knowlton Finland

Mitä seuraavat viisi vuotta tuovat tullessaan kotimaanmatkailussa?

”Vuonna 2015 suomalaiset matkailivat entistä kokonaisvaltaisemmin kotimaassa. Nopsa-palvelu

tarjoaa jo nyt matkailureittejä Asikaisista Nurmekseen. Reitit ovat elämyksellisiä yllätyksiä paikoista, joihin lomamatka ei helposti osu.

Ajatus Nopsasta syntyi Peloton-ideakilpailuun. Nyt olemme vieneet sitä eteenpäin muiden Pelottoman toimijoiden kanssa. Englanninkielistä Nopsaa kehitetään yhdessä Matkailun edistämiskeskuksen kanssa ja viiden vuoden kuluttua toiminta on tietenkin täydessä käynnissä myös englanniksi.

Jos sinulla on takataskussa ihana päiväretken kohde, kirjoita siitä esittely Nopsa-palveluun, niin entistä useampi voi tehdä Etelänmatkan päästöillä esimerkiksi 50 kotimaan pikkulomaa.”

Liisa Jokinen

Perustaja
Lähimatkailupalvelu Nopsa
www.nopsatravels.com

PAAVO LEHTONEN



ALEKSI NEUVONEN

PELTON-TYÖPAJOJEN OSALLISTUJAT JA KUMPPANIT:

Päivittäistavarakaupan ammattilaiset

S-ryhmä: Satu Kattilamäki, Irina Niinivaara, Terhi Salminen | **Stockmann:** Laila Juola, Nea Kontonmäki, Markus Luhtala, Anne-Mari Ottelin, Tarja Soini | **M-kauppiat:** Jorma Karhunen | **Makumaku:** Johanna Fräki, Atte Sarantila | **Anton&Anton:** Niina Hietalahti | **Juuren Puoti:** Sonja Kastari | **Jyväskylän ammattikorkeakoulu:** Tarja Viitanen | **Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma:** Marja Innanen

Tulevaisuuden liikkumisen tekijät

Motiva: Sonja Heikkinen, Elina Ojala, Johanna Taskinen | **City Car Club:** Kimmo Laine | **Green City:** Ralph de Jong | **Green Event:** Mika Yliuoma | **Green Riders:** Matti Tiainen | **HSL:** Anna Ruskovaara | **Linea Konsultit:** Annamari Ruonakoski, Ville Voltti | **Pöyry:** Max Mannola | **Ring Road International:** Sakari Hopia | **Sito:** Maija Krankka | **Suomen Taksiliitto:** Anne Jormanainen | **Valonia:** Juuso Pulli, Paula Väisänen | **YY-Optima:** Anna Saarlo

Viestinnän ammattilaiset

CSC: Ari Turunen | **ECO2:** Elli Kotakorpi | **Fazer:** Satu Pahkala | **Hill & Knowlton:** Sari Siikasalmi, Hanna Kalliomäki, Nora Stanley | **HSL:** Suvi Lahti | **Lahden Ateria:** Sirpa Leppä, Aune Sahiluoto | **Lahden kaupunki:** Santtu von Bruun | **Motiva:** Kirsi Gimishanov | **Rakennusvirasto:** Tiia Katajamäki | **Rautakesko:** Jesse Mether, Malla Palmen | **Sitra:** Elina Kiiski | **Suomen ympäristökeskus:** Ulla Ala-Ketola, Sirpa Pellinen | **Taitomyly:** Timo Nurmi | **Työmaa:** Arto Sivonen | **Valonia:** Riikka Leskinen, Ville Pyylampi | **Ympäristöministeriö:** Kirsi Pere

Vuokra-asumisen ja isännöinnin ammattilaiset

HOAS: Mikko Eskola, Satu Kivipuro, Timo Lehtinen, Mika Oksanen, Jaana Sipponen, Majju Siren | **VAV:** Tuomas Alho, Anne Asikainen, Jukka Mäki, Risto Repo, Mervi Rytkönen, Maria Uronen | **Ekokumppanit:** Elina Seppänen | **Isännöintiliitto:** Tero Heikkilä, Heikki Kauranen | **Isännöintiverkko:** Tiina Hänninen, Heikki Tahvanainen | **Kaukajärvi-osuuskunta:** Heikki Niemelä, Harri Vilonen, Jari Väyrynen | **Kiinteistötahkola Oulu:** Jaakko Männikkö, Jukka Ojanperä, Marko Tast | **Matinkylän huolto:** Aki Moilanen, Hannu

Paajanen, Mikko Peltokorpi | **Tampereen yliopisto:** Anna Heikkinen

Keski-Suomi

Keski-Suomen liitto: Martti Ahokas, Hannu Koponen, Leena Pajala, Veli-Pekka Päivänen, Reima Väliavaara | **Keski-Suomen elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus:** Arja Koistinen, Pirjo Hokkanen, Tanja Tuulinen | **Jyväskylän kaupunki:** Tanja Oksa, Leena Rossi | **Jyväskylän seudun kehitys:** Pekka Matinara, Markku Savolainen | **Jämsän kaupunki:** Eino Ruhanen | **Keuruun seudun kehitys:** Juha Järvi | **No Emmission Monday:** Samuli Rinne | **Keski-Suomen energiatoimisto:** Lauri Penttinen | **Keski-Suomen Martat:** Kati Timperi | **Suomen luonnonsuojeluliitto:** Venla Virkamäki | Esa Salokorpi

Ruokatoimittajat ja kotitalousopettajat

Kotitalousopettajaliitto: Aira Kuvaja, Hanna-Kaisa Hämäläinen, Hannele Kekki, Henni Rantala, Heta Saastamoinen, Tuija Laine | **Ruokatoimittajat ry:** Helena Saine-Laitinen | **Dialogi:** Kirsi Majjala | **Ruokatie-don Uutiset:** Laura Lounasheimo | **Finfood:** Mariaana Nelimarkka | **Kodin Kuvalehti:** Marita Suontausta | **Kotimaiset kasvikset:** Pirjo Toikkanen | **Kuule:** Seija Kurunmäki | **Kotilääkäri:** Soili Soisalo | **Maku-lehti:** Uura Hagberg | Maija-Liisa Varjo

Kotimaan matkailu

Matkailun edistämiskeskus: Mervi Holmén, Liisa Renfors | **Metsähallitus:** Martti Aarnio, Saara Airaksinen, Joel Erkkonen, Timo Kukko, Anneli Leivo, Laura Lehtonen | **Hangon kaupungin matkailutoimisto:** Anna Piironen | **Lomarengas:** Pekka Huttunen | **Pyhä-Ruka:** Jusu Toivonen | **HS:** Laura Kangasluoma | **Kolin Kansallispuiston toiminta- ja palvelukeskus:** Ari Uusikangas | **Avara Maailma:** Mari Mero | **Helmi Liiketalousopisto:** Outi Leppälä | **Jyväskylän ammattikorkeakoulu:** Anne Törn

Lounas- ja henkilöstöravintolat

Fazer Amica: Ulla Hakulinen, Leila Fogelholm, Miika Kostilainen, Martta Vuorilehto, Niina Nykvist | **Lahden Ateria:** Anu Ilonen, Sinikka Kiiski, Raija Korkeila, Sirpa Leppä, Maarit Tuomala-Nikkanen, Tuulia Pelli, Outi Saikkonen | **Fazer Cafe & Restaurant:** Raija Kokkonen | **Pohto Oy:** Seija Oikarinen

| **Evira:** Kirsi Lampinen | **Konehalli Metso Paper Oy:** Joni Vilppunen | **Unica:** Sanna Hovi | **Eko-centria:** Irma Kärkkäinen | **Juankosken kunta:** Jari Korhonen | **Turun ammattikorkeakoulu:** Maarit Kuparinen | **Turun ammatti-instituutti:** Riikka Mantila | **Jollas instituutti:** Jari Ahtiainen | **Helsingin yliopisto:** Sanna Ahonen

Rautakaupat

Puukeskus: Arto Alanko, Pasi Mäki, Tommi Welling | **Rautakesko:** Virpi Kantoluoto, Juha-Matti Luhtasaari, Jesse Mether, Vesa Saarenheimo | **Rautia:** Pauliina Partanen | **K-rauta:** Sami Aalto | **Starkki:** Kirsi Kaarenoja, Anne Koskinen, Jari Mäkinen

Arjen arkkitehdit

Anna Gradistanac, Anna-Marja Ilola, Anne Bland, Anu Suominen, Katarina Räike, Laura Forsman, Maria Vesala, Marianne Poutala, Marika Laaksonen, Nina Kotivesi, Piia Sundman, Sari Rakeva-Hynynen, Sirje Hanski, Terhi Rauhala, Tuulia Törmälä, Mikko Rissanen, Mervi Tiensuu | **Mannerheimin Lastensuojeluliiton Varsinais-Suomen piiri:** Minna Maanpää, Sirje Hanski

Elämäntapamediat

Bonnier Publications: Niina Leino, Laura Rähä, Mirja Aarnio, Mari Karsikas, Päivi Ala-Risku, Anna-Kaari Hakkarainen, Liisa Karttunen | **A-lehdet:** Krista Launonen, Kari Silvola | **Image Kustannus:** Kati Kelola, Sanni Jokinen, Heikki Valkama | **Sanoma Magazines:** Anu Harkki, Ulla Veirto | **Yhtyneet kuvalehdet:** Mikael Vehkaoja | **Sub TV:** Katarina Kantola, Maria Ahola | **MTV Online:** Venla Männistö | **Vihreä Lanka:** Taina Ahtela | **Asuntotieto:** Pirjo Hästbacka | Liisa Jokinen (free)

Demos Helsinki: Olli Alanen, Tuuli Kasinen, Outi Kuittinen, Tommi Laitio, Antti Lippo, Satu Lähteenoja, Roope Mokka, Alekski Neuvonen, Maria Ritola, Simo Vassinen ja Kirimo Kivelä | **Siträn energia-ohjelma:** Johanna Kirkinen, Vesa-Matti Lahti, Tuula Laitinen ja Jukka Noponen

 **PELTON**
www.peloton.me

