

Saimaan ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-ala Imatra
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Ilona Voutilainen

Green Key – majoitusalan tulevaisuus?

Opinnäytetyö 2017

Tiivistelmä

Ilona Voutilainen

Green Key – majoitusalan tulevaisuus?, 40 sivua, 1 liite

Saimaan ammattikorkeakoulu

Hotelli- ja ravintola-ala Imatra

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö 2017

Ohjaajat: lehtori Jukka Aineslahti, Saimaan ammattikorkeakoulu

Suomessa on monia erilaisia ympäristömerkkejä, mutta yksinomaan majoitus-alalle ei ole kuin yksi. Green Key on kansainvälinen, suoraan hotelli- ja majoitus-yrityksille suunnattu ympäristömerkki. Työn tarkoituksena oli selvittää, mitä mahdollisuuksia Green Key -merkki hotellille tuo.

Tutkimuksen aineistona ja lähteinä käytetään kirjallisuutta, Green Key -kriteeristöä ja sen materiaalia sekä sähköpostihaastatteluja Green Key -merkittyjen hotellien työntekijöille. Green Key -kriteeristössä on 12 erilaista osa-aluetta, jotka on käyty työssä läpi.

Opinnäytetyö koostuu teoreettisesta osuudesta, Green Key -merkin vaatimuksista ja Green Key -merkin hyödyistä. Teoriaosuudessa perehdytään kestäväan kehitykseen sekä ympäristömerkin kriteereihin. Opinnäytetyön lopussa kerrataan syitä, miksi ympäristömerkittömän hotellin kannattaisi sellainen hankkia. Tutkimustulosten perusteella todetaan, että Green Key on monipuolinen kumppani majoitusosalalla. Merkki auttaa hotelleja tekemään pitkän tähtäimen ympäristötyötä.

Asiasanat: ympäristötietoisuus, ympäristösertifikaatti, ilmastonmuutos, vastuullinen matkailu, kestävä kehitys

Abstract

Ilona Voutilainen

Green Key – The Future of the Hotel Industry?, 40 Pages, 1 Appendix

Saimaa University of Applied Sciences

Faculty of Tourism and Hospitality, Imatra

Degree Programme in Hotel and Restaurant Business

Bachelor's Thesis 2017

Instructor: Mr Jukka Aineslahti, Senior Lecturer, Saimaa University of Applied Sciences

In Finland, there are many different types of eco-labels, but exclusively for the accommodation sector there is only one. Green Key is an international eco-label, targeted directly to the hotel and accommodation business. The purpose of the study was to find out what opportunities Green Key -label brings to the hotel.

Material and sources of the thesis are found from the literature, the Green Key criteria and its material and e-mail interviews with the Green Key labelled hotels. Green Key criteria has 12 different areas, which have been looked through in this thesis.

The thesis consists of a theoretical contribution, the Green Key requirements and benefits of the Green Key label. The theoretical part focuses on sustainable development and eco-label criteria. At the end of the thesis there are the reasons why a hotel without an eco-label should get one.

Keywords: environmental awareness, environmental certificate, climate change responsible tourism, sustainability

Sisälllys

1	Johdanto.....	6
1.1	Opinnäytetyön tarkoitus.....	6
1.2	Opinnäytetyöraportin rakenne.....	6
1.3	Tutkimusmenetelmät.....	7
1.4	Aikaisemmat tutkimukset.....	7
2	Kestävä kehitys ja ympäristötietoisuus.....	7
2.1	Ilmastonmuutoksen syyt ja seuraukset.....	8
2.2	Kasvihuonekaasupäästöt Suomessa.....	10
2.3	Matkailun vaikutukset ympäristöön.....	11
2.4	Erlaisia ympäristömerkkejä.....	12
3	Vastuullinen matkailu ja majoitustoiminta.....	13
3.1	Vastuullisuus majoitusalaalla.....	14
3.2	Vastuullisuus matkakohteissa ja nähtävyyksillä.....	16
3.3	Liikenteen ja kuljetusvälineiden osuus.....	16
3.4	Matkanjärjestäjien vastuu.....	17
4	Ekologisuus asiakaskokemuksessa.....	17
4.1	Markkinoinnin voima.....	18
4.2	Asiakaskokemuksen korostaminen.....	19
4.3	Asiakaspolku vastuullisempaan majoituskokemukseen.....	20
5	Green Key –ympäristöohjelma.....	22
5.1	Hakuprojekti.....	23
5.2	Vaatimukset.....	23
5.2.1	Ympäristöjohtaminen.....	24
5.2.2	Henkilöstö.....	25
5.2.3	Asiakkaat ja heidän osallistaminen.....	25
5.2.4	Vedensäästö.....	26
5.2.5	Puhtaanapito.....	26
5.2.6	Jätehuolto ja kierrätys.....	27
5.2.7	Energiansäästö.....	27
5.2.8	Elintarvikkeet.....	28
5.2.9	Sisä- ja ulkotilat.....	28
5.2.10	Ympäristöaktiviteetit.....	28
5.2.11	Hallinto.....	29
6	Tutkimusmenetelmä.....	29
7	Tutkimustulokset.....	30
7.1	Green Key:n sopivuus hotellille.....	30
7.2	Odotukset Green Key:n suhteen.....	31
7.3	Hotellin toiminnan muuttaminen.....	32
7.4	Hotellin arvon nousu.....	33
7.5	Vaikeudet Green Key:n hakuprosessissa.....	33
7.6	Ympäristömerkin hyvät ja huonot puolet.....	34
8	Pohdinta.....	35
	Kuvat.....	37
	Taulukot.....	37
	Lähteet.....	38

Liitteet

Liite 1 Green Key -hakulomake

1 Johdanto

Matkailu on yksi maailman nopeimmin kasvavista aloista ja tärkeä tulonlähde monille maille. Matkailu on ihmisiin suuntautunut ala, joten se tarjoaa myös paljon työpaikkoja, jotka ovat auttaneet elvyttämään paikallista taloutta. Kestävä matkailu on määritelty matkailuksi, joka kunnioittaa sekä paikallisia ihmisiä että matkustajia, kulttuuriperintöä ja ympäristöä. Se pyrkii tarjoamaan ihmisille jännittävän ja opettavaisen loman, josta on myös hyötyä ihmisille kohdemaassa. (Unesco 2016.) Yhteiskunnallisesta näkökulmasta ympäristötietoisuuden on oltava äärimmäisen tärkeässä osassa planeettamme säilymiselle (Green Living Ideas 2015).

Yleinen kiinnostus ympäristöasioihin lisääntyy vuosi vuodelta niin kuluttajan kuin yritystenkin puolelta. Myös matkailu- ja majoitusalaalla ympäristön kuormitusta pyritään vähentämään, ja tätä varten on perustettu Green Key –ympäristömerkki Tanskassa vuonna 1994. Merkki helpottaa kuluttajia valitsemaan ympäristöystävällisen matkailukohteen sekä majoituksen. (Green Key 2016.)

1.1 Opinnäytetyön tarkoitus

Työn tarkoitus on selvittää niin ympäristöystävällisen matkustamisen ja majoituksen ulottuvuuksia sekä niiden mahdollisuuksia kuin ympäristöohjelmien hyötyjä. Ympäristöohjelmien hyöty on kattava ei pelkästään ympäristönsuojelun kannalta, vaan myös kulujen pienemisessä ja asiakkaiden tyytyväisyydessä (Middleton & Hawkins 1998, 143).

Lopuksi esitellään Green Key -merkin vaikutukset ja hyödyt hotelli- ja majoitusyrityksille tutkimustulosten perusteella. Tutkimuksessa tavoitteena on saada tietoa siitä, miten juuri majoitusalan yritysten työntekijät näkevät ympäristömerkkien tärkeyden.

1.2 Opinnäytetyöraportin rakenne

Teoreettinen osio käsittelee vastuullista ja ympäristöystävällistä matkailua ja majoitustoimintaa. Osio käsittelee myös eri tapoja, jotka auttavat vähentämään matkailun aiheuttamaa rasitusta ympäristölle.

Työssä tutkitaan kestävästä kehitystä ja ympäristöystävällisyyttä majoitusyritysten näkökulmasta sekä niitä edesauttavia ympäristöohjelmia Green Key -merkin ohella. Teoriaosiossa tutkitaan ympäristöystävällisiä kuluttajavalintoja matkailu- ja majoitustoiminnan eri näkökulmista.

1.3 Tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyön empiirinen osuus koostuu laadullisesta tutkimuksesta. Laadullinen tutkimus auttaa määrittelemään, kuinka hyödyllisenä hotellin työntekijät kokevat ympäristömerkkien, erityisesti Green Key -merkin, käytön.

Kyselytutkimus koostuu avoimista kysymyksistä, jotka antavat vastaajalle mahdollisimman laajan mahdollisuuden vastata esitettyihin kysymyksiin. Tuloksista tutkitaan, miten Green Key -merkkiin suhtaudutaan.

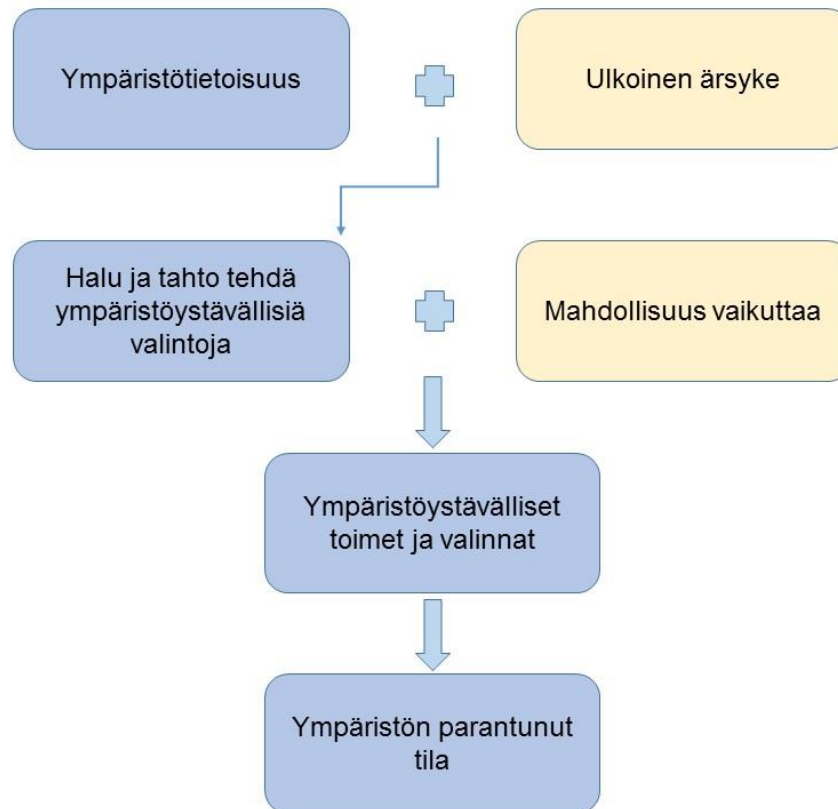
1.4 Aikaisemmat tutkimukset

Green Key -ympäristömerkkiin liittyen on tehty monia opinnäytetöitä jonkin tietyn majoitusyrityksen ympäristötyöhön liittyen. Aiheet vaihtelevat ympäristötyön kehittämisestä henkilökunnan toimintamalleihin ja markkinointityöhön.

Tutkimuksia on enemmän esimerkiksi vanhempaan Joutsenmerkkiin liittyen. Green Key on ollut toiminnassa Suomessa vasta vuodesta 2015.

2 Kestävä kehitys ja ympäristötietoisuus

Ympäristötietoisuus yksilötasolla kehittää koko ympäristön tilan hyvinvointia, josta kuvassa 1 on kysymys. Kun yksilön ympäristötietoisuus yhdistetään ulkoiseen kannusteeseen tai ärsykkeeseen, tämä voi johtaa haluun tehdä työtä ympäristön hyväksi ympäristöystävällisillä valinnoilla. Tämä halu voi saada aikaan ympäristöystävällisiä toimia niin yksityis- kuin työelämässäkin, kun siihen lisätään yksilön tiedot ja taidot sekä mahdollisuus vaikuttaa. Tämä taas parantaa koko ympäristön tilaa. Jo pienillä valinnoilla voi saada paljon aikaan. (Partanen-Hertell 1999, 20.)



Kuva 1. Ympäristötietoisuus käytännössä (Partanen-Hertell 1999, 21)

Tämä lähestymistapa (Kuva 1) voi kuvata yksilöiden, ryhmien, järjestöjen tai koko yhteiskunnan ympäristöystävällisiä valintoja, toimia ja tapoja. Kuvaa voidaan käyttää tutkiessa esimerkiksi jätteen käyttöä kierrätyslaitoksilla, yritysten ympäristökäytäntöjä ja toimintatapoja tai voimavaroja, jotka yhteiskunta kohdistaa ympäristöasioihin. (Partanen-Hertell 1999, 21)

2.1 Ilmastonmuutoksen syyt ja seuraukset

Ihmisen toiminnan seurauksena ilmaston lämpeneminen on yksi suurimmista maailmanlaajuisista kriiseistä (WWF). Ilmakehän tietyt kaasut, kuten hiilidioksidi, hidastavat lämmön haihtumista maapallolta ja pitävät maapallon lämpimänä. Tämä kasvihuoneilmiö on nykyisen elämän perusedellytys. Teollisen vallankumouksen seurauksena ihminen on alkanut tuottaa fossiilisten polttoaineiden polton ja maankäytön muutosten myötä niin paljon kasvihuonekaasuja, että lämmön pakeneminen maapallolta on hidastunut entisestään. Tämän seurauksena maapallo lämpenee (Greenpeace 2010). Lämpenemisen seuraukset näkyvät muun

muassa äärimmäisinä sääilmiöinä, merenpinnan kohoamisena ja luonnon monimuotoisuuden pienenemisenä. Luonnon on vaikea sopeutua niin äkillisiin muutoksiin, ja erilaiset eläinlajit ovat vaarassa kuolla sukupuuttoon sopeutumattomina nopeaan ilmaston lämpenemiseen. Ilmastonmuutoksen torjumiseen edellytetään päästöjen pienentämistä yli 60 prosentilla maailmanlaajuisesti. (Ilmasto.org.)

Ilmastokriisiin voidaan vaikuttaa säästämällä energiaa ja käyttämällä sitä tehokkaammin sekä lisäämällä uusiutuvan energian käyttöä (WWF). Ilmastonmuutosta voidaan hillitä erilaisin keinoin, joista yksi on ilmastopolitiikka. Mikäli tätä politiikkaa ei muuteta, maapallon keskilämpötila kohoaa vuoteen 2100 mennessä noin neljä astetta (WWF). Ilmastopolitiikka koostuu päätöksistä ja toimista, joilla maapallon ilmastojärjestelmä pyritään pitämään vakaana ilman, että ihmiskunta aiheuttaa siihen vaarallista häiriötä. Koska ilmasto muuttuu joka tapauksessa, pyritään siihen sopeutumaan mahdollisimman hallitusti. Ensimmäinen näistä tavoitteista on kirjattu YK:n ilmastosopimukseen, joka on maailmanlaajuisesti tärkein ilmastopoliittinen asiakirja. (Ilmasto-opas.)

Suomen ilmastopolitiikan tavoitteena on vähentää kasvihuonekaasuja monin eri tavoin. Laadituilla toimenpiteillä pyritään esimerkiksi parantamaan energiatehokkuutta ja edistämään joukko- ja kevyttä liikennettä. Näitä toimenpiteitä voidaan ohjata muun muassa lainsäädännöllä, veroilla, rahoituksella ja koulutuksella sekä palveluiden kehittämisellä. Vuonna 2008 ilmastopolitiikan tavoitteeksi asetettiin vähentää kaasujen kokonaispäästöjä vuoteen 2020 mennessä noin 65 miljoonaa tonniin hiilidioksidiekvivalenttia (CO₂-ekv.) EU:n velvoitteiden mukaisesti. Päästöt ovat viime vuosina laskeneet ja ne ovat pysyneet tavoitetaso alapuolella vuoden 2010 jälkeen. (Ilmasto-opas.)

Energian säästäminen ja energiatehokkuuden parantaminen rinnakkain on todettu kustannustehokkaimmaksi kasvihuonekaasuja vähentäväksi keinoksi. Ilmasto-oppaan mukaan energiansäästöprojektit ovat jopa kymmenen kertaa kannattavampia kuin energiantuotannon lisärakentaminen. Energiatehokkuustoimet maksavat myös aiheutuneet kulunsa nopeasti takaisin.

2.2 Kasvihuonekaasupäästöt Suomessa

Suomen kasvihuonekaasupäästöt olivat 55,6 miljoonaa hiilidioksidiekvivalenttonnia (CO₂-ekv.) vuonna 2015 ollen 16 miljoonaa tonnia vähemmän kuin vertailuvuonna 1990. Päästöjen trendi on laskenut vuodesta 2004 lähtien. (Tilastokeskus 2016.)

Liikenne tuottaa miltei viidenneksen kaikista kasvihuonepäästöistä, joista suurin osa tulee tieliikenteestä. Päästöt matkustajakilometrejä kohden vaihtelevat suuresti. Selvästi eniten päästöjä aiheutuu lentoliikenteestä, mutta myös yksityisautoilun päästöt ovat merkittävät. Autoilu aiheuttaa hiilidioksidipäästöjen ohella myös ruuhkia ja meluhaittoja (Ilmasto-opas). Rautatieliikenteen päästöt ovat vähäiset ja sen osuus liikenteen päästöistä on vain muutamia prosentteja. (Ilmasto.org.)

Liikenteen päästöjä voidaan vähentää lisäämällä kevyttä ja joukkoliikennettä sekä vastaavasti vähentämällä lento- ja autoliikennettä. Vähäpäästöisten kuluvälineiden kehittäminen auttaa myös taistelussa liikenteen päästöjä vastaan (Ilmasto.org). Jokainen voi myös itse vaikuttaa liikkumisestaan aiheutuviin päästöihin suunnittelemalla liikkumistaan. Jos autoa on käytettävä, kannattaa pyrkiä hoitamaan monta asiaa samalla matkalla. Työmatkoilla kimpakyytien suosiminen on hyvä ratkaisu. Matkustamisen tarve vähenee myös useiden palvelujen, esimerkiksi pankkien löytyessä Internetistä. (Ilmasto-opas.)

Suomen kokonaispäästöistä rakennusten lämmityksen aiheuttamat kasvihuonekaasupäästöt ovat noin 30 prosenttia. Päästöihin voidaan vaikuttaa järkevällä lämmityksellä ja suosimalla uusiutuvaa energiaa käyttäviä yrityksiä. Remontti- ja uudisrakennuskohteissa tulisi huomioida energiatehokkuus. Yksinkertaisin energiansäästötapa on laskea rakennuksen lämpötilaa. Suotuisa lämpötila asuintiloissa on 20 - 22 °C. Lämpötilan tarkka säätö on tärkeää, sillä jo yhden asteen muutos sisälämpötilassa voi nostaa merkittävästi lämmityksen energiantarvetta. Myös rakennusten tehokkaasta eristyksestä on huolehdittava. Eräs tehokas keino pientalojen energiankulutuksen vähentämiseksi on ilmalämpöpumppu, joka säästää energiaa tyypillisesti jopa 40 prosenttia. (Ilmasto-opas.)

Kotitaloussähköstä eniten kuluu valaistukseen ja kylmälaitteisiin. Valaistuksessa voidaan säästää energiaa muun muassa lamppuvalinnoilla ja hyödyntämällä luonnonvaloa. Luonnonvaloa kannattaa käyttää aina mahdollisuuden salliessa. Kodin yleisvalaistuksen ei tarvitse olla kirkas, ja parempaa valaistusta vaativat kohteet tulee valaista erikseen. Myös automatiikan hyödyntäminen valaistuksessa kannattaa, jolloin valo reagoi esimerkiksi liikkeeseen, ja näin palaa tarvittaessa. Kylmälaitteiden tulisi sijaita erossa lämmönlähteistä, kuten uunista. Energiankulutus voi näissä tilanteissa kasvaa jopa 20 prosenttia. Olennaista on myös säätää laitteiden lämpötilat sopiviksi, ettei energiaa kulu turhaan jäähdytykseen. Sähkölaitteidenkin hankinnassa tulee suosia energiatehokkaita ratkaisuja. (Ilmasto-opas.)

2.3 Matkailun vaikutukset ympäristöön

UNEP (2008) määrittelee matkailun olevan ala, joka yhdistää laajan valikoiman taloudellisia aktiviteetteja ja katsotaan olevan maailman suurin toimiala. Massaturismi on merkittävä ympäristöongelma, jonka negatiivinen vaikutus näkyy monissa maissa. Vaikutus on näkyvämpää alueilla, joilla ei ole tarpeeksi hyvin suunniteltuja kaatopaikkoja ja esimerkiksi vedenkäsittelylaitokset ovat vanhentuneita. Tästä syntyy pahoja ongelmia jäte- ja vesihuollon kanssa. Matkailu aiheuttaa myös merkittäviä meluhaittoja sekä ilmansaasteita (Holden 2008, 91).

Matkailu on luonnonvarojen suuri käyttäjä, kuten maan, veden ja ruoan, ja se saa aikaan merkittäviä määriä päästöjä. Merkittävin ongelma on ilmastonmuutos. Sen haitat näkyvät erityisesti maissa, joissa on herkkä ekosysteemi ja puutteellinen infrastruktuuri. Hotellien ja teiden rakentaminen tehdään usein haitallisilla menetelmillä. Myös suuri tavarankuljetuksen määrä nopeuttaa ympäristön pilaantumista. (UNEP 2008.)

Monissa matkakohteissa sesonkiaikaan turisteja on jopa yli 10 kertaa enemmän kuin vakituisia asukkaita. Nämä matkailijat tarvitsevat majoitusta, jossa tulisi olla hyvä lämmitysjärjestelmä kylminä aikoina ja riittävästi vettä kuumina kausina. Tämä tarkoittaa, että tarvitaan paljon vettä ja lämmitykseen vaadittavaa energiaa. Paikalliset osaavat säännöstellä veden kulutusta, mutta turistit harvoin tekevät samoin. Energiantarve on korkea myös talvikauden ulkopuolella korkea, sillä

energiaa käytetään lämmityksen ohella myös esimerkiksi valaistukseen ja ilmastointiin. (Boers & Bosch 1994, 33.)

Suuret määrät kiinteää ja nestemäistä jätettä aiheuttavat myös päästöjä. Boersin ja Boschin (1994, 33) mukaan majoituksesta aiheutuva jätteiden määrä on yllättävän korkea. Usein ei ole käytössä minkäänlaista jätteiden lajittelua. Kiinteä jäte usein vain heitetään alueille, joista ei ole suurta taloudellista hyötyä. Merkittäviä ekosysteemejä häiritään ja tuhoaan. Nestemäinen jäte siirretään pintavesiin ilman oikeanlaista käsittelyä. Toiminnasta johtuen erilaiset kemikaalit ja bakteerit pääsevät vahingoittamaan ei vain uimareita, vaan myös arvokasta kasvistoa ja luontoa.

Matkailu tuo suoraan rasitetta herkälle ekosysteemille. Se lisää kilpailua niukoista luonnon resursseista, kuten veden ja maan käytöstä. Matkailu on yksi merkittävimmistä tekijöistä paikalliselle ja globaalille saastumiselle. Tämä kaikki aiheutuu huolimatta siitä, että matkailu on epävakaa tulonlähde. Se on usein herkkä ympäristön- ja sosiaalisten olojen muutoksille, kuten erilaisille levottomuuksille alueilla. (UNEP 2008.)

2.4 Erilaisia ympäristömerkkejä

Ympäristömerkit ovat tärkeä osa tehdessä ympäristöystävällisiä valintoja. Ne ohjaavat kuluttajaa ja palveluntarjoajaa valitsemaan viisaasti ympäristön kuormittamisen vähentämiseksi (IISD's Business and Sustainable Development: A Global Guide 2013). Suomessa on käytössä erilaisia ympäristömerkkejä majoitusalailla. Green Keyn lisäksi alla on lueteltu muutama tunnetuimpia merkkejä.

Pääasiassa ekologiseen vastuullisuuteen keskittyvä Joutsenmerkki on Suomen tunnetuin ympäristömerkki. Joutsenmerkki on Pohjoismaiden yhteinen ympäristömerkki. Ekologinen vastuullisuus on näkynyt Suomessa jo pitkään, sillä vuonna 1990 perustettu Joutsenmerkki on päässyt jo 26 vuoden ikään. Joutsenmerkkisertifiointi alkoi kulutustavaroilla, mutta nykyisin mukana on myös palvelutoiminta. Tällä hetkellä matkailualalta on sertifioitu 41 hotellia ja 11 ravintolaa. Merkin päätavoite on edistää kestävästä kehitystä. (Visit Finland 2015.)

Laatutonne Green Start on suoraan matkailualalle räätälöity vastuullisuuskoulutus ja se kattaa vastuullisuuden kaikki osa-alueet. Se on päivän kestävä valmennus, joka antaa yritykselle työkalut kertoa ympäristöasioista ja vastuullisuudesta asiakkailleen. Valmennuksessa autetaan laatimaan käytännönläheinen toimintasuunnitelma ympäristöasioiden ja vastuullisuuden edistämiseksi. Green Startin on räätälöinyt Matkailun edistämiskeskus ja Haaga-Perho. Tähän mennessä 30 alan yritystä on suorittanut koulutuksen. (Visit Finland 2015.)

Suomen luomumatkailuyhdistys ECEAT (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism) Suomi ry edistää ja kehittää ympäristövastuullista matkailua. Se tukee luomuviljelyä, luonnon- ja ympäristönsuojelua ja kestävästä maankäytöstä. Merkin saaminen perustuu kansainvälisten laatuvaatimusten täyttymiseen. ECEAT-sertifikaatin kriteerit on täyttänyt 29 matkailuyritystä. (Visit Finland 2015.)

Green Key –merkki on maailmanlaajuinen ympäristöohjelma, joka on erityisesti suunniteltu majoitusalan alalle. Tämän vuoksi ohjelma ottaa huomioon majoitusalan tarpeet. Green Key –sertifioinnin on saanut jo yli 2500 majoitusalan yritystä 53 maassa. Mukana on hotelleja, kongressikeskuksia, leirintäalueita sekä Bed&Breakfast –kohteita. Suomessa sertifikaatin on saanut 50 kohdetta. Green Key –ohjelmaa hallinnoi kansainvälinen ympäristökasvatusjärjestö FEE (Foundation for Environmental Education). Suomessa merkin käyttöä valvoo ja sen myöntää Suomen Ympäristökasvatuksen Seura ry. (Visit Finland 2015.) Green Key –hotelli sitoutuu noudattamaan päivittäisessä työssään merkin vaatimia kansainvälisiä ympäristökriteerejä. Ohjelma käynnistyi Suomessa jo vuonna 2015. (Green Key Finland 2016).

3 Vastuullinen matkailu ja majoitustoiminta

Ympäristö on tärkeä osa matkailua. Matkailuyritysten ohella myös matkailijat huomaavat ympäristön ongelmia lomallaan. Yhä useammalle matkailijalle on tullut tärkeäksi, että hänen valitsemansa kohde on ympäristöystävällinen ja auttaa kestävästä kehityksestä. Kestävä kehitys kertoo, että yritys suuntaa toimintaansa ympäristön hyvinvointia ja tulevaisuutta ajatellen. Ympäristön huomioiminen on jo itsessään kilpailuetu, joka tuo hyötyä myös henkilöille, jotka eivät itse toimiessaan

huomioi ympäristöä. Perehtyminen ympäristöasioihin hyödyntää yritystä myös taloudellisesti erilaisilla kustannussäästöillä, esimerkiksi ruokahävikin pienentyessä. Monet asiakkaat arvostavat myös henkilökunnan ympäristöosaamista. Innostunut henkilökunta voi keksiä jopa uusia tapoja auttaa luonnon hyvinvoinnin kehittämisessä. (UNEP 2008.)

Tiettyjä kestävän kehityksen käytäntöjä voidaan pitää jopa maailmanlaajuisina majoitusosalalla. Yleisimpiä vihreitä tekoja ovat vettä säästävät laitteet ja petivaatteiden kierrätys. Asiakkaat ovat valmiita osallistumaan erilaisiin kestävän kehityksen ohjelmiin, mutta silti hinta ja käytännöllisyys ovat silti suuremmassa arvossa majoituspaikkaa valitessa. Kuitenkin ympäristöohjelmiin osallistutaan innokkaammin, jos hotellit tarjoavat kannustimena esimerkiksi kanta-asiakaspisteitä. Vaikka ympäristöohjelmat eivät ole kytköksissä hotellien asiakastyytyvyyteen niin suuresti verrattuna esimerkiksi huoneen tasoon, tuotteisiin ja hotellin tarjoamiin muihin palveluihin, nykyisin majoitusliikkeiden suorastaan oletetaan käytävän ympäristöohjelmia toiminnassaan. Vihreät arvot eivät myöskään vähennä asiakastyytyvyyttä. Sopivin ympäristöohjelma majoitusliikkeelle tulee valita sen tarjoaman hyödyn perusteella kustannuksiin verrattuna. (Bruns-Smith, Choy, Chong, & Verma 2015, 4.)

On sanomattakin selvää, että matkailualan vaikutuksesta syntyy huomattava määrä jätteitä ja saasteita. Omien ympäristöystävällisten valintojen puute päivittäisessä elämässä korvataan valitsemalla ympäristötietoinen matkakohde. Vaikka matkustajat itse eivät tietoisesti tekisikään vihreitä valintoja, he odottavat sitä suurilta majoitus- ja lentoyhtiöiltä. Myös matkanjärjestäjien oletetaan varaavan yhteistyökumppaneilta mahdollisimman vastuullinen ja ympäristöystävällinen kohde. (Pedro 2013.)

3.1 Vastuullisuus majoitusosalalla

Ympäristötyön arvostamisen matkailijatutkimuksessa (Turun AMK 2015) selvisi, että matkailijalle tärkeintä hotellin toiminnassa on jätteiden kierrättäminen. Monet muut ympäristöteot tulevat heti perässä, kuten energian- ja vedensäästö, luomua lähiruoan käyttäminen sekä ympäristöystävällinen liikkuminen. Myös paperi- ja painotuotteiden minimointi ja niiden ympäristöystävällisyys koetaan tärkeäksi.

Majoitustoiminnassa on monia osa-alueita ja miltei niiden kaikkien odotetaan toimivan ympäristöä huomioiden. Majoituslalla kestävä kehitys tuo mahdollisuuksia ympäristön suojelemisen lisäksi myös kustannussäästöinä ja asiakastytyvyyden paranemisena (Goldstein, K.A. & Primplani, R.V. 2012, 8).

Middletonin (1998, 148 - 149) mukaan suurimmat ympäristöön vaikuttavat seikat hotelli- ja majoituslalla sekä yleensä matkailualalla ovat seuraavat

- Luonnonvarojen ehtyminen

Majoituslalla käytetään paljon energiaa fossiilisista polttoaineista. Uusiutumattomien luonnonvarojen käyttö on suurta, kuten hiili, öljy ja maakaasu lämmitykseen. Veden kulutus on huomattavaa erityisesti vesipulasta kärsivillä alueilla esimerkiksi uima-altaissa ja golf-kenttien kastelussa.

- Ilmansaasteet

Energiankäytön osuus näkyy ilmaston lämpenemisessä ja happosateina. Edellä mainitut seikat sekä mahdollinen otsonikato ovat syitä niin matkustajien kuljetuksesta matkakohteisiin kuin käyttötuotteiden tuonti asiakkaiden ulottuville kohteissa. Vesiväylät saastuvat jätevesistä ja käsittelemättömästä vedestä keittiöissä, hotellihuoneissa ja uima-altaissa.

- Luonnon rappioituminen

Suuret matkailijamäärät kuormittavat paikallisia luontopolkuja ja kulttuuriperintö-alueita. Lajien monimuotoisuus heikkenee infrastruktuurin kehittyessä ja leviessä. Hiljalleen laajeneva kaupungistuminen vähentää maiseman ja alueiden ominaisuuksia suurien turistikohteiden tieltä.

Majoitusalan mahdollisuudet ympäristöä kohtaan kasvavat erilaisilla ympäristöohjelmilla. Ympäristöohjelmat tuovatkin usein taloudellisia säästöjä muun muassa vähentämällä energian ja veden kulutusta. Suurilla kansainvälisillä hotelliketjuilla tämä voi tarkoittaa jopa miljoonien eurojen säästöjä. Ympäristöohjelmilla on usein myös motivoiva vaikutus henkilökuntaan erityisesti, jos henkilökuntaa

palkitaan osallistumisestaan ympäristötekoihin. Monesti myös asiakkaiden kiinnostus kasvaa, jos majoitusliikkeellä on käytössään jokin ympäristöohjelma. (Middleton 1998, 149 - 150.)

3.2 Vastuullisuus matkakohteissa ja nähtävyyksillä

Ympäristöohjelmat nähtävyyksillä sisältävät erilaisia mahdollisuuksia. Kohteiden laatu paranee, joka on tärkein mahdollisuus luonnonvaroihin perustuvissa kohteissa. Kuten majoituslalla, myös lomakohteissa työntekijöiden viihtyvyys paranee erilaisilla ympäristöohjelmien palkitsemismenetelmillä. Kustannussäästöjä kertyy myös energian ja veden kulutuksen säästämällä sekä jätteiden kierrätyksellä. (Middleton 1998, 166.)

Monissa kohteissa esimerkillinen ympäristöohjelmien käyttö on auttanut lisäämään suhteita paikallisten yhteisöjen kanssa esimerkiksi osallistamalla paikallinen väki kierrätysohjelmiin. Matkailijoita kiinnostaa ympäristöystävälliset kohteet ja nähtävyydet aivan kuten majoitusvaihtoehdotkin. Kohteiden on tärkeä säilyttää ympäristönsä viihtyvyys taatakseen matkailijavirran myös tulevaisuudessa. (Middleton 1998, 166.)

3.3 Liikenteen ja kuljetusvälineiden osuus

Koska kaikki matkailu sisältää liikkumista kohteeseen ja sieltä pois, kuljetusvälineet tekevät mahdolliseksi kaiken pituiset vierailut. Kuljetusvälineillä on suuri osuus ympäristöystävällisemmän matkailun kehittämisessä vähentämällä ja kontrolloimalla liikenteestä aiheutuvia päästöjä ja jätteitä. Fossiilisten polttoaineiden kulutus on suurta niin lentokoneilla kuin autoillakin liikuttaessa. (Middleton 1998, 170 - 175.)

Ympäristöohjelmien käyttö tuo myös kuljetussektorilla säästöjä, jotka ovatkin selkein syy niiden käytölle ja kuljetusvälineiden kehittämiselle. Myös kuljetusyrittysten halu kehittää yleistä imagoaan on yksi syy tälle ympäristöä säästävälle kehityssuunnan toteuttamiselle. Suhteet yhteiskunnassa kehittyvät eri tavoin, sillä ympäristöohjelmat miltei aina ulottuvat paikallisiin yhteisöihin. Tämä näkyy esimerkiksi kutsuna käyttämään paikallisia kierrätysmahdollisuuksia ja oppimateriaaleina kouluille. Uhka syytteistä ympäristön vahingoittamisesta ovat luultavasti

suurempia kuljetussektorille kuin muille matkustamisen ja matkailun aloille. Määrätyt sakot voivat olla suuria. Myös matkustajat ovat kiinnostuneita ympäristöystävällisemmistä vaihtoehdoista. (Middleton 1998, 175.)

3.4 Matkanjärjestäjien vastuu

Palvelujen tuottajana matkanjärjestäjillä on tärkeä ja usein välttämätön rooli kolmelle osapuolelle: matkailijat, matkailuyritykset määränpäissä ja markkinoijille. Middletonin (1998, 185 - 186) mukaan matkanjärjestäjä tarjoaa vierailijoille luotettavaa tietoa ja palvelua. Matkanjärjestäjän kautta moni löytää helpomman ja edullisemman vaihtoehdon kuin itse yrittäessään selvittää monen eri vaihtoehdon kautta. Toimijoille kohteessa, erityisesti hotelleille, matkanjärjestäjä säätää sopivat sopimusehdot ja tarjoaa kansainväliset markkinointikanavat. Matkanjärjestäjä voi myös täyttää myymättä jäänyttä kapasiteettiä ja selvittää asiakastyytyväisyyttä. Tiedon jakelussa ja tuottamisessa matkanjärjestäjä voi olla lyömätön kumppani.

Matkanjärjestäjille on erilaisia vihreitä mahdollisuuksia. Ei ole tarkkaa tietoa siitä, valitseeko suurin osa matkustajista matkakohteensa sen ympäristöystävällisyyden perusteella. Kuitenkin on paljon näyttöä, että sellaista matkailukohdetta suositaan, joka ei ole valtavassa turistikuplassa tai modernin kaupungistumisen ja teollisuuden kolhima. Matkanjärjestäjien vihreät matkat ovatkin entistä suosittuimpia. Tyytyväiset asiakkaat palaavat takaisin samalle järjestäjälle ja samaan kohteeseen aina uudestaan. Asiakas palaa mieluusti korkealaatuisia elämyksiä tarjoavaan kohteeseen, jossa luonto on olennaisessa osassa. (Middleton 1998, 190.)

4 Ekologisuus asiakaskokemuksessa

Onnellisuus ja ilo luovat pohjan monelle onnistuneelle lomalle. Ne ovat mahdollisuus sisäiselle rauhalle ja henkiseen tasapainolle, varsinkin jos matkailija nauttii luonnon rauhasta ja kauneudesta. Luonnon läheisyys yhdistetään helposti vastuulliseen elämäntapaan. (Weeden 2014, 91 - 98.)

Ympäristöystävällisyyttä voi käyttää myös asiakaskokemukseen keskittymisessä. Ympäristömerkityt majoitusliikkeet tuovat toimissaan vihreät arvot jo asiakkaiden ulottuville, joka tuo asiakkaalle tiettyä vaikutusvaltaa. Pienilläkin teoilla kokemus ympäristön hyvinvointiin vaikuttamisessa ilahduttaa asiakasta (Löytänä & Korteso 2011, 45).

4.1 Markkinoinnin voima

Middletonin (1998, 143 - 144) mukaan erilaisia markkinointitekniikoita ei yleensä liitetä matkustukseen ja matkailuun. Matkailun markkinointiin tarvitaan tehokas tekniikka tietojen välittämiseen, tuotteiden mukauttamiseen ja asiakaskäyttäytymisen seurantaan. Luultavasti tehokkain tapa markkinoida vastuullista matkailua suuremmalle yleisölle on tuoda esille matkan mahdollisuudet ainutlaatuisiin kokemuksiin (Weeden 2014, 120). Markkinoinnin on kohdattava niin kuluttajan kuin palveluntarjoajan tarpeet (Fennell 2008, 105).

Y-sukupolvi on 1980-luvun alun ja 1990-luvun puolivälin välillä syntynyt sukupolvi. Tätä nettisukupolvea kutsutaan myös millenniaaleiksi. He ovat myös ensimmäinen sukupolvi, jotka odottavat suoraan majoitusyrityksillä olevan vihreitä arvoja. Majoituspalvelujen vihreä trendi leviää jatkuvasti ja kehittää uusia ympäristöystävällisiä trendejä. (Matkailu- ja ravitsemiskaupan toimialakatsaus 2014.) Esimerkiksi TripAdvisorin GreenLeaders –ohjelma auttaa matkailijoita tarkistamaan hotellin vihreät arvot (TripAdvisor).

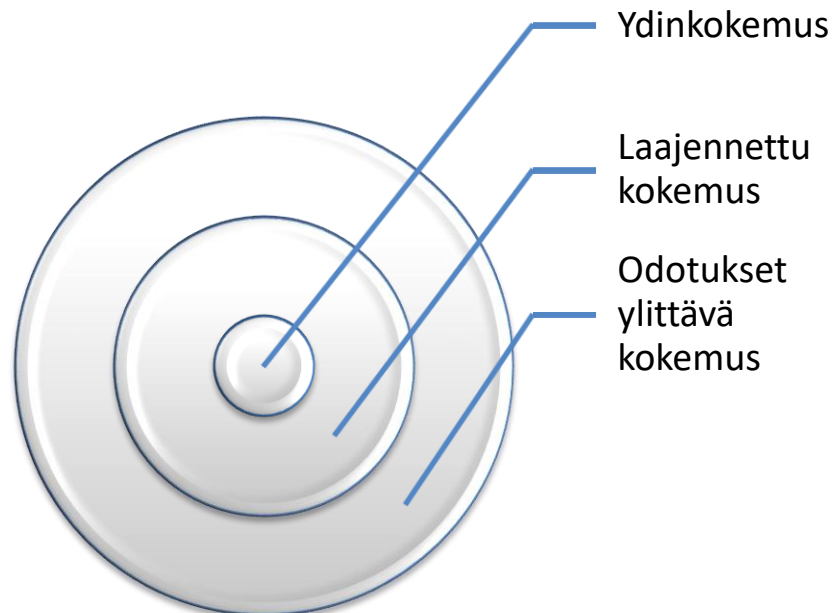
On tärkeää osata markkinoida majoitusyritystä millenniaaleille. He ovat tottuneet värikkääseen mainontaan ja markkinointiin, joten heitä on vaikeampi vakuuttaa. Esimerkiksi sponsoroidun Internetmainoksen on avannut vain 33 % millenniaaleista. He pitävät ystäviään ja tuttujaan luotettavimpana lähteenä. Kolme neljästä millenniaalista julkaisee sosiaalisessa mediassa ainakin kerran päivässä ollessaan matkalla. Heille on myös tärkeää ympäristön huomioiminen majoitusyrityksen toiminnassa. Sukupolvi on oppinut, että kierrätys vähentää jätettä ja suuri fossiilisten polttoaineiden käyttö lisää ilmaston lämpenemistä. Jopa 62 % arvostaa yrityksiä, jotka tekevät mahdollisimman paljon ympäristön hyväksi. Näyttämällä, kuinka hotelli vähentää ympäristön aiheuttamaa räsitusta esimerkiksi käyt-

tämällä lähituotteita ravintolassaan, se antaa milleniaaleille yhden syyn lisää varata huoneen kyseisestä hotellista. (Matkailu- ja ravitsemiskaupan toimialakatsaus 2014.)

Innostunut henkilökunta on tärkeä osa ympäristösertifikaatin saanutta majoitusyriystä. Henkilökunta näyttää esimerkkiä ja saa asiakkaatkin innostumaan ympäristötekoihin. Sisäinen markkinointi on tässä suuressa osassa, jotta vihreän liikeidean sisältö toteutuu jokapäiväisessä toiminnassa ja jokaisen omissa työtehtävissä. Sisäisellä markkinoinnilla pyritään varmistamaan liikeidean ja uuden vihreän markkinointisuunnitelman toteutuminen. (Bergström & Leppänen 2015, 155.)

4.2 Asiakaskokemuksen korostaminen

Asiakkaiden asenteet ja käyttäytyminen vaikuttavat herkimmin siihen, että yritys saavuttaa liiketoiminnassaan kestäväää kehitystä (Middleton 1998, 144). Löytänä & Kortesus (2011, 60) esittävät odotusten ylittämisen olevan keskeinen osa asiakaskokemuksen johtamisessa. Odotukset ylittävä kokemus voidaan jakaa kolmeen osaan, mikä näkyy kuvassa 2.



Kuva 2. Odotukset ylittävän asiakaskokemuksen elementit (Löytänä & Kortesus 2011, 60)

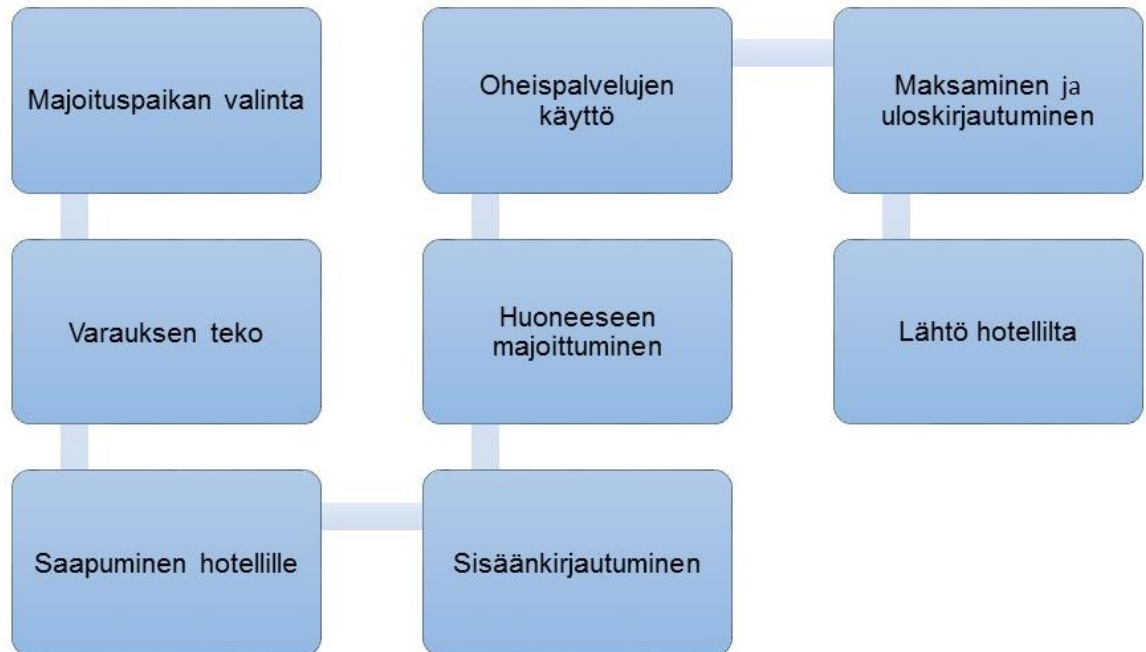
Kaikki alkaa ydinkokemuksesta, kun kehitetään asiakaskokemusta. Ydinkokemus on hyöty, jonka perusteella asiakas valitsee tuotteen tai palvelun, esimerkiksi lentoyhtiö siirtää matkustajat paikasta toiseen. Tämän tulee olla kunnossa, jotta asiakaskokemusta voidaan kehittää. Laajennetussa kokemuksessa yritys tuo kokemukseen jotain, joka lisää palvelun arvoa asiakkaan silmissä. Odotukset ylittävään kokemukseen päästään vasta näiden vaiheiden jälkeen, joka on mahdollista toteuttaa monin eri tavoin. Jotta ympäristöystävällinen palvelukokemus toteutuisi, on henkilökunnan osuus suuri. Yritykselle luotava ympäristöstrategia usein kehottaakin koko henkilökuntaa kertomaan asiakkaille heidän ympäristöohjelmastaan. Näin asiakas kokee olevansa erityinen yritykselle. (Löytänä & Korteso 2011, 60 - 74.)

Tosielämässä asiakas arvostaa sitä, että hänen odotuksensa edes täytetään. Odotukset ylittävään kokemukseen ei siis välttämättä tarvita paljon. Majoitusyrityksessä henkilökohtaisesti ympäristötyöstä kertominen voi jo positiivisesti ylittää asiakkaan odotukset. Positiivisen kokemuksen jakamiseen kannustetaan asiakasta esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Asiakkaan jakaessa negatiivisista kokemuksistaan, voi yritys ottaa reklamaation mahdollisuutena parantaa toimintaansa. Asiakaskokemuksessa yllättävyys on suuresti korostettu asia. Asiakkaalle on tarjottava yllätyksiä, jotta hänen odotuksensa ylittyvät. Monet hotellit tarjoavat esimerkiksi ekologisempina kulkuneuvoina polkupyöriä vuokralle tai lainaan asiakkaan vierailun ajaksi. Tämä hyöty yllättää asiakkaan tahtoessa tutkia kaupunkia laajemmin. (Löytänä & Korteso 2011, 61 - 73.)

4.3 Asiakaspolku vastuullisempaan majoituskokemukseen

Asiakaspolun ymmärtäminen on tärkeä osa vastuullisen liiketoiminnan suunnittelussa, josta kuvassa 3 on kyse. Nykyisin hotellin asiakaspolun ymmärtäminen on yhä vaikeampaa monien erilaisten markkinointikanavien ja kehittyneen teknologian takia. Jokaiseen asiakaspolun kohtauspisteeseen on kiinnitettävä erityistä huomiota (Hotelgenius). Hotellivieraat, jotka pitävät vastuullisuutta tärkeänä arvona, ovat valmiita maksamaan huoneesta vähintään 7 prosenttia enemmän mui-

hin verrattuna. Vihreät arvot on saatava asiakkaan näkyville asiakaspolun eri vaiheissa. Kuten majoitusyrittäjät tietävät, asiakastyytyväisyys ei ole vain antaa asiakkaalle mitä he haluavat, kun he haluavat sitä, vaan ratkaisevasti ennakoida nämä tarpeet ennen niiden syntymistä. (Green Hotelier.)



Kuva 3. Hotellin asiakaspolku

Ajatus matkalle lähdöstä voi tulla mistä vain, esimerkiksi mainoksista, tarpeesta tai ystävän kanssa keskustellessa. Kaikissa tapauksissa voi vaikuttaa kuluttajan ostopäätökseen. Jos ajatus on lähtöisin mainosviestistä, on markkinointikampanja onnistunut. Matkustajan tarpeen herätessä voi ostokäyttäytymiseen vaikuttaa Internet-markkinointikanavien kautta. Ajatuksen tullessa juuri hotellissa vierailleelta ystävältä, on pystytty tekemään hänen vierailustaan onnistunut. (Hotelgenius.) On tärkeää, että hotellin ympäristömerkki näkyy online-kanavilla selkeästi asiakkaan houkuttelemiseksi.

Hotelliin sisään astuessa mahdollinen ympäristösertifikaatti on asetettuna näkyvälle paikalle. Vastaanottohenkilökunta pystyy henkilökohtaisesti kertomaan hotellin tekemästä ympäristötyöstä ja hotellin tarjoamista mahdollisuuksista toimia

ympäristöä säästään suoraan asiakkaalle. Ympäristösertifikaatin materiaaleja voi tarjota asiakkaille ja kannustaa heitä osallistumaan. (Green Key 2016.)

Huoneessa avaimella toimiva valaistus, lajiteltava roskakori ja ympäristömerkityt suihkut tuotteet näyttävät hotellihuoneiden vihreän puolen. Asiakas pystyy itse vaikuttamaan lajittelemalla roskansa ja sammuttamalla turhat valot. Asiakkaita voi myös innostaa kannustavilla viesteillä esimerkiksi suosimaan suihkua kylvyn sijaan (Green Key 2016).

Ravintolapalvelut ovat tärkeässä osassa hotellin oheispalveluna. Luomu- ja lähiruoan saatavuus sekä runsas valikoima kasviksia kertovat heti vastuullisesta toiminnasta. Erilaisista lähiruokavaihtoehtoista on hyvä viestiä kyltein esimerkiksi aamiaispöydässä ja ruokalistalla (Green Key 2016). Aamiainen on yleensä viimeinen asia, jonka majoittuja vierailullaan kokee (Hotel Success Handbook). Ravintolapalveluista aamiainen jättää viimeisen vaikutuksen asiakkaaseen.

Vierailun lopulla täytetty asiakaspalaute auttaa kehittämään hotellin ympäristötyötä. Sen avulla voidaan selvittää hotellivieraille tärkeät ympäristökysymykset (Green Key 2016). Arviointi on tärkeä osa asiakaskokemusta.

5 Green Key –ympäristöohjelma

Green Key –ohjelma edistää ympäristön hyvinvointia pienentämällä majoitustoiminnan ympäristörasitusta. Tehokas kierrätys on avainasemassa resurssitehokkuudessa sekä energian- ja vedenkäytön säästöissä. Merkki innostaa mukaan ympäristötoihin viestimällä ja kertomalla avoimesti ympäristötyön saavutuksistaan. Se myös lisää matkailualalla sekä henkilökunnan että asiakkaiden ympäristötietoisuutta. (Green Key 2016.)

Esimerkiksi S-Ryhmän tahtotilana on saada yksi yhteinen ympäristömerkki koko ryhmän hotelleille. Green Keyn ideologian ja majoitusosalalle suuntautuneisuuden vuoksi se on valikoitunut kyseiseksi merkiksi. Koko hotelliketjun käyttäessä samaa ympäristömerkkiä, se luo markkinoinnillisia mahdollisuuksia ja toisilta oppimista. Sokos Hotellien vastuullisuusmielikuva vahvistuu ketjutasolla. Green Key

–merkkiä voi hyödyntää pian koko S-Ryhmän hotellien markkinointisuunnitelmassa. (Sokos Hotels 2016.)

5.1 Hakuprojekti

Hakemus (Liite 1) lähetetään sähköisesti Green Keyille. Green Key käsittelee hakemuksen ja auditoi sen jälkeen hotellin. Auditointi tehdään, jotta saadaan selville hakijan noudattavan Green Key –kriteeristöä. Green Key tuomaristo käsittelee hakemuksen ja auditointiraportin, ja päättää sen jälkeen sertifiointista. Tuomaristo koostuu muun muassa MaRa ry:n, Visit Finlandin ja Suomen Luonnonsuojeluliitto ry:n jäsenistä. (Green Key 2016.)

5.2 Vaatimukset

Nykyinen Green Key -kriteeristö on voimassa vuodesta 2016 vuoteen 2020 saakka, jolloin se päivitetään. Tällä hetkellä kriteeristö käsittelee 12 eri osa-aluetta, muun muassa ympäristöjohtamista, henkilöstöä ja asiakkaita. Green Key –merkin saanut hotelli sitoutuu noudattamaan tätä tiettyä kriteeristöä. (Green Key 2016.)

Green Key -ympäristömerkki edellyttää, että hotelli täyttää nämä vaaditut, määritellyt kriteerit. 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 joka vuosi kasvava määrä pistekriteereitä. (Green Key 2016.) Toiminnan laatutaso ei saa laskea.

Vuosi	Pistekriteerit kpl	Prosenttia (%)
1	1	0
2	6	5
3	12	10
4	18	15
5-9	24	20
10	59	50

Taulukko 1. Pistekriteerien määrä vuosittain

Hakemuksen valmistuttua se lähetetään sähköisesti eteenpäin. Green Key tarkistaa hakemuksen tiedot ja sopii auditoinnista. Tällä varmistetaan, että kriteeristön vaatimukset toteutuvat. Samalla suunnitellaan hakijan kanssa hotellin ympäristötyötä ja sen näkyvyyttä hotellin toiminnassa ja teoissa. (Green Key 2016.)

5.2.1 Ympäristöjohtaminen

Tehokkaalla ympäristöjohtamisella edistetään majoitusliikkeen toiminnan ekotehokkuutta. Samalla palvelujen ja tarjottavien tuotteiden koko elinkaaren ympäristöhaitat vähenevät (Ympäristö.fi). Ympäristötyöhön sitoutunut johto ja kannustava ote ovat avainasemassa ympäristövastuullisen ilmapiirin leviämiselle henkilökunnan pariin. On tärkeää, että ympäristötyöllä on johdon tuki. Kehittyvää ja suunnitelmallista ympäristötyötä varten hotelli tarvitsee erilaisia apuvälineitä ympäristöjohtamiseensa. Tätä varten hotellissa nimitetään ympäristövastaava ja luodaan yhteinen ympäristöpolitiikka ja konkreettista ympäristötyötä varten toimintasuunnitelma. (Green Key 2016.)

Kriteerit täyttääkseen johto on sitoutunut ympäristötyöhön ja nimittänyt hotelliin ympäristövastaavan. Nimitetty ympäristövastaava toimii myös Green Key -yhteishenkilönä. Hotellilla on myös oltava kirjallinen ympäristöpolitiikka. Ympäristötyössä on pyrittävä jatkuvaan parantamiseen. Konkreettiset ympäristötavoitteet tulee kirjata vuosittain, ja niille on oltava nimetty vastuuhenkilöt ja tavoiteaikataulut. Tavoitteiden tulee olla hotellikohtaisia, mutta voivat olla johdettuja koko konsernin tavoitteista. Tavoitteita voivat olla esimerkiksi, että hotelli pyrkii vähentämään energiankulutusta tietyllä prosenttimäärällä tai vähentämään sekajätteen määrää aikaisemmasta. Ympäristötavoitteita miettiessä voi myös käyttää hyvin apuna Green Key –kriteeristöä, esimerkiksi ”järjestämme vähintään kaksi lajittelukoulutusta henkilökunnallemme kuluvana vuonna.” Myös omistajien, osakkaiden ja hallituksen on oltava tietoisia Green Keyistä ja hotellissa tehtävästä ympäristötyöstä. Green Keyhin liittyviä toimenpiteitä käsitellään hallituksen kokouksissa vähintään kerran vuodessa. (Green Key 2016.)

5.2.2 Henkilöstö

Yhteistyö johdon ja henkilökunnan välillä luo tukipilarin hotellin pitkän tähtäimen ympäristötyölle. Koko henkilökunnan on sitouduttava toimimaan Green Keyn arvojen mukaisesti työssään päivittäin ja heidän on osattava kertoa myös asiakkaille hotellin tekemästä ympäristötyössä. (Green Key 2016.)

Kriteerierimerkkeinä henkilökunnan ja johdon on pidettävä kokous, jossa käydään läpi hotellin nykyinen ympäristötyö ja tulevat toimenpiteet. Ympäristövas- taava osallistuu vähintään kahdesti vuodessa johtoryhmän tapaamisiin ja esitte- lee ympäristötoimenpiteiden tilanteen ja kehittymisen. Ympäristöasioiden parissa työskentelevät henkilöt saavat vuosittain koulutusta omaan työhönsä liittyvissä ympäristöasioissa. Henkilökunnalla on oltava selkeät ohjeet, milloin ja miten asi- akkaille kerrotaan hotellin toiminnasta ympäristötyössä. Ympäristöpolitiikan li- säksi hotellilla on oltava vastuullisuuspolitiikka, joka kattaa muun muassa tasa- arvo- ja ihmisoikeuskysymykset. Johdon on kannustettava henkilökuntaa kehitty- miseen ja kehittämiseen ympäristökysymyksissä, joka voidaan toteuttaa erilaisin menetelmin. Toimivia ratkaisuja ovat muun muassa työpajat ja keskustelut. (Green Key 2016.)

5.2.3 Asiakkaat ja heidän osallistaminen

Asiakkaiden ympäristötietoutta halutaan lisätä ja innostaa heitä myös ympäristö- tekoihin. Ohjelma kannustaa yksilöitä ja yhteisöjä mukaan pitkäjänteiseen ympä- ristötyöhön. Ympäristökasvatus onkin tärkeässä osassa Green Key -hotellien ympä- ristötyössä. (Green Key 2016.)

Green Key –sertifikaatin on oltava näkyvästi esillä. Myös henkilökunnan on in- nostettava asiakkaita osallistumaan ympäristötekoihin. Green Key –materiaalia on oltava esillä ja helposti saatavilla. Vastaanoton henkilökunnan on osattava neuvoa asiakkaita julkisen liikenteen käytössä. Aikataulut ja reittioppaat pitäisi olla esillä, jotta asiakkaiden on ne helppo saada käyttöönsä. Asiakkaille on myös tarjottava mahdollisuus arvioida hotellin ympäristötyötä. (Green Key 2016.)

5.2.4 Vedensäästö

Vähentämällä vedenkulutusta voidaan pienentää ympäristökuormitusta ja tehdä jopa huomattavia taloudellisia säästöjä. Vedenkulutuksen vähentäminen säästää erilaisten kemikaalien määrää, joita tarvitaan muun muassa veden hankinnassa. Myös energiaa säästyy. Lämpimän veden käytön vähentäminen säästää myös lämmitykseen käytettävää energiaa. (Green Key 2016.)

Veden kokonaiskulutus on mitattava vähintään kuukausittain. WC-istuinten on oltava vettä säästäviä. Henkilökunnan on tehtävä tarkastuskierros säännöllisesti vuotavien vesihanojen ja wc-säiliöiden varalta. Roskakori on oltava joka wc:ssä. Veden virtaamaa on säädettävä, jotta se on vähintään puolessa suihkuista enintään 9 litraa minuutissa ja vesihanoissa 8 litraa minuutissa. Virtaamat on mitattava vähintään viidestä huoneesta, vaikka valmistaja olisikin ilmoittanut hanan virtaamaksi alle kyseisen 8 litran rajan. Myös kaikki jätevesi on puhdistettava kriteerien täyttymiseksi. Hotellissa tulee olla käytössä tunnistimet vesivahinkojen ja vuotojen havaitsemiseksi. Erilliset vesimittarit tarvitaan alueilla, joissa vedenkulutus on runsasta ja vesijohtovettä tarjoillaan asiakkaille juomavedeksi. (Green Key 2016.)

5.2.5 Puhtaanapito

Huonesiivouksella on tärkeä asema päivittäisessä ympäristötyössä. Kemikaalien, veden ja materiaalin kulutukseen vaikuttavia valintoja tehdään siivoustyössä päivittäin (Ympäristöosaava.fi). Ympäristövastuullinen siivous vähentää turhien kemikaalien ja energian käyttöä sekä optimoi vedenkulutusta.

Kriteerit kehottavat kylpyhuoneissa käytettäväksi kyltit, jotka kertovat pyyhkeenvaihdosta vain asiakkaan pyynnöstä. Käytettävien puhdistusaineiden, WC- ja talouspaperien sekä mahdollisten paperipyyhkeiden on oltava ympäristömerkittyjä. Mikrokuituliinoja käytetään siivouksessa veden ja pesuaineiden säästämiseksi kertakäyttöliinojen sijaan. Asiakkaiden käyttöön tarkoitettujen tuotteiden on oltava ympäristömerkittyjä ja -ystävällisiä. Heidän käytössään olevien shampoiden ja saippuoiden on oltava annostelijoissa yksittäispakkausten sijaan. (Green Key 2016.)

5.2.6 Jätehuolto ja kierrätys

Suomen ja EU:n jätehuoltoa ohjaa viisiosainen tärkeysjärjestys. Syntyvää jätettä on vähennettävä esimerkiksi valitsemalla pitkäikäinen tuote. Jäte pyritään uudelleenkäyttämään sellaisenaan esimerkiksi korjaamalla tuote. Jätteen sisältämä materiaali kierrätetään ja sen energia hyödynnetään. Lopuksi jäte sijoitetaan kaatopaikalle. Näin voidaan minimoida kaatopaikoille kertyvän materiaalin määrää.

Jätteet on lajiteltava hotellissa asianmukaisesti. Sekä asiakkaille että henkilökunnalle on oltava selkeät ohjeet koskien jätteiden lajittelua, jotka helpottavat kierrätystyötä. Asiakkaille on tarjottava mahdollisuus lajitella itse jätteensä. Kertakäyttöastioita voi käyttää vain erityistilanteissa, kuten take away –annoksissa. Tällöin astioiden on oltava biologisesti hajoavia. Yksittäispakattuja puhdistustuotteita ei käytetä tai pakkausten on oltava kierrätettäviä tai biologisesti hajoavia. (Green Key 2016.)

5.2.7 Energiansäästö

Energiankäyttö kuormittaa suuresti ympäristöä. Energiansäästö ja energiatehokkaat laitteet ovatkin suuressa asemassa ympäristökuormitukseen vaikuttaessa. Energiatehokkuus ei vain vähennä ympäristön kuormitusta, vaan tuo samalla myös säästöjä. Energiatehokas kehitys on jatkuvaa ja Green Key -hotelleja kannustetaan toimimaan näissä ratkaisuissa suunnannäyttäjinä.

Energia on hakemuksen suurin kriteereitä vaativa osa-alue. Esimerkiksi energiankulutus on mitattava vähintään kerran kuukaudessa. Muun muassa erilaisten energiaa tarvitsevien laitteiden pinnat ja tiivisteet on puhdistettava säännöllisesti. Vähintään puolet valaisimista on oltava energiaa säästäviä ja muut lamput on vaihdettava sellaisiksi mahdollisimman pian. Hotellilla on oltava työohjeet koskien tyhjien huonetilojen laitteistojen (esimerkiksi TV, jääkaappi) sammuttamista. Energiaa säästävien valaisimien lukumääräksi vaaditaan jo 90 prosenttia. Suositus olisi käyttää vain LED-valaisimia. Hotellin olisi hyvä käyttää uusiutuvaa energiaa. Myös sähkölaitteissa tulisi olla automaattinen virrankatkaisu. (Green Key 2016.)

5.2.8 Elintarvikkeet

Asiakkaiden kiinnostus ruoan ekologisuuteen ja alkuperään kasvaa jatkuvasti. Jo noin kolmannes kulutuksemme ympäristövaikutuksista johtuu syömästämme ruoasta. Ravinnon kulutusta voi auttaa minimoimalla hävikkiruoan määrää ja suosimalla sesonki- ja kasvituotteita. Pelkät ympäristönäkökulmat eivät ole kuluttajalle tärkeitä, vaan niiden lisäksi myös ruoan terveellisyys ja eettisyys. Hotellissa on tarjolla laaja valikoima lähi- ja luomutuotteita.

Luomu- ja lähituotteita on käytettävä aina mahdollisuuksien mukaan. Näiden käytettyjen tuotteiden osuuden on pysyttävä samana tai kasvettava joka vuosi. Vaatimuksena on, että ravintolassa tarjoillaan kasvisruokaa, kokoustiloissa tarjottavan veden on oltava hanavettä pulloveden sijaan ja hotellin on hyödynnettävä valikoimissaan kausituotteita. Ruokahävikki tulee minimoida, josta ravintolahenkilökunnalla on tarkat työhöjeet. (Green Key 2016.)

5.2.9 Sisä- ja ulkotilat

Hotellin on noudatettava lakivaatimuksia liittyen vaarallisten ja ympäristölle haitallisten aineiden käsittelyyn. Ravintolatilojen on oltava savuttomia ja noudatettava lakivaatimuksia tupakointia koskien. Huoneista suurin osa on oltava savuttomia. Jos huoneet ovat remontin tarpeessa, on käytettävä terveellistä sisäilmaa edistäviä materiaaleja. (Green Key 2016.)

Kemiallisten lannoitteiden ja tuholaismyrkkujen käyttöä tulee välttää. Peruskriteerien mukaan ruohonleikkureiden on oltava käsi- tai sähkökäyttöisiä tai muuten ympäristömerkittyjä. Puutarhajäte on kompostoitava ja sadevesi kerättävä kukkien kastelua varten. Myös viheralueisiin on käytettävä kotimaisia tuotteita. (Green Key 2016.)

5.2.10 Ympäristöaktiviteetit

Asiakkaille on hyvä tarjota mahdollisuuksia ympäristötietoisempaan matkailuun myös lähiluonnon kautta. Suomalainen luonto on yksi suurimpia matkailuvalttejamme. Green Key -hotellit mahdollistavat asiakkaille helpon tavan tutustua paikalliseen luontoon ja liikkua ekologisesti. (Green Key 2016.)

Vastaanotosta on oltava helposti saatavilla tietoa lähialueen puistoista ja muista luontokohteista ja hotellin on tarjottava tietoa pyöräreiteistä ja pyörien vuokraus- ja lainausmahdollisuuksista. Hotellin tulisi myös tarjota asiakkaille mahdollisuus vuokrata polkupyöriä hotellilta. Tarjolla tulee olla muitakin ympäristöaktiviteetteja. (Green Key 2016.)

5.2.11 Hallinto

Toimistossa käytettävien paperituotteiden on oltava ympäristömerkittyjä. Jos hotellin tiloissa toimisi jokin muu palveluntarjoaja (esimerkiksi kampaamo tai kylpylä), hotellin Green Key –ohjelmasta tulisi kertoa myös heille ja kannustaa ympäristötekoihin. (Green Key 2016.)

Hotellin kestokulutustuotteiden on oltava ympäristömerkittyjä paperituotteiden tapaan. Sekä asiakkaita että henkilökuntaa rohkaistaan käyttämään ympäristöystävällisiä liikennevälineitä. Myös johdon on rohkaistava vähentämään paperinkulutusta kokoustiloissa. (Green Key 2016.)

6 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä käytettiin laadullista tutkimusta. Laadullisessa tutkimuksessa tavoitteena on kuvata jotakin tapahtumaa ja tuottaa teoreettisesti järkevä tulkinta jostakin ilmiöstä (Eskola & Suoranta 1998, 61). Tavoitteena on myös kokonaisvaltainen ymmärrys tutkittavasta ilmiöstä (Kananen 2014, 18).

Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä käytettiin sähköpostihaastattelua. Aineistonkeruumenetelmänä sähköpostihaastattelu on tutkimuksesta riippumatta halpa ja tutkittavat henkilöt maailmanlaajuisesti ja tehokkaasti tavoitettava. Sähköpostihaastattelu on ajallisesti joustava ja tarjoaa kysymyksenasettelun ulkopuolelle jäävää informaatiota. Tutkittava henkilö voi vastata silloin, kun hänelle itselleen sopii parhaiten. Menetelmä tuo myös tutkijalle mahdollisuuden korjata ja tämentää palautettuja vastauksia. Viestin menemistä oikeaan osoitteeseen voidaan jossain määrin seurata sähköpostiohjelmien avulla. (Kuoppala 1998, 65-66.) Sähköpostihaastattelun etuna haastattelu tallentuu automaattisesti ja kysymykset on helppo lähettää monelle eri vastaajalle (Jyväskylän yliopisto).

Aineistonkeruumenetelmänä sähköpostihaastattelu sisältää myös erilaisia ongelmia. Ensimmäisenä sähköpostiviestiin ei välttämättä reagoida mitenkään, eli vastaus jää saamatta. Tällöin jää epäselväksi, jättääkö tutkittava tarkoituksella vastaamatta vai eikö viesti tavoittanut kohdetta lainkaan. Jos vastausta ei kuulu, voi viestin saapumisen aina varmistaa erikseen. Viesteihin myös vastataan usein lyhyesti ja ympärilyhyesti. Merkittävä osa tiedosta jää saamatta, sillä spontaaneja lisäkysymyksiä ei samassa tilanteessa ole mahdollista esittää eikä voida käyttää hyväksi vastaajan kasvonilmeitä, kehonkieltä ja äänenpainoa. Kysymys voi olla vaikea muotoilla niin, että vastaaja ymmärtää mitä tutkija kysymyksellään hakee. (Jyväskylän yliopisto.)

7 Tutkimustulokset

Tutkimusmenetelmänä käytettiin laadullista tutkimusta ja aineistonkeruumenetelmänä toimivat sähköpostihaastattelut. Sähköpostihaastattelu lähetettiin Green Key -sivuilla listatuille 45 ympäristösertifioituille hotellille. Kysely lähetettiin ja aineisto kerättiin tammikuussa 2017. Saadut vastaukset on koottu ja analysoitu kysymysten otsikoiden alle. Kyselyyn vastasi kuusi yritystä. Vastaajien joukossa oli hotellinjohtajia, ympäristövastaavia ja vastaanottovirkailijoita.

Haastattelun rakenne

1. Miksi koitte juuri Green Key –merkin sopivimmaksi hotellille?
2. Mitä odotuksia Teillä oli Green Key –merkin suhteen? Toteutuivatko ne?
3. Kuinka hotellin toiminta muuttui Green Key –merkin myötä?
4. Koetteko/Koittete hotellin arvon nousevan ympäristömerkin saamisen myötä? Millä tavoin?
5. Ilmenikö prosessin hakuvaiheessa vaikeuksia, millaisia?
6. Mitkä ovat Green Key -ympäristömerkin hyvät puolet? Entä huonot?

7.1 Green Keyn sopivuus hotellille

Monet Green Key -merkityt hotellit kuuluvat laajempaan ketjuun, jolloin päätös on tullut johtotasolla. Esimerkiksi kaikki Sokos Hotels -ketjun hotellit tullaan liittämään Green Keyhin vuoden 2017 loppuun mennessä. S-Ryhmän hotellit olivat

edelläkävijöitä ja ensimmäisiä merkin saajia Suomessa. Green Key -merkin kriteerit on suunnattu suoraan hotelli- ja majoitustoimintaan, kun taas Joutsenmerkin voi saada myös erilaiset käyttötavarat.

Green Key on positiivinen keino viestiä asiakkaillekin hotellin tekemästä ympäristötyöstä. Merkin saadakseen on pystyttävä sitoutumaan pidemmän aikavälin ympäristötyöhön kestäväen kehityksen toteuttamiseksi muita ympäristömerkkejä tiukemmin. Tämä kertoo Green Keyn laadusta.

Kansainvälisyys on suuri valtti Green Keylle. Myös ulkomaiset matkajaajat ymmärtävät paremmin hotellin tekemästä ympäristötyöstä merkin kautta.

Green Key -ohjelmaan on helppo lähteä mukaan, vaikka alkuvaatimustaso onkin tiukka ja kunnianhimoinen. Vuosi vuodelta hotellin tavoitteita korotetaan ja uusia kriteerejä on tällöin kohtuullisesti. Green Key -merkin hinta oli myös osasyynä sen valinnassa sen ollessa edullisempi kuin Joutsenmerkki.

7.2 Odotukset Green Keyn suhteen

Osalla hotelleista oli jo aikaisemmin hankittu Joutsenmerkki, joten odotukset Green Keyn suhteen eivät olleet niin suuria ympäristötyön ollessa jo tuttua. Green Key ei tuonut suuria muutoksia hotellien ympäristöasioihin niiden ollessa valmiiksi mallillaan. Näissä tapauksissa odotukset kohdistuivat ympäristötyön jatkamiseen samalla toimivalla kaavalla.

Merkin toivottiin auttavan kehittymään ympäristötyössä ja sen arvoissa, ja tämä tapahtui. Green Keyn kautta toivottiin apua ja ideoita, kuinka kehittyä omassa vastuullisuustyössään. Hakuprosessin aikana tapahtui positiivisia oivalluksia henkilökunnan puolelta. Henkilökunnan innostus lämmitti paljon mieltä ja uusia toimintatapoja on päässyt ideariiheen.

Asiakkaat kiinnittivät yhä enemmän huomiota ympäristöasioihin myös lomaillessaan, joten majoituspalvelujen tarjoajien on panostettava toiminnassaan koko ajan enemmän vastuullisuusasioihin. Positiivista palautetta on merkin myötä tullut. Merkin toivotaan vaikuttavan asiakkaiden hotellivalinnassa.

Odotuksia ei osalla juurikaan ollut, ja Green Keyn tiimin apu ja tuki pääsi yllättämään positiivisesti. Green Keyn lähettämistä uutiskirjeistä saa hakemuksen jälkeenkin paljon hyviä vinkkejä.

Energiansäästön ja jätekulujen odotettiin pienenevän, ja hakemuksen kriteerien täyttymisen myötä se onkin jossain määrin tapahtunut. Sähkössä säästetään ja kierrätyksen tehostuessa myös jätekulut pienenevät.

7.3 Hotellin toiminnan muuttaminen

Henkilökunnan ymmärrys ja tietotaito ovat tärkeässä osassa ympäristöasioissa. Henkilökuntaa koulutetaan enemmän näissä asioissa. Useasti monia asioita on pidetty itsestänselvyytenä, eikä ole osattu arvostaa omaa aikaisempaa tekemistä. Merkin myötä on tullut ymmärrystä jo ennestään tehdystä ympäristötyöstä. Huomio kiinnitetään nyt enemmän ympäristöasioihin ja vastuullisuuteen. Syntyy paljon ideoita ja uusia toimintatapoja, joilla kehittää pitkän tähtäimen ympäristötyötä.

Viestintä ympäristöteoista ja vaihtoehtoista asiakkaiden suuntaan on kasvanut. Asiakkaita on huomioitu myös enemmän luontoon liittyvien aktiviteettisuositusten vinkkailulla. Ympäristöasiat ovat enemmän esillä niin asiakkaiden kuin henkilökunnan keskuudessa.

Konkreettisina muutoksina näkyi myös kriteerien täyttymistä vaativat toimenpiteet, kuten vedenpaineen laskeminen. Veden säästö ja kulutus konkretisoituivat. Kierrätyksen tehostetulla valvomisella pyritään lopulta siihen, ettei jätteenlajittelussa sekajätteeseen jouduttaisi heittämään enää mitään. Energiankulutusta tulee seurattua tarkemmin. Ravintoloissa suositaan entistä enemmän luomu- ja lähiruokaa.

Joutsenmerkittyjen hotellien toiminta ei suuresti muuttunut. Jo Joutsenmerkin aikana ympäristöasiat on huomioitu hyvin eikä periaatteessa mitään uutta ole tullut. Alusta asti ympäristöystävällisillä hotelleilla merkin saanti ei juuri muuttanut asioita.

Green Key on vaikuttanut pieninä muutoksina päivittäisissä toimissa. Turhat valot sammutetaan, liikutaan kävellen tai joukkoliikennettä käyttäen ja suositetaan suomalaista.

7.4 Hotellin arvon nousu

Green Key ei sinällään lisää hotellin arvoa, jos aikaisemmin on ollut käytössä Joutsenmerkki. Green Key kuitenkin lisää ulkomaalaisten matkajien arvostusta, sillä merkki on heille tutumpi ja selkeämpi. Green Key -merkin myötä arvon nousu näkyy parhaiten asiakkaiden silmissä. Myös monille matkanjärjestäjille ympäristömerkki saattaa olla kriteeri hotellin valinnassa.

Hotellin yleinen arvostus ja brändi-imago nousevat merkin kanssa. Ympäristöasiat ja vastuullisuus yleensäkin tulevat vain korostumaan tulevaisuudessa ja asiakkaille onkin entistä tärkeämpää majoituspaikkaa valitessaan, onko hotellilla ympäristömerkki vai ei. Green Keyn odotetaan vaikuttavan positiivisesti hotellin imagoon. Merkki korostaa yrityksen vastuullisuutta.

Myös henkilökunta kokee asiat tärkeinä. Henkilökunta voi olla Green Key -sertifikaatista ylpeä. Työntekijät arvostavat itseään enemmän ja uskovat myös asiakkaiden tekevän niin sen myötä.

7.5 Vaikeudet Green Keyn hakuprosessissa

Green Key -hakemus prosessina pituudestaan huolimatta on toimiva ja selkeä. Jotkin hakemuksen kohdat tuottivat enemmän töitä, ja vaativimmaksi tuntui muodostuvan veden virtaaman mittaus ja sitä parantavat ratkaisut. Virtaamisarvot olivat usein reilusti yli Green Key -kriteereistä, ja asiaan ratkaisua ei välttämättä ollut helppo löytää ilman, että laatu kärsi. Monien vaihtoehtojen jälkeen päädyttiin esimerkiksi hankkimaan uudet ekologiset, vettä säästävät suihkupäät koko hotelliin. Tällaiset muutokset eivät saisi olla asiakkaille pudotus laadussa.

Aluksi Green Key -hakemuksen täyttö koettiin ehkä vaikeaksikin, ja pitkän kaavakkeen täyttö saattoi tuntua kovin työläältä. Kuitenkin prosessi kehitti koko työyhteisöä ja antoi paljon ajattelemisen aihetta.

7.6 Ympäristömerkin hyvät ja huonot puolet

Green Key- merkistä on vaikea löytää huonoja puolia. Ainoa ilmi käynyt asia oli ekologisempien suihkupäiden alhaisempi vedenpaine, joka ei miellytä kaikkia asiakkaita. Negatiivinen lista jäi siis todella vähäiseksi, mutta positiivisia ja onnistuneita asioita riitti.

Merkin kansainvälisyys kävi ilmi monesta vastauksesta. Ulkomaalaisia vieraita käy monessa hotellissa päivittäin, joten kansainvälinen ympäristömerkki on tärkeä. Suomalaiset ympäristömerkit eivät kerro ulkomaalaisille vieraille välttämättä mitään, mutta Green Key voidaan tunnistaa. Merkki alkaa olla Suomessakin koko ajan tunnetumpi.

Myös tarkka kontrolli mainittiin. Tiukan, vuosittain kasvavan kriteeristön eteen tulee tehtyä töitä. Ympäristötyön toimiminen pitkällä aikajänteellä tulee valvottua. Kriteerit ovat tiukat ja niitä hakukaavakkeessa riittää, mutta tämä takaa ympäristömerkin varman laatutason. Pitkä ja tarkka kriteeristö saavuttamalla tehdään oikeasti ympäristötyötä.

Tuki Green Key -merkin puolelta on ollut riittävää. Apua on saatu joka tilanteessa ja yhteistyö on ollut mieluisaa. Yksin ei ole tarvinnut jäädä pohtimaan. Green Key on monipuolinen ja hyvä kumppani.

Asiakkaat voivat nyt paremmin vaikuttaa omiin ympäristövalintoihinsa ympäristömerkin sitä velvoittaessa. Vieraat pyritään saamaan ajattelemaan valintojaan kestävän kehityksen kannalta. Ympäristöasiat saavat huomiota niin henkilökunnan kuin asiakkaidenkin puolelta.

Green Key -merkki myös mahdollistaa yrityksen itse valitsemaan, mihin tahtoo ympäristötyössään keskittyä. Vaihtoehtoisia tapoja on paljon, joten jokainen voi itse valita sopivimman vaihtoehdon ympäristötyöhönsä. Merkki myös osallistaa yritystä viestimään hyvistä ympäristöteoista eteenpäin.

Kaiken kaikkiaan Green Key on monipuolinen ja hyvä kumppani majoitusallalla. Se pitää henkilökunnan lisäksi asiakkaat aktiivisina kehittämään jatkuvasti toimiaan ympäristön hyvinvoinnin puolesta.

8 Pohdinta

Sähköpostihaastattelussa ei ollut suurta määrää kysymyksiä, mutta avoimet kysymykset saattoivat antaa vastaamisesta aikaa vievän kuvan ja eivät tästä syystä motivoineet vastaamaan. Vastausten vähyyks voi johtua juuri sähköpostin käyttämisestä aineistonkeruumenetelmänä. Kokosin haastattelukysymykset nopealla aikataululla, mikä jätti kysymysten tärkeän suunnittelu- ja kysyttelyvaiheen miltei olemattomaksi. Vaikka kyselyyn vastasi vain kuusi yritystä, olivat vastaukset hyvin samankaltaisia ja mielipiteet yhtenäisiä. Pidän tuloksia kuitenkin luotettavina, sillä vastaajat kertoivat omista kokemuksistaan ja vastauksia tuli eri hotelliketjuilta. Täten tietyn ketjun mielipiteet eivät tulleet selvästi ilmi vastauksista.

Tutkimustyöhön sain idean työskennellessäni viime kesänä Original Sokos Hotel Seurahuoneella Savonlinnassa, jonne Green Key -merkki oli suunnitteilla hankkia lähiaikoina. Alkuperäisestä opinnäytetyön aiheesta jouduttiin luopumaan, jonka seurauksena päätin keskittyä yleisiin mielipiteisiin majoitusyritysten näkökulmasta. Itselleni vaikeinta työssä oli pysyä laatimassani aikataulussa. En uskaltanut edes avata työtäni, sillä se tuntui joka kerta olevan yhä enemmän hajallaan. Sivumäärän kasvaessa sain kuitenkin uutta puhtia syventyä työhön, ja tutkimustyö alkoi olla jopa mukavaa.

Tutkimustyötä aloittaessa mietin itsekkin, mikä Green Key? Merkki on saanut tunnettavuutta lyhyessäkin ajassa, ja yhä useampi suomalainenkin tunnistaa jo merkin. Muutaman vuoden sisällä jokainen suomalainen hotelliyöpyjä tuntee varmasti Green Keyn ja sen monipuoliset ympäristötavoitteet.

Ympäristömerkin saanut tuote auttaa ja ohjaa kuluttajia ostopäätöksen teossa. Nykypäivänä yhä useampi huomioi valinnoissaan tuotteen tai palvelun ympäristöystävällisyyttä jo ennen ostopäätöstä. Työni aloittamisen jälkeen olen itsekkin huomannut tekeväni vihreämpiä valintoja. Monet kuluttajat esimerkiksi kierrättävät orjallisemmin kotiloissa, mutta lomalla nämä vihreät arvot helposti unohtuvat. Green Key -merkitty hotelli auttaa kuluttajaa toimimaan ympäristöystävällisemmin myös lomaillessaan. Green Key auttaa vierailijoita toimimaan vastuullisemmin jopa heidän huomaamattaan. Tähän on päästy laajalla ja laadun takavalla tarkalla kriteeristöllä, joka jokaisen merkkiä hakevan hotellin on täytettävä.

Green Keyn ollessa suunnattu täysin hotelleille voin suositella sitä majoitusyritykselle, joka pohtii vielä ympäristömerkin tarpeellisuutta omalle kohdalleen. Vaikka Green Key -hakemus on pitkä ja vaativa, sen täyttämisen myötä voi vaikkapa saada uusia ympäristöideoita. Ympäristömerkki takaa tietyn laatutason, jota nykyisin monet vastuulliset matkustajat vaativat. Ympäristömerkki ja vastuullinen toiminta ovat usein päätös yöpymispaikalle, joten ympäristömerkittömät hotellit voivat tämän takia menettää potentiaalisia asiakkaita.

Ympäristömerkintä on tehokas tapa kertoa asiakkaille heidän valintojensa ympäristövaikutuksista. Se myös auttaa välttämään tuotteita ja palveluja, jotka ovat haitallisia ympäristölle. Ympäristömerkki on laatutakuu palvelulle, puhumattaakaan lisäarvosta yrityksen imagolle.

Green Keyn saatua vielä enemmän tunnettavuutta, voisi olla hyödyllistä toteuttaa kysely ympäristömerkistä juuri asiakaskokemuksen kannalta. Kuinka asiakkaat kokevat Green Keyn toiminnan tärkeyden? Kuluttajien suhtautumista voitaisiin tutkia liittyen tähän yleistyneempään ympäristötoimintaan majoitusyrityksissä.

Kuvat

Kuva 1. Ympäristötietoisuus käytännössä (Partanen-Hertell 1999, 21), s. 8

Kuva 2. Odotukset ylittävän asiakaskokemuksen elementit (Löytänä & Korteso 2011, 60), s. 19

Kuva 3. Hotellin asiakaspolku, s. 21

Taulukot

Taulukko 1. Pistekriteerien määrä vuosittain, s. 23

Lähteet

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.

Boers, H. & Bosch, M. 1994. The earth as a Holiday Resort: an introduction to Tourism and the Environment. Utrecht: Desforges.

Bruns-Smith, A., Choy, V., Chong, H., & Verma, R. 2015. Environmental Sustainability in the Hospitality Industry: Best Practices, Guest Participation, and Customer Satisfaction. Statler Hall Ithaca, NY: Cornell University School of Hotel Administration The Center for Hospitality.

Coker-Appiah, H. 2017. Green Key -merkkiin liittyvä opinnäytetyö. hanna.coker-appiah@sok.fi. 11.1.2017.

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

Fennell, D. 2008. Ecotourism, Third Edition. Oxon: Routledge.

Goldstein, K.A. & Primlani, R.V. 2012. Current Trends and Opportunities in Hotel Sustainability. New York, United States of America: HVS Sustainability Services.

Green Hotelier. Do Customers Care. <http://www.greenhotelier.org/our-themes/community-communication-engagement/do-customers-care/>. Luettu 28.1.2017.

Green Key Finland. Kriteeristö ja hakemus. <http://greenkey.fi/haku-ohjeet/>. Luettu 20.10.2016.

Green Key. Green Key –kriteerit. http://greenkey.fi/wp-content/uploads/2014/12/Green-Key-kriteerit_Suomi-2014-06-2016.pdf. Luettu 29.5.2016.

Green Living Ideas. How to Be Environmentally Conscious. <http://greenlivingideas.com/2015/07/20/how-to-be-environmentally-conscious/>. Luettu 1.11.2016.

Greenpeace. Pysäytetään ilmastonmuutos. <http://www.greenpeace.org/finland/fi/kampanjat/ilmastonmuutos/>. Luettu 28.1.2017.

Holden, A. 2008. Environment and Tourism, Second Edition. Oxon: Routledge.

Hotelgenius. The Hotel Customer Journey. <https://www.hotelgenius.co/index.php/the-hotel-customer-journey/>. Luettu 28.1.2017.

Hotel Success Handbook. Hotel Breakfast: Greatest Asset or Biggest Downfall? <http://www.hotelsuccesshandbook.com/tips-and-ideas/hotel-breakfast-greatest-asset-or-biggest-downfall/>. Luettu 28.1.2017.

IISD's Business and Sustainable Development: A Global Guide. 2013. Benefits of eco-labeling. https://www.iisd.org/business/markets/eco_label_benefits.aspx. Luettu 14.1.2017.

Ilmasto.org. Ilmastonmuutos. <http://ilmasto.org/ilmastonmuutos>. Luettu 26.1.2017.

Ilmasto-opas. Ilmastonmuutoksen syyt ja seuraukset. <https://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos>. Luettu 20.1.2017.

Jyväskylän yliopisto. Tutkivan toimittajan internetopas. <http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/tutkiva/tti/toimittaja/muuta.htm>. Luettu 28.1.2017.

Kaarlela, P. 2017. Greenkey-tutkimus. paivi.kaarlela@sok.fi. 11.1.2017.

Kalmari, H. & Kelola, K. 2009. Vastuullisen matkailijan käsikirja. Keuruu: Otava.

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kuoppala, A. 1998. Sähköpostihaastattelu aineistonkeruumenetelmänä: tapaus-tutkimus saksalaisten ja japanilaisten harjoittelijoiden sähköpostihaastattelusta. Yhteisöviestinnän pro gradu-tutkielma. Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos.

Lund, C. & Arminen, T. 2017. Green Key -merkkiin liittyvä opinnäytetyö. info@lossiranta.net. 9.1.2017.

Löytänä, K. & Korteso, K. 2011. Asiakaskokemus, palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Middleton, V. T. C. & Hawkins, R. 1998. Sustainable Tourism: A Marketing Perspective. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Matkailu- ja ravitsemiskaupan toimialakatsaus. 2014.

Matkailijatutkimus: Ympäristötyön arvostaminen. Turun Ammattikorkeakoulu 2015.

Mäkilä, V. 2017. Greenkey-tutkimus. reception.sokoshotellevi@sok.fi. 7.1.2017.

Partanen-Hertell, M. 1999. Raising environmental awareness in the Baltic Sea area. Helsinki: Edita.

Pedro, L. 2013. Sustainable, responsible tourism: Luxury travel's new trend. <http://www.telegraph.co.uk/luxury/travel/1983/sustainable-responsible-tourism-luxury-travels-new-trend.html>. Luettu 5.10.2016.

Pikkarainen, K. 2017. Green Key -merkkiin liittyvä opinnäytetyö. kiira.pikkarainen@hotelhaven.fi. 9.1.2017.

Pohjalainen, H. 2017. Green Key -merkkiin liittyvä opinnäytetyö. heidi.pohjalainen@sok.fi. 11.1.2017.

Radisson Blu Aleksanteri Hotel Reception. 2017. info.aleksanteri.helsinki@radissonblu.com. 11.1.2017.

Salmela, H. 2017. Green Key -merkkiin liittyvä opinnäytetyö. heini.salmela@radissonblu.com. 6.1.2017.

Sokos Hotels. <https://www.sokshotels.fi/fi>. Luettu 26.7.2016.

Sokos Hotels. Vastuullisuus Sokos Hotelleissa. <https://www.sokshotels.fi/fi/tieto-meista/vastuullisuus-sokos-hotelleissa>. Luettu 24.7.2016.

Tilastokeskus. 2016. Kasvihuonekaasut. <http://www.tilastokeskus.fi/til/khki/index.html>. Luettu 28.1.2017.

TripAdvisor. The GreenLeaders Program. <https://www.tripadvisor.com/GreenLeaders>. Luettu 26.6.2016.

UNEP 2008. United Nations Environment Programme. The Impacts of Tourism and Hospitality on the Planet. <http://www.unep.fr/sowingtheseeds/>. Luettu 28.7.2016.

Unesco. Teaching and Learning for a Sustainable Future. http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_c/mod16.html?panel=3#top. Luettu 30.10.2016.

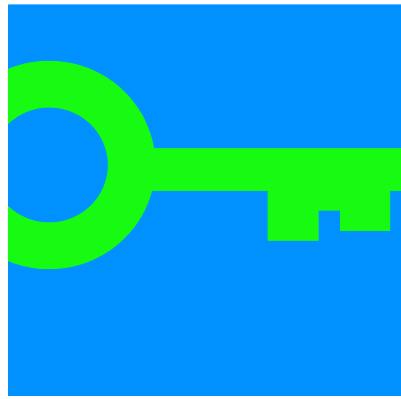
Visit Finland. 2015. Suomessa käytössä olevia sertifiointeja. <http://www.visitfinland.fi/tuoteteemat-ja-tyokalut/kestava-kehitysmatkailuyrityksessa/sertifiointeja/>. Luettu 27.7.2016.

Weeden, C. 2014. Responsible Tourist Behaviour. NY: Routledge.

WWF. Ilmastonmuutos. <https://wwf.fi/uhat/ilmastonmuutos/>. Luettu 16.1.2017.

Ympäristö.fi. Ympäristöjärjestelmät ja johtaminen. http://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanyto/Ymparistojarjestelmat_ja_johtaminen. Luettu 29.1.2017.

Ympäristöosaava.fi. Ympäristövastuullinen siivous. <http://www.ymparistosaava.fi/puhdistuspalveluala/index.php?k=22408>. Luettu 29.1.2017.



Green Key

Green Key -hakemuslomake

Hotellikriteeristö 2016-2020



HAKIJAN TIEDOT

Hotellin nimi

Katuosoite

Postiosoite

Puhelin

www

Sähköposti

Ympäristövastaavan yhteystiedot:

Nimi Titteli

Puhelin

Sähköposti

Hotellinjohtajan yhteystiedot:

Nimi Titteli

Puhelin

Sähköposti

Laskutusosoite:

Laskutettava yritys

Y-tunnus

Verkkolaskuosoite

Verkkolaskuoperaattori

OVT-tunnus

Hotellin perustiedot:

Huoneiden lukumäärä

Vuodepaikkojen lukumäärä

Yöpymisten määrä/vuosi

Henkilöstömäärä

Lyhyt kuvaus hotellista

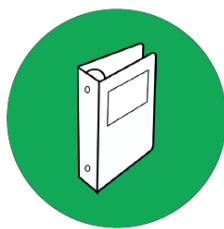
(käytettäväksi Green Keyn kotisivuilla, suomenkielinen teksti n. 40 sanaa.)

Lyhyt kuvaus hotellista

(käytettäväksi Green Keyn kotisivuilla, ruotsinkielinen teksti n. 40 sanaa.)

Lyhyt kuvaus hotellista

(käytettäväksi Green Keyn kotisivuilla, englanninkielinen teksti n. 40 sanaa)



1. YMPÄRISTÖJOHTAMINEN JA -VASTUULLISUUS

PAKOLLISET PERUSKRITEERIT

KYLLÄ

- 1.1. Hotelli noudattaa toiminnassaan Suomen ympäristölakeja ja -asetuksia, ja hotelli täyttää kaikki toimintaansa koskevat lakisääteiset velvoitteet. Hotelli on tietoinen omaa toimintaansa koskevista lakivelvoitteista ja johto seuraa systemaattisesti lakivelvoitteiden mahdollisia muutoksia. **Kuvaa lyhyesti miten lakivelvoitteita ja niiden mahdollisia muutoksia seurataan:**
-
- 1.2. Johto on sitoutunut ympäristötyöhön ja nimittänyt hotelliin ympäristövastaavan. Ympäristövastaava toimii myös Green Key -yhteyshenkilönä.
- 1.3. Hotellilla on kirjallinen ympäristöpolitiikka. Ympäristöpolitiikka on hakemuksen liitteenä.
- 1.4. Hotelli tavoittelee ympäristötyössään jatkuvaa parantamista. Hotellilla on kirjatut, vähintään vuosittain tarkasteltavat, konkreettiset ympäristötavoitteet, joille on tavoiteaikataulu ja vastuhenkilöt. Liitteeksi ympäristötavoitteet.
- 1.5. Green Key -ympäristöohjelman dokumentaatio on kerätty ympäristökansioksi. Kansio on Green Key:n edustajien saatavilla ja tarkastettavissa.
- 1.6. Ympäristövastaava varmistaa, että Green Key -kriteerien mukainen toiminta tarkastetaan vuosittain. Ympäristövastaava raportoi tilanteesta johdolle.
- 1.7. Hotelli tekee aktiivista ympäristöyhteistyötä yhden tai useamman tärkeäksi määrittelemänsä sidosryhmän kanssa. Green Key toimenpiteitä käsitellään vuorovaikutuksessa sidosryhmän kanssa vähintään kerran vuodessa.

Tärkeimmät sidosryhmät: _____



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ



DOKUMENTTI GREEN KEY -KANSIOSSA



PISTEKRITEERIT

kyllä

kyllä

- | | | | |
|---|--------------------------|--|--------------------------|
| <p>1.8. <i>Hotelli mittaa oman hiilijalanjälkensä.</i></p> <p>Yksilöi mittaustyökalu:</p> <hr/> | <input type="checkbox"/> | <p>1.11. <i>Hotelli ei myy eikä esittele tuotteita, jotka vaarantavat paikallisen luonnon tai kulttuurin säilymistä.</i></p> | <input type="checkbox"/> |
| <p>1.9. <i>Hotelli tukee lähiyhteisössään ympäristön hyvinvointia ja luonnon monimuotoisuutta edistävää toimintaa.</i></p> <p>Miten: _____</p> <hr/> | <input type="checkbox"/> | <p>1.12. <i>Hotelli kerää ja lahjoittaa tarpeettomat tavarat ja materiaalit hyväntekeväisyyteen. Lahjoitukset tehdään harkitusti ja siten, että lahjoitus hyödyttää vastaanottajaa pitkäkestoisesti.</i></p> | <input type="checkbox"/> |
| <p>1.10. <i>Hotelli toteuttaa toimissaan kulttuurisesti kestävä matkailua arvostaen ja suojellen paikalliskulttuuria ja paikallista elämäntapaa sekä tukee alueen elinvoimaisuutta.</i></p> | <input type="checkbox"/> | <p>1.13. <i>Hotelli on tehnyt Sitoumus 2050 – kestävän kehityksen toimenpidesitoumuksen.</i></p> | <input type="checkbox"/> |



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ



DOKUMENTTI GREEN KEY –KANSIOSSA










2. HENKILÖSTÖN OSALLISTAMINEN

PAKOLLISET PERUSKRITEERIT


KYLLÄ

- 2.1. Johto pitää henkilökunnan kanssa säännöllisesti kokouksia, joissa käydään läpi hotellin nykyinen ympäristötyö ja tulevat toimenpiteet.
-  
- 2.2. Ympäristövastaava osallistuu säännöllisesti, vähintään kahdesti vuodessa, johtoryhmän tapaamisiin ja esittelee ympäristötoimenpiteiden tilanteen ja kehittymisen.
- 
- 2.3. Ympäristövastaava ja muut ympäristökysymysten parissa työskentelevät (johtoryhmän jäsenet, kiinteistöhuolto, vahtimestarit, vastaanotto ja keittiö) saavat vuosittain koulutusta omaan työhönsä liittyvissä ympäristöasioissa.
- Mitä koulutusta:** _____
- _____
- _____
- 2.4. Henkilökunnalla on selkeät ohjeet miten ja missä tilanteissa asiakkaille kerrotaan ympäristötyöstä. **Kuvaus toteutuksesta ja toimintatavasta (ml. perehdytys):**
- _____
- _____
- _____
- 2.5. Huonesiivoushenkilökunnalla on toimintamallinaan, että hotellihuoneiden pyyhkeet ja lakat vaihdetaan vain asiakkaiden pyynnöstä tai automaattisesti kolmen tai useamman vuorokauden välein. Siivoushenkilökunnalla on kirjalliset ohjeet tästä.
-  

PISTEKRITEERIT

kyllä

kyllä

- 2.6. Johto kannustaa henkilökuntaa kehittymiseen ja kehittämiseen ympäristökysymyksissä. Tämä voidaan toteuttaa esimerkiksi työpajoin, keskusteluihin tai käytännön kokeiluin.
- 
- 2.7. Johto kannustaa henkilökuntaa ympäristöystävälliseen liikkumiseen.



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ



DOKUMENTTI GREEN KEY -KANSIOSSA









3. ASIAKKaidEN OSALLISTAMINEN

PAKOLLISET PERUSKRITEERIT





KYLLÄ



- 3.1. Green Key -sertifikaatti ja -kyltti ovat näkyvästi esillä.  
- 3.2. Green Key -materiaalia on asiakkaiden helposti saatavissa näkyvällä paikalla.
- 3.3. Hotellin www-sivuilla, sosiaalisen median kanavissa ja muussa sähköisessä viestinnässä on tietoa hotellin Green Key -ympäristötyöstä.
- 3.4. Henkilökunta kertoo asiakkaille ympäristötyöstä ja innostaa heitä osallistumaan.
Asiakkaita innostetaan osallistumaan seuraavasti:
-
- 3.5. 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.
- 3.6. Vastaanoton henkilökunta osaa neuvoa asiakkaita julkisen liikenteen käytössä. Aikataulut ja reittioppaat ovat asiakkaiden helposti saatavilla.
- 3.7. Hotelli viestii asiakkailleen näkyvästi ja selkeästi esim. kyltein miten henkilökunta ja asiakkaat voivat säästää energiaa ja vettä (esim. TV, valaistus, lämmitys ja puhtaanapito).  

PISTEKRITEERIT

kyllä

kyllä

- 3.8. Asiakkaille tarjotaan mahdollisuus arvioida hotellin ympäristötyötä.   3.11. Ympäristöviestintä on sisällytetty yrityksen viestinnän vuosisuunnitelmaan ja suunnitelmassa on huomioitu eri kohderyhmiä.  
- 3.9. Hotelli viestii ympäristötekojen vaikutuksista (esim. vettä säästävien suihkujen merkitys, muovijätteen vähentäminen, lähiruoka) 3.12. Hotelli palkitsee asiakkaitaan ympäristöteoista. **Miten?**

- 3.10. Hotelli on tehnyt näkyvän ympäristökampanjan asiakkaille.  



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ



DOKUMENTTI GREEN KEY -KANSIOSSA





4. YMPÄRISTÖAKTIVITEETIT

PAKOLLISET PERUSKRITEERIT

KYLLÄ

4.1. Vastaanotossa on helposti saatavilla tietoa läheisistä puistoista ja luontokohteista.

Mm. seuraavista kohteista: _____

4.2. Hotelli tarjoaa asiakkaille tietoa pyöräreiteistä ja polkupyörien sekä muiden ekologisten liik-
kumisvälineiden vuokraus- ja lainausmahdollisuuksista. **Pyöriä voi vuokrata tai lainata mm:**

PISTEKRITEERIT

kyllä

kyllä

4.3. Hotelli kannustaa asiakkaita liikku-
maan ympäristöystävällisesti.

4.6. Hotelli välittää tietoa alueen luonto-
retkistä ja muista luontopalveluista.

4.4. Asiakkailla on mahdollisuus lainata tai
vuokrata polkupyöriä tai muita ekologi-
sia liikkumisvälineitä suoraan hotellis-
ta.

4.7. Hotelli kannustaa asiakkaita jatkamaan ym-
päristöystävällisiä käytäntöjä myös kotona tai
työpaikalla.

4.5. Hotelli järjestää ympäristökasvatusto-
mintaa itse tai kumppanin kanssa eri
kohderyhmille esimerkiksi yrityksille ja
kokousvieraille, aikuisille, perheille,
nuorille ja lapsille.

4.8. Hotelli tarjoaa asiakkaille tietoa lähialueen
Blue Flag –rannoista (toistaiseksi Suomessa
vain Ahvenanmaalla).



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ



DOKUMENTTI GREEN KEY –KANSIOSSA









5. VEDENSÄÄSTÖ

PAKOLLISET PERUSKRITEERIT

KYLLÄ

- 5.1. Veden kokona iskulutus mitataan vähintään
 
- 5.2. Uudet wc-istuimet ovat vettä säästäviä (vedenkulutus max. 6 litraa huuhtelukerralla)
- 5.3. Henkilökunta tarkastaa säännöllisesti, etteivät vesihanat tai wc-säiliöt vuoda.
- 5.4. Vähintään 75%:ssa suihkuista virtaama on max. 9 ltr/min.
Virtaama (mittaus väh. 5 huoneesta): _____
- 5.5. Vähintään 75%:ssa vesihanoista virtaama on max. 8 ltr/min.
Virtaama (mittaus väh. 5 huoneesta): _____
- 5.6. Pisuaarit on varustettu sensoreilla, ne ovat vettä säästäviä tai vedettömiä.
- 5.7. Uudet astianpesukoneet ovat vettä säästäviä laitteita, joissa vedenkulutus on max. 3,5 ltr/kori.
- 5.8. Astianpesuko niiden läheisyydessä on ohjeet veden ja energian säästämiseksi.
 
- 5.9. Kaikki jätevesi puhdistetaan. Jätevesiä koskevia lakivaatimuksia noudatetaan.



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ







DOKUMENTTI GREEN KEY -KANSIOSSA



PISTEKRITEERIT

kyllä

kyllä

- | | | | | | |
|-------|---|--------------------------|-------|---|--------------------------|
| 5.10. | <i>Erilliset vesimittarit ovat käytössä alueilla, joissa vedenkulutus on runsasta.</i> | <input type="checkbox"/> | 5.18. | <i>Uima-altaat tarkastetaan säännöllisesti vuotojen varalta.</i> | <input type="checkbox"/> |
| | Missä: _____ | | 5.19. | <i>Hotellissa on käytössä tunnistimet vesivahinkojen ja vuotojen havaitsemiseksi ja vianetsinnän helpottamiseksi.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 5.11. | <i>Uudet astianpesu- ja pyykinpesukoneet ovat ammattikäyttöön tarkoitettuja laitteita.</i> | <input type="checkbox"/> | 5.20. | <i>Hotellilla on käytössään lämmöntalteenotto vedestä.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 5.12. | <i>Uudet wc-istuimet on varustettu kaksoishuuhtelulla: 3/6 litraa.</i> | <input type="checkbox"/> | 5.21. | <i>Asiakkaille on tarjolla konkreettiset ohjeet vedenkäytöstä ja mahdollisuuksista säästää vettä. Nämä ohjeet sisältävät myös tiedon vedensäästön ympäristövaikutuksista.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 5.13. | <i>Yleisten tilojen vesihanojen virtaama on alle 6 litraa minuutissa.</i> | <input type="checkbox"/> | |   | |
| | Virtaama: _____ | | 5.22. | <i>Asiakkaille viestitään suomalaisen hanaveden juomakelpoisuudesta.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 5.14. | <i>Yleisten tilojen wc-istuimet kuluttavat vettä max. 6 l/huuhelukerta</i> | <input type="checkbox"/> | |   | |
| 5.15. | <i>Yleisten tilojen vesihanat on varustettu sensoreilla.</i> | <input type="checkbox"/> | 5.23. | <i>Hotellilla on erillinen vesipullojen täyttöpiste.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 5.16. | <i>Ns. harmaata vettä tai piha-alueiden hulevettä kerätään ja hyödynnetään uudestaan turvallisesti (esimerkiksi piha-alueiden puhdistukseen).</i> | <input type="checkbox"/> | 5.24. | <i>Hotellihuoneissa on ainoastaan suihkut. Kylpy- ja muut ammeet vain sauna-, kylpylä-tms. osastolla.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 5.17. | <i>Ulkouima-altaat on katettu haihtumisen vähentämiseksi.</i> | | | | |









6. PUHTAANAPITO

PAKOLLISET PERUSKRITEERIT

KYLLÄ

- 6.1. Hotellihuoneissa on kyltit, jotka kertovat, että pyyhkeet ja lakanat vaihdetaan vain asiakkaiden pyynnöstä tai automaattisesti kolmen tai useamman vuorokauden välein.
-  
- 6.2. Hotellin päivittäisessä siivouskäytössä olevat puhdistus- ja pesuaineet ovat ympäristömerkittyjä. *
- 
- 6.3. Desinfiioivia puhdistusaineita ei käytetä päivittäisessä perussiivouksessa. Muulloin niitä käytetään harkitusti ja vain tarvittaessa tai vain määräysten edellyttämällä tavalla.
- 6.4. WC- ja talouspaperit sekä mahdolliset paperipyyhkeet ovat ympäristömerkittyjä * tuotteita.
- 

PISTEKRITEERIT

kyllä

kyllä

- 6.5. Hotellin käyttämät astianpesuaineet ja pyykinpesuaineet ovat ympäristömerkittyjä. Kriteeri koskee myös alihankintana tehtävää pesulapalvelua. *
- 
- 6.6. Siivouksessa käytetään mikrokuituliinoja veden ja pesuaineiden ja kemikaalien säästämiseksi.
- 6.7. Hotelli välttää hajusteiden käyttöä puhtaanapidossa ja pyykinpesussa.
- 6.8. Hotelli käyttää pesulapalvelunaan samalla paikkakunnalla tai lähialueella sijaitsevaa pesulaa minimoidakseen kuljetusmatkan.
- 6.9. Kaikki asiakkaiden käyttöön tarjottavat shampoot ja saippuat ovat ympäristömerkittyjä. *
- 



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ

*

Ympäristömerkin tulee olla kolmannen osapuolen myöntämä tai vastaavat kriteerit täyttävä tuote.



DOKUMENTTI GREEN KEY –KANSIOSSA






7. JÄTTEEN VÄHENTÄMINEN, LAJITTELU JA KIERRÄTYS

PAKOLLISET PERUSKRITEERIT

KYLLÄ

- 7.1. Hotelli huolehtii jätteiden asianmukaisesta lajittelusta jätelain ja kunnallisten jätehuoltomääräysten mukaisesti vähintään seuraaviin kategorioihin: metalli, lasi, energiajäte, paperi, biojäte, pahvi. Mikäli jonkin jakeen kuljetusta ja käsittely ei ole paikkakunnalla järjestetty, voidaan se jättää pois. **Seuraavat lajittelukriteerit ovat käytössä:**
-
- 7.2. Hotelli, heidän palveluntarjoajansa tai kiinteistöhuolto- ja palveluyhtiönsä huolehtii eri jakeiden jatkokuljetuksesta ja käsittelystä. Mikäli jätekuljetuksen hankinta on ulkoistettu, hotelli vastaa kriteerin toteutumisesta heidän puolestaan ja käy läpi toimintamallin esimerkiksi kiinteistöhuolto-yhtiön kanssa.
- 7.3. Hotelli huolehtii jätteiden kuljetuksista lakivaatimuksia ja jätehuoltomääräyksiä noudattaen.
- 7.4. Hotellin asiakkaille ja henkilökunnalle on selkeät ohjeet jätteiden lajittelusta ja käsittelystä. Tarvittaessa käytetään eri kielisiä versioita tai kuvasymboleja.
- 
- 7.5. Kertakäyttöastioita käytetään vain poikkeustapauksissa esim. allasosastoilla, isoissa tapahtumissa, kuntosali- ja kylpylä alueilla sekä take away -annoksissa.
- 7.6. Mikäli hotellissa järjestetään suuria (yli 500 ihmisen) tilaisuuksia, joissa käytetään kertakäyttöastioita, tulee astiat valita kierrätettävistä tai biohajoavista materiaaleista sekä järjestää niille asianmukaiset kierrätyspisteet ja ohjeistaa asiakkaat käyttämään näitä kierrätyspisteitä.
- 7.7. Vaaralliseksi luokiteltavat jätteet säilytetään erillisissä astioissa ja kierrätetään asianmukaisesti (esim. paristot, lamput, maalit, kemikaalit ym.)
- 7.8. Vaaralliseksi luokiteltavat jätteet kuljetetaan turvamääräyksiä noudattaen asianmukaiseen käsittelylaitokseen ja kuljetuksesta tehdään jätelain edellyttämä siirtoasiakirja.
- 7.9. Jokaisessa kylpyhuoneessa ja wc:ssä on roskakori.



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ




DOKUMENTTI GREEN KEY -KANSIOSSA



PISTEKRITTEERIT

kyllä

kyllä

- | | | | |
|--|---------------------------------|---|---------------------------------|
| <p>7.10. <i>Hotelli mittaa jätemäärät jakeittain kuukausittain. Lisäksi hotellilla on toimintasuunnitelma jätemäärän pienentämiseksi.</i></p> <p></p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p>7.17. <i>Yksittäispakattua voita, kermaa, marmeladia tms. ei käytetä tai pakkaukset ovat kierrätettäviä tai biologisesti hajoavia Ulkouima-altaat on katettu haihtumisen vähentämiseksi.</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |
| <p>7.11. <i>Asiakkailla on mahdollisuus lajitella jätteet vähintään seuraaviin jakeisiin: paperi, lasi, pullot, paristot, biojäte.</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p>7.18. <i>Hotellilla on sopimus pakkausmateriaalien käytöstä (erityisesti muovi), noudosta ja hävityksestä. Hotelli pyrkii käyttämään mahdollisimman paljon kestopakkauksia, jotka palautetaan paluukuljetuksia hyödyntäen.</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |
| <p>7.12. <i>SER-jätteen keräys ja kierrätys on huolehdittu.</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p>7.19. <i>Mikäli kertakäyttöastioita käytetään, ne ovat biologisesti hajoavia.</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |
| <p>7.13. <i>Hotellitekstiilit kierrätetään uusiokäyttöön.</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p>7.20. <i>Kertakäyttöastioita ei käytetä lainkaan.</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |
| <p>7.14. <i>Hotellihuoneissa on lajitteluroskakorit.</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p>7.21. <i>Koko henkilökunta on saanut lajittelukoulutuksen.</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |
| <p>7.15. <i>Jokaisessa wc:ssä on lajitteluroskakori.</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> | <p>7.22. <i>Orgaaninen jäte kompostoidaan tai toimitetaan eteenpäin asianmukaiseen käsittelylaitokseen edelleen käyttöön (esim. biokaasu).</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> |
| <p>7.16. <i>Kaikki asiakkaiden käyttöön tarjottavat shampoot ja saippuat ovat annostelijoissa yksittäispakkausten sijaan.</i></p> | <p><input type="checkbox"/></p> | | |





8. ENERGIANSÄÄSTÖ JA -HANKINTA

PAKOLLISET PERUSKRITEERIT

KYLLÄ

8.1. Energiankulutus mitataan vähintään kerran kuukaudessa.



8.2. Hotellilla on käytössään toimintamalli tyhjillään olevien huoneiden lämmityksen, ilmanvaihdon ja ilmastoinnin säätämiseksi energiatehokkuuden varmistamiseksi.

Toimintamalli: _____

8.3. Vähintään 75% lamputa on energiansäästölamppuja tai ledjä. Muut lamput vaihdetaan mahdollisimman pian.

Energiansäästölamppujen / LED-valaisimien osuus: _____ %

8.4. Keittiön ilmanvaihtolaitteen rasvasuodattimet puhdistetaan vähintään kerran vuodessa.

Puhdistussykli: _____

8.5. Lämmitys- ja viilennyslaitteiden pinnat puhdistetaan säännöllisesti (väh. 1 krt/v).

Puhdistussykli: _____

8.6. Ilmanvaihtojärjestelmä tarkastetaan vähintään kerran vuodessa. Tarvittavat korjaustoimenpiteet tehdään energiatehokkaan toiminnan varmistamiseksi.

Tarkastussykli: _____

8.7. Jäakaappien, pakastimien, uunien ja muiden kuuma- ja kylmäsäilytystilojen tiivisteet ovat kunnossa. **Tarkastettu (pvm):** _____

8.8. Uudet hankittavat hotellihuonevarusteet ovat energiatehokkaita.

8.9. Hotellilla on työohjeet koskien tyhjien huonetilojen laitteistojen (mm. TV, jäakaappi) sammuttamista energian säästämiseksi.



8.10. Hotelli on määritellyt standardilämpötilan huonelämmölle. **Lämpötila:** _____ C°

8.11. Uusiutuvan energian hankintamahdollisuus kartoitetaan vuosittain.



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ



DOKUMENTTI GREEN KEY -KANSIOSSA

PISTEKRITTEERIT

kyllä

kyllä

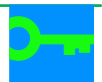
- | | | | | | |
|-------|---|--------------------------|-------|---|--------------------------|
| 8.12. | <i>Hotelli suorittaa energiakatselmuksen ulkopuolisen asiantuntijan avustamana vähintään joka viides vuosi.</i> | <input type="checkbox"/> | 8.24. | <i>Hotelli on liittynyt elinkeinoelämän energiatehokkuussopimukseen (matkailu- ja ravintola-alan toimenpideohjelman kautta).</i> | <input type="checkbox"/> |
| 8.13. | <i>Hotellin hankkimasta sähköenergiasta vähintään 50% tuotetaan uusiutuvilla energialähteillä.</i> | <input type="checkbox"/> | 8.25. | <i>Hotellin huoneissa, keittiössä, pesulassa tms. käyttämät sähkölaitteet ovat energiatehokkaita. (A-A+++ , EnergyStar, ympäristömerkki.)</i> | <input type="checkbox"/> |
| 8.14. | <i>Hotellin hankkimasta sähköenergiasta 100% tuotetaan uusiutuvilla energialähteillä.</i> | <input type="checkbox"/> | 8.26. | <i>Ilmanvaihtokoneisto on varustettu energiankäytön optimoivalla puhaltimella ja sen moottori on energiaa säästävä.</i> | <input type="checkbox"/> |
| | Energialähteet (8.13, 8.14): | | 8.27. | <i>Ilmastointi sammuu automaattisesti, kun ikkuna avataan.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 8.15. | <i>Hotellin hankkima sähköenergia on 100% uusiutuvaa energiaa ja täyttää kestävyyskriteerit (kestävä tuotanto on ympäristömerkitty tai vastaavat kriteerit täyttävää)</i> | <input type="checkbox"/> | 8.28. | <i>Hotellissa on avainkorttijärjestelmä tai muu automaattinen järjestelmä, joka varmistaa sähkölaitteiden ja valojen sammumisen huoneen ollessa tyhjiillään. Mikä?:</i> | <input type="checkbox"/> |
| | Energialähteet sekä selvitys kestävyyskriteereistä: | | 8.29. | <i>Käytävä- ja aulavalloissa on käytössä liikkeen-tunnistus.</i> | <input type="checkbox"/> |
| | | | 8.30. | <i>Yleisissä tiloissa on käytössä energiatehokas automatisoitu valaistus.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 8.16. | <i>Erilliset sähkömittarit on asennettu energiankulutuksen kannalta merkittäviin paikkoihin</i> | <input type="checkbox"/> | 8.31. | <i>Hotelli käyttää vain led-lamppuja.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 8.17. | <i>Hotellin ympärivuotisesti käytössä olevien tilojen ikkunoissa on tiivistetyt kolmikeroslasit. Tiivistetyt ovat kunnossa ja ne tarkistetaan säännöllisesti.</i> | <input type="checkbox"/> | 8.32. | <i>Ulkovalaisimet ovat tarveohjattuja esim. liiketunnistimella ja ne sammuvat automaattisesti, kun niitä ei tarvita.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 8.18. | <i>Hotellin ikkunoissa on selektiivilasit.</i> | <input type="checkbox"/> | 8.33. | <i>Keittiön liesituulettimissa on infrapunatunnistin, jonka avulla liesituulettimien käyttö on mahdollisimman energiatehokasta.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 8.19. | <i>Rakennuksen eristys ylittää uudis- ja korjausrakentamista koskevat kansalliset energiatehokkuuden minimivaatimukset.</i> | <input type="checkbox"/> | 8.34. | <i>Keittiölaitteiden tarpeetonta päällä pitämistä vältetään.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 8.20. | <i>Hotellissa on lämmöntalteenottojärjestelmä mm. kylmälaitteiden, ilmastointilaitteiden, uima-altaiden tai jätevesien hukkalämmön hyödyntämiseksi.</i> | <input type="checkbox"/> | 8.35. | <i>Saunat lämmitetään vain rajatun ajan aamuin illoin tai tilauksesta.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 8.21. | <i>Hotellin käyttämä lämpöenergia tuotetaan uusiutuvilla polttoaineilla (ei turve)</i>
Lämpöenergiälähde: | <input type="checkbox"/> | 8.36. | <i>Juoma-, kahvi-, vesi- ja muut automaattit eivät ole päällä tarpeettomasti.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 8.22. | <i>Hotellin käyttämä kaukolämpö ja kaukokylmä (myös koskikylmä) tuotetaan vähintään 75% uusiutuvilla energialähteillä (ei turve). Energialähteet:</i> | <input type="checkbox"/> | 8.37. | <i>Tietokoneissa ja kopiokoneissa on virran automaattinen aikakatkaistu.</i> | <input type="checkbox"/> |
| 8.23. | <i>Hotelli tuottaa itse uusiutuvaa energiaa. (maalämpö, aurinko, tuuli, ilma) Mitä?</i> | <input type="checkbox"/> | 8.38. | <i>Uudet tietokoneet, tulostimet, kopiokoneet ja muut toimistolaitteet ovat ympäristömerkittyjä tai laitteiden toimittajalla on ympäristösertifikaatti.</i> | <input type="checkbox"/> |
| | | | 8.39. | <i>Hotellilla on sähköauton latauspiste tai biokaasuauton tankkauspiste.</i> | <input type="checkbox"/> |
| | | | 8.40. | <i>Hotelli tarjoaa sähköauton vuokrauspalvelua/välitystä tai sähkötaksin käyttöä.</i> | <input type="checkbox"/> |
| | | | 8.41. | <i>Hotellin omassa käytössä olevista autoista vähintään puolet ovat sähköautoja, biokaasuautoja tai hybridiäutoja.</i> | <input type="checkbox"/> |
| | | | 8.42. | <i>Hotelli tarjoaa aurinkoenergiaa, muuta uusiutuvaa energiaa tai näihin liittyvää uutta teknologiaa näkyvästi asiakkaiden käyttöön.</i> | <input type="checkbox"/> |



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ



DOKUMENTTI GREEN KEY –KANSIOSSA






9. ELINTARVIKKEET

PAKOLLISET PERUSKRITEERIT

KYLLÄ



- 9.1. Hotelli käyttää luomu- ja lähituotteita. (Vähintään viisi lähi- tai luomutuotetta käytössä.) 
- 9.2. Lähi- ja luomutuotteiden ja ympäristömerkittyjen tuotteiden osuus säilyy tai kasvaa joka vuosi. Poikkeama tästä raportoidaan Green Keylle. (Lähirooka on mahdollisimman lähellä tuotettua kotimaista ruokaa, jonka alkuperä, tuottaja ja valmistaja tiedetään.)
- 9.3. Ravintolan ruokalistalla on aina myös kasvisvaihtoehto.

PISTEKRITEERIT

kyllä

kyllä

- 9.4. Hotelli ei käytä uhanalaisia kalalajeja
- 9.5. Hotelli hyödyntää valikoimassaan satokauden kasviksia. **Esimerkkejä:**

- 9.6. Hotellin ravintolan ja aamiaistarjoilun ruokalistoille ja tarjoilupöytiin on merkitty luomutuotteet, lähituotteet ja muut ympäristömerkityt tuotteet.
- 9.7. Hotelli nostaa esille lähiruokatuotantoa ja tutustuttaa asiakkaat alueen lähiruokatuottajiin (esim: esittely ruokalistalla, retki lähiruokatilalle)
- 9.8. Hotellilla on vuosittain kasvisruokateemapäivä esimerkiksi Maailman kasvisruokapäivänä 1.10.
- 9.9. Hotellin ravintolan ruokalistalla on myös täysin vegaaninen ruokalaji ja maitojuoma.
- 9.10. Hotelli vähentää aktiivisesti naudanlihan käyttöä. 
- 9.11. Hotelli mittaa ruokahävikin määrän ja toimii ruokahävikin minimoimiseksi. Keittiö- ja tarjoiluhenkilökunnalla on työhjeet tätä koskien. 
- 9.12. Kokoustiloissa ja ravintoloissa tarjoillaan ensisijaisesti vesijohtovettä pullotetun veden sijaan. Hotellilla on keittiöpuutarha.
- 9.14. Hotellin keittiöpuutarhassa on kompostori, jonka multa käytetään hyödyksi keittiöpuutarhassa.



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ



DOKUMENTTI GREEN KEY -KANSIOSSA





10. SISÄTILAT

PAKOLLISET PERUSKRITEERIT

KYLLÄ

- 10.1. Sisätiloja remontoitaessa suositetaan ympäristöystävällisiä ja terveellistä sisäilmaa edistäviä materiaaleja.

PISTEKRITEERIT

kyllä

- 10.2. *Hotellilla on henkilöstöpolitiikka koskien tupakointia työaikana.*



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ



DOKUMENTTI GREEN KEY -KANSIOSSA





11. ULKOTILAT

Hotellilla ei ole piha-alueita



PAKOLLISET PERUSKRITEERIT

KYLLÄ

- 11.1. Kemiallisia lannoitteita tai tuholaismyrkköjä käytetään vain siinä tapauksessa, että vastaavaa luonnonmukaista vaihtoehtoa ei ole saatavilla.
- 11.2. Uudet ruohonleikkurit ovat käsikäyttöisiä, sähkökäyttöisiä, käyttävät lyijytöntä bensiiniä, ovat varustettu katalysaattorilla tai ovat ympäristömerkittyjä.
- 11.3. Kukat ja puutarha kastellaan aikaisin aamulla tai myöhään illalla.

PISTEKRITEERIT

kyllä

kyllä

- | | |
|---|---|
| 11.4. Puutarhajäte kompostoidaan. <input type="checkbox"/> | 11.10. Piha-alueiden puhtaanapidossa käytettävissä koneissa ja laitteissa käytetään biohajotettavaa öljyä. <input type="checkbox"/> |
| 11.5. Sadevettä kerätään ja käytetään kukkien ja puutarhan kastelussa. <input type="checkbox"/> | 11.11. Hotelliasiakkaiden käyttöön tarjottavat moottorikelkat tai muut moottorikäyttöiset kulkuvälineet esim. mönkijät (omat tai kumppanin) ovat vähäpäästöisiä (nelitahti?) tai sähkömoottorikäyttöisiä. <input type="checkbox"/> |
| 11.6. Uusia viheralueita perustettaessa käytetään kotimaisia tai kotoperäisiä lajikkeita. <input type="checkbox"/> | 11.12. Hotelli käy vuosittain läpi kuljetus- ja ohjelmapalveluyritysten ympäristötyön esim. kuljetuskaluston ja kulkuvälineiden suhteen ja kannustaa näitä ajantasaisen, vähäpäästöisen kaluston hankintaan ja käyttöön. <input type="checkbox"/> |
| 11.7. Lumenluonnissa käytettävä konekalusto on vähäpäästöistä. <input type="checkbox"/> | |
| 11.8. Autojen lämmitystolpissa on ajastimet. <input type="checkbox"/> | |
| 11.9. Hotelli hyödyntää kiinteistöstä kerättävää hukkalämpöä piha-alueiden kulkuväylien puhtaanpitoon lumesta/jäästä tai kuivattamiseen (esimerkiksi vesikiertoisen lämmityksen avulla). <input type="checkbox"/> | |



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ



DOKUMENTTI GREEN KEY -KANSIOSSA







12. HALLINTO JA HANKINNAT

PAKOLLISET PERUSKRITEERIT


KYLLÄ

- 12.1. Henkilökunnan tilojen osalta noudatetaan samoja vaatimuksia kuin asiakastilojen suhteen.
- 12.2. Toimistossa käytettävät paperit ja painotuotteet ovat ympäristömerkittyjä, ne on valmistettu kierrätyskuidusta tai toimittajalla on ympäristösertifikaatti. *
 
- 12.3. Hotellin tiloissa toimiville palveluntarjoajille (esim. kampaamo tai kylpylä) kerrotaan hotellin Green Key-ohjelmasta ja ympäristötyöstä, ja heitä kannustetaan ympäristöystävällisyyteen toiminnassaan.

PISTEKRITEERIT

kyllä

kyllä

- 12.4. *Hotelli kannustaa paperinkulutuksen vähentämiseen koko hotellissa mukaan lukien toimistot ja kokoustilat. Hotelli hyödyntää valikoimassaan satokauden kasviksia.* 12.8. *Hotelli ostaa omaan käyttöönsä sekä jälleennyntiin paikallisten käsityöläisten ja pienyrittäjien lähituotteita ja –palveluja. 75% hankinnoista täyttää tämän kriteerin. Vaihtoehtoisesti hotelli voi tarjota lähialueen tuottajille mahdollisuuden myydä suoraan hotellivieraille paikallista luontoa tai alueen historiaa tai kulttuuria ilmentäviä tuotteitaan.*
- 12.5. *Hotelli tiedottaa tavarantoimittajilleen ja muille kumppaneilleen Green Key -ympäristötyöstään ja kannustaa heitä ympäristöystävällisyyteen omassa toiminnassaan.* 12.9. *Hotellin viimeisen 12 kuukauden aikana ostamista kestokulutustuotteista vähintään 75 % on ympäristömerkittyjä tai niiden valmistajalla on ympäristösertifikaatti. **Esimerkkejä:***
 *
- 12.6. *Hotelli käyttämistä tavarantoimittajista ja muista kumppaneista vähintään 75%:lla on ympäristösertifikaatti, ympäristöpolitiikka tai kirjallinen kestävä kehityksen toimintatapa.*
- 12.7. *Hotellille tapahtuma- ja oheispalveluja tuottavat yritykset ovat tietoisia hotellin Green Key -ympäristötyöstä ja osana yhteistyötä on sovittu miten he huomioivat tämän omassa työssään sekä tarjoamissaan palveluissa.* 12.10. *Hotelli seuraa ja mittaa kertakäyttötuotteiden ja kulutustavaroiden hankintamäärää, ja etsii aktiivisesti keinoja kulutuksen vähentämiseen*
- 12.11. *Hotelli on hankkinut kierrätettyjä kalusteita.*
- 12.12. *Hotelli on kunnostanut vanhoja kalusteitaan*



DOKUMENTTI HAKEMUKSEN LIITTEENÄ

*

Ympäristömerkin tulee olla kolmannen osapuolen myöntämä tai vastaavat kriteerit täytävä tuote.



DOKUMENTTI GREEN KEY –KANSIOSSA

