

# **Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötyön kehittäminen**

Lina Markkanen

Opinnäytetyö

Marraskuu 2016

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Restonomi (AMK), Matkailun koulutusohjelma

Tekijä(t) Markkanen, Lina	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Marraskuu 2016
	Sivumäärä 92	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi <b>Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötyön kehittäminen</b>		
Tutkinto-ohjelma Matkailun koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Susanna Nuijanmaa		
Toimeksiantaja(t) Linda Rastela, Solo Sokos Hotel Paviljonki		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Solo Sokos Hotel Paviljongin hotellipäällikkö Linda Rastela. Opinnäytetyön tarkoituksena oli Solo Sokos Hotel Paviljongin liittäminen Green Key-ympäristöohjelmaan. Tutkimuksen tavoitteena oli kehittää hotellin ympäristötyötä.</p> <p>Opinnäytetyö oli luonteeltaan kvalitatiivnen. Tutkimus toteutettiin kahdessa osassa vuoden 2016 aikana. Tutkimuksen ensimmäinen osa oli Solo Sokos Hotel Paviljongin sosiaalisessa mediassa toteutettu ympäristövinkkilpailu, jolla kartutettiin asiakasnäkökulmaa ympäristötyöhön. Toinen osa oli puhelimitse toteutetut teemahaastattelut. Haastateltavina olivat neljän muun Sokos Hotels -ketjun hotellin Green Key-ympäristövastaavat.</p> <p>Ympäristövinkkilpailun vastausten analyysimenetelmänä käytettiin teemoittelua. Tutkimusaineistosta pyrittiin etsimään toistuvia aihepiirejä ja ryhmittelemään ne teemoiksi.</p> <p>Teemahaastattelun vastausten analysointi toteutettiin Benchmarking- menetelmää apuna käyttäen. Tutkimustuloksista ilmeni, että Sokos Hotels -ketjun hotellit toteuttavat ympäristötyötään hyvin erilaisin keinoin. Osa hotelleista oli keskittynyt uusiutuvan energian käyttöön, kun taas osa tutkittavista painotti ympäristötyössään ympäristöviestintää erilaisten tapahtumien kautta.</p> <p>Toimeksiantaja saa tutkimuksesta Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötavoitteet vuodelle 2017. Tutkimuksen tuloksia tullaan hyödyntämään hotellin ympäristötyön kehittämisessä.</p>		
Avainsanat ( <a href="#">asiasanat</a> ) Kestävä matkailu, ympäristöviestintä, kvalitatiivinen tutkimus		
Muut tiedot		

Author(s) Markkanen, Lina	Type of publication Bachelor's thesis	Date November 2016  Language of publication: Finnish
	Number of pages 92	Permission for web publication: X
Title of publication <b>Development of sustainable practices in Solo Sokos Hotel Paviljonki</b>		
Degree programme Degree Programme in Tourism		
Supervisor(s) Susanna Nuijanmaa		
Assigned by Linda Rastela, Solo Sokos Hotel Paviljonki		
Abstract  <p>The thesis was commissioned by Solo Sokos Hotel Paviljonki and its Hotel Manager Linda Rastela. The development task of the thesis included the application process for Green Key- programme. The aim of the study was to develop hotel's sustainability.</p> <p>The research was implemented as a qualitative study. The research was carried out in two sections during the year 2016. First section of the research was a contest in social media, where people were asked to give out their sustainability tips for hotels. Meaning of the contest was to gather customer insight about the issue. The second section was a theme interview. Interviewees were Green Key environmental supervisors from Sokos Hotels. Themes of the research were based on the aim of the study.</p> <p>The results from the social media contest were analyzed by using thematic technique. The aim was to discover repeating themes and to divide them into categories.</p> <p>Benchmarking method was used in analyzing the results of the theme interviews. The results indicated that there are many different ways to carry out sustainability within Sokos Hotels chain. Some of the hotels were focused on using renewable energy and some on sustainability communication by different charity events.</p> <p>The result of this study was hotel's sustainability goals for year 2017. The results will help Solo Sokos Hotel Paviljongi to develop its sustainability actions.</p>		
Keywords/tags ( <a href="#">subjects</a> ) Sustainable tourism, sustainability marketing, qualitative research		
Miscellaneous		

## SISÄLTÖ

1. Johdanto .....	3
2. Toimeksiantaja .....	6
3. Kestävä matkailu osana kestäväää kehitystä .....	8
3.1 Vastuullinen organisaation johtaminen.....	10
3.2 Majoitusliikkeen ympäristövastuu.....	12
3.3 Sokos Hotels -ketjun ympäristövastuu .....	14
4. Green Key -ympäristöohjelma hotelleille.....	15
4.1 Miksi Green Key? .....	16
4.2 Green Key- hakuprosessi.....	17
4.3 Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötyö .....	20
5. Ympäristöviestintä.....	25
6. Tutkimusprosessi.....	32
6.1 Ympäristövinkkilpailu sosiaalisessa mediassa.....	33
6.2 Tutkimuslomake vinkkilpailun voittajalle.....	39
6.3 Haastattelututkimus .....	42
6.4 Yhteenveto ja kehitysehdotukset .....	53
7. Pohdinta .....	59
<b>Lähteet</b> .....	61
<b>Liitteet</b> .....	69
Liite 1. Green Key- hakemus .....	69
Liite 2. Ympäristövinkkilpailun voittajan tutkimuslomake .....	88

**KUVIOT**

KUVIO 1. Solo Sokos Hotel Paviljongin lipputangossa liehuu Green Key- lippu. ....	18
KUVIO 2. Asiakkaille kerrotaan Jyväskylän luontoaktiviteeteista ja -kohteista. ....	23
KUVIO 3. Esimerkkejä vihreistä vinkeistä. ....	24
KUVIO 4. Earth Hour- tapahtumaan valmistautumista. ....	25
KUVIO 5. Arkipäivän ympäristötekoja Solo Sokos Hotel Paviljongissa. ....	27
KUVIO 6. Kestävän kehityksen viikkoon liittyvää ympäristöviestintää. ....	29
KUVIO 7. Hävikin ehkäisyä aamiaisella. ....	30
KUVIO 8. Viestintää auton vapaapäivästä. ....	31
KUVIO 9. Ympäristövinkkilpailu Facebookissa. ....	34
KUVIO 10. Lähiruokaa Trattoria Aukiassa. ....	36
KUVIO 11. Vinkkikisan voittajan julkistaminen. ....	41

# 1. Johdanto

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan kestävän matkailun sekä vastuullisen yritystoiminnan periaatteita ekologisesta näkökulmasta. Matkailu on yksi suurimmista liiketoiminnan aloista ja sen aiheuttamat ympäristövaikutukset ovat huomattavat. Vaikka suurin osa matkailun päästöistä koituvat lentoliikenteestä, ovat myös hotellit suuri rasite ympäristölle. (Sloan, Legrand & Cheng 2009, 1-3). Ilmastonmuutoksen voimistuessa hotellit ympäri maailman ovat saaneet haasteen pienentää hiilijalanjälkeään. Erilaiset ympäristömerkit ja -sertifikaatit ovat yleistyneet ja kuluttajien ympäristötietoisuus on lisääntynyt. Vaikka nykypäivän suomalaiset hotellivieraat eivät perusta ostopäätöstään ympäristökriteereihin, arvostavat he kuitenkin ympäristöystävällistä majoitustoimintaa.

FEE: n (Foundation for Environmental Education) alaisuudessa toimiva Green Key on 52 maassa toimiva, globaali ympäristöohjelma hotelleille. Sertifioituja hotelleja on tällä hetkellä noin 2400 ja Suomessa Green Key -ohjelmaan kuuluu 44 hotellia ja neljä ravintolaa. (Viljasaari, 2016). Määrä kasvaa jatkuvasti ja Green Key- merkki alkaa olla tuttu näky suomalaisille kuluttajille. Sokos Hotels -ketjun lupauksena on liittää kaikki ketjun hotellit Green Key -ohjelmaan vuoteen 2017 mennessä.

Opinnäytetyön toimeksiantaja oli Solo Sokos Hotel paviljonki ja sen hotellipäällikkö Linda Rastela. Opinnäytetyön tarkoituksena oli toteuttaa Solo Sokos Hotel Paviljongin Green Key -sertifiointi. Opinnäytetyön kirjoittaja on työskennellyt Solo Sokos Hotel Paviljongin vastaanotossa kaksi vuotta, joten hotelli ja sen toiminnot olivat jo entuudestaan hyvin tuttuja. Opinnäytetyön myötä työn kirjoittaja nimitettiin hotellin ympäristövastaavaksi. Sertifiointiprosessi sisälsi paljon käytännön tekemistä, ideoimista ja kehittämistä.

Prosessi alkoi laajan Green Key -kriteeristön läpikäymisellä ja vertaamisella hotellin toimintoihin. Kriteeristön täyttymisen selvittelyyn sisältyi paljon eri tahojen, kuten

kerroshoidosta vastuussa olevan SOLin sekä kiinteistöhuolto 360Palveluiden kontaktointia. Vaikka 60 pakollisesta peruskriteeristä moni oli täytetty jo entuudestaan, oli kehittämistä paljon. Esimerkiksi suihkujen ja hanojen virtaamat olivat liian suuret ja niiden säätäminen virtaamarajoittimilla oli pakollista sertifikaatin saamiseksi. Kaikkien pakollisten kriteerien täytyttyä, oli ympäristötavoitteiden määrittämisen vuoro. Tavoitteiksi määritettiin muun muassa paperinkulutuksen vähentäminen vastaanotossa, julkisen liikenteen suositteleminen asiakkaille sekä käytöstä poistuvien peittojen ja tyyntyjen lahjoittaminen hyväntekeväisyyteen.

Ympäristötavoitteet lisättiin Green Key -hakemukseen liitteeksi. Hakemuksen lähettämistä Green Key -organisaatiolle seurasi Green Key -ohjelmapäällikkö Marketta Viljasaaren järjestämä auditointitilaisuus, jossa haasteltiin hotellipäällikköä ja ympäristövastaavaa, sekä tarkastettiin hotellin keittiö, kerroshoidon tilat, yleiset tilat sekä muutama hotellihuone. Huhtikuussa 2016 Solo Sokos Hotel Paviljonki vastaanotti Green Key -sertifikaatin. Sertifiointia seurasi opinnäytetyön kirjoittajan henkilökunnalle järjestämät ympäristökoulutukset. Koko hotellin henkilökunnan oli tärkeää omaksua Green Keyn mukanaan tuoma ympäristöystävällinen ajattelutapa. Green Key -koulutusta järjestettiin henkilökunnan osastopalavereissa.

Ympäristökasvatus ja -viestintä ovat merkittävä osa Green Key -ympäristötyötä. Opinnäytetyön kirjoittaja toimii Solo Sokos Hotel Paviljongissa sosiaalisen median vastaavana ja on aikaisemmalta koulutukseltaan valokuvaaja. Ympäristöviestintä oli mielekäs tapa yhdistää valokuvaus sekä ympäristövastaavan toimenkuva. Kaikki tässä opinnäytetyössä nähtävät Instagram- ja Facebook- päivitykset ovat opinnäytetyön kirjoittajan kirjoittamia ja kuvaamia, pois lukien kuvat joissa hän esiintyy itse.

Tässä opinnäytetyössä tarkoituksena oli saada käytännönläheistä ja rakentavaa tietoa Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötyön kehittämiseksi Green Keyn toisen

vuoden auditointia varten. Ensimmäisen vuoden auditointia varten opinnäytetyön kirjoittaja ideoi ja suunnitteli lähes kaikki ympäristötyön parannukset yksin tai yhdessä Paviljongin muun henkilökunnan kanssa. Sertifiointiprosessin aikana muiden Sokos Hotellien ympäristövastaavien apu koettiin erittäin hyödylliseksi. Siitä saatiin idea tutkimuksen toteuttamiseen. Muiden Sokos Hotellien ympäristövastaavien kokemuksia ympäristötyöstä kaivattiin lisää.

Tutkimusotteeksi valittiin kvalitatiivinen tutkimus. Tutkimus toteutettiin kahdessa osassa. Solo Sokos Hotel Paviljonki sai Green Key sertifikaatin huhtikuussa 2016, siitä tiedottamisen yhteydessä hotellin Facebook- sivustolla julkaistiin ympäristövinkkilpailu. Vinkkilpailun tavoitteena oli osallistaa hotellin asiakkaita ympäristötyöhön ja saada heiltä toteuttamisen arvoisia ideoita. Lokakuussa 2016 toteutettiin neljän muun Sokos Hotels -ketjuun kuuluvan hotellin ympäristövastaavan teemahaastattelu.

Tutkimuskysymyksiä ovat:

- Millä konkreettisilla keinoilla Solo Sokos Hotel Paviljonki voi kehittää toimintaansa ekologisemmaksi?
  - Mitä asioita Solo Sokos Hotel Paviljonki määrittää vuoden 2017 ympäristötavoitteiksi?

Opinnäytetyön tuloksena syntyi Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötavoitteet ja toimintasuunnitelma niiden toteuttamiselle vuoden 2017 Green Key auditointiin.



## 2. Toimeksiantaja

**Sokos Hotels** -ketju on majoittanut suomalaisia jo vuodesta 1974 lähtien. Vuonna 2014 40- vuotissyntymäpäiväänsä viettänyt ketju on historiansa aikana kokenut suuria uudistuksia ja on kasvanut matkailun suosion kasvaessa. Tällä hetkellä Sokos Hotels hallitsee Suomen hotellimarkkinoita ja on suurin Suomessa toimiva hotelliketju. Sokos Hotels -ketjuun kuuluu yli 50 hotellia ja Suomen lisäksi niitä löytyy myös Virosta ja Venäjältä. (Sokos Hotels -ketju täyttää 40 vuotta 2014). Sokos Hotels on osa S-ryhmää, joka on koko Suomen kattava osuustoiminnallinen yritysketju, joka tarjoaa palveluita niin käyttötavara- ja elintarvikekaupan, matkailu- ja ravitsemusalan, liikennemyymälöiden sekä maatalouskaupan saralla. S-ryhmän asiakasomistajien joukkoon voi liittyä maksamalla 100 euron osuusmaksun ja samalla hankkimalla S- Etukortin, joka tarjoaa omistajilleen bonuspisteitä jokaisesta ostosta sekä monipuolisia etuja S-ryhmän toimipisteissä. (Keskimaa intranet n.d.)

Ketjun alkuaikoina hotellit olivat hyvin samankaltaisia, jotta asiakkaille syntyisi tuttuuden ja yhtenäisyyden tunne. (Sokos Hotels -ketju täyttää 40 vuotta, 2014). 2000-luvun matkailija kaipaa kuitenkin ennen kaikkea yksilöllisiä elämyksiä ja palveluita, joten Sokos Hotels -ketjun oli aika uudistua. Vuoden 2013 keväällä Sokos Hotels -ketjun hotellit jaettiin kolmeen erilaiseen konseptiin; Solo, Break ja Original. Break-konseptin hotellit auttavat vieraita irtautumaan arjesta; hotelleissa saattaa olla esimerkiksi kylpylä tai mahdollisuus erilaisiin harrastuksiin. Original-hotellit sen sijaan ovat huokea vaihtoehto sellaiselle, joka kaipaa majoittumiseltaan mutkattomuutta ja keskeistä sijaintia. (Sokos Hotels pistää paletin uusiksi – palvelua myöten, 2013.) Solo-hotellit ovat yksilöllisiä ja ainoita laatuaan. Jokaisella hotellilla on oma tarina kerrottavanaan ja kaikki yksityiskohdat ovat huolella valittuja. Aamiainen on runsas ja laadukas, huoneet ovat tilavia ja valoisia. Solo-hotellien työntekijöiltä vaaditaan erityisen suurta palveluhalukkuutta ja asiakaslähtöistä asennetta, sillä näissä hotelleissa

vieraat ja heidän toiveensa laitetaan kaiken edelle. Työntekijöiden tulee osata kohdella jokaista vierasta yksilönä, eikä palvella asiakkaita saman kaavan mukaan. Solo-hotellit mainostavat itseään lausahduksella: ”Yksilöllinen monelle.”

### **Solo Sokos Hotel Paviljonki**

Ensimmäinen Solo By Sokos Hotels -hotelli avattiin Jyväskylään kesällä 2012. Hotellin nimeksi tuli Solo Sokos Hotel Paviljonki, sillä se sijaitsee se aivan Paviljongin kongressikeskuksen kyljessä. Paviljongin lisäksi Jyväskylässä palvelee myös toinen Sokos Hotelli: Original Sokos Hotel Alexandra.

Solo Sokos Paviljonki on osa Sokos Hotels -ketjua ja näin ollen kuuluu S-ryhmään sekä sen alaisuudessa toimivaan Osuuskauppa Keskimaahan. Hotellin majoituskapasiteetti on 170 huonetta. Hotellista löytyy 159 kappaletta Standard- luokkaa vastaavia Solo-huoneita, joissa vaihtoehtoina ovat kahdella erillisellä vuoteella varustettu Solo Twin, sekä parivuoteellinen Solo King. Toisen kerroksen Solo-huoneet ovat esteettömiä huoneita, jotka ovat suunniteltu liikuntaesteisiä ajatellen. Saunallisia Supreme-huoneita Paviljongilta löytyy kuusi kappaletta, yksi jokaisesta majoituskerroksesta. Ylellisyyttä kaipaaville matkustajille valikoimassa ovat myös upeat, 70 neliömetrin kokoiset Ultimate Solo-sviitit, joita hotellilta löytyy viisi kappaletta.

Majoitustoiminnan lisäksi hotellin yhteydessä toimii italianmakuinen ravintola Trattoria Aukio, kolme kokoustilaa, kuntosali sekä Jyväsjärvelle vaikuttavan näkymän tarjoava asukassauna. Myös pienet vieraat on pyritty huomioimaan; hotellin alakerrassa lapset voivat viettää aikaansa Onni Oravan leikkihuoneessa. Lasten lisäksi myös lemmikit ovat erittäin tervetulleita hotellille majoittumaan, sillä koko kolmas kerros on varattu lemmikkihuoneille.

Vaikka hotelli on uusi tulokas Jyväskylän majoitusbisneksessä, on se lyhyen historiansa aikana kerennyt jo koota itselleen uskollisen kanta-asiakaskunnan ja voittaa useita palkintoja. Pelkästään vuonna 2015 Solo Sokos Hotel Paviljonki voitti kansainvälisessä World Luxury Hotel Awardsissa sekä Suomen parhaan Luxury- että Luxury Design –hotellin palkinnon. (World Luxury Hotel Awards –tunnustuksia Sokos Hotelille, 2015). Tämän lisäksi hotelli voitti TripAdvisorin Traveller’s choice palkinnon jo kolmantena vuotena peräkkäin. (Top 25 hotels – Finland, 2016). Paviljonki onkin matkailijoiden arvioiden perusteella TripAdvisor- sivuston ensimmäisellä sijalla kaikista Jyväskylän hotelleista.

### **3. Kestävä matkailu osana kestävää kehitystä**

Kestävällä matkailulla tarkoitetaan matkailua, joka tukee kohteiden paikalliskulttuuria ja joka ei tarpeettomasti rasita ympäristöä. Kestävä matkailu on kestävä kehityksen periaatteen mukaista. Kestävä kehityksen peruspilareita ovat Ympäristöministeriön mukaan biodiversiteetin, eli luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen, ihmisten elintapojen ja kulutustottumusten suhteuttaminen luonnon sietokykyyn sekä ilmastonmuutoksen hidastaminen (Ympäristöministeriö 2013.) Ilmastonmuutoksella tarkoitetaan nimenomaan ihmisten aiheuttamaa globaalia muutosta säätilassa. Kasvihuonekaasujen, kuten esimerkiksi hiilidioksidin ja metaanin liiallinen pääsy ilmakehään aiheuttaa niin kutsutun kasvihuoneilmiön, joka estää auringon infrapunasäteilyn heijastumisen takaisin avaruuteen.

Kasvihuoneilmiö itsessään on täysin luonnollinen ja välttämätön, jotta maapallon lämpötila pysyisi elinkelpoisena. Ihminen on kuitenkin toiminnallaan nostanut kasvihuonekaasupitoisuutta ilmakehässä liaksi. Päästöjen lisääntyessä yhä suurempi osa auringon säteilystä jää lämmittämään maapalloa. (Gore 2006 An Inconvenient truth -dokumentti.) Tietoisuus maailmanlaajuisesti yhteiskuntaa, taloutta ja ympäristöä uhkaavasta ilmastonmuutoksesta on levinnyt kuluttajien keskuudessa huomattavasti viime vuosina (UNWTO, n.d.). Nykypäivänä matkailijat edellyttävät matkakohteiltaan puhtautta ja paikallisen kulttuurin tarjoamia elämyksiä ja kokemuksia. Edellytyksenä näiden odotusten toteutumiselle on kestävän kehityksen mukaisten arvojen noudattaminen. Elinkeinona matkailu on hyvin haavoittuvainen ja sen hyvinvointi voidaan taata ainoastaan ympäristöstä sekä paikalliskulttuureista huolehtimalla. (Sloan, Legrand & Chen 2009 103-105.)

Kasvihuonekaasupäästöjen tulee laskea huomattavasti, jotta planeetta pysyy elinkelpoisena tuleville sukupolville. Resursseja kulutetaan liian ahneesti ja myös hyvin epätasaisesti, sillä suurin osa kuluttajista sijaitsee länsimaissa. Worldwatch Instituutin Maailman tila 2010 –tutkimus kertoo ihmisten kuluttavan luonnonvaroja sellaista tahtia, että tarvitsisimme puolikkaan maapallon lisää, jotta luonnonvaroja olisi riittävästi kaikille. (Kestävät kuluttajavalinnat n.d.) Myös Suomessa luonnonvaroja käytetään tuhlaillen; 17.4.2016 oli Suomen ylikulutuspäivä. Ylikulutuspäivällä tarkoitetaan ajankohtaa, jona ihmiset ovat kuluttaneet luonnonvaroja niin paljon, että laskennallinen maapallon biokapasiteetti menee yli rajan. Biokapasiteetilla tarkoitetaan luonnon kykyä muodostaa uusiutuvia luonnonvaroja ja käsitellä kasvihuonekaasuja. (Suomalaiset kuluttivat jo osansa tämän vuoden luonnonvaroista, 2016.)

Ongelmaa kasvattaa entisestään väestön nopea kasvu: YK ennustaa maailman väkiluvun nousevan 11 miljardiin vuoteen 2100 mennessä. Tällä hetkellä maapallolla elää noin 7,2 miljardia ihmistä. (Paukku 2014). Halpalentoyhtiöiden ja edullisten majoitusmuotojen, kuten hostellien ja erilaisten majatalojen yleistyessä yhä useammalla on

mahdollisuus matkustaa. UNWTO (World Tourism Organization) arvioi matkailun kasvavan vuositasolla noin neljä prosenttia vuoteen 2020 mennessä. (Puhakka 2011, 5). Väkiluvun kasvaessa matkailun kestävyys on hyvin pitkälle kuluttajan valinta; matkailualalla kilpailu on suurta ja valinnanvaraa on paljon. Jotta matkailu olisi kestävä, on kuluttajien vastuulla tehdä kestävä kehityksen arvoja mukailevia valintoja. Matkailu on elinkeinona yksi suurimmista ja sen aiheuttama ympäristörasite kasvaa vuosi vuodelta.

Suurin osa matkailun ympäristöhaitoista ovat peräisin lentoliikenteestä, mutta myös majoitustoiminta kuluttaa maapallon resursseja huomattavasti. Sloanin, Legrandin & Chenin (2009) mukaan yksi hotelli tuottaa vuoden aikana keskimäärin noin 160-200 kilogrammaa hiilidioksidipäästöjä per neliometri. Ruokajätettä kertyy noin yksi kilogramma vierasta kohti joka päivä. (Sloan, Legrand & Cheng 2009, 1-3.) Energiaa hotellissa majoittuva keskivertovieras kuluttaa noin 155 megajoulen verran. (Hall & Higham 2005, 194-195.) WTO: n mukaan matkailu aiheuttaa kokonaisuudessaan viisi prosenttia maailman kasvihuonepäästöistä. Vuoteen 2035 mennessä päästöjen enustetaan nousevan jopa 130 prosenttia. (UNWTO, n.d.)

### **3.1 Vastuullinen organisaation johtaminen**

Vastuullinen yritys harjoittaa liiketoimintaa eettisin ja kestävin periaattein. Vastuullinen organisaation johtaminen ottaa huomioon henkilöstön, ympäristön, talouden sekä paikallisen yhteisön hyvinvoinnin (Joutsenvirta & Halme 2011, 96.) Taloudellisella vastuulla tarkoitetaan käytännössä organisaation sitoutumista tuottamaan liiketoiminnallaan voittoa, jotta se voisi huolehtia sidosryhmistään. Sidosryhmillä tarkoitetaan tässä tapauksessa muun muassa yrityksen työntekijöitä, joille tulee maksaa palkkaa ja yhteiskuntaa, jolle tulee maksaa veroa. Taloudelliseen vastuuseen kuuluu

olennaisesti myös osinkojen maksaminen mahdollisille omistajille. (Ketola 2005, 32) S-Ryhmän kohdalla tämä tarkoittaa bonuskertymän maksamista omistajilleen.

Sokos Hotels -ketjun tavoitteena on tuottaa positiivista tulosta jokaisena vuotena, maksaa palkat ajallaan ja kehittää jatkuvasti tuotteitaan asiakkaiden toiveita kuunnellen. Ketjun hotellit luovat ympärilleen taloudellista hyvinvointia tekemällä yhteistyötä paikallisten toimijoiden kanssa. (Taloudellinen vastuu Sokos Hotelleissa, 2014.) Esimerkiksi valtaosa Solo Sokos Hotel Paviljongin kalusteista on ostettu jyväskyläiseltä Palokan Puutuotteelta ja aamiaisella suositaan lähitiloilla tuotettuja elintarvikkeita.

Sosiaalisella vastuulla tarkoitetaan kaikessa yksinkertaisuudessaan työntekijöiden ihmisoikeuksien toteutumisen turvaamista. (Ketola 2005, 40). Työntekijöiden terveys, turvallisuus ja tasa-arvoisuus tulee olla liiketoiminnassa etusijalla. Yrityksillä on myös vastuu edistää työllistymistä, ja työllistää mahdollisuuksien mukaan esimerkiksi syrjäytyneitä sekä maahanmuuttajia. (Harmaala & Jallinoja 2012, 20). Sokos Hotels -ketjun kantava voima on innostunut ja osaava henkilökunta. Työtyytyväisyyttä mitataan säännöllisesti ja työssä jaksamista parannetaan toimivalla perehdytyksellä ja koulutuksilla. (Sosiaalinen vastuu, 2014). Sosiaaliseen vastuuseen lukeutuu myös toimialueen työttömyyden ehkäiseminen ja talouden tukeminen. Näin ollen Sokos Hotels harjoittaa myös sosiaalista vastuuta valitsemalla paikallisia tavarantoimittajia sekä lähituottajia.

Tämän opinnäytetyön näkökulmasta tärkein liiketoiminnan vastuullisuuden osa-alue on ympäristövastuu. Maailman ympäristöongelmia ovat muun muassa maapallon kantokyvyn rajallisuus sekä luonnonvarojen, kuten puhtaan juomaveden ehtyminen. (Ketola. 2005, 46.) Yrityksen ekologinen vastuu ulottuu sen koko toiminta-alueelle. Ketolan mukaan yrityksen hiilijalanjäljen kokoon vaikuttaa sen luonnonvarojen

käyttö, jätteiden määrä ja käsittely sekä sen aiheuttamat päästöt. (mts, 47). Vastuullinen yritys tuntee liiketoimintansa aiheuttamat ympäristövaikutukset, noudattaa ympäristöä koskevaa lainsäädäntöä ja kehittää toimintaansa jatkuvasti ekologisempaan suuntaan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 22.) Sokos Hotels -ketju on sitoutunut ympäristötyöhön ja etsii alati uusia keinoja ympäristörasituksen kurissa pitämiseen. (Ympäristövastuu, 2014).

Kaikki vastuullisen liiketoiminnan osat ovat yhteydessä keskenään ja vaikuttavat toisiinsa. Yrityksen tulee olla tietoinen sen vaikutuksista kaikilla vastuullisuuden osa-alueilla. Vastuullinen yritys valitsee yhteistyökumppanikseen yhtä lailla vastuullisia alihankkijoita ja tavarantoimittajia, jotta tuotteiden vastuullisuus voidaan taata. (Hovisalmi & Niskala 2009, 11.)

## **3.2 Majoitusliikkeen ympäristövastuu**

Ympäristötietoisuuden kasvaessa kuluttajien keskuudessa hotellit ovat tulleet uuden haasteen eteen; kuinka toimia ekologisesti ja pienentää hiilijalanjälkeä. Vaikka monet matkailijat ovat alkaneet kiinnittää huomiota hotellien ekologisuuuteen, hotellit haluavat ennen kaikkea maksimoida voittonsa ja käyttöasteensa. (Chong & Verma 2013). Ympäristöystävällisyydellä hotelli voi vahvistaa brändiään ja luoda kilpailuetua markkinoilla ja näin ollen lisäten tehtyjen varausten määrää. Chongin ja Verman (2013) mukaan kuluttajat, jotka arvostavat ekologisuuutta valitsevat mielellään vastuullista liiketoimintaa harjoittavan hotellin. Ekologisesti kestäviä matkailupalveluja arvostetaan, sillä ihmiset haluavat tehdä vastuullisia valintoja. Kuluttajien ekologisten asenteiden muuttuminen käytännöksi tapahtuu kuitenkin hitaasti, sillä kuluttajat asettavat oman mukavuutensa ja hyötynsä ympäristövastuun edelle. (Puhakka 2011, 13). Thomsonin (2004, 11) arvion mukaan ekologisuuutta arvostavien matkailijoiden määrä

tulee nousemaan viiden prosentin verran vuoteen 2025 mennessä. Arvio perustuu kuluttajien ymmärryksen ja tietämyksen lisääntymiseen.

Pelkästään Suomessa kirjattiin vuoden 2015 aikana noin 19,8 miljoonaa yöpymisvuorokautta hotelleissa. (Tilastokeskus, 2016.) Hotelleja löytyy Suomesta tällä hetkellä Tilastokeskuksen mukaan 626 kappaletta, joten myös kansallisella tasolla voidaan puhua suuresta liiketoiminnasta. (Tilastokeskus, 2016.) Ihmiset ovat toiminnallaan muuttaneet maapallon ekosysteemiä jo tuhansien vuosien ajan. Majoitusalan ollessa yksi suurimmista liiketoiminnan aloista, ovat myös sen ympäristövaikutukset merkittävät. (Sloan, Legrand & Chen 2009, 1). Hotellivieraat ympäri maailman ovat valmiita maksamaan yltäkylläisyydestä ja laadusta. Hotellissa majoituessaan ihmiset kuluttavat enemmän kuin arkielämässä, sillä sähkö- ja vesilaskua ei tarvitse maksaa itse. Mitä ylellisempi hotelli on, sitä suurempaa on sen aiheuttama kulutus. (Bohdanowicz, Curie-Kallhauge, Martinac 2001). Ympäristöystävällisyys saattaa heikentää joidenkin kuluttajien mielikuvaa hotellin laatustandardeista. Hotellin tulee pystyä tarjoamaan asiakkailleen heidän odottamaansa palvelua ja laatua samalla minimoiden ympäristörasituksen määrän. (Bohdanowicz, Curie-Kallhauge & Martinac 2001.)

Sloan, Legrand ja Chen määrittelevät majoitusliikkeen vastuun siten, että taloudelliset, sosiaaliset sekä ympäristölliset hyödyt maksimoidaan tavalla, joka mahdollistaa nykyisen sukupolven tarpeiden tyydyttämisen, sekä suoden saman mahdollisuuden tuleville sukupolville. (2009, 4-5). Yhä useammat hotellit ovat alkaneet kiinnittää huomiota ympäristöystävällisyyteen päivittäisissä toiminnoissaan, sekä seurata veden- ja sähkönkulutusta. Myös erilaiset ympäristöohjelmat ja -sertifikaatit ovat yleistyneet. (Sloan, Legrand & Chen 2009, 13.) Ympäristöystävällisyyteen on hyvä kiinnittää huomiota myös hotellin rakennus- ja suunnitteluvaiheessa, sillä hotelleista on mahdollista rakentaa hyvin energiatehokkaita nykyisellä teknologialla. Esimerkiksi liiketun-



nistimet sekä automatiikka ovat hyviä tapoja säästää energiaa; Solo Sokos Hotel Paviljongin valaisimet toimivat liiketunnistimilla ja huoneiden lämpötila laskee automaattisesti, mikäli ne eivät ole käytössä.

### **3.3 Sokos Hotels -ketjun ympäristövastuu**

Vastuullisuus on yksi S-Ryhmän tärkeimmistä arvoista. S-Ryhmän tavoitteena on tuoda vastuullisuus osaksi yli kahden miljoonan omistajansa jokapäiväistä elämää. (Vastuullisuus, n.d.) Suomen ainoana osuuskauppakeskittymänä S-Ryhmän on hyvä näyttää esimerkkiä kantamalla vastuuta ympäristöstä ja ihmisistä. S-Ryhmän tämänhetkinen vastuullisuusohjelma rakentuu neljälle hallitsevalle teemalle: hyvinvointia osuustoiminnalla, henkilöstön hyvinvointi ja motivaatio, vastuulliset tuotteet ja palvelut sekä resurssitehokkuus. (S-Ryhmän vastuullisuusohjelma n.d.)

S- Ryhmän ympäristövastuu näkyy konkreettisista ympäristöteoista. Syyskuussa 2016 Keski-Suomessa toimiva Osuuskauppa Keskimaa lanseerasi sähköisen kassakuitin. Digitaalisen kuitin otti käyttöönsä 1200 Keskimaan omistajaa jo ensimmäisen viikon aikana. On arvioitu, että S- Ryhmässä kuluu joka vuosi 81 000 kilometriä kuittipaperia, josta suurin osa menee suoraan roskakoriin. (Tammitie, 2016). Paperittoman kassakuitin käyttöönotolla Keskimaan omistajat voivat säästää valtavat määrät kuittipaperia. Tällä hetkellä digitaalinen kuitti on käytössä ruokakauppojen sekä ABC- liikennemyymälöiden kassoilla. Aika näyttää milloin käytäntö löytää tiensä myös Sokos Hotelleihin.

Koko S-Ryhmän tavoin myös Sokos Hotels panostaa vastuulliseen liiketoimintaan. Sokos Hotels äänestettiin Pohjoismaissa vuosittain järjestettävässä Sustainable Brand

Index -tutkimuksessa vastuullisimmaksi hotelliketjuksi vuosina 2015 ja 2016. Sustainable Brand Index on tutkimus, johon osallistuu joka vuosi noin 300 00 vastaajaa. (Sokos Hotels jälleen Suomen vastuullisin hotellibrändi 2016.) Tutkimus perustuu kuluttajien mielikuvaan brändistä.

Sokos Hotellien kohdalla kuluttajien mielikuva vastaa todellisuutta hyvin. Sokos Hotels -ketju pyrkii jatkuvasti löytämään uusia keinoja ympäristörasitteen pienentämiseksi. Ketjun hotelleissa käytetään ympäristöystävällisiä pesuaineita sekä pakkausmateriaaleja. Hotellien ravintolat panostavat ruokahävikin vähentämiseen ja ruokalistojen laadinnassa käytetään apuna satokausikalenteria. Hotellien veden- ja energiankulutusta seurataan tiiviisti; kaikki Sokos Hotellit kuuluvat MaRa ry:n energiatehokkuussopimukseen. Kyseisessä sopimuksessa sitoudutaan tehostamaan energian käyttöä jokapäiväisissä toiminnoissa. (Ympäristövastuu, 2016).

#### **4. Green Key -ympäristöohjelma hotelleille**

Green Key on maailmanlaajuinen majoitusalan ympäristöohjelma, joka toimii tällä hetkellä 52 eri maassa. Ohjelman perimmäisenä tarkoituksena on ympäristötietoisuuden kasvattaminen niin asiakkaiden kuin sertifioitujen hotellien henkilökunnan keskuudessa. Green Key on kansainvälisen Foundation for Environmental Education (FEE) alaisuudessa toimiva, johtava majoitusalan ympäristösertifikaatti. (Green Key, 2014). Vuonna 1994 toimintansa aloittaneen Green Keyn tarkoituksena on opettaa vieraita majoittumaan tavalla, joka rasittaa ympäristöä mahdollisimman vähän. Osallistamisen avulla Green Key pyrkii uudistamaan kuluttajien toimintatapoja ja ajattelumaailmaa ympäristöystävällisemmäksi. Tärkeänä osana on myös hotellien henkilökunnan ympäristötietoisuuden lisääminen. (Green Key, 2014.)

Kestävän kehityksen mukainen toiminta on jatkuvaa innovointia; Green Key etsii jatkuvasti uusia tapoja tehdä majoitustoiminnasta ekologisempaa. Ympäristötietoisuuden lisääntyessä Green Key -sertifikaattia voidaan pitää lisäarvon tuottajana. Hotellia valittaessa kuluttaja haluaa valita omaa arvomaailmaansa kuvastavan vaihtoehdon. Kuluttajien arvot ja asenteet ovat suuressa roolissa ostopäätöstä tehdessä; arvot ohjaavat ajattelua tiettyyn suuntaan, asenteet sen sijaan kertovat taipumuksesta asennoitua johonkin kohteeseen. (Bergström & Leppänen 2009, 111). Green Keyn ja muiden ympäristösertifikaattien myötä kuluttajilla on mahdollisuus valita majoitusyritys, joka toimii ekologisen arvomaailman mukaisesti tiettyjen standardien mukaan.

Hotellin tulee toimia ekologisesti kestäväällä tavalla ja viestiä asiakkailleen tekemästään ympäristötyöstä. Jokaisen sertifikaattia hakevan hotellin tulee täyttää vaadittavat kriteerit, jotta hakemus hyväksytään. Pakolliset peruskriteerit sekä valinnaiset pistekriteerit jakautuvat 11 eri kategorian alle. Kategorioina ovat ympäristöjohtaminen, henkilöstö, asiakkaat, vesi, puhtaanapito, jäte, energia, elintarvikkeet, sisä- ja ulkotilat, ympäristöaktiviteetit sekä hallinto. Nimenomaan majoitusalueelle kehitetty Green Key on arviointiperusteiltaan käytännönläheinen ja se huomioi hyvin alan ominaispiirteet. (Green Key, 2014).

## **4.1 Miksi Green Key?**

Sokos Hotels -ketjun tavoitteena on kaikkien ketjun hotellien liittäminen Green Key -ympäristöohjelmaan vuoden 2017 loppuun mennessä. Ennen ketjun linjausta liittyä Green Key -ympäristöohjelmaan, Sokotel Oy: n Radisson- hotellit pitivät hallussaan Joutsenmerkki- ympäristösertifikaattia. (Siitonen, 2016). Pohjoismaalainen Joutsen-

merkki arvioi tuotteen vaikutukset ympäristöön ilmastonmuutoksen, ekologisen kestävyden sekä vesistöjen rehevöitymisen ja ympäristölle aiheutuvan rasituksen näkökulmasta. (Sertifikaattien kartoitus n.d.).

Sokotel Oy vaihtoi Joutsenmerkistä Green Key -sertifikaattiin vuonna 2014 merkin kansainvälisyyden sekä käytännöllisyyden vuoksi. (Siitonen, 2016). Valintaan vaikutti myös se, että Green Key on suunniteltu nimenomaan majoitusosalalle. Sokotel Oy:llä tarkoitetaan SOK: n tytäryhtiötä, joka toimii majoitus- ja ravitsemusalalla. Sokotel Oy: n kuuluvat seitsemän Radisson Blu- hotellia ja 14 Sokos Hotellia pääkaupunkiseudun, Tampereen, Vaasan ja Oulun alueilla. (S-Kanava, n.d.)

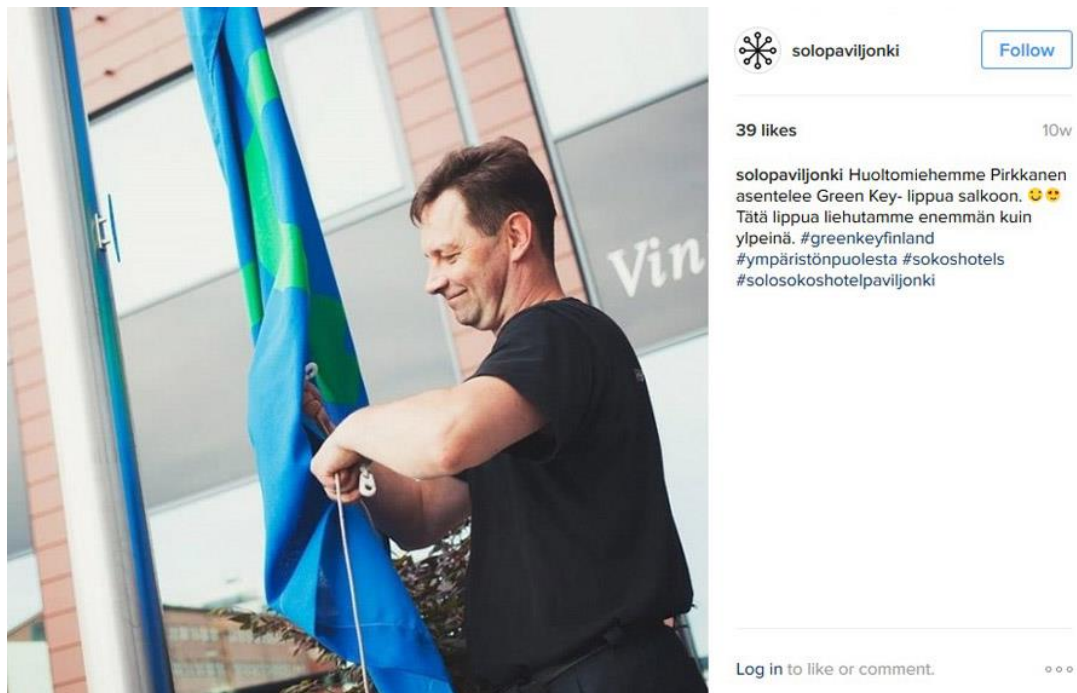
Sokotel Oy: n esimerkistä myös muut Sokos Hotellit päätettiin SOK: n Majoitus- ja ravitsemusliiketoiminnan ketjuohjauksen toimesta Green Key -sertifioida. Kaikki ketjun hotellit haluttiin mukaan samaan ympäristöohjelmaan, jotta ketjunsisäinen viestintä olisi helpompaa ja tehokkaampaa. (Siitonen, 2016). Kehityspäällikkö Markus Siitosen mukaan (2016) Green Key -ohjelmaan liittyminen on herättänyt Sokos Hotellin henkilökunnassa suurta innostusta ja innovointia. Hän pitää sertifikaattiin liittyvää jatkuvaa kehittämistyötä äärimmäisen positiivisena asiana. (2016).

## **4.2 Green Key- hakuprosessi**

Majoitusyritykseltä vaaditaan paljon, jotta se olisi kelpoinen vastaanottamaan Green Key -ympäristösertifikaatin. Vaatimuksia ja kriteereitä on monta, joten koko henkilökunnan tulee olla sitoutunut ympäristöystävälliseen toimintaan. Kriteeristö on muodostunut pakollisista peruskriteereistä, sekä pistekriteereistä joita tulee olla toteutu-

neena joka vuosi enemmän. Ensimmäisenä vuotena pistekriteereitä tulee olla täytettynä vain yksi. Toisen vuoden hakemuksessa pistekriteereitä tulee olla täytettynä jo neljä kappaletta. Merkkiä haetaan uudestaan vuosittain ja pistekriteerien avulla seurataan, että hotellit harjoittavat tavoitteellista ympäristöystävällistä liiketoimintaa vuodesta toiseen. Myös hakemukseen vaadittavat ympäristötavoitteet tulee uudistaa vuosittain. Näin pidetään huolta siitä, että hotellit vievät ympäristötyötään jatkuvasti eteenpäin, eivätkä pidä sertifikaattia ainoastaan seinäkoristeena.

Ensimmäinen askel Green Key- hakuprosessissa on ympäristövastaavan nimittäminen. Ympäristövastaavan tehtävänä on hotellin ympäristötyön jatkuva innovointi ja kehittäminen. Vastuutehtäviin kuuluu ympäristötavoitteiden laatiminen, sekä henkilökunnan kouluttaminen uusiin, ympäristöystävällisiin toimintatapoihin. Kun ympäristövastaava on varmistanut, että kaikki vaadittavat kriteerit on täytetty, lähetetään hakemus liitteineen Green Key- organisaatiolle.



KUVIO 1. Solo Sokos Hotel Paviljongin lipputangossa liehuu Green Key- lippu. (Solopaviljonki 2016)

Kansallinen Green Key -organisaatio käsittelee valmiin hakemuksen ja sen jälkeen vuorossa on hotellin auditointi. Noin 2-3 tunnin mittaisessa auditoinnissa Green Keyn edustaja tarkastaa ympäristövastaavan, hotellipäällikön sekä kerroshoidon päällikön kanssa, että kaikki vaadittavat kriteerit ovat täytetty. Hotellin yleiset tilat, keittiö sekä majoitushuoneet tarkastetaan auditoijan toimesta. Auditointitilaisuudessa käydään myös läpi hotellin ympäristötavoitteet ja vaihdetaan ideoita hotellin ympäristötyöhön liittyen. (Keskimaa intranet, 2016.) Auditoinnin jälkeen auditoija toimittaa kirjoittamansa auditointiraportin Green Key -tuomaristolle, joka koostuu muun muassa Suomen Ympäristökasvatuksen Seuran, Visit Finlandin sekä MaRa ry: n jäsenistä. (Keskimaa intranet, 2016).

Green Key -sertifikaatin myötä hotelliin rantautuu monia uusia arvoja ja toimintatapoja, jotka tulee omaksua jokaisella osastolla. 170 huoneen hotelli kuluttaa päivittäisillä toiminnoillaan valtavasti energiaa, joten jokaisen henkilökunnan jäsenen on tärkeää omaksua ympäristöä säästävä, vastuullinen ajattelutapa. Olennainen osa Green Key -sertifiointiprosessia on henkilökunnan koulutus. Keväällä 2016 hotellin vastaanoton henkilökunnan palaverissa käytiin ympäristövastaavan johdolla läpi Green Keyn myöntämisperusteet. Sen lisäksi palaverissa pidettiin työpaja, jossa pohdittiin keinoja työskennellä ekologisemmin vastaanotossa. Sertifioinnin jälkeen huhtikuussa 2016 koko hotellin henkilökunnalle järjestettiin koulutustilaisuus, jossa toteutettiin sama työpaja myös ravintolalle ja kerroshoidolle. Green Keyhyn liittyviä asioita käydään säännöllisesti läpi vastaanoton ja johtoryhmän palavereissa. Ympäristötyötä pyritään kehittämään jatkuvasti hotellin jokaisella osastolla.

### 4.3 Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötyö

Green Key -ympäristöohjelmaan liittymisen myötä Solo Sokos Hotel Paviljonki on pyrkinyt viemään jokapäiväistä toimintaansa entistä ympäristöystävällisempään suuntaan. Osana Green Key -ohjelmaan liittymistä on hotellin ympäristövastaavan nimitäminen. Tämän opinnäytetyön myötä opinnäytetyön tekijä nimettiin Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristövastaavaksi. Ympäristövastaava vie yhdessä hotellipäällikkö Linda Rastelan kanssa hotellin ympäristötyötä eteenpäin. Solo Sokos Hotel Paviljonki vastaanotti Green Key -sertifikaatin huhtikuussa 2016.

Suuri osa Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristöteoista ovat pieniä, arkipäiväisiä asioita, jotka kuitenkin säästävät ympäristöä huomattavasti. Vastaanotossa paperia kuluu suuret määrät päivittäin, majoituskortteja sekä erilaisia raportteja tulostetaan jatkuvasti ja asioita kirjoitetaan ylös muistivihkoihin. "Think before you print" - ajattelutavan tuominen vastaanoton työntekijöiden arkipäivään säästää paperia huomattavasti. Tarpeettomat paperit, kuten vanhat viikkotiedotteet ja erilaiset raportit käytetään muistipaperina sen sijaan, että virkailijat kirjoittavat aina uusiin muistivihkoihin. Sama toimintatapa on käytössä myös Jyväskylän Sokos Hotellien myyntipalvelussa, joka löytyy Paviljongin tiloista.

Green Key -sertifioinnin myötä suuri osa vastaanoton arkistoinnista on siirtynyt paperisesta muodosta sähköiseen. Esimerkiksi vierailta unohtuneet löytötavarat kirjataan nykyisin kätevästi ja ympäristöystävällisesti Excel- tiedostoon. Ennen Green Key -sertifiointia suurin paperia kuluttava toiminto vastaanotossa oli Opera Property Management System- hotellijärjestelmän yöajoraporttien päivittäinen tulostaminen. Yöajoraporteilla tarkoitetaan turvaraportteja, jotka sisältävät muun muassa majoitus- ja viitelistat sekä avoimien laskujen listat. Lain mukaan turvaraportit on tulostettava

poikkeustilanteiden varalta joka vuorokausi. Monta kymmentä sivua pitkä raportti tulostetaan kuitenkin nykyään kaksipuolisena, jotta paperia ei kuluisi niin paljoa. Säästö on vuositasolla huomattava.

Myös kuittipaperia menee päivittäin paljon hukkaan, sillä etenkin vapaa-ajan matkustajat eivät kaipaa ostoksistaan kuitteja. Vaikka Opera- hotellijärjestelmässä on mahdollisuus olla tulostamatta kuitteja, on Suomen lain mukaan kuitti kuitenkin tulostettava ja tarjottava asiakkaalle. Vuonna 2014 voimaan tulleen kuitinantovelvollisuus- lakipykälän myötä jokaisen yrityksen on annettava asiakkaalle kuitti todisteena maksusuorituksesta. (Kuitinantovelvollisuus, 2016). Kuitteja voi kuitenkin tarjota myös sähköisenä. Tästä syystä vastaanoton työntekijät kysyvät työmatkustajilta haluaisivatko he kuittinsa mieluummin sähköpostiin. Tämä on ekologisuuden lisäksi myös hyvää palvelua, sillä monet työmatkustajat joutuvat joka tapauksessa skannaamaan tositteen ja lähettämään sen työnantajalleen sähköpostitse.

Green Keyn vastaanottamisen jälkeen vastaanoton kierrätyspiste uudistettiin. Keräys-, toimisto- ja tietoturvapapereille hankittiin omat astiansa. Ennen Green Keytä kaikki vastaanoton paperijäte laitettiin suurimmilta osin samaan astiaan, lukuun ottamatta tietoturvapaperia, jolle on aina ollut oma astiansa.

Olennainen osa Green Key- sertifiointia on hotellin ympäristötavoitteiden määrittäminen. Tavoitteet voivat olla joko pitkällä tai lyhyellä aikataululla toteutettavia. Tavoitteet tulee uudistaa tietyin väliajoin, jotta vastuullinen toiminta on tavoitteellista ja jatkuvaa kehittämistä. Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötavoitteet ensimmäiselle vuodelle ovat seuraavat:

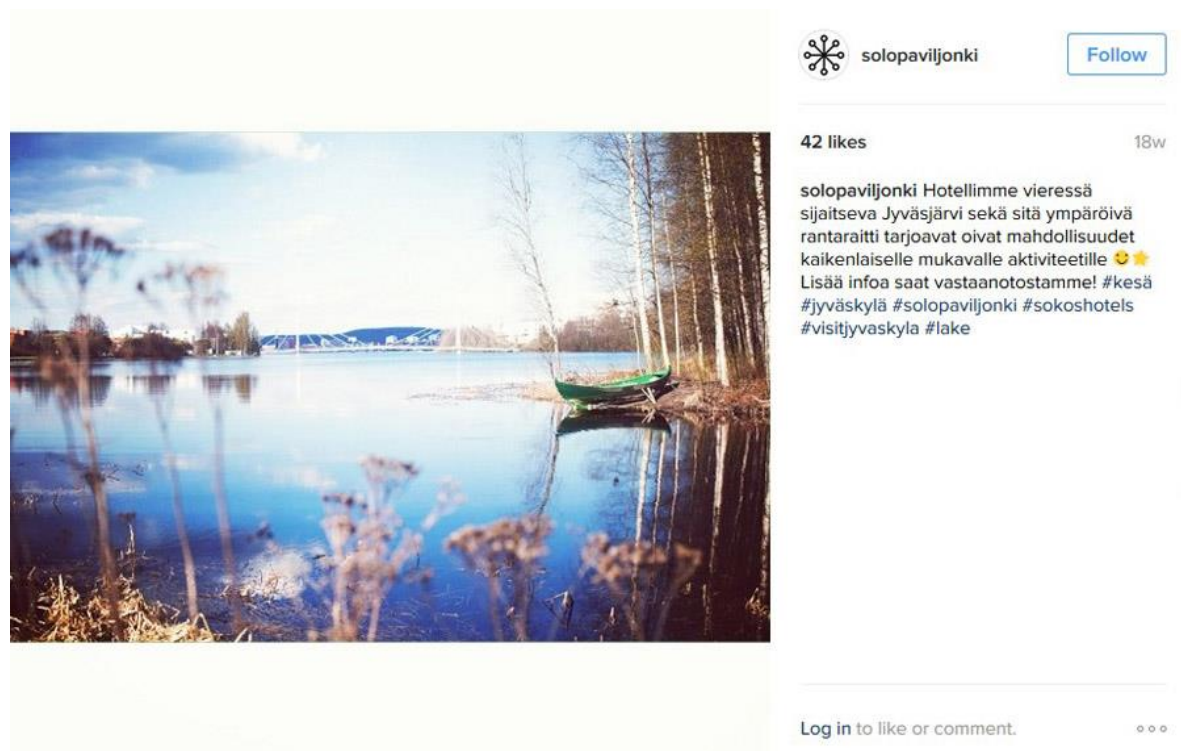


- Käytöstä poistuvien peittojen ja tyyntyjen lahjoittaminen hyväntekeväisyyteen.
- Bussiaikataulujen tilaaminen vastaanottoon ja niiden sijoittaminen vieraiden nähtäville. Bussien suosittelu asiakkaille taksin tilaamisen sijasta.
- Hotellin lainapyörien sijoittaminen näkyvään paikkaan ja aktiivinen suosittelu asiakkaille. Lisäpyörien tilaaminen olemassa olevan neljän lisäksi.
- Aktiivinen ympäristöviestintä sosiaalisessa mediassa. Ympäristöteot näkyväksi.
- Hukkapaperista leikatut muistilaput muistivihkojen sijasta aktiiviseen käyttöön.

Kaikki edellä mainitut tavoitteet toteutettiin Paviljongissa pian sertifikaatin vastaanottamisen jälkeen. Käytössä kuluneet peitot ja tyyntyt, jotka eivät enää täyttäneet Solo-konseptin laatustandardeja, lahjoitettiin Jyväskylän Ensi- ja Turvakotiin sekä Jyväskylän Sosiaaliasemalle. Kerroshoitajille on annettu ohjeistus kerätä käytöstä poistuvat tyyntyt ja peitot talteen, jotta niitä voidaan myös jatkossa lahjoittaa eri hyväntekeväisyyskohteisiin. Lisäksi vanhoille työvaatteille etsitään lahjoituskohteita.

Vastaanoton työntekijät suosittelevat hotellin vieraille lainattavissa olevia polkupyöriä. Green Keyn myötä pyöriä tilattiin kuusi kappaletta lisää, jotta niitä varmasti riittäisi kaikille niistä kiinnostuneille asiakkaille. Pyörät sijoitettiin hotellin pääovien viereen maksimaalisen näkyvyyden takaamiseksi. Pyöriin tilattiin Paviljongin mainoskilvet, jotta kaikki tietävät kyseessä olevan Paviljongilta lainattu pyörä. Pyörät ovat saavuttaneet hotellin asukkaiden keskuudessa suuren suosion, ja niitä lainataan päivittäin.

Pyörien lisäksi vieraille suositellaan vastaanotossa Jyväskylän paikallisliikennettä. Esi-  
teltelaineissä ja vastaanoton tiskillä vieraiden näkyvillä on bussiaikatauluja ja vastaan-  
ottoa on ohjeistettu ensisijaisesti suosittamaan busseja taksin tilaamisen sijasta.  
Vieraat saavat vastaanoton työntekijöiltä myös ohjeistusta paikallisliikenteen käyt-  
töön ja reitteihin. Vastaanoton työntekijöiden käytössä on ympäristövastaavan ko-  
koama ympäristökansio, josta löytyy tietoa Jyväskylän ja sen lähialueiden luontoko-  
hteista ja -aktiviteeteista. Kesäaikaan varten kansiossa on tietoa muun muassa luonto-  
poluista ja uimarannoista. Talviaikaan varten sen sijaan kansioista löytyy tietoa esimer-  
kiksi hiihtoreiteistä.



KUVIO 2. Asiakkaille kerrotaan Jyväskylän luontoaktiviteeteista ja -kohteista. (Solopa-  
viljonki 2016)

Ympäristöteoista ja ympäristöön liittyvistä tempauksista ja tapahtumista on alettu viestiä ahkerasti Solo Sokos Hotel Paviljongin sosiaalisen median kanavissa sertifioinnin jälkeen. Hotelli osallistuu vuosittain muun muassa Earth Hour- tapahtumaan sekä kansainväliseen kasvisruokapäivään. Syksyllä 2016 myös vuotuinen Energiansäästöviikko oli näkyvästi esillä Paviljongin sosiaalisessa mediassa joka arkipäivä julkaistavien vihreiden vinkkien muodossa. (Kts. Kuvio 3)



KUVIO 3. Esimerkkejä vihreistä vinkeistä. (Lina Markkanen, 2016)

Yllämainittujen tavoitteiden lisäksi pidemmän aikavälin tavoitteeksi valittiin huoneissa olevien palasaippuoiden vaihtaminen ekologisiin saippuapumppuihin. Tällä hetkellä kaikissa Solo by Sokos Hotels -hotelleissa on ketjun ohjeiden mukaisesti käytössä yksittäispakatut palasaippuat. Opinnäytetyön tekijän toimesta on käyty neuvotteluja paikallisten saippuaa valmistavien pienyritysten kanssa palasaippuan kierrätyksestä, eli käytännössä hotellihuoneista muutoin roskakoriin menevien saippuoiden sulattamisesta uusiksi saippuoiksi. Yhteistyö ei kuitenkaan ole onnistunut, sillä kyseiset yritykset käyttävät saippuoissaan ainoastaan luonnontuotteita. Huoneissa olevissa saippuoissa on kemikaaleja, jotka eivät luonnonmukaisten saippuoiden valmistukseen sovi.

## 5. Ympäristöviestintä

Hotelleihin tullaan ensisijaisesti rentoutumaan ja irtautumaan arjesta, tästä johtuen vastuulliset valinnat pääsevät helposti unohtumaan. Solo Sokos Hotel Paviljonki haluaa kannustaa vieraitaan toimimaan mahdollisimman ekologisesti vierailunsa aikana. Green Key -ympäristösertifikaatti perustuu ympäristökasvatukseen ja -viestintään. Asiakkaiden ja hotellin sidosryhmien osallistaminen ympäristötyöhön on eräs sertifikaatin kulmakivistä. Tämä ilmenee muun muassa siitä, että eräs Green Keyn pakollisista peruskriteereistä on seuraava: ”Henkilökunta kertoo asiakkaille ympäristötyöstä ja innostaa heitä osallistumaan.”



KUVIO 4. Earth Hour- tapahtumaan valmistautumista. (Solopaviljonki 2016)

Ympäristöviestintä on osa yrityksen markkinointiviestintää. Markkinointiviestinnän osuus markkinointiprosessista on merkittävä. Sen tarkoitus on tuoda yritys ja sen tarjooma kuluttajille näkyväksi. Vuokko (2003, 26-28.) toteaa, että markkinointiviestinnän tulee vakuuttaa kuluttajat yrityksen houkuttelevuudesta erilaisilla viestinnän keinoilla. Viestinnällä on merkittävä osa mielikuvan muodostumisessa ja sitä kautta yrityksen myynnissä. Markkinointiviestinnällä luodaan kuluttajalle mielikuva tuotteesta tai palvelusta, joten markkinointiviestinnän on tärkeää olla totuudenmukaista (Grönroos 2009, 358-361). Ahosen & Luodon (2015, 68) mukaan tunteiden herättäminen kuluttajassa on onnistuneen markkinointiviestinnän tae. Kuluttajalle halutaan luoda muistijälki. Mikäli mainonta ei ole mielenpainuvaa, myyntiä ei tapahdu. (mts. 2015.)

Ympäristöviestintä voidaan liittää osaksi vastuullisuusviestintää. Vastuullisuusviestintä on osa vastuullisen organisaation johtamisen kokonaisuutta. Yritys voi kohentaa imagoaan ja luoda itselleen kilpailuetua markkinoilla viestimällä vastuullisesta liiketoiminnastaan niin asiakkaille kuin sidosryhmille. Vastuullisuus on attribuutti joka ei näy usein näy yrityksestä ulospäin, tästä syystä vastuullisuudesta viestiminen on tärkeää, jotta kilpailuetu saavutetaan. (Joutsenvirta & Halme, 251). Ilmastonmuutos sekä viime vuosina alati lisääntyneet sään ääri-ilmiöt ovat tuoneet ympäristöön ja ekologisuuteen liittyvät asiat tiiviisti osaksi kuluttajien ajatus- ja arvomaailmaa. Ekologisesti kestävästä toiminnastaan mielenkiintoa herättävästi viestivä yritys innostaa myös kuluttajia mukaan ympäristötyöhön. (Opas Ympäristöviestintään- Miksi, kenelle, miten? n.d.)

Viestintäkanavat on valittava huolella, jotta ympäristöviestintä tavoittaa toivottavan kohdeyleisön. (Joutsenvirta & Halme, 252). Ympäristöviestinnän tulee olla samankaltaista kuin yrityksen muu viestintä, jotta se olisi uskottavaa. Viestintäkanavia löytyy lukemattomia ja olisi resurssien tuhlaamista viestiä kaikkien mahdollisten kanavien kautta. Internetsivut ovat yrityksen tärkein ja näkyvin käyntikortti. Näin ollen ympäristöviestintää tulisi keskittää yrityksen verkkosivustolle, josta tiedot ovat helposti

löydettävissä. (Opas Ympäristöviestintään- Miksi, kenelle, miten? n.d.) Verkkosivuston rinnalla yhtä tärkeää roolia näyttelevät erilaiset sosiaalisen median kanavat. Sosiaalinen media on omiaan arkipäivän ympäristötekojen jakamiseen. (Opas Ympäristöviestintään- Miksi, kenelle, miten? n.d.)



KUVIO 5. Arkipäivän ympäristötekoja Solo Sokos Hotel Paviljongissa. (Solopaviljonki 2016)

### Ympäristöviestintä Solo Sokos Hotel Paviljongissa

Valtaosa Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristöviestinnästä on digitaalista online-viestintää. Online- viestinnällä tarkoitetaan pääasiassa viestintää erilaisten sosiaalisen median kanavien, sekä sokoshotels.fi- sivuston kautta. Sosiaalisen median lukuisista kanavista Solo Sokos Hotel Paviljongin löytää Instagramista sekä Facebookista.

Instagram on älypuhelimien ladattava mobiilisovellus, jossa käyttäjät voivat jakaa kuvia ja videoita. Ensiaskeleista lähtien Instagram saavutti suuren suosion; jo kahden ensimmäisen kuukauden aikana sovelluksella oli miljoona käyttäjää. Tällä hetkellä Instagramilla on 150 miljoonaa käyttäjää. (The complete history of instagram, 2016). Solo Sokos Hotel Paviljonki on löytynyt Instagramista käyttäjätunnuksella @solopaviljonki vuodesta 2013 lähtien. Marraskuuhun 2016 mennessä Paviljonkia seurataan 729 Instagram- käyttäjän toimesta.

Vuonna 2004 perustettu Facebook on maailmanlaajuisesti suosittu internetin yhteisöpalvelu. Facebook antaa käyttäjilleen, niin yksityishenkilöille kuin yrityksille mahdollisuuden jakaa itselleen tärkeitä asioita valitsemilleen käyttäjille. Facebook Newsroomin mukaan syyskuuhun 2016 mennessä yhteisöpalvelu oli kerännyt itselleen 1,09 miljardia käyttäjää. (Company info n.d.) Suomalaisia käyttäjiä Facebookilla on kaksi miljoonaa. Tästä määrästä mobiilikäyttäjien osuus on 1,6 miljoonaa. (Kärkkäinen 2015). Solo Sokos Hotel Paviljongilla on tällä hetkellä, marraskuussa 2016, seuraajia Facebookissa yhteensä 1337 kappaletta.

Yritysten on tärkeää löytyä sosiaalisen median kanavista, sillä kuluttajille sosiaalinen media on arkipäivää. Läsnäolo sosiaalisessa mediassa mahdollistaa tehokkaan vuoropuhelun potentiaalisten asiakkaiden kanssa. (Ahonen & Luoto. 2015. 25). Yhtenäisellä sosiaalisen median viestinnällä saadaan vahvistettua brändikuvaa ja luotua brändille persoonallinen tapa kommunikoida. Brändin on tärkeä omata niin kutsuttu brändipersonallisuus, jotta sen viestintä ei kuulostaisi vain kasvottoman korporaation tuottamalta. (Ahonen & Luoto 2015, 38-44.) Markkinoinnilla sosiaalisessa mediassa pyritään luomaan yritykselle kasvot.

Solo Sokos Hotel Paviljongin sosiaalisen median viestinnän tulee olla Solo-brändille ominaista. Original-, Break-, ja Solo- hotellit ovat kolme täysin erilaista ilmettä omaavaa brändiä, joten jokaisella niistä on oma tapa viestiä sosiaalisessa mediassa. Solo-hotellin viestinnän tulee olla persoonallista sekä tunteita herättävää. Solo Sokos Hotel Paviljonki on osa Solo by Sokos Hotels -brändiä, joten tuotetun sisällön on oltava brändille ominaista. Julkaistavien kuvien tulee olla laadukkaita ja kauniita, sekä sisältöltään kiinnostavia. (Instagram- opas hotelli- ja ravintola-alan sisällöntuottajille, 2016). Ahosen & Luodon mukaan brändille on tärkeää määritellä sitä kuvaavat luonteenpiirteet (2016, 42). Soloa voidaan kuvata adjektiiveilla persoonallinen, sydämellinen ja laatuinen. (Sisällöntuottajan opas). Green Keyn myötä Solo on myös vastuullinen.



KUVIO 6. Kestävän kehityksen viikkoon liittyvää ympäristöviestintää. (Solopaviljonki. Instagram. 2016)

Offline- ympäristöviestinnällä tarkoitetaan hotellivierailun aikana näkyvää ja kuuluva viestintää. Solo Sokos Hotel Paviljonkiin saapuessaan vieras huomaa heti ensimmäisenä hissien viereen kiinnitetyn Green Key- sertifikaattikyltin. Vastaanottoon saapuessaan vieraat kirjoittavat majoituskorttinsa hotellin lainapyöriä mainostavan kirjoitusalueen päällä. Lainattavat pyörät ovat parkkeerattu näkyvästi hotellin ulko-



oven molemmille puolille. Kaikilla hotellin työntekijöillä on työasuunsa kiinnitettynä Green Key- pinssi. Ympäristövastaavan tunnistaa isosta pinssistä, jossa lukee “Ylpeästi ympäristöystävällinen - Olen Green Key -lähettiläs”. Vastaanottotiskillä on näkyvästi esillä Jyväskylän Liikenteen aikatauluja. Huoneensa pöydältä asiakas löytää Green Key- kierrätysinfon ja kylpyhuoneesta infon joka kertoo, että pyyhe vaihdetaan ainoastaan, jos se jätetään lattialle. Ympäristövastaavan toimesta aamiaissaliin on askarreltu taulu, joka ohjeistaa vieraita ottamaan lautaselleen vain sen verran ruokaa kuin jaksavat syödä.

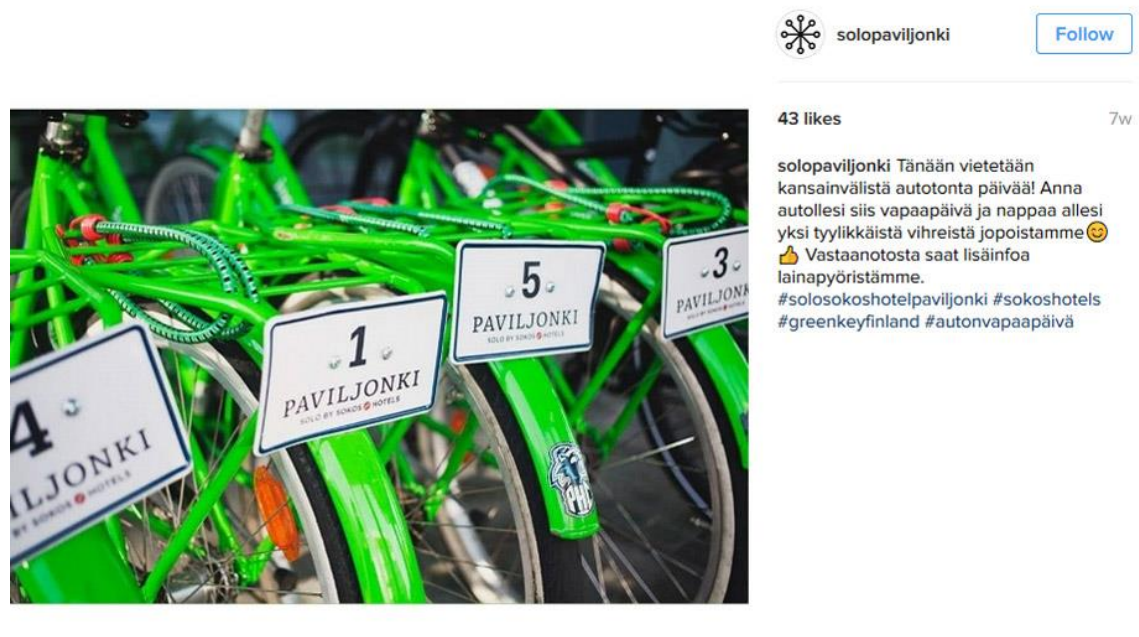


KUVIO 7. Hävikin ehkäisyä aamiaisella. (Trattoriaaaukiojkl. Instagram. 2016)

Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristöviestintä on informatiivista ja Solon viestintätyylille ominaista. On haastavaa tuottaa kuluttajia kiinnostavaa ympäristöviestintää. Tärkeää ympäristöviestinnässä on yhdenmukaisuus muun markkinointiviestinnän kanssa, jotta se olisi uskottavaa ja mielenkiintoa herättävää. (Joutsenvirta & Halme 2011, 251-260). Solo Sokos Hotel Paviljonki viestii ympäristöasioista hyvien kuvien ja

mielenkiintoisten, ytimekkäiden sisältöjen kautta. Ympäristöviestintään liittyvät päivitykset ovat hotellin jokapäiväiseen elämään liittyviä. Seuraajille halutaan kertoa hotellin arkipäivän ympäristöteoista. Viestin ytimekkyys on tärkeää, sillä asiakkaat eivät ole kiinnostuneita lukemaan pitkiä infotekstejä. Sosiaalinen media tunnetaan nimenomaan ”silmäilymedian”, eli viesti tulee kiteyttää muutamaan lauseeseen. (Viinämäki. 2016). Myös huoneissa olevat Green Key- infot on pidetty mahdollisimman lyhyinä, jotta vieraiden mielenkiintoa ei menetetä.

Erilaisista ympäristöön liittyvistä teemapäivistä informoidaan sosiaalisen median kautta. Esimerkkinä joka vuosi 22. syyskuuta järjestettävä autoton päivä; Paviljonki viesti asiasta sekä Instagramissa että Facebookissa ja kannusti vieraitaan lainaamaan hotellilta löytyviä polkupyöriä.



KUVIO 8. Viestintää auton vapaapäivästä. (Solopaviljonki 2016)

Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristöviestintä on maltillista ja hienovaraista, sillä liiallinen ympäristöviestintä saattaa olla kuluttajien mielestä luotaantyöntävää ja

epäaitoa. Liioittelevaa ja valheellista ympäristöviestintää kutsutaan viherpesuksi. Viherpesulla tarkoitetaan valheisiin perustuvaa ympäristöviestintää, jonka tarkoituksena on kilpailuedun ja maineen kerryttäminen. (Joutsenvirta & Halme 2011, 251-260.)

## 6. Tutkimusprosessi

Tutkimusongelmana oli kehittää Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötyötä ja määrittää Green Keyn toisen vuoden hakuprosessiin uudet ympäristötavoitteet. Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvalitatiivinen tutkimus, sillä opinnäytetyössä tutkittiin eri hotellien ympäristötyön toteuttamista ja sitä, miten ympäristöystävällisyys koetaan. Kvalitatiivisella tutkimuksella tarkoitetaan laadullista tutkimusta. Laadullisella tutkimuksella pyritään tutkimaan ilmiön laatua sekä ominaisuuksia niin kokonaisvaltaisesti kuin mahdollista. (Laadullinen tutkimus, n.d.) Laadullisen tutkimuksen tavoitteena on saada ymmärrettävä ja moniulotteinen kuvaus tutkittavasta ilmiöstä. Olenainen osa laadullista tutkimusta on suora kontakti tutkittavien kanssa. (Kananen 2010, 42).

Tutkimus toteutettiin kahdessa osassa, sillä aineistoksi haluttiin sekä henkilöstö- että asiakasnäkökulma. Asiakasnäkökulmaa tutkittiin sosiaalisessa mediassa toteutettavan ympäristövinkkilpailun avulla 8.-22.4.2016. Vinkkilpailun tavoitteena oli saada hotellin Facebook- sivuston seuraajilta kehitysideoita Paviljongin ympäristötyöhön. Vinkkilpailulla haluttiin myös selvittää minkälaisia asioita Paviljongin Facebook- seuraajat mieltävät osaksi hotellin ekologista toimintaa.

Henkilöstönäkökulmaa tutkittiin neljän muun Sokos Hotellin ympäristövastaavan teemahaastattelulla. Teemahaastattelulla tarkoitetaan haastattelun rajaamista tiettyjen teemojen sisälle. (Kananen. 2008. 74). Vaikka haastattelun kysymykset koskivat hotellien ympäristötyötä ja -viestintää, haluttiin haastateltaville antaa mahdollisimman paljon tilaa omille mielipiteille ja kokemuksille. Tavoitteena oli saada mahdollisimman kattava kuva hotellien ympäristötyöstä. Haastattelut toteutettiin lokakuun 2016 aikana. Puhelimitse tehdyt haastattelut äänitettiin ja tämän jälkeen litteroitiin, eli kirjoitettiin tekstimuotoon.

Puhelinhaastatteluiden vastausten analysoinnissa käytettiin Benchmarking- menetelmää, jotta saataisiin selville, miten muissa saman ketjun hotelleissa on kehitetty ympäristöystävällistä toimintaa ja miten siitä viestitään asiakkaille. Benchmarking eli vertaisarviointi on menetelmä, jolla tutkitaan kilpailevia yrityksiä ja sovelletaan niiden toimintatapoja oman yrityksen liiketoiminnan parantamiseksi. Vertailun päämääränä on löytää parhaat mahdolliset toimintatavat omalle yritykselle. (Boxwell 1994, 66-70.) Benchmarkingin tavoitteena oli hakea ideoita Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötyön kehittämiseen.

## **6.1 Ympäristövinkkilpailu sosiaalisessa mediassa**

Ympäristövinkkilpailu toteutettiin Paviljongin Facebook- sivustolla sertifikaatin vastaanottamisesta tiedottamisen yhteydessä. Mahdollisimman suuren näkyvyyden saavuttamiseksi kilpailu jaettiin myös Solo Sokos Hotel Paviljongin Instagram- tilillä, sekä Sokos Hotels -ketjun Facebook- sivustolla. Vinkkejä kerättiin 8.- 22.4.2016 välisenä aikana, eli yhteensä kahden viikon ajan. Kilpailusta kertovaan Facebook- päivitykseen haluttiin lisätä houkuttelevuutta jakamalla sen yhteydessä hyvä, aiheeseen sopiva

kuva. Juslénin mukaan kuva on eräs Facebook- mainoksen tärkeimmistä vaikutuskeinoista ja sillä voidaan lisätä huomattavasti päivityksen saamaa huomiota sekä klikkausten määrää (2013, 133).

Kilpailun tavoitteena oli ennen kaikkea tiedottaa sivuston seuraajia sertifikaatin vastaanottamisesta, sekä osallistaa hotellin asiakkaita ympäristötyöhön. Asiakkaiden osallistaminen näytteli kilpailussa tärkeää roolia, sillä ympäristöviestinnän olennainen osa on vuorovaikutus yrityksen sekä asiakkaan välillä (Joutsenvirta & Halme 2011, 259). Sivuston seuraajia houkuteltiin jakamaan hotellia koskevia ympäristövinkkejään tarjoamalla palkinnoksi ilmaista hotelliyötä Solo Sokos Hotel Paviljongissa. Hotelliyötä ei kuitenkaan saanut ainoastaan vinkkiä vastaan, vaan voittajaa pyydettiin myös täyttämään kyselylomake koskien Solo Paviljongin ympäristöviestintää. Lomakkeen kysymykset jätettiin tarkoituksellisesti hyvin avoimiksi, jotta voittaja kertoisi havainnoistaan mahdollisimman tarkasti ja kuvailevasti.



solopaviljonki  
Solo Sokos Hotel P... [Follow](#)

34 likes 22w

solopaviljonki Valitse ylpeästi ympäristöystävällinen hotelli! Solo Sokos Hotel Paviljonki on nyt osa maailmanlaajuista Green Key- ympäristöohjelmaa. Haluamme hotellimme arkipäivästä entistä ympäristöystävällisemmän ja toivomme teidän apuunne ympäristötyömme kehittämisessä. Kerro meille ympäristövinkki ja voita ilmainen hotelliyö meillä! Kilpailuun voi osallistua Solo Sokos Hotel Paviljongin Facebook- sivulla 22.4 asti. Kuva: Lina Markkanen.  
#greenkeyfinland #ympäristönpuolesta #hotellife #solopaviljonki #solosokoshotelpaviljonki #sokoshotel #jyväskylä  
gracieopulanza cool

Log in to like or comment.

KUVIO 9. Ympäristövinkkilpailu Facebookissa. (Solo Sokos Hotel Paviljongin Facebook- sivusto. 2016)

## **Yhteenveto vastauksista**

Kahden viikon aikana vastauksia saatiin yhteensä 22 kappaletta. Vastausten analyysissä käytettiin apuna teemoittelua. Vastauksista pyrittiin hahmottamaan toistuvat aihepiirit ja kokoamaan ne teemoiksi. Vastausten ryhmittelyn jälkeen teemoja tarkasteltiin yksityiskohtaisesti. (Teemoittelu n.d.). Vastausten kokoaminen teemoiksi auttoi muodostamaan vinkeistä yhtenäisen aineistokokonaisuuden.

Suurin osa vinkeistä, eli yhteensä kuusi vinkkiä koskivat Trattoria Aukion, sekä aamiaisravintolan valikoimaa. Trattorian Aukion A'la Carte- listalle toivottiin enemmän kasvisvaihtoehtoja ympäristöä kuormittavan lihan sijasta. Tämän lisäksi kausituotteita toivottiin listalle enemmän. Aamiaisbuffetin tarjonnassa luomu- ja lähituotteita on tarjolla melko kattavasti. Pysyvässä valikoimassa aamiaispöydästä löytyy muun muassa Juurikkasaaren saaristolaisleipää, Tiituspohjan palvareiden palvikinkkua sekä Yläporkkalan tilan raparperi-mansikkamehua. Kesäisin aamiaisella on saatavuuden mukaan tarjolla lähimetsästä poimittuja tai lähitalta toimitettuja marjoja.

Trattoria Aukion ravintolapäällikkö Päivi Kinnusen mukaan ruokalistat rakennetaan satokausia kunnioittaen ja lähiruokaa pyritään mahdollisuuksien mukaan järjestämään ruokalistalle. Lähituotteita etsitään jatkuvasti erilaisista ruokatapahtumista, jotta niitä saataisiin pysyviin valikoimiin, mutta ongelmaksi nousevat usein tuotteiden toimitusvaikeudet. (Kinnunen, 2016.) Lähituotteita tulee voida tilata sen verran suuria määriä, että niiden saatavuus voidaan taata ravintolan alati kasvaville asiakasvirroille. Monet lähituottajat myyvät tuotteensa ensisijaisesti ruokakauppoihin, eikä niitä näin ollen enää riitä toimitettavaksi ravintoloihin. (Kinnunen, 2016.) Kausilis-

toille lähituotteita on kuitenkin helpompi järjestää, sillä listat ovat voimassa vain kuu-  
kauden tai kaksi kerrallaan. Syksyllä 2016 Trattoria Aukion Menu Autunno- syyslis-  
talta löytyi keittiöhenkilökunnan itse poimimia metsäsieniä sekä puolukoita.



KUVIO 10. Lähiruokaa Trattoria Aukiassa. (Solopaviljonki. Instagram. 2016)

Muutama vastaus koski myös hävikin seurannan tehostamista Solo Sokos Hotel Paviljongin ravintoloissa. Trattoria Aukion keittiömestari Janne Virtasen mukaan hävikin seuranta on jatkuvasti suurennuslasin alla ja henkilökunnalla on selkeät toimintaohjeet ruokahävikin ehkäisemiseen. (Virtanen, 2016.) Kokit seuraavat ruoka-annoksia tehdessään annoskortteja jotka määräävät annosten koon tarkasti. Hotellin asukasmääriä tarkkaillaan ja ennustetaan jatkuvasti, jotta ravintolaan sekä aamiaiselle osataan tilata sopiva määrä raaka-aineita. Aamiaisella hävikki pysyy tehokkaasti kurissa asiakasmääriä seuraamalla; ruokaa laitetaan esille hotellin asukasmäärän mukaan. Vatikoot pidetään pieninä ja niitä täytetään tarvittaessa. Pyrkimys on aina se, että ruokia olisi esillä sellainen määrä mikä kulutetaan varmasti. Mikäli aamiaiselta jää

ruokaa tai raaka-aineita yli, pyritään ne hyödyntämään Trattoria Aukion lounaalla. (Virtanen, 2016.)

Suihkujen virtaamien pienennystä ehdotettiin kolmen osallistujan toimesta. Green Keyn vastaanottamisen myötä virtaamat säädettiin aikaisemmasta 12 litrasta minuutissa kriteerien mukaiseksi, eli kahdeksaan litraan minuutissa. Myös vesihanojen virtaama on säästeliäs kuusi litraa minuutissa. Eräessä vinkissä ehdotettiin, että huoneissa ei olisi kylpyammetta lainkaan. Suihku on kylpyammeeseen verrattuna huomattavasti ekologisempi vaihtoehto; ammeeseen kuluu vettä noin kolme kertaa enemmän kuin suihkuun. (Kalmari & Kelola 2016, 63). Noin puolessa Paviljongin huoneista on suihku ja puolessa kylpyamme. Vieraiden sisäänkirjautuessa hotelliin heiltä tiedustellaan, haluavatko he mieluiten ammeella vaiko suihkulla varustetun huoneen. Vaikka Paviljongissa pyritään toimimaan mahdollisimman ekologisesti, halutaan vieraille suoda Solo- palvelulupauksen mukaisesti mahdollisuus valita mieleisempi vaihtoehto.

Kaksi kilpailuun osallistunutta ehdottivat lajitteluroskakoreja huoneisiin. Sellaiset hotellilta jo löytyvätkin; biojätteelle, metallille sekä sekajätteelle löytyy omat lajitteluasiansa. Huoneista löytyy myös infokirje, jossa ohjeistetaan vieraita jättämään pullot, pahviroskat sekä aikakauslehdet kirjoituspöydälle, jotta kerroshoitajat saavat lajitella ne.

Hotellihuoneiden lämpötilojen laskemisen puolesta puhui kaksi kilpailuun osallistujaa. Paviljongissa majoituessaan vieraat pystyvät itse säätämään huoneen lämpötilan mieleisekseen. Vieraiden kirjautuessa hotellista ulos kerroshoitaja kytkee lämmityksen pois päältä, jotta sähköä ei kulu turhaan. Mikäli huoneita ei käytetä kahteen vuorokauteen, niiden lämpötila putoaa automaattisesti 18 asteeseen. Uudenlaisen



teknologian ansiosta vuonna 2012 rakennettu hotelli on näin ollen äärimmäisen energiatehokas.

Kaksi ehdotusta saatiin biohajoavien pakkausmateriaalien puolesta. Hotellilla on alusta lähtien ollut käytössä biohajoavat pakkausmateriaalit ja esimerkiksi take-away-pakkausten käyttöä pyritään välttämään. Biohajoavien pakkausmateriaalien käyttö on esillä myös Green Key- kriteeristöissä; "Jäte"- kategorian alla on seuraava pistekriteeri: "Mikäli kertakäyttöastioita käytetään, ne ovat biologisesti hajoavia."

Yksittäisiä ehdotuksia saatiin seuraavien asioiden puolesta: paperiset käsipyyhkeet pois yleisistä WC-tiloista, ympäristöystävälliset pesuaineet huonesiivouksessa sekä ovikyltti jossa pyydetään, että välisiivous jätetään tekemättä. Kaikki edellä mainitut vinkit ovat hotellilla jo käytössä. Huoneet siivotaan ympäristömerkityillä pesuaineilla. Tällä hetkellä käytössä olevilla pesuaineilla on Joutsenmerkki, joka täyttää Pohjoismaiset ympäristöstandardit. Siivoojat tietävät jättää huoneen välisiivouksen tekemättä, mikäli vieras jättää ovenkahvaan "uneksin tai olen unessa"- pahvikyltin. Kyseinen kyltti löytyy jokaisesta hotellihuoneesta, joten kaikilla vierailta on halutessaan mahdollisuus osallistua ympäristötalkoisiin tällä pienellä teolla. Green Key- sertifioinnin myötä hotellin aulan sekä Trattoria Aukion yleisissä WC- tiloissa siirryttiin paperisten käsipyyhkeiden sijasta ekologiseen, pestävään rullapyyhkeeseen.

Voittajavinkki valittiin sen omalaatuisuuden sekä innovatiivisuuden perusteella. Kilpailun voittaja ehdotti, että aamiaisen sekä Trattoria Aukion hävikkiruokaa myytäisiin eteenpäin ResQ- palvelun avulla. ResQ on täysin uudenlainen palvelu, joka tukee kestävän kehityksen periaatteita myymällä ravintoloiden edullisesti kuluttajille. Palveluun kuuluu mobiilisovellus joka ilmoittaa mistä ja mihin hintaan hävikkiruokaa on milloinkin noudettavissa. (Sydänmaanlakka, 2016). Vinkin toteuttamista pohdittiin ravintolapäällikö Päivi Kinnusen kanssa, mutta lopulta tultiin siihen lopputulokseen,

että ravintolan hävikki on niin minimaalista, että yhteistyöhön ei ole kannattavaa ryhtyä. Vaikka vinkkiä ei otettu käyttöön, herätti se hotellin henkilökunnassa niin paljon innostusta ja mielenkiintoa, että se päätettiin valita voittajaksi.

Yhteenvetona voidaan todeta, että valtaosa jaetuista ympäristövinkeistä olivat jo toteutuneet Solo Sokos Hotel Paviljongin toiminnassa. Lisäksi mainittakoon, että toteuttamatta jääneet vinkit ovat kuitenkin olleet hotellin johdon sekä allekirjoittaneen harkinnassa, tai vastaavasti ovat tällä hetkellä suunnitteluasteella. Vastauksista voidaan päätellä, että Paviljongin ympäristötyö on vieraiden näkökulmasta hyvällä tasolla. On positiivista, että asiakkaat näkevät hotellilla jo entuudestaan tehdyn ympäristötyön tärkeänä.

Kaikkiin vinkikommentteihin vastattiin Facebookissa opinnäytetyön kirjoittajan tai Paviljongin toisen sosiaalisen median vastaavan, Katri Pennasen toimesta. Vastajille haluttiin kertoa, että vinkki on jo hotellilla toimintatapa. Mikäli vinkki sen sijaan ei jostain syystä ollut toteuttamiskelpoinen, myös siitä kerrottiin.

## **6.2 Tutkimuslomake vinkkilpailun voittajalle**

Vinkkilpailun voittaja sai palkinnoksi yhden yön majoituksen Solo Sokos Hotel paviljongissa. Voittaja oli vinkkinsä perusteella hyvin ekologisesti orientoitunut, joten häneltä haluttiin laajempaa näkemystä Paviljongin ympäristötyön tasosta. Voittajan saapuessa hotellille, vietiin tutkimuslomake hänen huoneeseensa odottamaan. Lomakkeen kysymysten tavoitteena oli saada ideoita ja kehitysehdotuksia hotellin ympäristötyöhön asiakkaan näkökulmasta. Lomakkeessa kysyttiin seuraavat kysymykset:

1. Kuka olet? Kuvaile lyhyesti luonnettasi ja mielenkiinnon kohteitasi.
2. Millä tavalla vastuullisuus tuli ilmi henkilökunnan käytöksestä? Vai tuliko lainkaan?
3. Miten ympäristövastuu näkyi ja tuntui huoneessasi?
4. Kuvaile tunnelmiasi aamiaisen aikana. Millä tavoin vastuullisuus näkyi aamiaissellamme?
5. Pyydämme sinua tutustumaan Solo Sokos Hotel Paviljonkiin sosiaalisessa mediassa. Millä tavoin ympäristövastuu näkyy esimerkiksi Instagram- ja Facebook- sivustoillamme?
6. Sana on vapaa, kerro meille vapaasti kokemuksistasi. Kuinka voisimme kehittää ympäristötyötämme?

Laadullisessa tutkimuksessa tärkeintä on ilmiön laadun ja luonteen ymmärtäminen. (Laadullinen tutkimus n.d.) Näin ollen lomakkeen kysymykset jätettiin tarkoituksella hyvin avoimiksi, jotta vastaaja kuvailisi kokemaansa mahdollisimman laajasti. Lomakkeella haluttiin tutkia, miten vastaaja kokee Paviljongin ympäristöystävällisyyden hotellin eri osastoilla.

50- vuotiaaksi perheenäidiksi itseään kuvaileva vastaaja kertoo henkilökunnan huolehtivan hyvin vieraista, mutta vastuullisuus ei tullut palvelussa esille. Lomakkeen seuraava kysymys käsitteli asiakkaan ympäristövastuun kokemista hotellihuoneessa. Vastaaja piti LED- valaisimia, sekä käytävien liiketunnistimella toimivia valoja positiivisena asiana. Hän huomioi myös lajittelurosikikset sekä WC- pöntön pienen ja ison huuhtelupainikkeen.

Aamiaisella vastaaja kiinnitti huomiota lähituottajien runsaaseen tarjontaan. Hän mainitsi hyvänä asiana myös sen, että aamupalapöytään tuodaan kerralla vain vähän

tuotteita. Vastaaja kommentoi, että on ekologista täyttää pöytää tarpeen mukaan sen sijaan että kaikki tuodaan kerralla esille.

Vastaajaa pyydettiin tutustumaan Solo Sokos Hotel Paviljonkiin sosiaalisessa mediassa ja kommentoimaan hotellin ympäristöviestintää. Hän nosti esille tyynyjen ja peittojen hyväntekeväisyyteen lahjoittamista koskevan Instagram-päivityksen (KUVIO 5). Hän piti positiivisena asiana myös hotellin lainapyörien mainostamista.

Vastaajalta pyydettiin kehitysehdotuksia hotellin ympäristötyöhön liittyen. Hän kehotti mainostamaan sosiaalisessa mediassa enemmän Jyväskylän luonto- ja ulkoilukohteita. Esimerkkinä mainittiin Rantaraitti, Survo- Korpela sekä Kuokkalan kartano.



KUVIO 11. Vinkkikisan voittajan julkistaminen. (Solo Sokos Hotel Paviljongin Facebook- sivusto 2016)

### 6.3 Haastattelututkimus

Haastattelututkimus toteutettiin puhelimitse ja sen muotona oli teemahaastattelu. Teemahaastattelulla tutkija pyrkii ymmärtämään tutkimuksen kohdeilmiöstä teemojen avulla. (Kananen 2008, 74). Haastattelut teemat liittyivät hotellien Green Key-ympäristösertifikaatin tuomiin uusiin toimintatapoihin ja ympäristöviestinnän keinoihin ja kanaviin.

Haastattelun muodoksi valittiin yksilöhaastattelu, jotta vastaajat kertoisivat oman kokemuksena mahdollisimman totuudenmukaisesti, ilman ryhmän ohjailua. (Kananen 2008, 74). Tutkittavaksi valittiin eri Sokos Hotels -ketjun hotelleissa työskenteleviä henkilöitä, jotka ovat oman toimipisteensä ympäristövastaavia. Tutkittavat valittiin vahvan tietämyksensä perusteella. Vastausten analysoinnissa käytettiin apuna Benchmarking- menetelmää.

**Benchmarking** käsitteenä tarkoittaa vertaisarviointia. Arviointi toteutuu usein markkinoilla hieman heikommin menestyvän yrityksen toimesta ja se kohdistuu menestyvämpään yritykseen. Vertailua toteutetaan, jotta ymmärrettäisiin oman yrityksen taso kilpaileviin yrityksiin nähden. (Boxwell 1994, 66). Toimintatapa on yleinen etenkin liiketoiminnassa, sen perimmäisenä tarkoituksena on etsiä parempia toimintamalleja ja kehittää tuotetta paremmaksi. (Patterson, Keppler, Mapson 1995). Benchmarkingilla ei ole tarkoitus kopioida toisia yrityksiä, vaan soveltaa niiden toimintamalleja oman liiketoiminnan kehittämiseksi.

Boxwellin (1994) mukaan benchmarking- prosessi tulee aloittaa omien tavoitteiden asettamisesta ja siitä, että määritellään mitä osa-aluetta toiminnassa halutaan parantaa. Tutkittavia mittareita voivat olla esimerkiksi asiakastytyväisyys, brändin

maine tai taloudellinen suoriutuminen. Benchmarkingilla ei tavoitella mullistavia muutoksia, vaan toiminnan kehittämistä askel kerrallaan. Benchmarkingin tärkein kysymys on ”miten?”; miten kilpailevat yritykset ovat tuottaneet voittoa? Miten kilpailevat yritykset ovat ratkaisseet jonkin ongelman? (Boxwell 1994, 16). Benchmarkingmenetelmällä pyritään jatkuvaan kehittämiseen ja oppimiseen. Benchmarking on oiva etenkin Green Key -sertifikaattiin liittyen, sillä sen tarkoituksena on tehdä tavoitteellista ympäristötyötä, jota kehitetään ja uudistetaan vuodesta toiseen.

### **Tulosten luotettavuus**

Tutkimusta tehdessä on sen laatua pidettävä silmällä koko prosessin ajan. Tutkimuksen luotettavuudessa käytettäviä termejä ovat validiteetti ja reabiliateetti. Validiteetilla tarkoitetaan oikeiden asioiden tutkimista. Eli tämän opinnäytetyön kohdalla ympäristötyön kehittämistä Solo Sokos Hotel Paviljongissa. Tutkimuksen pätevyys mitataan sen validiudella. Reabiliateetilla sen sijaan tarkoitetaan laadullisen tutkimuksen kohdalla tulosten toistettavuutta. Teemahaastattelun luotettavuuteen voidaan tehdä parannuksia selkeällä haastattelurungolla. Myös tekniikan, eli tässä tapauksessa nauhoitusvälineistön toimivuus on tärkeää. (Kananen 2008, 120-124).

Laadullisessa tutkimuksessa reabiliateetin ja validiteetin lisäksi objektiivisuus on ensiarvoisen tärkeää. Tieteellisen tutkimuksen tulee olla objektiivista. Eskolan & Suorannan (1998, 210-212.) mukaan suurin luotettavuuden kriteeri tutkimuksessa on tutkija itse. Kvalitatiiviset tutkimukset sisältävät usein paljon tutkijan omaa pohdintaa. Tutkijan ennakkoluulot tai uskomukset asiaa kohtaan eivät kuitenkaan saa vaikuttaa tutkimustulokseen. (Kananen 2008, 121.)

Teemahaastattelututkimuksen kulku kerrottiin opinnäytetyössä vaihe vaiheelta. Tutkimusmenetelmän valinta sekä tapa kerätä tietoa ja analysoida aineistoa on selitetty ja perusteltu tarkasti. Tutkimusta tehdessä opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin saatiin vastaukset, joten voidaan sanoa, että tutkittavat asiat olivat oikeita. Tutkimuksen luotettavuutta lisäsi haastateltavien rooli ympäristövastaavina, sillä heillä on yrityksensä täsmällisin ja ajankohtaisin tieto tutkittavasta aiheesta. Vaikka vastaajien määrä oli pieni (4), olivat vastaukset todella monipuolisia ja tutkimuksen kannalta arvokasta tietoa.

Ympäristövinkkilpailulla haluttiin tuoda tutkimukseen myös asiakkaiden näkökulmaa Paviljongin ympäristötyön kehittämiseen. Tutkimuksen validiteetti voidaan todeta sillä, että valtaosa vastaajien ehdottamista toimenpiteistä oli jo entuudestaan hotellilla käytössä. Tutkimuksen luotettavuutta lisäsi myös vastaajien kiinnostus aiheetta, eli Solo Sokos Hotel Paviljonkia kohtaan. Kaikki vastaajat olivat Paviljongin Facebook-sivuston seuraajia.

### **Haastattelukysymykset**

Vertailtavilla hotelleilla on hallussaan Green Key -ympäristösertifikaatti ja ne ovat toteuttaneet ympäristötyötään menestyksekkäästi. Vertailun kohteiksi valikoituivat Sokos Hotels -ketjuun kuuluvat hotellit, sillä tutkimuksella haettiin konkreettisia ja toteuttamiskelpoisia kehitysehdotuksia Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötyöhön. Muutosten toteuttaminen on helpompaa, jos vertailtavat kohteet kuuluvat samaan ketjuun ja niillä on samat ketjua koskevat määräykset. Tutkimus toteutettiin seuraavilla kysymyksillä:

- Miten henkilökuntanne on omaksunut ympäristöystävällisen ajattelutavan?
  - Millä keinoilla olette saaneet heidät osallistumaan ympäristötyöhön?
- Millaista on ympäristöviestintänne?
  - Mitä viestintäkanavia käytätte?
- Miten vieraanne suhtautuvat ympäristötyöhönne?
  - Millaista palautetta olette saaneet?
- Millä keinoin annatte vierailenne mahdollisuuden majoittua ympäristöystävällisemmin?
- Millä keinoin olette pyrkineet vähentämään ympäristörasitusta hotellin eri osastoilla?
- Mitä uusia toimintatapoja Green Key on tuonut hotelliinne?

Kysymyksillä haluttiin selvittää millä konkreettisilla keinoilla ympäristötyötä toteutetaan ja miten niistä viestitään asiakkaille. Teemahaastattelut toteutettiin puhelimitse loka-kuun 2016 aikana. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin, eli kirjoitettiin puhtaaksi tekstimuotoon. Haastateltavat työskentelevät toimipisteissään eri tehtävissä, mutta jokainen heistä on nimetty Green Key- ympäristövastaavaksi.

### **Original Sokos Hotel Presidentti**

Kampissa, aivan Helsingin ydinkeskustassa sijaitseva Original Sokos Hotel Presidentti toteuttaa Green Key- ympäristötyötään ympäristökasvatuksen ja erilaisten tapahtumien kautta. Hotellissa on 494 huonetta, espanjalaisia makuja tarjoava ravintola Sevilla, Pub Adjutantti sekä Pressa- yökerho. Kokoustiloja Presidentistä löytyy 15 kappaletta. (Original Sokos Hotel Presidentti, n.d.) Vastaanoton palvelupäällikkö Malin Lindfors kertoi hotellin ympäristötyöstä.



Lindforsin mukaan hotellin henkilökunta on omaksunut ympäristöystävälliset toimittavat vaihtelevasti. Vastaanotossa työntekijät ovat innostuneita ympäristötyöstä ja toteuttavat sitä oma-aloitteisesti. He kierrättävät tunnollisesti ja säästävät paperia parhaansa mukaan. Lindfors työskentelee itse vastaanotossa, joten siitä syystä hän pääsee helposti puuttumaan epäkohtiin ja valvomaan ympäristökriteerien toteutusta. Vastaanoton henkilökunta neuvoo vieraita Helsingin kaupunkipyörien ja julkisen liikenteen käytössä. Lapsivieraille jaetaan Onni Oravan ympäristöpassit, Lindfors kertoo. Ravintolan kiireisessä arjessa sen sijaan kierrätys ja säästäväisyys pääsevät helposti unohtumaan. Lindforsin mukaan lajittelua on kuitenkin tehostettu kaikilla osastoilla; korkit kerätään Pub Adjutantissa tuoppiin ja viedään päivän päätteeksi metallinkeräykseen. Ravintola Sevillan on Green Keyn myötä hankittu biojätteroski myös salin ja baarin puolelle. Hotellin henkilökunnan yhteinen kierrätyskoulutus on Lindforsin mukaan suunnitteilla.

Ympäristötyöstä viestitään Presidentin vieraille monin tavoin. Hotellin TV- infot ohjeistavat vieraita erilaisilla ekologiseen majoittumiseen liittyvillä vinkeillä, hotellihuoneissa sen sijaan vieraille on kierrätysohjeet. Eräs näkyvä ympäristöviestinnän keino on vastaanotossa jaettavat luomukauppa Ruohonjuuren alennuskuponit. Erilaisista ympäristöön liittyvistä teemapäivistä ja tapahtumista viestitään muun muassa Facebookin ja Instagramin kautta. Esimerkiksi 1. lokakuuta järjestettävä kasvisruokapäivä on tapahtuma, josta viestitään näkyvästi. Lindfors kertoo, että vuonna 2016 kasvisruokapäivänä ravintola Sevillassa oli tarjolla erillinen kasvisruokamenu, joka oli mahdollista saada myös täysin vegaanisena.

Kasvisruokapäivän lisäksi Presidentissä toteutetaan ympäristötyötä myös monenlaisen muiden tapahtumien muodossa. Hotelli osallistuu ahkerasti erilaisiin hyväntekeväisyystempauksiin, ja on Lindforsin mukaan yhteistyössä muun muassa vanhusten syrjäytymistä ja yksinäisyyttä vastaan taistelevan HelsinkiMissio ry:n kanssa. Näin ol-

len Presidentissä työskennellään ahkerasti niin sosiaalisen vastuun kuin ympäristö- vastuun eteen. Lindfors kertoo hotellin tiloissa vuosittain järjestettävästä "Pressan syyskirppis"- tapahtumasta, johon Presidentin henkilökunnan lisäksi kaikki ovat tervetulleita osallistumaan. Tapahtuman tuotot lahjoitetaan HelsinkiMissiolle, ja tulevaisuudessa tapahtumasta pyritään tiedottamaan entistä näkyvämmiin, jotta osallistujia saataisiin lisää.

Lindfors kertoo Presidentin ympäristötyön kärkiteeman olevan ympäristökasvatus. Esimerkkinä Lindfors mainitsee Helsingissä sijaitsevan Vihreä Lippu- päiväkodin lapsille järjestetyn retken. Lapset pääsivät tutustumaan hotelliä vastapäätä sijaitsevaan Luonnontieteelliseen museoon Presidentin kustantamana. Museokierroksen jälkeen vuorossa oli hotelliin tutustumista, sekä lounas hotellin ravintolassa. Lapset olivat Lindforsin mukaan todella innostuneita retkestä, ja uusi retki on jo suunnitteilla talvella 2016.

Lindforsin mukaan Green Key on tuonut hotellille mukanaan runsaasti uusia, ekologisia toimintatapoja. Muoviset, ladattavat lahjakortit päätyvät nykyään sekajäteastian sijaan yritykselle nimeltä Korttilinna Oy. Lindfors kertoo, että Korttilinna Oy kierrättää kortit valmistaen niistä esimerkiksi kitaran plektroja. Lindfors mainitsee myös, että vastaanoton kahvilassa on luovuttu lähes täysin kertakäyttökahvikupeista ja siirrytty posliinimukeihin.

Vaikka Presidentin tavoin monet Sokos hotellit ovat omistautuneita ekologisuudelle, on vaikutus Lindforsin mukaan koko ketjun tasolla pieni, sillä yksittäiset hotellit eivät voi vaikuttaa koko ketjua koskeviin määräyksiin. Esimerkkinä Lindfors käyttää Original- hotellien huoneissa olevia, yksittäisiin muovipakkauksiin pakattuja Dermalin- kosmetiikkatuotteita, jotka ketjun määräysten mukaan tulee olla joka huoneissa.

Myös monet muut hotelleilla jaettavat ilmaistuotteet, kuten Sokos Hotels- mainosky-  
nät, sekä lapsivieraille annettavat Onni Orava- tuotteet ovat muovisia, ja näin ollen  
äärimmäisen epäekologisia. Lindfors toivookin tulevaisuudessa Sokos Hotels- ket-  
juohjauksen asettavan ympäristötietoisuuden korkeammalle tärkeysjärjestyksessään.

### **Solo Sokos Hotel Lahden Seurahuone**

Pitkän ja vaiherikkaan historian omaava Solo Sokos Hotel Lahden Seurahuone avat-  
tiin vuonna 1910. Monien omistajanvaihdosten jälkeen hotelli lopulta siirtyi nykyi-  
selle paikalleen vuonna 1932. Osuuskauppa Hämeenmaan omistukseen Seurahuone  
siirtyi vuonna 2011. (Historia, n.d.) Seurahuoneelta löytyy kaksi ravintolaa: Trattoria  
Seurahuone sekä Bar & Bistro Seurahuone. Huoneita hotellissa on 147 kappaletta.  
Hotellin ympäristövastaavana toimii Revenue Manager Ilkka Vahtera, jota haastatel-  
tiin Green Keyn tuomista muutoksista.

Vahteran mukaan henkilökunnan ympäristöystävällinen ajattelutapa oli jo ennen ser-  
tifiointia hyvällä tasolla, mutta Green Keyn myötä se vahvistui entisestään. Vuonna  
2013 Seurahuone koki historiansa suurimman uudistuksen Sokos Hotelsin brändilän-  
seerauksen myötä. Hotellin liittyessä Solo by Sokos Hotels- brändin alaisuuteen, re-  
montoitiin sen tilat täysin uuteen uskoon. Ilkka Vahtera kertoo haastattelussa, ettei  
Green keyn eteen enää uudistuksen jälkeen tarvinnut tehdä suuria parannuksia. Ai-  
noastaan suihkujen virtaamat jouduttiin säätämään kriteerien mukaiseksi. Solo Sokos  
Hotel Lahden Seurahuone vastaanotti Solo Sokos Hotel Paviljongin tavoin sertifikaat-  
in huhtikuussa 2016.

Vahteran mukaan henkilökunnan osallistaminen ympäristötyöhön on ollut helppoa.  
Jokainen osasto on sitoutunut ympäristötyöhön ja kaikilla on selkeät toimintamallit.

Henkilökuntaa on koulutettu esimies- ja osastopalavereissa. Ekologisuuteen panostetaan Seurahuoneella paitsi henkilökunnan toiminnalla, myös energiatehokkailla teknologisilla ratkaisuilla. Hotellilla on käytössä liiketunnistimet, ja osa sähköstä tuotetaan katolle asennetuilla aurinkopaneeleilla. Vahtera kertoo, että noin 10-12% hotellin käyttövedestä lämmitetään itse tuotetulla sähköllä. Tällä hetkellä Vahtera tutkii mahdollisuutta viemäriämmön talteen ottoon. Tällä tarkoitetaan jätevedestä tuotettua lämpöenergiaa. Menetelmä on äärimmäisen energiatehokas ja ympäristöystävällinen.

Seurahuoneen ympäristöviestintää voi havaita aulassa olevista Green Key -mainoksista sekä erilaisista ohjetauluista. Erilaisista teemapäivistä ja -viikoista, kuten esimerkiksi haastattelun aikana meneillään olevasta Energiansäästöviikosta viestitään hissi-televisioiden kautta. Ympäristöviestinnästä sosiaalisen median kautta Vahtera ei osannut sanoa tarkasti, sillä hän ei itse ylläpidä hotellin sosiaalisen median kanavia.

Aamiaisella tarjottavat luomu- ja lähiruuat ovat saaneet vierailta kiitosta, mutta muuten hotellin ympäristötyöstä ei Vahteran mukaan ole juurikaan tullut palautetta. Hotellilla olevia lainapyöriä käytetään ahkerasti, ja vastaanotossa neuvotaan vieraita julkisen liikenteen käytössä.

### **Original Sokos Hotel Ilves**

Tammerkosken varrella sijaitseva Original Sokos Hotel Ilves vietti 30- vuotisjuhliaan maaliskuussa 2016. (Original Sokos Hotel Ilves 30 vuotta! 2016.) 19- kerroksisessa hotellissa on 336 huonetta, viisi erilaista ravintolaa sekä sauna- ja uima-allasosasto. (Original Sokos Hotel Ilves, n.d.). Haastattelin Ilveksen Green Key- ympäristövastaava Markku Silvennoista, joka toimii hotellin palvelupäällikkönä. Haastattelusta ilmeni,

että korkeasta majoituskapasiteetista huolimatta hotelli on arkipäiväisissä toiminnoissaan äärimmäisen ekologinen.

Monien muiden Sokos Hotellien tavoin Original Sokos Hotel Ilves vastaanotti Green key- sertifikaattinsa vuoden 2015 aikana. Silvennoisen mukaan hotellin henkilökunta on omaksunut ympäristöystävällisen ajattelutavan erinomaisesti ja oma- aloitteisesti. Mikäli jostain esimerkiksi kierrätykseen liittyvästä asiasta ei olla varmoja, otetaan siitä selvää, jotta jatkossa osataan toimia oikein. Silvennoinen kertoi huolellisuuden lisääntyneen Green Keyn myötä, kierrätys ja lajittelu halutaan tehdä oikein. Huolellinen kierrättäminen on tuottanut tulosta, Silvennoisen hotelli on saanut tehokkaasti vähennettyä kaatopaikalle menevän jätekuormansa määrää. Vuonna 2015 jätemäärä oli viisi tonnia, vuonna 2016 sen sijaan noin 1,3 tonnia ja vuonna 2017 määrä pyritään saamaan nolnaan. Silvennoisen mukaan myös kopiopaperin kulutus on vähentynyt Green Keyn myötä huomattavasti. Turhaa tulostamista vältetään ja kansiointi on suurimmissa määrin sähköistä.

Original Sokos Hotel Ilves panostaa vieraille näkyvään ympäristöviestintään. Markku Silvennoinen kertoo hotellin olevan aktiivinen sosiaalisessa mediassa, jossa myös ympäristöasiat ovat hyvin esillä. Hän kertoi esimerkiksi juuri ennen haastattelua olleen Kasvisruokapäivän, jonka kunniaksi hotellin jokaisella ravintolalla oli oma kasvisruoka-annos. Annoksista tehtiin päivitykset hotellin Instagram- ja Facebook- tileille. Verkossa tapahtuvan viestinnän lisäksi ympäristöviestintää löytyy erilaisten taulujen ja hissitelevisioiden inforuutujen muodossa. Esimerkiksi Ilveksen aamiaissalissa on kyltti joka ohjeistaa vieraita ottamaan ruokaa vain sen verran kuin jaksavat. Tällä pyritään ehkäisemään aamiaisella syntyvää hävikkiä.

Silvennoinen kertoi, että Ilveksessä on punnittu, kuinka paljon keskimäärin vapaa-ajan matkustaja ja liikematkustaja tuottavat hävikkiä hotellin aamiaisella. Ero on huomattava. Vuonna 2015 kesällä tehdyn mittauksen mukaan liikematkustaja jättää lautaselleen keskimäärin viisi grammaa. Vapaa-ajan matkustaja sen sijaan 30-40 grammaa. Silvennoinen muistuttaa, että vaikka määrä kuulostaa pieneltä, tulee ottaa huomioon vieraiden määrä. Hävikki konkretisoituu, kun se kerrotaan tuhansilla.

Kun kysyin haastateltavalta asiakkaiden suhtautumisesta ympäristötyöhön, vastaus oli suorasukainen: suomalaista matkailijaa ei voisi vähempää kiinnostaa. Ulkomaalaiset matkailijat sen sijaan esittävät enemmän kiinnostusta. Silvennoisen mukaan Green Key on tuonut heille lisää ulkomaalaisia yöpyjiä. Palautetta ympäristötyöstä on tullut ainoastaan suihkun virtaamiin liittyen. Sertifioinnin yhteydessä Ilveksen suihkuihin vaihdettiin suuttimet jotka rajoittavat veden virtaamaa pienentäen veden kulutusta. Osa vieraista olivat tähän tyytymättömiä, sillä heidän mielestään suihku oli liian heikko. Negatiivisten palautteiden vuoksi Ilveksessä siirryttiin uudentyyppisiin suihkusuuttimiin, joissa virtaama on Green Key- kriteerien mukainen, mutta tuntuu yhtä runsaalta kuin tavallinen suihku. Kyseisissä suuttimissa käytetään uutta teknologiaa, jossa suihkupäästä virtaa yhtä litraa vettä kohden kolme litraa ilmaa. Näin suihku saadaan tuntumaan runsaammalta.

### **Radisson Blu Aleksanteri Hotel**

Radisson Blu Aleksanteri Hotel avasi ovensa maaliskuussa 2016. Boutique- tyyppinen hotelli tunnettiin aikaisemmin nimellä Solo Sokos Hotel Aleksanteri. Hotelli vastaanotti Green Key- sertifikaattinsa ensimmäisten Sokos Hotellien joukossa vuonna 2013. Ennen Green Key- sertifikaattia hotelli toteutti ympäristötyötään Pohjoismaisen Joutsenmerkin kriteerien mukaisesti. (Kilpiä-Koivisto, 2016) Radisson Blu Aleksanterin ympäristövastaavana toimii Annika Kilpiä-Koivisto, jota haastattelin hotellin ympäristövastavuudesta.

Kilpiä- Koivisto kertoo, että ympäristöystävällinen ajattelutapa on Joutsenmerkin ansiosta henkilökunnalla jo itsestään selvä osa jokapäiväistä elämää. Lajittelu ja kierrätys olivat työntekijöille jo etukäteen tuttuja asioita, ja uudet työntekijät perehdytetään joka osastolla huolellisesti ekologisiin toimintatapoihin. Green Key ja Joutsenmerkki ovat kriteeristöltään tiukkoja, mutta Kilpiä-Koiviston mukaan merkien välillä on huomattavan suuri ero. Green Key- sertifikaatissa tärkeää roolia näyttelee ympäristökasvatus ja asiakkaiden osallistaminen ympäristötyöhön. Vaikka Joutsenmerkki toi mukanaan paljon velvollisuuksia, ei merkkiin sisälly asiakkaisiin kohdistuvaa ympäristöviestintää. Kilpiä- Koiviston mukaan ympäristöviestintään käytetään lähinnä Green Keytä ja ketjulta saatavaa valmista materiaalia. Esimerkkinä Radisson Blu- hotellien kylpyhuoneissa olevat 'Just a Drop'- infokyltit, joissa ohjeistetaan vieraita säästämään vettä käyttämällä samaa pyyhettä useamman kerran. Käytännöstä tulee Kilpiä-Koiviston mukaan ajoittain negatiivista palautetta, sillä kaikki vanhemman polven matkailijat eivät ymmärrä miksi Suomessa tulisi säästää vettä. Kilpiä-Koivisto kuitenkin korostaa, että kyse on vain yksittäisistä tapauksista. Sosiaalisessa mediassa viestitään erilaisista vastuullisuuskampanjoista ja -teemapäivistä, Kilpiä-Koivisto kertoo.

Vastuullinen liiketoiminta on tärkeä osa Radisson Blu -ketjun arvoja. Kilpiä-Koivisto kertoo, että syyskuu on Radissonin virallinen vastuullisen liiketoiminnan kuukausi. Syyskuussa 2016 Radisson Blu Aleksanteri teki Original Sokos Hotel Presidentin tavoin yhteistyötä vanhusten syrjäytymistä ehkäisevän HelsinkiMission kanssa. Vieraat saivat osallistua hyväntekeväisyystyöhön ostamalla hotellin vastaanotosta Ristomatti Ratian suunnittelemaa paperiruuksia, joiden tuotot lahjoitettiin HelsinkiMissiolle. Hyväntekeväisyystyön lisäksi eräs Radisson Blu -ketjun vastuullisuustyön kärkiteemoista on vedensäästö. Ketjun hotellien Water Light Super Breakfast -aamiainen on paitsi monipuolinen ja herkullinen, myös vastuullinen ja ekologinen. Aamiaisbuffetissa panostetaan määrän sijaan laatuun, ja näin vähennetään ruokahävikkiä. Tarjolla on

kausi- ja lähituotteita, ja maito- sekä kananmunatuotteiden käyttöä on vähennetty, jotta hiilijalanjälki olisi pienempi. (Blu Planet, n.d.)

Aleksanterin huoneissa ei ole lajitteluroskakoreja, Kilpiä-Koivisto harmittelee. Huoneissa on infokirje, jossa vieraita kehoitetaan jättämään pullot, pahvit ja metallit pöydälle, jotta kerroshoitajat voisivat lajitella ne. Kaikki vieraat eivät kuitenkaan lue infokirjettä ja ratkaisu on useamman yön viipyvien vieraiden kannalta hankala. Lajitteluroskisten puute on tiedostettu ongelma, johon pyritään aktiivisesti etsimään ratkaisua. Kerroshoitajia ei haluta altistaa roskeen koskemiselle, tästä syystä lajitteluroskakoreja ei ole, Kilpiä-Koivisto toteaa. Huoneissa on asiakkaille kierrätysohjeet, jossa heitä kehoitetaan jättämään pullot, metallit ja pahvit kirjoituspöydälle, jotta kerroshoitajat voivat lajitella ne. Kilpiä-Koivisto kertoo Helsingin Radisson Blu Seaside:ssä kokeiltavan käytäntöä, jossa huoneiden roskakoreissa ei ole lainkaan muovipussia. Menetelmällä halutaan säästää muovia ja Kilpiä-Koivisto ennustaa käytännön leviävän muihinkin Radisson Blu -hotelleihin.

## 6.4 Yhteenveto ja kehitysehdotukset

Jokaisella haastateltavalla hotellilla oli täysin erilaiset kärkiteemat ympäristötyön suhteen, joten vastauksia oli haasteellista jaotella toistuviin teemoihin. Original Sokos Hotel Presidentissä on keskitytty vahvasti ympäristöviestintään erilaisten tapahtumien ja hyväntekeväisyyden kautta. Original Sokos Hotel Ilveksessä sen sijaan on panostettu suuresti kierrätykseen ja lajitteluun. Solo Sokos Lahden Seurahuoneella energiatehokkuus ja modernit keinot energiansäästämiseksi, kuten aurinkopaneelit



sekä liiketunnistimilla toimivat valaisimet ovat tekijöitä, jotka erottavat Seurahuoneen monista muista Sokos Hotelleista. Radisson Blu Hotel Aleksanteri on koko Radisson Blu -ketjun tavoin keskittynyt vedensäästämiseen ja siitä viestimiseen.

Teemahaastattelun vastausten sekä ympäristövinkkilpailun vastausten perusteella laadittiin Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötavoitteet vuodelle 2017:

1. Jätteiden lajittelun helpottaminen kerroshoitajille ja baarin työntekijöille.
2. Kaatopaikalle päätyvän jätteen määrän vähentäminen 30% vuoden 2017 loppuun mennessä.
3. Muovisten lahjakorttien kierrätys.
4. Uusiutuvan energian vaihtoehtojen kartoittaminen.
5. Green Key- infot TV- järjestelmään.
6. Muovipussiton tapa kerätä löytötavarat.

Oli positiivista huomata miten saman ketjun sisällä voi havaita täysin erilaisia toimintatapoja. Persoonallinen lähestymistapa ympäristötyöhön on riippuvainen monesta seikasta, kuten hotellin iästä ja sijainnista. Esimerkiksi Solo Sokos Hotel Lahden Seurahuoneelle toteutettiin vuonna 2013 hotellin historian suurin uudistus. Remontin yhteydessä vanhaan taloon asennettiin uutta teknologiaa, kuten aurinkopaneelit sekä liiketunnistimilla varustetut valaisimet. Original Sokos Hotel Ilves sen sijaan hyötyy sijainnistaan Tammerkosken varrella. Hotelli viilentää tilojaan kesäisin tehokkaasti hyödyntämällä Tammerkoskessa virtaavaa kylmää vettä. (Sokos Hotelli Ilveseen ”koskikylmää” 2009.)

Vuonna 2012 avattu Solo Sokos Hotel Paviljonki hyödyntää toiminnoissaan energiatehokkaita ratkaisuja; lähes kaikki hotellin yleisissä tiloissa sijaitsevat valaisimet toimivat liiketunnistimilla ja huoneiden lämpötila putoaa automaattisesti, mikäli ne eivät ole käytössä. Hotelli ei kuitenkaan itsessään tuota energiaa. Solo Sokos Hotel Lahden

Seurahuone sekä Original Sokos Hotel Ilves tuottavat osan energiastaan itse aurinko- sekä vesienenergialla. Uusiutuvan, itse tuotetun energian käytöllä voidaan pienentää hiilijalanjälkeä ja säästää huomattavia summia sähkö- ja lämmityskustannuksissa. Vaikka esimerkiksi aurinkopaneelien asennuskustannukset ovat suuret, maksavat ne itsensä nopeasti takaisin tuottamallaan energialla. (Tahkokorpi, 2016). Solo Sokos Hotel Paviljongin katolla on runsaasti tilaa, joka voisi olla hyödynnettävissä aurinkopaneelien asentamiseen.

Solo Sokos Hotel Lahden Seurahuoneen ympäristövastaava Ilkka Vahtera esitti toisen vartenotettavan vaihtoehdon tuottaa Paviljongille energiaa; viemäriämmön talteenoton. Viemäriin valuvan lämpimän veden talteen ottaminen ja hyödyntäminen energian tuottamiseen on äärimmäisen kustannustehokasta ja ekologista. Hotellissa yöpyessään vieraat tuottavat satoja litroja jätevettä, joka on mahdollista käyttää lämmöntuotantoon. Viemäriämmön hyödyntäminen Solo Sokos Hotel Paviljongissa on ympäristövastaavan selvityksen alla.

Ympäristöviestinnästä kysyttäessä vastaajat kommentoivat hyvin samankaltaisesti. Sosiaalisen median kanavista kaikilla hotelleilla oli käytössä Instagram- ja Facebook-tilit. Hotelleilla fyysisesti näkyvä ympäristöviestintä oli suurimmissa osin Green Keyn tarjoamaa valmista markkinointimateriaalia. Vastaajilta kysyttiin myös, että kerrotaanko asiakkaille Green Keystä ja siihen liittyvästä ympäristötyöstä asiakaspalvelun, esimerkiksi sisäänkirjautumisen yhteydessä. Tähän vastaajat kommentoivat suurimmilta osin kielteisesti. Asiakkaille kerrotaan ympäristötyöstä, mikäli he kysyvät siitä oma-aloitteisesti, mutta sisäänkirjautumisprosessiin se ei varsinaisesti kuulu. Vaikka Solo Sokos Hotel Paviljonki viestii ympäristöasioista aktiivisesti, ei niitä usein tuoda esille oma-aloitteisesti palveluprosesseissa. Myös vinkkikisan voittajan vastauksista kävi ilmi, että ympäristövastuu ei ollut osana asiakaspalveluprosessissa.

Ekologisuuteen liittyvien asioiden tuominen osaksi sisäänkirjautumisprosessia on haastavaa, ellei asiakas itse tuo niitä esille. Opinnäytetyön kirjoittajan omien kokemusten mukaan ympäristöteemat voidaan liittää asiakaspalveluun, mikäli asiakas esimerkiksi kysyy reittiohjeita. Tällöin Green Key voidaan tuoda esille samalla kun neuvotaan asiakasta julkisen liikenteen tai lainapyörien käytössä. Myös tietyissä reklaamaatiotilanteissa voidaan vedota ekologisuuteen. Esimerkiksi se, että hotellilla ei ole uima-allasta ja suihkun virtaamien heikkous aiheuttavat aika ajoin asiakkaissa mielihäpä. Kun tilanteen selittää heille ekologisuuden ja veden säästämisen näkökulmasta, saadaan pettymys usein käännettyä positioksi ja ymmärrykseksi. Monet asiakkaat arvostavat Paviljongin ympäristötyötä ja osallistuvat siihen mielellään. Kehitysehdotuksena ja haasteena Solo Sokos Hotel Paviljongille on viestiä ekologisuudesta entistä innovatiivisemmin ja osallistavammin, jotta asiakkaat saadaan kiinnostumaan ympäristötyöstä entistä enemmän.

Henkilökunnan sitoutuminen ympäristötyöhön oli lähes kaikkien vastaajien mielestä hyvällä tasolla. Etenkin vastaanoton henkilökunnan kerrottiin olevan oma-aloitteista ja innostunutta. Yksi vastaajista kommentoi, että ravintolan henkilökunnalla on ollut vaikeuksia lajittelun ja kierrätyksen suhteen. Syyksi hän arveli ravintolassa vallitsevan jatkuvan kiireen. Myös Solo Sokos Hotel Paviljongin Trattoria Aukiassa on hotellin käyttöasteiden noustessa usein todella kova kiire ja jätteiden lajittelu jää vähemmälle huomiolle. Kierrätys tulee jatkossa tehdä ravintolan henkilökunnalle mahdollisimman helpoksi, jotta siitä saadaan osa arkipäiväisiä rutiineja. Baaritiskin alla tulee olla omat lajitteluastiat ainakin bio- ja sekäjätteelle, metallille, lasille sekä kartongille.

Nousevat käyttöasteet luovat kovaa painetta myös Paviljongin kerroshoidolle. Huoneet on saatava tahrattoman puhtaaksi nopealla aikataululla ja lajittelu pääsee näin ollen helposti unohtumaan. Kerroshoitajille on huomattavasti helpompaa laittaa kaikki jätteet siivouskärryissä sijaitsevaan sekajätesäkkiin, sillä kärryissä on vain rajallisesti tilaa metalli- ja biojätteelle. Kerroshoidon lajittelu-urakka olisi huomattavasti

vaivattomampi, mikäli siivoojien ei tarvitsisi työpäivän aikana käydä useita kertoja tyhjentämässä roskapusseja hotellin 1. kerroksessa sijaitseviin bio- ja metallijäteastioihin. Ratkaisuna ongelmaan ehdotetaan lajitteluastioiden sijoittamista jokaisen huonekerroksen siivousvarastoon. Näin kerroksella työskentelevät siivoojat voivat käydä tyhjentämässä täydet bio- ja metallijätepussit kätevästi jäteastioihin, jotka tyhjenetään päivän päätteeksi.

Moni vastaajista kertoi, että vieraat löytävät huoneiden TV- infosta helposti tietoa ekologisesta majoittumisesta. Kesällä 2016 käyttöön otettu Quadriga- järjestelmä mahdollistaa vastaavan toimintatavan myös Solo Sokos Hotel Paviljongissa. Ohjeet ympäristöystävälliseen majoittumiseen tulevat löytymään huoneiden info- TV:stä alkuvuodesta 2017 eteenpäin.

Radisson Blu Aleksanteri Hotellin ympäristövastaava kertoi käytännöstä, jossa muovia säästetään jättämällä huoneiden roskakoreista muovipussit pois. Solo Sokos Hotel Paviljongin kohdalla tätä käytäntöä kuitenkin ei haluta ottaa käyttöön, sillä huolimatta lajittelurossakorien olemassaolosta, kaikki vieraat eivät noudata lajitteluohjeita. Näin ollen valitettava totuus on se, että sekajäteastiaan päätyy jonkin verran myös biojätettä. Tämän vuoksi Paviljongin kerroshoitajat eivät halua luopua roskakoreissa olevista muovipusseista. Muovipussien käyttöä halutaan sen sijaan vähentää muilla keinoilla. Esimerkiksi tällä hetkellä Solo Sokos Hotel Paviljongin tapa kerätä löytötavaroita on hyvin epäekologinen. Jokainen löytötavara laitetaan muovipussiin paperilapun kanssa, joka kertoo mistä huoneesta tavara on löydetty. Työpäivän päätteeksi siivoojat tuovat löytötavarapussit vastaanottoon, jossa ne kirjataan ja toimitetaan Keski-Suomen Löytötavaratoimistoon. Toimintatapa kuluttaa kymmeniä muovipusseja päivässä ja tuottaa kierrätykseen sopimatonta sekajätettä. Vuoden 2017 ympäristötavoitteisiin lukeutuu toimintatavan korvaaminen ekologisemmalla käytännöllä.

Vuoden 2017 yksi tärkeimmistä ympäristötavoitteista tulee olemaan kaatopaikalle päätyvän jätteen määrän vähentäminen. Lajittelua tullaan tehostamaan kaikilla osastoilla lajittelujakeita lisäämällä. Original Sokos Hotel Ilveksen ympäristövastaava Markku Silvennoinen kertoi hotellin tehokkaan kierrätyksen ja lajittelun vähentäneen sekajätteen määrää huomattavasti. Silvennoisen mukaan vuonna 2017 Ilveksen sekajätteen määrä tulee olemaan lähellä nollaa. Tämä halutaan tavoitteeksi myös Solo Sokos Hotel Paviljongille. Solo Sokos Hotel Paviljonki tuottaa kuukausittain noin 1-3 tonnia kaatopaikalle toimitettavaa jätettä. Jättemäärän vähentämiseksi on jo tehty toimenpiteitä, kuten lajittelujakeiden lisääminen vastaanoton ja baarin kierrätyspisteisiin. Hotellin jätehuollosta vastaava Lassila & Tikanojaa on pyydetty kuvaamaan Paviljongin sekajätepuristimen sisältö seuraavan tyhjennyksen yhteydessä. Kuvaamisella pyritään selvittämään, päätyykö puristimeen sinne kuulumatonta jätettä, kuten pahvia ja paperia. Selvityksen perusteella henkilökuntaa pyritään perehdyttämään lajitteluun paremmin ja lisäämään lajittelujakeita. Original Sokos Hotel Presidentin ympäristövastaava Malin Lindforsin esittelemä toimintatapa muovisten lahjakorttien kierrätyksestä pyritään ottamaan käyttöön myös Paviljongilla mahdollisimman nopeasti.

Viimeinen kehitysehdotus koskee koko Sokos Hotels -ketjua. Vaikka hotelleissa työkennellään ahkerasti ja innovatiivisesti ekologisuuden eteen, on ympäristötyöhön sitouduttava myös organisaation ylemmissä kerroksissa, kuten ketjuohjauksessa. Yksi haastateltavista korosti, että prosessin olisi tärkeää kulkea ylhäältä alaspäin. Yksittäinen ketjuun kuuluva hotelli ei pysty vaikuttamaan esimerkiksi tavarantoimittajien valintaan tai ketjun ohjeistuksiin. Vastaaja kommentoi, että ketjuohjauksessa tulisi asettaa ympäristötyö tärkeysjärjestyksessä korkeammalle. Esimerkkinä tästä ovat Solo-hotellien huoneissa olevat yksittäispakatut palasaippuat. Ketjun ohjeistuksen mukaan kaikissa Solo-hotelleissa tulee olla palasaippuat, vaikka nestesaippuapumppu

on huomattavasti ekologisempi ja käytännöllisempi vaihtoehto. Käsisäippuasta luopuminen sai kannatusta myös Facebookin ympäristövinkkikisassa. Näin ollen pidemmän aikavälin ympäristötavoitteeksi jää yksittäispakattujen palasaippuoiden vaihtaminen ympäristöystävällisiin nestesaippuapumppuihin.

## 7. Pohdinta

Ilmastonmuutos ja ympäristön saastuminen ovat osa nykypäivän uutisotsikoita, kahvipöytäkeskusteluja ja jokapäiväistä elämää. Alati kasvavalle matkailualalle on heitetty suuri haaste pienentää hiilijalanjälkeään ja minimoida aiheuttamansa ympäristörasite. Tulevaisuudessa myös kuluttajat etsivät kasvavissa määrin matkailupalveluilta vastuullisuutta ja eettisyyttä.

Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää kehitysehdotuksia ja konkreettisia toimintatapoja Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötyön kehittämiseksi. Työn lopputuloksena syntyi vuoden 2017 ympäristötavoitteet toisen vuoden Green Key -auditointia varten. Ympäristötavoitteet koottiin tutkimuksessa saatujen vastausten, tilanneanalyysin sekä tavoitteiden asettamisen perusteella. Tavoitteet tullaan toteuttamaan vuoden 2017 aikana. Tutkimusta voidaan pitää onnistuneena, sillä sen avulla tutkimusongelma saatiin ratkaistua. Myös tutkimusotetta, eli laadullista tutkimusta voidaan pitää oikeana valintana tulosten kannalta. Saadut vastaukset olivat monipuolisia ja kattavia. Tarkentavia kysymyksiä ympäristötyöstä olisi kuitenkin voinut olla lisää, jotta tiettyihin aihealueisiin olisi saatu lisää molemminpuolista ymmärrystä.

Haasteena tutkimukselle oli haastateltavien kiireinen aikataulu. Haastatteluajoja oli ajoittain todella vaikeaa saada sovittua ja osalla haastateltavista oli vain rajallinen aika haastatteluun osallistumiseen. Alun perin haastateltavia olisi haluttu enemmän,

mutta koska haastatteluajoja ei yksinkertaisesti saatu sovittua, jouduttiin tyytymään vain neljään haastateltavaan. Haastavaa oli myös erilaisten tutkimusaineistojen yhteenvedo yhdeksi selkeäksi kokonaisuudeksi.

Työhön kuului olennaisena osana tutkimuksen ohella myös produktiivinen osa, eli Green Key -ympäristömerkin hakuprosessi. Työn suunnittelu aloitettiin tammikuussa 2016. Green Key -ympäristösertifikaatin haku oli mittava prosessi, joka vaati tiivistä yhteistyötä Solo Sokos Hotel Paviljongin sidosryhmien kesken. Niin itse hotellin kuin ulkoisten toimijoiden tulee toimia sertifikaatin kriteerien toimimalla tavalla. Hotellin vastaanottaessa Green Key -sertifikaatin huhtikuussa 2016, saatiin opinnäytetyön produktiivinen osa onnistuneeseen päätökseen.

Jatkotutkimuksena voitaisiin toteuttaa laajempi tutkimus asiakasnäkökulmasta. Olisi hyödyllistä selvittää miten ympäristöystävällisyys vaikuttaa suomalaisen matkailijan matkailupalveluiden valintoihin. Monessa lähteenä tutkimuksessa arvioitiin kuluttajien ympäristötietoisuuden kasvavan lähivuosien aikana ja ekologisesti vastuullisten valintojen lisääntyvän. Tutkimuksessa saatavaa tietoa voitaisiin hyödyntää Solo Sokos Hotel Paviljongin ympäristötyön ja markkinoinnin jatkokehityksessä.

Projekti oli paikoin haastava, mutta todella antoisa ja mielenkiintoinen. Kokonaisuutena opinnäytetyöprosessi oli kasvattava ja tietoutta syventävä. Ympäristömerkin hakuprosessi lisäsi opinnäytetyön kirjoittajan organisointi- ja johtamistaitoja. Ympäristövastaavan toimenkuva sisältää jatkuvaa ympäristötyön kehittämistä ja se on tuonut vastaanottovirkailijan työhön monipuolisuutta, haasteita ja lisää vastuuta. Tutkimuksen toteuttaminen ja tulosten analysointi toivat paljon uutta tietoa ja näkemystä hotellien ekologisesta ja vastuullisesta toiminnasta.

## Lähteet

Ahonen, L. & Luoto, S. Markkinointi boksen ulkopuolelta. 2015. Talentum. Helsinki.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Uudistettu painos. Edita.

Bohdanowicz P., Churie-Kallhauge A. & Martinac I. 2001. Energy-Efficiency and conservation in hotels - Towards sustainable tourism. <http://www.greenthehotels.com/eng/BohdanowiczChurieKallhaugeMartinacHawaii2001.pdf>

C. Michael Hall & James Higham, 2005, Aspects of Tourism; Tourism, recreation and climate change, Channel view publications.

Eskola, J. & Suoranta, J. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 1998. Vastapaino.

Facebook Newsroom. Company info. n.d. Viitattu: 12.11.2016. <http://newsroom.fb.com/company-info/>

Facebook paljasti Suomi- lukuja. Kärkkäinen, Henri. 15.4.2015. Viitattu: 12.11.2016.

Green Key. 2014. Raise awareness and create behavioural changes. Viitattu: 4.5.2016. <http://www.greenkey.global/our-programme/>

Grönroos, C. 2010. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 4. p. Helsinki: WSOYpro.



Harmaala, M. & Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Sano-  
maPro.

Hotel sustainability: Financial analysis shines a cautious green light. 10.1.2013. Vii-  
tattu: 6.10.2016. [http://scholarship.sha.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?arti-  
cle=1023&context=chrrpubs](http://scholarship.sha.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1023&context=chrrpubs)

Hovisalmi, S. & Niskala, M. 2009. Ympäristöosaaminen kilpailukyvyksi: toimintamallit  
ja työkalut. Teknova.

Ilmastokestävää matkailua. n.d. Sertifikaattien kartoitus. Viitattu: 19.9.2016.  
<http://ilmastokestavaamatkailua.fi/333-sertifikaattien-kartoitus>

Instagram- opas hotelli- ja ravintola-alan sisällöntuottajalle. 31.3.2016. Viitattu:  
12.11.2016.

Juslén, J. 2014. Facebook mainonta. Akatemia 24/7.

Jyväskylän Yliopisto. Laadullinen tutkimus. n.d. Viitattu: 6.10.2016.  
[https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimus-  
strategiat/laadullinen-tutkimus](https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimus-strategiat/laadullinen-tutkimus)

Jyväskylän Yliopiston koppa. Teemoittelu. 21.4.2016. Viitattu: 16.11.2016

<https://koppa.iyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/teemoittelu>

Kalmari, H. Kelola, K. Vastuullisen matkailijan käsikirja. 2009. Image Kustannus.

Kananen, J. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. 2008. Jyväskylän Ammatikorkeakoulu.

Keskimaalainen- lehti. Paperiton kassakuitti = todellinen arjen ekoteko. 14. Tammitie, K. 2016.

Keskimaan some- koulutus. Pasi Viinamäki. Digimarkkinoinnin suunnittelija. Kesäkuu 2016.

Kestävät kuluttajavalinnat. N.d. Ilmasto-opas.fi. Viitattu: 26.4.2016. <https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/hillinta/-/artikkeli/28259fe8-7b5e-4806-8ab6-7c06739ef5cc/kestavat-kuluttajavalinnat.html>

Ketola, T. 2005. Vastuullinen liiketoiminta - Sanoista teoiksi. Edita.

MaRa. Kuitinantovelvollisuus. 16.5.2016. Viitattu: 30.9.2016.

<http://www.mara.fi/kuitinantovelvollisuus>

Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä. Puhakka, R. 2011. Viitattu: 17.11.2016. [http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/tuleva\\_trendit\\_2030.pdf](http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/tuleva_trendit_2030.pdf)

Opas ympäristöviestintään- Miksi, kenelle, miten? Ekokompassi. n.d. Viitattu: 21.9.2016. [http://www.ekokompassi.fi/wp-content/uploads/2015/09/Ekokompassi\\_viestintaopas.pdf](http://www.ekokompassi.fi/wp-content/uploads/2015/09/Ekokompassi_viestintaopas.pdf)

Original Sokos Hotel Ilves 30 vuotta! 22.3.2016. Viitattu: 13.10.2016. [https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/original-sokos-hotel-ilves-30-vuotta/012531795\\_419563](https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/original-sokos-hotel-ilves-30-vuotta/012531795_419563)

Original Sokos Hotel Ilves. n.d. Viitattu: 16.10.2016. <https://www.sokoshotels.fi/fi/tampere/sokos-hotel-ilves>

Original Sokos Hotel Presidentti. n.d. Viitattu: 16.10.2016. <https://www.sokoshotels.fi/fi/helsinki/sokos-hotel-presidentti>

Patterson J. G., Keppler K. and Mapson R. 1995. Benchmarking Basics: Looking for a Better Way. E-book. Viitattu: 2.5.2016. <http://site.ebrary.com.ezproxy.jamk.fi:2048/lib/jypoly/reader.action?docID=10058806>

Paukku, T. 2014. YK ja Science- lehti: Maailman väkiluku kohoaa 11 miljardiin vuonna 2100. Helsingin Sanomat. Viitattu 26.4.2016. <http://www.hs.fi/tiede/a1411102556118>

Puhakka, R. Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä. Lahden Ammattikorkeakoulun TULEVA- projekti. 2011. [http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/tuleva\\_trendit\\_2030.pdf](http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/tuleva_trendit_2030.pdf)

Radisson Blu. Blu Planet. n.d. Viitattu: 31.10.2016. <https://www.radisson-blu.com/fi/tietoja-yrityksesta/blu-planet>

Reilun Matkailun liitto 2014. Reilun Matkailijan ohjeet. Viitattu: 26.4.2016. [http://www.reilumatkailu.fi/?page\\_id=14](http://www.reilumatkailu.fi/?page_id=14)

S- Ryhmän vuosikatsaus. S- Ryhmän vastuullisuusohjelma. n.d. Viitattu: 6.10.2016. <http://vuosikatsaus.s-ryhma.fi/fi/s-ryhma#s-ryhman-vastuullisuusohjelma>

S-kanava. Sokotel Oy. n.d. Viitattu: 5.10.2016. <https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/sokotel-oy>

S-kanava. Vastuullisuus. n.d. Viitattu 6.10.2016. <https://www.s-kanava.fi/web/s-ryhma/vastuullisuus>

Sloan, P., Legrand, W. & Chen, J.S. 2009. Sustainability in the Hospitality Industry. Principles of Sustainable Operations.

Sokos Hotels- ketju täyttää 40 vuotta, 26.10.2014, Viitattu: 18.4.2016.

[https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/sokos-hotels-ketju-tayttaa-40/011488556\\_419607](https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/sokos-hotels-ketju-tayttaa-40/011488556_419607)

Sokos Hotels vastuullisuuskatsaus 2014. n.d. Viitattu: 31.10.2016. [https://www.sokoshotels.fi/documents/30003/1160456/Sokos\\_Hotels\\_Vastuullisuuskatsaus\\_2014.pdf/df6cafae-bb03-40f9-9eff-bff763e9396d](https://www.sokoshotels.fi/documents/30003/1160456/Sokos_Hotels_Vastuullisuuskatsaus_2014.pdf/df6cafae-bb03-40f9-9eff-bff763e9396d)

Sokos Hotelli Ilvekseen ”koskikylmää”. Rakennuslehti. 23..7.2009. Viitattu: 17.11.2016 <http://www.rakennuslehti.fi/2009/02/sokos-hotelli-ilvekseen-koskikylmaa/>

Solo Sokos Hotel Lahden Seurahuone. Historia. n.d. Viitattu: 16.10.2016. <https://www.sokoshotels.fi/fi/lahti/sokos-hotel-lahden-seurahuone/historia>

Solopaviljonki. Instagram. 2016. <https://www.instagram.com/solopaviljonki/>

Suomalaiset kuluttivat jo osansa tämän vuoden luonnonvaroista. 2016. WWF.fi. Viitattu 26.4.2016. <http://wwf.fi/wwf-suomi/viestinta/uutiset-ja-tiedotteet/Suomalaiset-kuluttivat-jo-oman-osansa-taman-vuoden-luonnonvaroista-2716.a>

Sydänmaanlakka, R. Hävikkiruokaa voi pelastaa Jyväskylässä mobiilisovelluksella. Surkkari. Viitattu: 21.9.2016. <http://www.surkkari.fi/jutut/havikkiruokaa-voi-pelastaa-jyvaskylassa-mobiilisovelluksella/>

Sähköpostiviesti. Kinnunen, Päivi. Trattoria Aukion ravintolapäällikkö. 19.9.2016.

Sähköpostiviesti. Viljasaari, Marketta. Green Key -ohjelmapäällikkö. 15.11.2016

Sähköpostiviesti. Siitonen, Markus. Kehityspäällikkö, SOK Matkailu- ja ravitsemiskauppan ketjuohjaus. 19.9.2016.

Sähköpostiviesti. Virtanen, Janne. Trattoria aukion keittiömestari. 19.9.2016.

Särkkä, K. 2013. Sokos Hotels pistää paletin uusiksi – palvelua myöten. Viitattu: 15.11.2015. [https://www.s-kanava.fi/uutinen/sokos-hotels-pistaa-paletin-uusiksi--palvelua-myoten/618694\\_384136](https://www.s-kanava.fi/uutinen/sokos-hotels-pistaa-paletin-uusiksi--palvelua-myoten/618694_384136)

Thomson. The Thomson Future holiday Forum. A Future-gazing study of how holidays are set to change over the next 20 years. 2004. Viitattu: 17.11.2016 <http://www.hospitalitynet.org/file/152001280.pdf>

Tiededokumentti. Al Gore. An Inconvenient truth. 2006.

Tilastokeskus. 2016. Majoitusliikkeiden kapasiteetti, saapuneet vieraat ja yöpymiset. Viitattu: 20.9.2016. <http://tilastokeskus.fi/til/matk/tau.html>

Tilastokeskus. 2016. Majoituspalveluiden kysyntä edellisvuoden tasolla. Viitattu: 7.5.2016. [http://www.stat.fi/til/matk/2015/matk\\_2015\\_2016-04-29\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/matk/2015/matk_2015_2016-04-29_tie_001_fi.html)

UNWTO. From Davos to Copenhagen and beyond: advancing tourism's response to climate change. n.d. Viitattu: 30.9.2016. <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/fromdavostocopenhagenbeyondunwtopaperelectronicversion.pdf>

Uusiutuva energia – mitä se on, aurinkoenergian käyttö nyt. Tahkokorpi, M. 27.4.2016. Viitattu: 15.11.2016. <http://greenkey.fi/wp-content/uploads/2016/04/Aurinkoenergia-nyt.pdf>

We are social media. The complete history of instagram. n.d. Viitattu: 31.10.2016. <http://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/>

World Luxury Hotel Awards –tunnustuksia Sokos Hotelleille, 26.10.2015, Viitattu: 18.4.2016. [https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/world-luxury-hotel-awards-tunnustuksia/012092402\\_419607](https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/world-luxury-hotel-awards-tunnustuksia/012092402_419607)

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä – merkitys, vaikutus ja keinot. Helsinki: WSOY.

Ympäristöministeriö. 2013. Mitä on kestävä kehitys. Ympäristöministeriö. Viitattu: 26.4.2016. [http://www.ym.fi/fi-fi/ymparisto/kestava\\_kehitys/mita\\_on\\_kestava\\_kehitys](http://www.ym.fi/fi-fi/ymparisto/kestava_kehitys/mita_on_kestava_kehitys)

## Liitteet

### Liite 1. Green Key- hakemus

# GREEN KEY

## MAJOITUSALAN YMPÄRISTÖMERKKI



**Green Key**

KRITEERIT 2014-2015

*SOKOS-HOTELLIT (liitelista)*



## Majoitusalan ympäristöohjelma Green Key

Green Key on kansainvälinen ympäristömerkki, jonka on saanut jo yli 2 200 majoitusalan yritystä 45 maassa. Ohjelma on suunniteltu alusta lähtien majoituslalle, jonka vuoksi se huomioi tehokkaasti alan ominaispiirteet ja on toteutukseltaan käytännönläheinen.

Green Key -ohjelma kasvattaa majoitusalan ympäristötietoisuutta ja edistää kestäväää matkailua. Green Key -merkin saanut hotelli on sitoutunut mm. henkilöstön ja asiakkaiden ympäristötietoisuuden kasvattamiseen, energian- ja vedenkäytön tehostamiseen ja majoitustoiminnan ympäristörasituksen pienentämiseen. Merkki perustuu majoituslalle suunniteltuihin ympäristökriteereihin, joiden noudattamiseen ja seurannan raportointiin osallistuja sitoutuu. Ohjelma motivoi niin henkilökuntaa kuin asiakkaitakin osallistumaan ekotekoihin.

Green Key -ohjelma on kansainvälisen ympäristökasvatusjärjestön FEE:n (Federation of Environmental Education) hallinnoima. Suomessa Green Key -merkin myöntää ja sen käyttöä valvoo Suomen Ympäristökasvatuksen Seura ry:n omistama Suomen Ympäristökasvatus Oy.

Green Key -sertifioidut majoitusalan yritykset voivat hyödyntää kansainvälistä Green Key -tunnusta viestinnässään.

### Tervetuloa mukaan!

Yhteystiedot:



**Green Key**

Marketta Viljasaari, Green Key -ohjelmapäällikkö  
Suomen Ympäristökasvatuksen Seura ry  
Karjalankatu 2A, 00520 Helsinki

Puh. 045 600 9250

email: [marketta.viljasaari@ymparistokasvatus.fi](mailto:marketta.viljasaari@ymparistokasvatus.fi)

www: [www.greenkey.fi](http://www.greenkey.fi)

## Green Key -ympäristömerkin hakuprosessi

1. Green Key -ympäristömerkki edellyttää, että hotelli täyttää määritellyt Green Key -kriteerit.

Nämä kriteerit on jaettu kahteen eri luokkaa:

- peruskriteerit
- pistekriteerit

Hakijan tulee täyttää **kaikki pakolliset peruskriteerit** Green Key -merkkiä hakiessaan. Tämän jälkeen hakijan toiminnan tulee täyttää kaikki Green Key -merkin pakolliset kriteerit vuosittain sekä lisäksi vähintään alla olevan taulukon määrittelemä määrä pistekriteereitä:

Vuosi	Täytettävien pistekriteerien määrä
1	1
2	4
3	7
4	10
5	13
6	16
7+	19


Mikäli kriteeri koskee toimintoa, jossa hotelli käyttää alihankkijaa tai vuokratyövoimaa, sitouttaa hotelli toimijat Green Key:n mukaisiin toimintamalleihin ja vastaa heidän puolestaan kriteerien toteutumisesta.


2. Hotellilla tulee olla kirjallisena ympäristöpolitiikka, ympäristötavoitteet sekä näihin liittyvä toimintasuunnitelma. Dokumentit toimitetaan Green Key -hakemuksen liitteenä. Hakemukseen tulee myös muita liitteitä, jotka on listattu tässä dokumentissa.
3. Hakemus lähetetään sähköisesti Green Key:lle. Green Key käsittelee hakemuksen ja auditoi sen jälkeen hotellin. Auditoinnin tarkoituksena on varmistaa, että hakijan toiminta noudattaa Green Key -kriteeristöä
4. Green Key tuomaristo käsittelee hakemuksen ja auditointiraportin, ja päättää sertifiointista. Sertifiointi on voimassa yhden vuoden.

## Hakijan tiedot


<b>Hakijan tiedot:</b>	
Hotellin nimi	Solo Sokos Hotel Paviljonki
Katuosoite	Lutakonaukio 10
Postiosoite	40100
Puhelin	+358 20 1234 645
Www	<a href="https://www.sokoshotels.fi/fi/jyvaskyla/solo-sokos-hotel-paviljonki">https://www.sokoshotels.fi/fi/jyvaskyla/solo-sokos-hotel-paviljonki</a>
Sähköposti	paviljonki.jyvaskyla@sokoshotels.fi
<b>Ympäristövastaavan yhteystiedot:</b>	
Nimi	Lina Markkanen
Titteli	Vastaanottovirkailija
Puhelin	0451113153
Sähköposti	lina.markkanen_@hotmail.fi
<b>Hotellinjohtajan yhteystiedot:</b>	
Nimi	Hannu Nirkkonen
Titteli	Hotellinjohtaja
Puhelin	010 785 1006
Sähköposti	hannu.nirkkonen@sok.fi
<b>Hotellin perustiedot:</b>	
Huoneiden lukumäärä	170
Vuodepaikkojen lukumäärä	340
Yöpymisten määrä/vuosi	36160 (2015)
Henkilöstömäärä	49
<p>Lyhyt kuvaus hotellista (käytettäväksi Green Keyn kotisivuilla, suomenkielinen teksti n. 40 sanaa.)</p>	<p>Solo Sokos Hotel Paviljonki on Jyväskylään vuonna 2012 avattu moderni hotelli, joka sijaitsee vain kivenheiton päässä keskustan palveluista. Meillä koet asiakaspalvelun täysin uuden tason; ylitämme odotuksesi kerta toisensa jälkeen! Haluamme taata ainutlaatuisen hotellikokemuksen niin palvelun, huoneiden kuin makuelämystenkin suhteen.</p>
<p>Lyhyt kuvaus hotellista (käytettäväksi Green Keyn kotisivuilla, ruotsinkielinen teksti n. 40 sanaa.)</p>	<p>Solo Sokos Hotel Paviljonki är ett modernt hotell som öppnades i Jyväskylä i året 2012. Hotellet ligger nära centrumen och flera servicerna. Du kan uppleva helt ny kundservice hos oss: vi överträffar dina förväntningar igen och igen! Vi vill garantera att du får en unik upplevelse från våra servicer, rum och smaker.</p>

<p>Lyhyt kuvaus hotellista (käytettäväksi Green Keyn kotisivuilla, englanninkielinen teksti n. 40 sanaa)</p>	<p>Solo Sokos Hotel Paviljonki is a new and modern hotel, located just a stone's throw away from Jyväskylä's city centre. Here you will experience a completely new level of customer service; we will exceed your expectations over and over again! We want to guarantee a unique hotel experience tailored just for you.</p>
--	--

I	YMPÄRISTÖJOHTAMINEN	LIITE	Dok. Green Key -kansiossa		
	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			Kyllä	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>
I.1	Johto on sitoutunut ympäristötyöhön ja nimittänyt hotelliin ympäristövastaavan. Ympäristövastaava toimii myös Green Key -yhteyshenkilönä.			x	
I.2	Hotellilla on kirjallinen ympäristöpolitiikka. Ympäristöpolitiikka on hakemuksen liitteenä.	X	X	x	Ympäristöpolitiikka liitteenä
I.3	Hotelli tavoittelee ympäristötyössään jatkuvaa parantamista. Hotellilla on kirjatut, vähintään vuosittain tarkasteltavat, konkreettiset ympäristötavoitteet, joille on tavoiteaikataulu ja vastuuhenkilöt.	X	X	x	Henkilökunnan kanssa yhdessä sovitut ympäristötavoitteet liitteenä
I.4	Green Key -ympäristöohjelman dokumentaatio on kerätty ympäristökansioksi. Kansio on Green Keyn edustajien saatavilla ja tarkastettavissa.		X	x	
I.5	Hotelli noudattaa Suomen ympäristölakeja ja -asetuksia.			x	
I.6	Ympäristövastaava varmistaa, että Green Key -kriteerien mukainen toiminta tarkastetaan vuosittain. Ympäristövastaava raportoi tilanteesta johdolle.			x	
	<b>Pistekriteerit</b>				
I.7	<i>Omistajat/osakkaat/hallitus ovat tietoisia Green Keystä ja hotellissa tehtävästä ympäris-</i>		X	x	



	<i>tötyöstä. Green Key toimenpiteitä käsitellään hallituksessa vähintään kerran vuodessa.</i>				
<b>II</b>	<b>HENKILÖSTÖ</b>				
	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			<b>Kyllä</b>	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>
II.1	Johto pitää henkilökunnan kanssa kokouksen, jossa käydään läpi hotellin nykyinen ympäristötyö ja tulevat toimenpiteet. (liite)	<b>X</b>	<b>X</b>	x	Pöytäkirja hakemuksen liitteenä ja ympäristökansiossa.
II.2	Ympäristövastaava osallistuu säännöllisesti, vähintään kahdesti vuodessa, johtoryhmän tapaamisiin ja esittelee ympäristötoimenpiteiden tilanteen ja kehittymisen.		<b>X</b>	x	Pöytäkirjat ympäristökansiossa
II.3	Ympäristövastaava ja muut ympäristökysymysten parissa työskentelevät (johtoryhmän jäsenet, kiinteistöhuolto, vahtimestarit, vastaanotto ja keittiö) saavat vuosittain koulutusta omaan työhönsä liittyvissä ympäristöasioissa.			x	
II.4	Henkilökunnalla on selkeät ohjeet miten ja missä tilanteissa asiakkaille kerrotaan ympäristötyöstä.			x	Kuvaus toteutuksesta ja toimintatavasta (ml. uudet hlöt) : Kerromme asiakkaille mahdollisuudesta lainata pyöriä hotellilta, asiasta on myös tiedotettu sokshotels.fi-verkkosivustolla. Asiakkaiden kysyessä reittiohjeita, neuvomme heitä käyttämään julkista liikennettä, ja opastamme sen käytössä.
II.5	Siivoushenkilökunta on saanut työohjeet koskien lakanoiden ja pyyhkeiden vaihtoa. (liite)	<b>X</b>	<b>X</b>	x	Työohjeet myös ympäristökansiossa. Liitteenä kerroshuollon toimintaohjeet


					jatkavien huoneiden siivousta koskien. Siivoushenkilökunnan ohjeistusta on myös muutettu siten, että vastaanoton roskikset vaihdetaan vasta silloin kun ne ovat oikeasti täynnä. Aikaisemmin ne on vaihdettu joka aamu.
	<b>Pistekriteerit</b>				
II.6	<i>Hotellilla on vastuullisuuspolitiikka, joka kattaa mm. ihmisoikeuskysymykset, työympäristön ja tasa-arvokysymykset. (liite)</i>	X	X	x	Dokumentoitu myös ympäristökansiossa.
II.7	<i>Johto kannustaa henkilökuntaa kehittymiseen ja kehittämiseen ympäristökysymyksissä. Tämä voidaan toteuttaa työpajoin, keskusteluin tai käytännön kokeiluin.</i>		X		Toimintamalleista / kannustimista kuvaus ympäristökansiossa.
<b>III</b>	<b>ASIAKKAAT</b>				
	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			<b>Kyllä</b>	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>
III.1	Green Key -sertifikaatti ja -kyltti ovat näkyvästi esillä. (liite)	X	X	X	Hakemuksessa valokuva tulevista merkin sijainneista. Jatkossa valokuva ympäristökansiossa.
III.2	Henkilökunta kertoo asiakkaille ympäristötyöstä ja innostaa heitä osallistumaan.			X	Asiakkaita innostetaan osallistumaan seuraavasti: Henkilökunta kannustaa asiakkaita lainaamaan hotellilta pyöriä, sekä käyttämään julkista liikennettä. Julkisen liikenteen käytössä avustetaan asiakkaita, kerrotaan aikatauluista ja reiteistä.
III.3	Green Key -materiaalia on asiakkaiden helposti saatavissa			x	Materiaalia on saatavissa: www-

	näkyvällä paikalla sekä www-sivuilla.				sivuilla ja huoneissa
III.4	Vastaanoton henkilökunta osaa kertoa asiakkaille hotellin ympäristötavoitteista, ympäristötyön painopisteistä ja siitä miksi hotelli haluaa tehdä ympäristötyötä. Green Key -kriteerit ja hotellin ympäristötavoitteet ovat asiakkaiden nähtävillä.			x	
III.5	Vastaanoton henkilökunta osaa neuvoa asiakkaita julkisen liikenteen käytössä. Aikataulut ja reittioppaat ovat asiakkaiden helposti saatavilla.			x	
III. 6	Hotelli viestii asiakkailleen näkyvästi ja selkeästi esim. kyltein miten henkilökunta ja asiakkaat voivat säästää energiaa ja vettä (esim. TV, valaistus, lämmitys ja puhtaanapito). (liite)	X	X	x	Miten asiakkaita informoidaan: Huoneiden roskiksissa on tällä hetkellä lajittelutarrat, mutta huoneisiin aiotaan tilata myös selkeämmät lajitteluohjeet. (kts. liite) Aamiaissaliin on suunnitteilla ohjetaulu, jolla pyritään vähentämään ruokahävikkiä (kts. liite) Dokumentoitu myös ympäristökansiossa.
	<b>Pistekriteerit</b>				
III.7	<i>Asiakkaille tarjotaan mahdollisuus arvioida hotellin ympäristötyötä. (liite)</i>	X	X		Kyselylomake tai vastaava.
<b>IV</b>	<b>VESI</b>				
	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			Kyllä	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>
IV.1	Veden kokonaiskulutus mitataan vähintään kuukausittain. (liite)	X	X	x	Kulutusraportti ja raportointi-sykli kuukausittain ympäristökansioon.
IV.2	Uudet wc-istuimet ovat vettä säästäviä (vedenkulutus max. 6 litraa huuhtelukerralla)			x	

IV.3	Henkilökunta tarkastaa säännöllisesti, etteivät vesihanat tai wc-säiliöt vuoda.			x	Hanat ja wc- säiliöt tarkastetaan jokaisen siivouksen yhteydessä.
	Jokaisessa kylpyhuoneessa ja wc:ssä on roskakori.			x	
iv. 5	Vähintään puolessa suihkuista virtaama on max. 9 ltr/min.				Virtaama: Tällä hetkellä suurimmassa osassa suihkuista virtaama on 12 ltr/min, virtaamasäädöt ovat meillä tällä hetkellä työn alla ja ne tulevat olemaan kriteerien mukaiset tammikuun 2016 aikana.
IV.6	Vähintään puolessa vesihanoista virtaama on max. 8 ltr/min.			x	Virtaama: 6 ltr/min
IV.7	Pisoaarit ovat huuhdeltavia ja vettä säästäviä/niissä on matala vedenkulutus			x	
IV.8	Uudet astianpesukoneet ovat vettä säästäviä laitteita, joissa vedenkulutus on max. 3,5 ltr/kori.			x	Kulutus enintään 2,9 ltr/kori
IV.9	Astianpesukoneiden läheisyydessä on ohjeet veden säästämiseksi. (liite)	x	x	x	Dokumentoitu myös ympäristökansiossa.
IV.10	Kaikki jätevesi puhdistetaan. Jätevesiä koskevia lakivaatimuksia noudatetaan.			x	
IV.11	Ympäristölle vaaralliset nestemäiset kemikaalit säilytetään asianmukaisesti ja niiden pääsy ympäristöön estetään.			x	
	<b>Pistekriteerit</b>				
IV.12	<i>Hotellissa on käytössä tunnistimet vesivahinkojen ja vuotojen havaitsemiseksi ja vianetsinnän helpottamiseksi (G).</i>				
IV.13	<i>Erilliset vesimittarit ovat käytössä alueilla, joissa vedenkulutus on runsasta (G).</i>				
IV.14	<i>Yleisten tilojen vesihanojen</i>				Virtaama:



	<i>virtaama on alle 6 litraa minuutissa. (G).</i>				
IV.15	<i>Uudet wc-istuimet on varustettu kaksoishuhtelulla: 3/6 litraa (G).</i>				
IV.16	<i>Vesijohtovettä tai puhdistettua vesijohtovettä tarjoillaan asiakkaille juomavedeksi. (G).</i>			x	Vesijohtovettä tarjoillaan asiakkaille kokoustiloissa sekä ravintolassa
IV.17	<i>Uima-altaat on katettu haihtumisen vähentämiseksi (G).</i>			x	ei uima-allasta
IV.18	<i>Uima-altaat tarkastetaan säännöllisesti vuotojen varalta (G).</i>			x	ei uima-allasta
<b>V</b>	<b>PUHTAANAPITO</b>				
	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			Kyllä	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>
V.1	<i>Kylpyhuoneissa on kyltit, jotka kertovat, että pyyhkeet ja lakanat vaihdetaan vain asiakkaiden pyynnöstä. (liite)</i>	x	x	x	Kyltin teksti: kts. liite
V.2	<i>Hotellin hankkimat puhdistus- ja pesuaineet ovat ympäristömerkittyjä. (liite)</i>	x	x	x	Esim. Joutsenmerkki, EU-kukka
V.3	<i>WC- ja talouspaperit sekä mahdolliset paperipyyhkeet ovat ympäristömerkittyjä tuotteita. (liite)</i>	x	x	x	Esim. Joutsenmerkki, EU-kukka
	<b>Pistekriteerit</b>				
V.4	<i>Siivouksessa käytetään mikrokuituliinoja veden ja pesuaineiden ja kemikaalien säästämiseksi.</i>			x	
V.5	<i>Kaikki asiakkaiden käyttöön tarjottavat shampoot ja saippuat ovat ympäristömerkittyjä. (liite)</i>	x	x		Esim. Joutsenmerkki, EU-kukka
V.6	<i>Kaikki asiakkaiden käyttöön tarjottavat shampoot ja saippuat ovat annostelijoissa yksittäispakkausten sijaan.</i>			x	
<b>VI</b>	<b>JÄTE</b>				
	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			Kyllä	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>


VI.1	Hotelli huolehtii jätteiden asianmukaisesta lajittelusta jätelain ja kunnallisten jätehuoltomääräysten mukaisesti.			x	Seuraavat lajittelukriteerit ovat käytössä:
VI.2	Hotelli huolehtii jätteiden kuljetuksista lakivaatimuksia ja jätehuoltomääräyksiä noudattaen.			x	
VI.3	Hotellilla on sekä asiakkaille että henkilökunnalle selkeät ohjeet jätteiden lajittelusta ja käsittelystä. (liite)	X	X	x	Ohjeet ympäristökansiossa.
VI.4	Kertakäyttöastioita käytetään vain allasosastoilla, konserteissa ja take away -annoksissa.			x	Kertakäyttöastioita käytetään vain seuraavissa tapauksissa: Take away- ateriat (esim. varhaisaamiainen), take-away- kahvi
VI.5	Vaaralliseksi luokiteltavat jätteet säilytetään erillisissä astioissa ja kierrätetään asianmukaisesti (esim. paristot, lamput, maalit, kemikaalit ym.)			x	
	<b>Pistekriteerit</b>				
VI.6	<i>Yksittäispakattuja saippuota, shampoita tms. ei käytetä tai pakkaukset ovat kierrätettäviä tai biologisesti hajoavia.</i>				
VI.7	<i>Asiakkailla on mahdollisuus itse lajitella jätteet kohdassa VI.1 nimettyjen lajittelukriteerien mukaisesti.</i>				
VI.8	<i>Yksittäispakattua voita, kermaa, marmeladia tms. ei käytetä tai pakkaukset ovat kierrätettäviä tai biologisesti hajoavia.</i>				
VI.9	<i>Hotellilla on sopimus pakkausmateriaalien noudosta ja hävityksestä.</i>				
VI.10	<i>Mikäli kertakäyttöastioita käytetään, ne ovat biologisesti hajoavia.</i>				
<b>VII</b>	<b>ENERGIA</b>				
	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			Kyll	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>

				ä	
VII.1	Energiankulutus mitataan vähintään kerran kuukaudessa. (liite)	X	X	x	
VII.2	Hotellilla on käytössään toimintamalli tyhjillään olevien huoneiden lämmityksen, ilmanvaihdon ja ilmastoinnin säätämiseksi.			x	Kuvaa toimintamalli: Siivoojat varmistavat huonesiivouksen yhteydessä, että TV ja valot sammutetaan, sekä ilmastointi nollataan. Vastaanoton yötyöntekijä sammuttaa kuntosalin sekä asiakassaunojen valot tilojen sulkeuduttua. Myös ravintoloiden valot sammutetaan yöksi. Kun huoneissa ei ole ketään kahteen vuorokauteen, laskee lämpötila automaattisesti 18 asteeseen.
VII.3	Vähintään 50% lamput on energiansäästölamppuja tai LED-valaisimia. Muut lamput vaihdetaan mahdollisimman pian.			x	Energiansäästölamppujen/LED-valaisimien osuus: 100%
VII.4	Lämmitys- ja viilennyslaitteiden pinnat puhdistetaan säännöllisesti.			x	Puhdistusykli: Kerran vuodessa
VII.5	Keittiön ilmanvaihtolaitteen rasvasuodattimet puhdistetaan vähintään kerran vuodessa.			x	Puhdistusykli: 6 kk välein
VII.6	Ilmanvaihtojärjestelmä tarkastetaan vähintään kerran vuodessa. Tarvittavat korjaustoimenpiteet tehdään energiatehokkaan toiminnan varmistamiseksi.			x	Tarkastusykli: Määräaikaishuolto kerran vuodessa
VII.7	Jääkaappien, pakastimien, uunien ja muiden kuuma- ja kylmäsäilytystilojen tiivisteet ovat kunnossa.			x	Tarkistettu (pvm): Päivittäinen lämpötilaseuranta
VII.8	Uudet pumput tai viileälaitteet eivät käytä kiellettyjä kylmäaineita (ei CFC tai HCFC). Laitteistot noudattavat			x	

	kylmälaitteiden kierrätystä koskevia lakivaatimuksia.				
VII.9	Uudet minibaarit kuluttavat energiaa alle 1 KWh/pv.				
VII.10	Hotellilla on työohjeet koskien tyhjien huonetilojen laitteistojen (mm. TV, jääkaappi) sammuttamista. (liite)	X	X	x	Kirjallinen työohje ympäristökansiossa: Liitteenä joulusulut toimintaohjeet
	<b>Pistekriteerit</b>				
VII.11	<i>Hotellin ympärivuotisesti käytössä olevien tilojen ikkunoissa on tiivistetyt kolmikerroslasit.</i>			x	
VII.12	<i>90 % hotellin käyttämistä lamppuista on energiansäästölamppuja tai LED-valaisimia.</i>			x	
VII.13	<i>Hotelli suorittaa energiakatselmuksen ulkopuolisen asiantuntijan avustamana joka viides vuosi.</i>			x	
VII.14	<i>Hotelli työskentelee veden- ja energiankulutuksen pienentämiseksi tiloissa, joissa vedenkulutus on runsasta (esim. saunoissa ja uima-altailla).</i>				Seuraavilla tavoilla:
VII.15	<i>Hotelli käyttää vain LED-valaisimia.</i>				LED- tai energiansäästövalaisimia
VII.16	<i>Hotelli käyttää uusiutuvaa energiaa: sähköenergia on ekosertifioitua ja lämpöenergia uusiutuvaa energiaa (ei turve).</i>			x	Kaukolämmön muodostus: 55% Puu 40% Turve 5% Bioöljy
VII.17	<i>Ilmanvaihtokoneisto on varustettu energiankäytön optimoivalla puhaltimella ja sen moottori on energiaa säästävä.</i>			x	CE- puhallin
VII.18	<i>Hotellihuoneissa valot sammuvat automaattisesti asiakkaan poistuttua huoneesta.</i>			x	Lisäksi käytävillä sekä yleisissä WC- tiloissa käytetään liiketunnistimia sähkön säästämiseksi
VII.19	<i>Ulkovalaisimet ovat tarveohjattuja esim. liiketunnistimella ja ne sammuvat automaattisesti,</i>				

	<i>kun niitä ei tarvita.</i>				
VII.20	<i>Erilliset sähkömittarit on asennettu energiankulutuksen kannalta merkittäviin paikkoihin.</i>			x	Löytyy yhteensä kuusi kappaletta hotelleilta
VII.21	<i>Ilmastointi sammuu automaattisesti, kun ikkuna avataan.</i>				
VII.22	<i>Rakennuksen eristys ylittää uudis- ja korjausrakentamista koskevat kansalliset minimivaatimukset.</i>			x	C4 SUOMEN RAKENTAMISMÄÄRÄYSKOKOELMA Lämmöneristys / Ohjeet 200)
VII.23	<i>Hotellissa on lämmöntalteenottojärjestelmä mm. kylmlaitteiden, ilmastointilaitteiden, uima-altaiden tai jätevesien hukkalämmön hyödyntämiseksi.</i>			x	
VII.24	<i>Lämminvesiputkisto on eristetty.</i>			x	
VII.25	<i>Yleisissä tiloissa on käytössä energiatehokas tarveohjattu valaistus.</i>			x	
VII.26	<i>Hotellissa on käytössä avainkorttijärjestelmä, joka varmistaa sähkölaitteiden sammumisen huoneen ollessa tyhjillään.</i>			x	
VII.27	<i>Tietokoneissa ja kopiokoneissa on virran automaattinen aikakatkaisu.</i>			x	
<b>VIII</b>	<b>ELINTARVIKKEET</b>				
	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			<b>Kyllä</b>	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>
VIII.1	Hotelli käyttää mahdollisuuksien mukaan luomu- ja lähituotteita. (Vähintään viisi lähi- tai luomutuotetta käytössä.) (liite)	<b>x</b>	<b>x</b>	x	Esim. <a href="http://www.portaatluomuun.fi/">http://www.portaatluomuun.fi/</a>
VIII.2	Lähi- ja luomutuotteiden ja ympäristömerkittyjen tuotteiden osuus säilyy tai kasvaa joka vuosi. Poikkeama tästä raportoidaan Green Keylle.			x	Keittiöllä on kova tahtotila lisätä lähituotteiden määrää, mutta ravintolassa joudutaan käyttämään ketjun määräämiä raaka-aineita. Kausi-

					sekä luonaslustoilla pyritään käyttämään enemmän lähituotteita.
	<b>Pistekriteerit</b>				
VIII.3	<i>Ravintolassa on tarjolla kasvisruokaa.</i>			x	
VIII.4	<i>Kokoustiloissa tarjoillaan vain vesijohtovettä pullotetun veden sijaan.</i>			x	
VIII.5	<i>Hotelli hyödyntää valikoimassaan kausivihannekset, -kasviksia ja -hedelmiä.</i>		X		Esimerkkejä kausivalikoimasta:
VIII.6	<i>Hotelli toimii ruokahävikin minimoimiseksi. Keittiö- ja tarjoiluhenkilökunnalla on työohjeet tätä koskien.</i>		X		Työohje:
<b>IX.</b>	<b>SISÄTILAT</b>				
	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			<b>Kyllä</b>	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>
IX.1	Hotelli noudattaa lakivaatimuksia vaarallisten ja ympäristölle haitallisten aineiden käsittelystä tiloissaan. Kyseisten aineiden käyttöturvallisuustiedotteet ovat käyttäjien saatavilla.			x	
IX.2	Ravintolatilat ovat savuttomia. Tupakointia koskevia lakivaatimuksia noudatetaan.			x	
IX.3	Suurin osa huoneista on savuttomia.			x	Savuttomien huoneiden osuus: 100%
IX.4	Sisätiloja remontoitaessa suositetaan ympäristöystävällisiä ja terveellistä sisäilmaa edistäviä materiaaleja.			x	<i>Sisäilman osalta viite ohjeistuksessa mm.: D2 Suomen rakentamismääräyskokoelma Ympäristöministeriö, Rakennetun ympäristön osasto / Rakennusten sisäilmasto ja ilmanvaihto</i>
	<b>Pistekriteerit</b>				
IX.5	<i>Hotellilla on henkilöstöpolitiikka koskien tupakointia työaikana.</i>		X	x	Politiikka: Työajalla tupakointi on kielletty.
<b>X.</b>	<b>ULKOTILAT</b>				

	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			<b>Kyllä</b>	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>
X.1	Kemiallisia lannoitteita tai tuholaismyrkkyjä ei käytetä tai niitä käytetään korkeintaan kerran vuodessa ja vain siinä tapauksessa, että vastaava ekologista tai luonnonmukaista vaihtoehtoa ei ole saatavilla.			x	Ei ulkotiloja
X.2	Uudet ruohonleikkurit ovat käsikäyttöisiä, sähkökäyttöisiä, käyttävät lyijytöntä bensiiniä, ovat varustettu katalysaattorilla tai ovat ympäristömerkittyjä.			x	Ei ulkotiloja
X.3	Kukat ja puutarha kastellaan aikaisin aamulla tai myöhään illalla.			x	Ei ulkotiloja
	<b>Pistekriteerit</b>				
X.4	<i>Puutarhajäte kompostoidaan.</i>				
X.5	<i>Sadevettä kerätään ja käytetään kukkien ja puutarhan kastelussa.</i>				
X.6	<i>Puutarhassa on käytössä tihkukastelujärjestelmä.</i>				
X.7	<i>Uusia viheralueita perustettaessa käytetään kotimaisia tai kotoperäisiä lajikkeita.</i>				
<b>XI.</b>	<b>YMPÄRISTÖAKTIIVITEETIT</b>				
	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			<b>Kyllä</b>	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>
XI.1	Vastaanotossa on helposti saatavilla tietoa läheisistä puistoista ja luontokohteista.			x	Mm. seuraavista kohteista: saatavilla pyöräilykarttoja, sekä lapsille tarkoitettuja karttoja joista löytyy alueen leikkipuistot. Asiakkaille myös etsitään aktiivisesti tietoa esim. internetistä.
XI.2	Hotelli tarjoaa asiakkaille tietoa pyöräreiteistä ja polkupyörien vuokraus- ja			x	Pyöriä voi vuokrata tai lainata mm.: Suoraan hotellilta

	lainausmahdollisuuksista.				
	<b>Pistekriteerit</b>				
XI.3	<i>Asiakkailla on mahdollisuus lainata tai vuokrata polkupyöriä hotellista.</i>			x	
XI.4	<i>Hotelli sponsoroi luonto- tai ympäristökohteita tai ympäristötoimintaa lähialueella.</i>				
XI.5	<i>Hotelli tarjoaa asiakkaille ja henkilökunnalle ympäristökasvatuksellista toimintaa, jossa osallistujien on mahdollista oppia lisää kestävästä kehityksestä ja lähialueen luonnosta.</i>				Esimerkkejä:
XI.6	<i>Hotelli tarjoaa asiakkailleen tietoa lähialueen EU-rannoista..</i>				
XI.7	<i>Hotelli tarjoaa asiakkailleen ympäristöaktiviteettejä.</i>				Esimerkkejä:
<b>XII.</b>	<b>HALLINTO</b>				
	<b>Pakolliset peruskriteerit</b>			<b>Kyllä</b>	<b>Kuvaus/lisätietoja</b>
XII.1	Henkilökunnan tilojen osalta noudatetaan samoja vaatimuksia kuin asiakastilojen suhteen.			x	
XII.2	Toimistossa käytettävät paperit ja painotuotteet ovat ympäristömerkittyjä tai toimittajalla on ympäristösertifikaatti. (liite)	<b>x</b>	<b>x</b>	x	
XII.3	Hotellin tiloissa toimiville palveluntarjoajille (esim. kampaamo tai kylpylä) kerrotaan hotellin Green Key-ohjelmasta ja ympäristötyöstä, ja heitä kannustetaan ympäristöystävällisyyteen toiminnassaan.			x	
	<b>Pistekriteerit</b>				
XII.4	<i>Hotellin ostamat kestokulutustuotteet ovat ympäristömerkittyjä tai niiden valmistajalla on ympäristösertifikaatti.</i>		<b>x</b>	x	



XII.5	<i>Asiakkaita ja henkilökuntaa rohkaistaan käyttämään ympäristöystävällisiä liikennevälineitä.</i>				
XII.6	<i>Johto rohkaisee vähentämään paperinkulutusta kokoustiloissa.</i>				

<b>Hakemuksen liitteet:</b>	
I.2	Ympäristöpolitiikka
I.3	Ympäristötavoitteet
II.1	Pöytäkirja
II.5	Työohje liinavaatteiden vaihdolle
II.6	<i>Vastuullisuuspolitiikka</i>
III.1	Valokuvat (valokuvat suunnitelluista sijainneista)
III.6.	Valokuva + kopio siitä Green Key -kansioon
III.7	<i>Kyselylomake</i>
IV.1	Kuukausittainen vedenkulutuksen seuranta
IV.9	Ohjeet tiskikoneen käytöstä
V.1	Ohjeteksti asiakkaille pyyhkeiden ja lakanoiden vaihdosta
V.2	Hankintalasku (tai vastaava) sekä yksilöinti tuotteiden ympäristömerkeistä
V.3	Hankintalasku (tai vastaava) sekä yksilöinti tuotteiden ympäristömerkeistä
V.5	<i>Hankintalasku (tai vastaava) sekä yksilöinti tuotteiden ympäristömerkeistä</i>
VI.3	Kopio tai kuva ohjetekstistä
VII.1	Kuukausittainen energiankulutusraportti
VII.10	Kopio toimintaohjeesta
VIII.1	Hankintalasku (tai vastaava) ja yksilöinti tuotteiden ympäristömerkeistä
XII.2	Lasku (tai vastaava) ja yksilöinti tuotteiden ympäristömerkeistä



**Green Key**

## Sitoumus

Vahvistamme hakemuksessa annetut tiedot oikeiksi ja sitoudumme ylläpitämään Green Key -kriteerien mukaista toimintaa.

\_\_\_\_\_

hotellin nimi

\_\_\_\_\_

paikka ja päivämäärä

\_\_\_\_\_

hotellinjohtajan allekirjoitus

\_\_\_\_\_

paikka ja päivämäärä

\_\_\_\_\_

ympäristövastaavan allekirjoitus

## Liite 2. Ympäristövinkkilpailun voittajan tutkimuslomake



### Kiitos osallistumisestasi ympäristövinkkilisaan!

Olemme juuri vastaanottaneet Green Key- ympäristösertifikaatin, ja olemme saavutuksestamme erittäin ylpeitä. Tahdomme kuitenkin kehittää toimintaamme entistä ympäristöystävällisempään suuntaan. Tämän kyselylomakkeen tarkoituksena onkin selvittää miten vastuullisuus ympäristöä kohtaan näkyy hotellimme toiminnassa ja palveluissa. Meille on ensiarvoisen tärkeää kuulla sinun mielipiteesi, joten pyydämme sinua kirjaamaan kokemuksiasi ja huomioitasi majoittumisen ajalta.

Mutta ennen kaikkea; nauti vierailustasi Solo Sokos Hotel Paviljongissa! Toivomme että viihdyt vieraanamme.

1. Kuka olet? Kuvaile lyhyesti luonnettasi ja mielenkiinnon kohteitasi.
2. Millä tavalla vastuullisuus tuli ilmi henkilökunnan käytöksestä? Vai tuliko lainkaan?
3. Miten ympäristövastuu näkyi ja tuntui huoneessasi?
4. Kuvaile tunnelmiasi aamiaisen aikana. Millä tavalla vastuullisuus näkyi aamiaissellamme?
5. Pyydämme sinua tutustumaan Solo Sokos Hotel Paviljonkiin sosiaalisessa mediassa. Millä tavoin ympäristövastuu näkyy esimerkiksi Instagram- ja Facebook- sivustoiltamme?
6. Sana on vapaa, kerro meille vapaasti kokemuksistasi. Kuinka voisimme kehittää ympäristötyötämme?

Kiitoksia vastauksistasi! Palautathan lomakkeen vastaanottoon vierailusi päättyttyä.

1. 50v. perheenäiti, lapset teini-ikäisiä. Huumorintykinen, sopeluvainen iloinen. Tykkään lukea, reseleä, matkustella.

2. Huoneet olivat hyvin asusteita.

3. led-valot, ilmastointia voi itse säätää, roskien keräily, wc:n pöytä "namistat",  
Huoneesta kun aamii  
käytävälle näin valot  
syttilivät, hyvä ettei koko aamu  
pala pöytävalot.



Green Key

4. Aamiaisella klotunsa huoneita  
jälkeen evinomaissa, että kukaan  
on hyvin. Häiriöitä ei ollut  
ruokaa ei ollut. Ei kukaan  
ei tulla kukaan tulla  
esille, vaan tulla tulla  
mukaan.  
Huoneasiamme

5. Hienoa kun kierrätätte ~~toisti~~ tarvittamme, kukaan peitot ja tppuut. Minullekin kelpaavi ~~on~~ aulan verhot. Ja pelkupyörät on hyvä läsnä tutuissa kaupunkien.

6. Itse en varmaankun olisi yöpynyt täällä, ellen olisi viittäni kilpailun. Mutta varmasti rannan ~~oikealla~~ meidän ystäville, jotka eivät halua lattiamajapaikasta meillä, josta yöpyläni 1,5 km. päässä hotelli Paviyongissa. Teillä on iloinen henkilötyö, auttavat kyllä aulasta. Lomailuun oli huippuhetki, yksi parhaista mitä on hotelleissa nähty.

Mainostilun reilusti ~~on~~ myös sos. mediassa Rantaraittia millä se on hieno reitti keskeisiin leikkipaikkoihin ja teollisuus keskipisteeseen. Ja siinä matkalla on mm. Suro-korpelan omakotit, kuokkalan kartano, Vihertalouden kaivoli hieno ja upeita puutarhoja ihan vain katsella.

Odotan innolla jos saatte "ResQ" palvelun käyntiin. Kukaan työmatkalla rantaraitilla kautek, ja ei olisi pitkä matkan napata perheelle ruokaa.

Kiitos paljon ~~on~~ kun esimme olla Meriamme, Syömästä tullette meitä näkemään, jollei sitten jokuus oteta iloita ja tullaan ihan yölestein.

! Terve ja iltoja