
YRITYKSET OSANA KUNNAN VIHERYMPÄRISTÖÄ

Yritysten miljöökilpailun suunnittelu Janakkalan kunnalle



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Maisemasuunnittelun koulutusohjelma

Lepaa, syksy 2016

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Janika Poltinoja". The signature is stylized and fluid.

Janika Poltinoja

LEPAA

Maisemasuunnittelun koulutusohjelma

Tekijä

Janika Poltinoja

Vuosi 2016

Työn nimi

Yritykset osana kunnan viherympäristöä

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja organisoida valtakunnallisen Vihervuosi 2016:n innoittamana työn tilaajalle eli Janakkalan kunnalle yrityksille suunnattu miljöökilpailu sekä miten yritykset saadaan siihen osallistumaan. Kilpailun tavoitteena oli kannustaa paikallisia yrittäjiä kiinnittämään huomiota ympäristöönsä ja siten kohentaa samalla koko kunnan yleisilmettä.

Työn toiminnallisena osana laadittiin tilaajan tarpeiden ja toiveiden mukaisesti miljöökilpailun järjestämiseen vaadittavat suunnitelmat ja materiaalit. Lisäksi yritysten innostamisen ja tiedon jakamisen tueksi kokosin Laadukas yrityspiha -oppaan, jossa tuotiin esille muun muassa viherrakentamisen positiiviset vaikutukset yrityksiin.

Työn teoriaosa jakaantui kahteen osaan: Kasvien ja viherrakentamisen vaikutukset yrityksiin, niiden asiakkaisiin ja työntekijöihin sekä miljöökilpailun järjestämistä tukevaan teoriaan. Teoria koostettiin sekä kirjallisista lähteistä että verkkolähteistä ja joko sähköpostitse tai suullisesti käytyihin haastatteluihin.

Opinnäytetyön tuloksena Janakkalan kunta sai materiaalit ja suunnitelman yrityksille suunnatun miljöökilpailun toteuttamisesta, apua yritysten kontaktoimiseen sekä Laadukas yrityspiha -oppaan. Työn toiminnallinen osa toteutettiin vuonna 2015 eli ennen kilpailun päättymistä, joten työssä ei käyty läpi kilpailun tuloksia.

Opinnäytetyössä kävi ilmi, että yrityspihojen viherrakentaminen on vielä erittäin vähäistä. Yritykset ovat siis potentiaalinen asiakasryhmä maisemasuunnittelijoille ja viherrakentajille. Suunnittelun ja viherrakentamisen markkinoinnin tueksi tulisi lisätä suomalaista tutkimusta viherrakentamisen vaikutuksista yrityksiin, sillä suomalaisia tutkimuksia aiheesta on vielä melko vähän.

Avainsanat Miljöökilpailu, viherrakentaminen, viherympäristö, yrityspiha

Sivut 24 s. + liitteet 14 s.

LEPAA
Landscape design

Author	Janika Poltinoja	Year 2016
Subject of Bachelor's thesis	Companies as Part of the Built Environment in a Municipality	

ABSTRACT

The commissioner of the project was to plan and organize a milieu competition for companies to participate. Client for the project was the municipality of Janakkala that wanted to celebrate the nationwide theme year Vihervuosi 2016 – The Green year 2016 by arranging a competition. One of the aims of the competition was to make local entrepreneurs pay attention to their business environment. By improving their company yards the entrepreneurs will also enhance the appearance of Janakkala.

Required materials and plans to organize the milieu competition were made, as a functional part of this project, as per client's request. In addition, in order to motivate the businesses and share information a supportive guidebook, "Laadukas yrityspiha" - "Well made company yard", was created. It outlines the benefits of landscape construction for businesses.

The theory applied in this thesis was divided into two different themes: The effect plants and green construction have on companies, customers and employees and the theory supporting the setting up of the milieu competition. The theory was collated from literature and online sources, email conversations and live interviews.

As main outcomes of this Bachelor's thesis, the municipality of Janakkala received a complete plan and materials for organizing a milieu competition for businesses, help to contact with businesses, and the guide book. The functional part of the work was carried out in 2015 which was before the end of the competition. Therefore the results of the competition are not included in this thesis.

According to the outcomes of this Bachelor's project, it turned out that landscape construction in company yards is still rather rare. In other words, businesses are potential clients for landscape architects and landscape constructors. There is currently very little Finnish research on the subject, and in order to promote marketing of landscape construction and design further, more Finnish research on the effects of green construction on businesses should be carried out.

Keywords Milieu competition, landscape construction, green environment, company yard

Pages 24 p. + appendices 14 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	VIHERRAKENTAMINEN PALVELUMUOTOILUNA	2
2.1	Palveluympäristö ja palvelumaisema	2
3	VIHERRAKENTAMISEN VAIKUTUKSET	3
3.1	Vaikutus asiakkaisiin.....	4
3.2	Vaikutus työntekijöihin	5
3.3	Taloudellinen merkitys.....	7
4	TYÖN TILAAJA JA VIITEKEHYS	8
4.1	Vihervuosi 2016	8
4.2	Janakkalan kunta	8
4.2.1	Janakkalan yritykset	11
4.2.2	Ympäristötalkoiden historia Janakkalassa.....	12
4.2.3	Kui Siistii!	13
5	KUI SIISTI YRITYS! -MILJÖÖKILPAILU	13
5.1	Lähtökohdat ja tavoitteet.....	13
5.2	Kilpailun aikataulu	14
5.3	Kilpailun säännöt.....	15
5.4	Kilpailun arvostelu	15
5.5	Kilpailusta tiedottaminen	16
5.6	Yritysten ja kunnan asukkaiden osallistaminen	18
5.7	Opas yrityksille	18
5.7.1	Hyvän oppaan tunnusmerkit.....	18
5.7.2	Laadukas yrityspiha -opas	19
6	POHDINTA.....	20
	LÄHTEET	22
	HAASTATTELUT.....	24
Liite 1	Uutiskirje yrityksille	
Liite 2	Miljöökilpailun infolehtinen	
Liite 3	Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailun säännöt	
Liite 4	Laadukas yrityspiha -opas	

1 JOHDANTO

Yritykset ovat merkittävä ja alueittain jopa hallitseva osa urbaania maisemaa. Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2014 Suomessa toimi noin 364 000 yritystä, joilla oli yhteensä noin 395 000 toimipaikkaa (Alueellinen yritystoimintatilasto 2014). Työympäristöjen laadun merkitys lisääntyy tiivistyvän kaupunkirakenteen myötä niin ympäristön viihtyvyyden kuin työntekijöiden hyvinvoinnin kannalta (Tyrväinen, L., Lönnqvist H., & Leino, O. 2006).

Tämä opinnäytetyö käsittelee yrityksiä osana kunnan viherympäristöä ja sitä kuinka yritykset saadaan kannustettua panostamaan piha-alueisiinsa. Keinona tässä työssä käytetään miljöökilpailun järjestämistä yrityksille. Vuonna 2015 alkaneessa opinnäytetyössä keskitytään miljöökilpailun suunnitteluun ja organisointiin sekä tarjotaan materiaalit miljöökilpailun loppuun saattamiseksi. Työn tilaajana toimii Janakkalan kunta, jolle miljöökilpailun järjestäminen on yksi tapa olla osana valtakunnallista Vihervuotta 2016. Opinnäytetyössä tarkastellaan myös viherrakentamista osana palvelumuotoilua sekä perehdytään siihen, miten viherrakentaminen vaikuttaa yritysten toimintaan liittyviin osa-alueisiin. Osana tätä opinnäytetyötä laadittiin yrityksille suunnattu ”Laadukas yrityspiha” -opas (Liite 4), jonka tarkoitus on lisätä yrittäjien tietoa viherrakentamisen vaikutuksista yrityksiin.

Janakkalan kunta on jo yrittänyt kannustaa ja ohjata yritysten, etenkin teollisuusrakennusten piha-alueiden laadukkaaseen suunnitteluun. Esimerkiksi kesäkuussa 2014 julkaistussa Janakkalan kunnan uudessa rakennusjärjestyksessä vaaditaan, että myös teollisuusalueiden piha-alueista tulee esittää erillinen rakennuslupapiirustuksiin liitettävä pihasuunnitelma (Rakennusjärjestys 2014). Janakkalan vuoden 2014 elinkeino-ohjelmaan on kirjattu, että taajamien yrittäjiä motivoidaan mukaan lisäämään alueiden viihtyisyyttä ja vetovoimaa (Elinkeino-ohjelma 2014 2013). Vaikka yritys- ja teollisuusalueille on annettu enemmän vaatimuksia, ovat piha-alueet isolta osin yhä epäsiistissä kunnossa.

Laadukas ja hyvin hoidettu piha vaikuttaa niin yrityksen asiakkaisiin, työntekijöihin kuin sen talouteenkin. Useat tutkimukset osoittavat, että vihreään pihaan panostaminen maksaa itsensä takaisin monin tavoin. (Agriculture and Agri-Food Canada 2008.) Vaikka kasvillisuuden vaikutus ihmisten hyvinvointiin ja kiinteistöjen arvoon tunnustetaan laajalti, on yrityspihojen viherrakentaminen Suomessa kuitenkin vielä lapsenkengissä. Kysyttäessä sähköpostitse Maisemasuunnittelijat ry:n, Viher- ja ympäristörakentajat ry:n sekä Viherympäristöliiton jäseniltä vinkkejä hyvin tehdyistä suomalaisista yrityspihoissa, eivät ammattisuunnittelijat ja -viherrakentajat osanneet nimetä montaakaan laadukasta yrityspihaa.

Tämän opinnäytetyön tuotoksena Janakkalan kunta saa suunnitelman ja materiaalit yritysten miljöökilpailun järjestämiseen sekä

viherrakentamisesta yrityksille tietoa tarjoavan opaslehtisen ja apua yritysten kontaktoimisessa.

2 VIHERRAKENTAMINEN PALVELUMUOTOILUNA

”Toimivien ja oikein suunniteltujen ja tuotettujen tilojen merkitys osana palvelumuotoilua tulee kasvamaan. – Oikein suunnitellut ja tuotetut tilat ovat osa palveluprosessia, jonka avulla palvelukonseptin arvo viime kädessä jalostetaan liiketoiminnaksi ja kilpailueduksi.” (Grönroos, C. 2009, 83.) Tuulaniemen (2011) mukaan palvelumuotoilu on konkreettista asiakkaiden tunteiden tai kokemuksien suunnittelua, joka yhdistää sekä käyttäjien tarpeet että palveluntuottajan eli yrityksen tavoitteet toimiviksi palveluiksi. Fyysiset ympäristöt vaikuttavat olennaisesti ihmisten mielialaan ja ohjaavat asiakkaiden käyttäytymistä. (Tuulaniemi, J. 2011, 82). Kappaleessa 3.1 kerrotaan tarkemmin laadukkaan viherrakentamisen vaikutuksesta asiakkaisiin.

Laadukkaasti rakennettu piha vihreine elementteineen tarjoaa yritykselle esteettistä lisäarvoa ja vaikuttaa palvelukokemukseen. Siisti ja esteettinen sisääntulopiha toimii yrityksen visuaalisena käyntikorttina, sillä se luo vierailijalle ensivaikutelman paikasta. Tutkimusten mukaan yrityksen sisääntulo- ja piha-alueiden huolellinen suunnittelu ja hyvä hoito nostavat yrityksen imagoa. Viherrakentamisella voi myös luoda yritykselle omaleimaisen identiteetin. Vihreä yritysympäristö ja huoliteltu piha antavat myönteisen kuvan yrityksen toiminnasta. (De Roo ym. 2012, 44.)

Monet, etenkin suuret ulkomaiset yritykset ovat jo todenneet huolellisesti suunnitellun vihreän yritys ympäristön merkityksen. Yhdysvaltalainen suuryritys Apple rakentaa uudesta konttoristaan hyvän esimerkin kestävästä viherrakennetusta alueesta. Kasvillisuudella ympäröidyn Apple Campus 2:n suunnittelussa on tiedostettu kasvien esteettisen arvon lisäksi niiden vaikutus muun muassa ilmanlaatuun ja työntekijöihin. Alueelle istutetaan esimerkiksi 6000 puuta, joista osa on hedelmäpuita. Työntekijöiden näkymät suureen puistomaiseen sisäpihaan on varmistettu lasiseinillä, jotka yhdistävät työtilat ulkoalueisiin mahdollistaen rentoutumisen, virkistymisen ja pohdiskelun. (Apple Campus 2 Project Description 2013.) Applen vihreä konttori on saanut paljon mediahuomiota ja luonut sille imagoa ekologisesti kestäväksi yrityksenä.

2.1 Palveluympäristö ja palvelumaisema

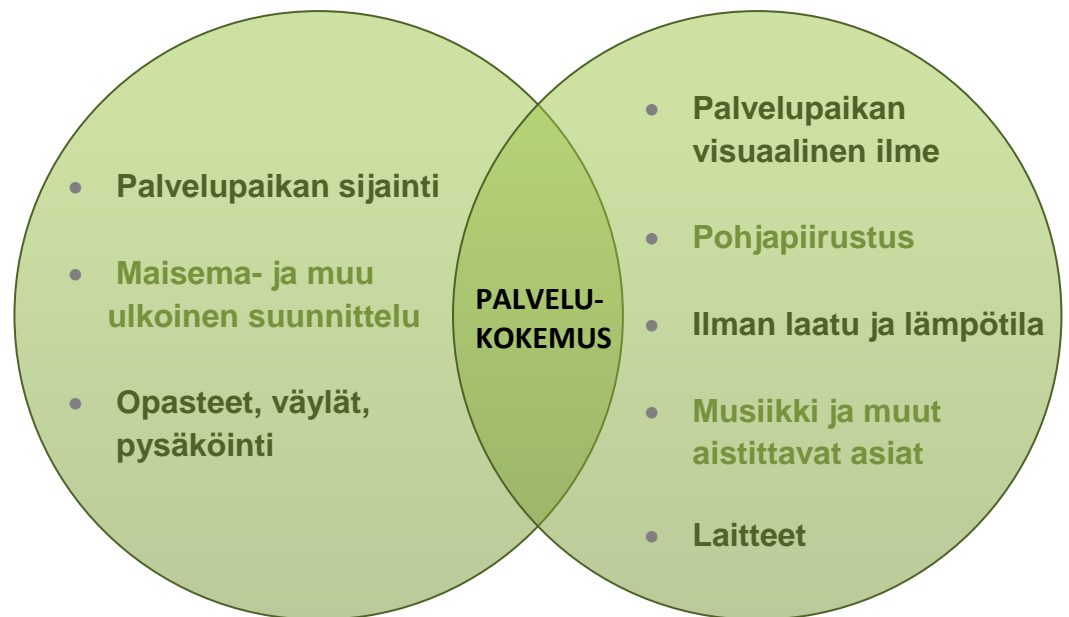
Palvelumaisema muodostuu kaikista niistä ympäristöistä, joissa palvelu tarjotaan ja joissa asiakas ja palveluntarjoaja kohtaavat. Siihen sisältyvät niin parkkipaikat, kyltit, ympäristöt ja rakennukset aina tilojen tuoksuihin ja lämpötiloihin asti. (Tuulaniemi 2011, 92.)

Grönroosin (2009) mukaan palvelumaisema voidaan jakaa ulkoiseen ja sisäiseen ympäristöulottuvuuteen. Ulkoiseen ympäristöulottuvuuteen lukeutuvat palvelupaikan sijainti, maisema- ja muu ulkoinen suunnittelu, opasteet, väylät ja pysäköinti. Sisäinen ympäristöulottuvuus pitää sisällään

palvelupaikan visuaalisen ilmeen, pohjapiirustuksen, laitteet, ilman laadun ja lämpötilan, musiikin ja muut aistittavat asiat.

Asiakkaan ja henkilöstön kokema palveluympäristö fyysisine tiloineen, laitteineen ja opasteineen vaikuttaa asiakaskokemukseen ja ylipäänsä koettuun palvelun laatuun. Myös palveluhenkilöstön viihtyvyys fyysisessä tilassa vaikuttaa suoraan heidän kykyynsä palvella asiakkaita hyväntuulisesti ja onnistuneesti. (Grönroos, C. 2009, 435-437.) Palveluympäristön ulottuvuudet on avattu kuviossa 1.

ULKOINEN YMPÄRISTÖULOTTUVUUS | SISÄINEN YMPÄRISTÖULOTTUVUUS



Kuvio 1. PALVELUYMPÄRISTÖN ULOTTUVUUDET
Asiakkaan ja henkilöstön kokema palveluympäristö fyysisine tiloineen, laitteineen ja opasteineen vaikuttaa palvelukokemukseen ja koettuun palvelun laatuun (Grönroos, C. 2009, 435-437).

3 VIHERRAKENTAMISEN VAIKUTUKSET

Viherrakentaminen on tärkeä osa vihertöitä. Se on maarakentamista, ulkoalueille sijoittuvien rakenteiden, kuten kiveysten ja muurien, rakentamista sekä erilaisten kasvimateriaalien käsittelemistä. Viherrakentamisella on tärkeä rooli asuin- ja työympäristön viihtyisyyden ja toimivuuden lisäämisessä sekä ylläpitämisessä ja sen merkitys tulee edelleen kasvamaan. (Soini, T. 2009, 10.)

Hyvin suunnitellut ja laadukkaasti rakennetut piha- ja viheralueet ovat hyödyksi niin kaupungeille ja kunnille, niiden asukkaille kuin yrityksillekin. Kasvillisuus ja viheralueet tuovat esteettistä lisäarvoa,

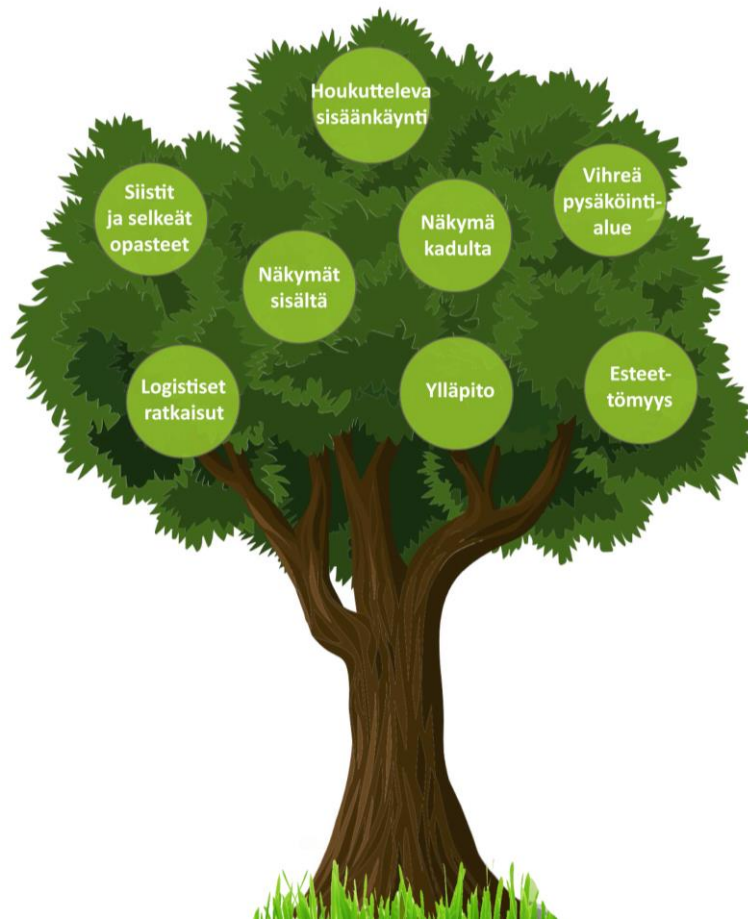
lisäten samalla asuin- ja liikekiinteistöjen arvoa, vähentävät melusaastetta, parantavat ilmanlaatua sekä ulkona että sisällä ja luovat suojaa. Laadukkaalla viherrakentamisella voidaan vaikuttaa paikallis- ja pienilmastoihin tasaamalla kaupunki-ilmaston ääriolosuhteita eli kuumia saaria, kylmyyttä ja tuulenvoimakkuuksia, parantaa hulevesien käsittelyä. (Agriculture and Agri-Food Canada 2008.)

3.1 Vaikutus asiakkaisiin

Piha on osa yrityskuvaa. Vihreä yritys ympäristö nostaa yrityksen imagoa sekä antaa myönteisen kuvan yrityksen toiminnasta. (De Roo, Roozen & Long. 2012, 44.) Yrityksen piha on fyysisessä asiointissa ensimmäinen palveluympäristön osa, joka vaikuttaa asiakkaan kokemukseen yrityksestä. Hyvän ensivaikutelman luominen on tärkeää, sillä ensivaikutelman tuoma mielikuva on vaikeaa yrittää jälkikäteen muuttaa. Siten yrityksen ympäristöllä on huomattavan suuri rooli palvelun onnistumisessa. Fyysiset ympäristöt ohjaavat ihmisten käyttäytymistä sekä vaikuttavat mielialaan ja niillä voidaan pyrkiä tietoisesti vaikuttamaan asiakkaan toimintaan. (Tuulaniemi, J. 2011, 80-82.)

University of Washingtonin kyselytutkimuksen mukaan 74 % asiakkaista on mieluiten kanta-asiakkaana sellaisilla kaupallisilla alueilla, joiden ympäristössä ja pysäköintialueilla oli puita ja muita maisemaelementtejä. Liikeryitysten omistajille ja niiden henkilökunnalle tehty tutkimus osoitti puiden ja muun viherrakentamisen lisäävän kanta-asiakkuutta luomalla miellyttävää tilaa ja vaikuttamalla mielikuvaan yrityksestä. Vihreä yrityspiha toimii yrityksen ulkoilmalaajenuksena ja osoittaa yrittäjän kiinnostusta kaupunkikuvaan sekä sitoutumista asiakaspalveluun. Se määrittelee myös kaupallisen alueen rajat ja luo omaleimaisen identiteetin, joiden todettiin lisäävän käyntikertoja liikeryityksessä. (Center for Urban Horticulture, 1998a.)

Hyvän asiakaskokemuksen luomiseksi on ulkoista palveluympäristöä suunniteltaessa hyvä kiinnittää huomiota maisemasuunnitteluun, opasteisiin, kulkuväyliin, esteettömyyteen sekä pysäköintiin. Kulkuväylät ja yrityspihan kasvillisuus jäsentävät aluetta ja vaikuttavat alueen viihtyisyyteen. Selkeät opasteet helpottavat asiointia ja tuovat turvallisuuden tunnetta ja esimerkiksi pysäköintipaikkaa varjostavat puut vaikuttavat koettuun pienilmastoon. (Tuulaniemi, J. 2011, 92.) Kuvassa 1. on kerrottu, mitä kannattaa ottaa huomioon yrityspihaa suunniteltaessa.



Kuva 1. Yrityspihaan suunnittelussa huomioon otettavat seikat (Poltinoja, 2015).

3.2 Vaikutus työntekijöihin

Yrityksen henkilöstö vaikuttaa suuresti siihen, millainen brändi yritykselle muodostuu. Asiakaspalvelijat osoittavat omalla toiminnallaan asiakkaille, miten yritys heitä haluaa kohdella. Jos työntekijät eivät voi hyvin, ei heidän ole helppoa luoda hyvää kuvaa yrityksestä. (Tuulaniemi, J. 2011,53.) Vihreän ympäristön on todettu vaikuttavan positiivisesti ihmisten hyvinvointiin, keskittymiskykyyn ja tuottavuuteen, siksi onkin perusteltua panostaa viherrakentamiseen.

Kasvien vaikutusta ihmisen terveyteen on tutkittu mittaamalla sitä, millaisia psykologisia ja fysiologisia vasteita kasvien näkeminen aiheuttaa, miten kasvit vaikuttavat ympäristön laatuun, millaisia vaikutuksia kasvillisuusympäristössä oleskelulla tai toimimisella on ja miten kasvit vaikuttavat henkilön käyttäytymiseen. Sellaisten ympäristöjen katselu, joissa vallitsevana tekijänä on kasvillisuus, edistää stressistä toipumista. Jo pelkkä kasvien läsnäolo riittää stressin vähenemiseen eli kasvien katselun ei tarvitse olla tietoista. Kasvillisuusnäkömän katselu stressiä aiheuttavan tilanteen jälkeen aiheuttaa ihmisessä myönteisiä fysiologisia muutoksia: syke, verenpaine, lihasjännitys ja ihon sähkönjohtokyky alenevat. Nämä fysiologiset muutokset ovat havaittavissa jo muutamassa minuutissa. Lisäksi kasvillisuusnäkömät vaikuttavat mielialaan lisäämällä myönteisiä tunteita ja kiinnittämällä huomion pois ahdistavista tunteista, kuten

pelosta, vihasta ja surusta. (Rappe, Lindén & Koivunen 2003, 24-25; Aura, Horelli & Korpela. 1997, 98–99)

Chang ja Chen (2005) selvittivät tutkimuksellaan ikkunanäkymien ja huonekasvien vaikutuksia työntekijöiden psykologisiin ja fysiologisiin reaktioihin muun muassa mittaamalla työntekijöiden aivo- ja lihassähkökäyriä erilaisissa työtiloissa. Tutkimuksen perusteella voidaan yleisesti todeta, että kasvillisuusnäkyvä ja huonekasvit vähentävät hetkellistä ahdistuneisuutta sekä parantavat työntekijöiden hyvinvointia toimistoissa. Vihreällä ikkunanäkymällä on huonekasvia positiivisemmat vaikutukset työntekijöihin ja ikkunalla, josta on näkyvä luontoon rakennetun ympäristön sijaan, on vielä tehokkaampi vaikutus.

Tutkimuksen perusteella toimistotyöntekijöiden hyvinvointia voidaan parantaa kasvillisuuden avulla muun muassa seuraavin tavoin:

- Suunnittelemalla rakennusten ympärillä olevat kasvillisuus- ja viheralueet myös siten, että sisältä on kauniit näkymät ulos.
- Teollisuusalueiden, yleisten alueiden ja vastaavien kasvillisuuden tulisi olla jo istuttaessa riittävän kookasta ja nopeasti kasvavaa, jotta ne ovat nähtävissä korkeistakin rakennuksista.
- Mahdollistamalla vihreät elämykset myös vähemmän tilaa omaavissa kaupunkiympäristöissä käyttämällä kukkaistutuksia, parvekelaatikoita ja huonekasveja. (Chang & Chen. 2005, 12-13.)

Edellä mainittujen keinojen lisäksi vihreitä näkymiä voidaan lisätä rakentamalla istutuskäistaleitä talojen ja kadun väliin, ympäröimällä toimistotalot puilla ja viheralueella, rakentamalla sisäpihoja sekä luomalla pysäköintialueiden ympärille vihreitä puskurialueita. On todettu, että vihreitä näkymiä omaavat toimistotyöntekijät kokevat vähemmän masennus- ja stressiongelmia kuin työntekijät, joilla vastaavia näkymiä ei ole. (De Roo ym. 2012, 38.) Ympäristöt, jotka sisältävät kasvillisuutta, nopeuttavat myös suunnatun tarkkaavaisuuden toipumista. Jatkuva keskittyminen, jota tehokas toiminta ja hektinen kaupunkiympäristö ihmiseltä vaativat, uuvuttaa helposti tarkkaavaisuuden. Ihminen kiinnittää huomionsa kasvillisuuteen ilman, että se vaatisi keskittymistä. Tällöin suunnattu tarkkaavaisuus saa levätä ja elpyy nopeammin. Tarkkaavaisuuden elvyttyä työntekijä pystyy jälleen keskittymään ja toimimaan tehokkaasti. (Rappe ym. 2003, 24-25.) Vihreät näkymät lisäävät siis työntekijöiden tuottavuutta. Vihreät näkymät lisäävät siis työntekijöiden tuottavuutta. Tuottavuuden ja tehokkuuden lisääntymisen lisäksi työntekijöillä, joilla on vihreät näkymät, on todettu vähemmän lääkarissäkäyntejä ja sairauspoissaoloja sekä 10 % lyhemmät sairaalassaolot. (De Roo ym. 2012, 39.)

Keväällä 2015 Tarja Hyppänen tuotti Janakkalan kunnalle opinnäytetyön Rastikankaan teollisuusalueen kehittämissuunnitelma. Opinnäytetyössä haastateltiin Rastikankaan pienteollisuusalueen yrittäjiä. Yrittäjät kuvailivat alueen senhetkistä ulkonäköä eniten tyypilliseksi teollisuusalueeksi, mutta myös ankeaksi sekä alueeksi, jonne ahdistaa tulla. (Hyppänen. 2015.) Jos työympäristö nostaa esiin ahdistavia tunteita, ei työpäivästä voida olettaa tulevan tuotteliasta. Pidemmällä

aikavälillä negatiivisia tunteita aiheuttavassa työympäristössä työskentely voi olla uuvuttavaa.

Yritykset voivat käyttää työympäristöään myös rekrytointivalttina ja osana työnantajamielikuvan rakentamista. (Tilatehokkuus - ja tyytyväisyys pääkaupunkiseudun suuryrityksissä 2014.)

3.3 Taloudellinen merkitys

Hyvin suunniteltu ja rakennettu viherympäristö vaikuttaa yrityksiin myös taloudellisesti. Laadukkaan viherympäristön on todettu nostavan sen läheisyydessä sijaitsevien toimistojen ja asuntojen vuokra- ja omistusasuntojen arvoa. Toimistojen vuokrahinnat voivat olla jopa 10 % korkeampia, mikäli niiden lähiympäristö on vihreä. (De Roo ym. 2012, 7.) Kanadassa kiinteistönvälittäjille tehdyn kyselyn mukaan 86 % kiinteistönvälittäjistä koki maisemoinnin lisäävän kaupallisen kiinteistön arvoa. Lisäksi 92 % vastaajista oli sitä mieltä, että maisemointi lisäsi myyntiä kaupallisissa kiinteistöissä. Viherrakentaminen lisäsi myös sekä omistajien että vuokralaisten pysyvyyttä. (Center for Urban Horticulture 1998c.)

Esteettisen arvon lisäksi kasvillisuus vaikuttaa positiivisesti ilmanlaatuun ja ihmisten terveyteen, alueen pienilmastoon sekä hulevesiin. Edellä mainitut vaikutukset havaitaan parempana työkykynä, tuottavuutena ja työn laatuna sekä pienemmissä terveydenhuolto-, lämmitys-, ilmastointi- ja vedenkäsittelykuluissa. (Tyrväinen & Korpela. 2009, 69; De Roo ym. 2012, 7-11.) Vihertilat ja viherkatot auttavat pienentämään rakennuksien energiakustannuksia, sillä ne viilentävät rakennusta kesällä ja pienentävät lämpöhukkaa talvella toimimalla lisäeristeenä. Ne myös poistavat saasteita ilmasta erittäin tehokkaasti ja parantavat siten ilmanlaatua. Lisäksi viherkatot suojaavat kattorakenteita, pidentäen katon elinikää jopa 20 vuotta. (De Roo ym. 2012, 6-7, 15, 83.)

Siisti ja laadukkaasti tehty viherympäristö voi myös kohentaa yrityksen imagoa eli yrityksen luomaa kuvaa itsestään. Imago on aina yrityskohtainen, mutta lähekkäin olevien yritysten on hyödyllistä toimia yhteistyössä alueensa kuvan parantamiseksi. Puilla ja viherrakentamisella saadaan aikaan miellyttävää ympäristöä, joka houkuttelee kanta-asiakkaita. Asiakkaiden silmissä kasvillisuus yritysten piha-alueilla osoittaa kiinnostusta kaupunkikuvaan ja sitoutumista asiakaspalveluun, sekä luomalla yritykselle omaleimaisen identiteetin. (Center for Urban Horticulture 1998a.) Washingtonin osavaltiossa tehdyn kartoituksen mukaan puut ja viheralueet vaikuttivat positiivisesti siihen, miten ihmiset asennoituivat tiettyä paikkaa kohtaan. Puilla ja viheralueilla oli myös positiivinen vaikutus siihen, kuinka korkeita hintoja ihmiset olivat valmiit maksamaan alueen liikkeissä. (Agriculture and Agri-Food Canada. 2008, 9.)

Laadukas maisemasuunnittelu ja viherrakentaminen vaikuttavat yrityksen piha-alueen kustannuksiin positiivisesti. Maisemasuunnittelun ammattilainen osaa suunnitella pihan asiakasyrityksensä tarpeiden mukaan

ja siten, että piha-alueita on mahdollisimman kustannustehokasta ylläpitää. Ammattimainen suunnittelija ottaa huomioon myös alueelliset vaatimukset ja valitsee juuri suunniteltavalla alueella menestyvät kasvit ja rakenneratkaisut.

4 TYÖN TILAAJA JA VIITEKEHYS

4.1 Vihervuosi 2016

Vihervuosi on valtakunnallinen teemavuosi, jonka tavoitteena on muistuttaa vihreän ympäristön vaikutuksesta hyvinvointiin ja viihtyisyyteen, lisätä viher- ja ympäristöalan keskustelua, tuoda esille lähiympäristöjä sekä järjestää teeman mukaisia tapahtumia ympäri Suomen. Vihervuoden tapahtumien koordinoinnista, tiedotuksesta ja muusta organisoinnista vastaa Viherympäristöliitto ry.

Ympäristöministeriö nimeää Vihervuoden sekä virallisen johtoryhmän vihervuodelle. Johtoryhmässä on edustajia viranomaistahojen lisäksi kansalaisjärjestöistä ja viheralan toimijoista. Tavoitteena on konkreettisiin lähiympäristöjen parannustöihin kannustamisen lisäksi käynnistää viherympäristöön liittyvää tutkimusta ja kehitystyötä. (Viherympäristöliitto 2015.)

Vihervuosi on aiemmin järjestetty vuosina 1985, 1995, 2000 ja 2008. Vuoden 2016 teemaksi on valittu ”Kestävä suomalainen maisema”. Teemavuoden tavoitteena on erityisesti herättää ihmiset, yritykset, kunnat ja kaupungit sekä muut toimijat parantamaan omaa lähiympäristöään sekä rakennetun ympäristön viihtyisyyttä. (Närhi, sähköpostiviesti 7.4.2015.)

Vihervuosi 2016 toimii innoittajana myös tämän opinnäytetyön taustalla.

4.2 Janakkalan kunta

Työn tilaajana on Janakkalan kunta. Janakkala on Helsinki-Tampere -moottoritien varrella sijaitseva 16 900 asukkaan kunta, joka kuuluu Kanta-Hämeen maakuntaan. Janakkalassa on kaksi suurempaa taajamaa, Turenki ja Tervakoski, joihin sijoittuvat suurin osa Janakkalan asukkaista ja merkittävä osa Janakkalan yrityksistä. Tervakosken ja Turengin lisäksi Janakkalan kuntaan kuuluu kuusitoista pienempää kylää. (Kuva 2.) (Kuntaesittely 2015.)

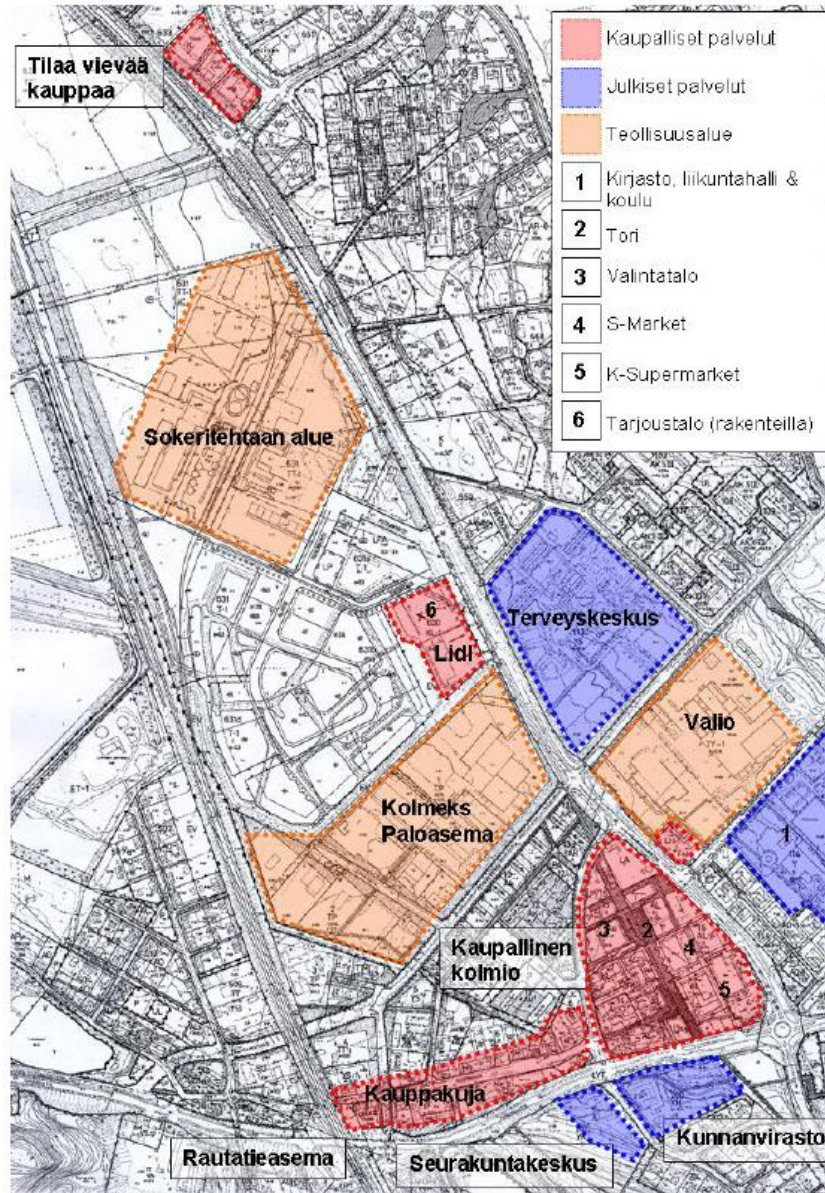
Janakkalan tulevaisuuden visioon kuuluu vahvasti ajatus yrityksistä osana kuntalaisten hyvinvoinnin edistämistä: ”Yritykset ja yhdistykset kuuluvat yhteisöömme ja edistävät kanssamme kuntalaisten hyvinvointia.”. (Janakkala 2020 strategia 2015) Yrityksille suunnattu viherkilpailu tukee tältä osin Janakkalan strategiaa, jossa yritysten osallistuminen ja vastuunotto liittyy vahvasti muun muassa ympäristön laadun kohentamiseen ja lisääntyneeseen tyytyväisyyteen.

Kunta pyrkii myös tukemaan yrityksiä mahdollisuuksiensa mukaan. Janakkalan kunnan vuoden 2014 elinkeino-ohjelman mukaan tulevana vuosina elinkeinotoimen alueelliset painopisteet ovat Janakkalan Rastikankaassa ja Tervakosken Paunilan alueella. Rastikangas on Helsinki-Tampere -moottoritien varrella sijaitseva yritysalue, jota halutaan laajentaa uusien myyntiin tulevien tonttien jälkeen kaavoituksella ja maanhankinnalla. (Elinkeino-ohjelma 2014 2013.) Alueen houkuttelevuuden lisäämiseksi teetettiin opinnäytetyönä Rastikankaan kehityssuunnitelma (Hyppänen 2015). Alueelliset painopisteet sekä Janakkalan tärkeimmät taajamat on esitetty kuvassa 2.

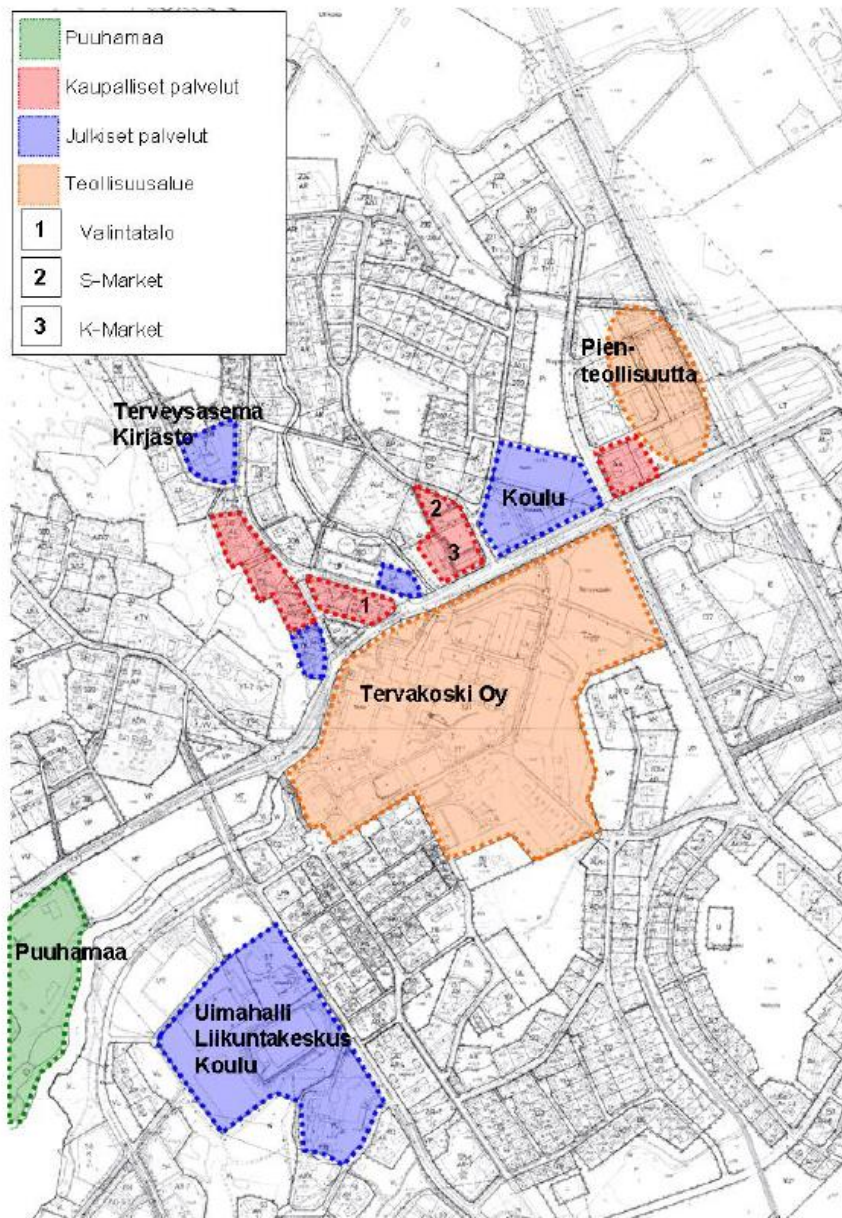
Kuten kuvista 3. ja 4. voidaan todeta, on Janakkalan molempien taajama-alueiden keskusta-alueille sijoitettu yritystoimintaa ja teollisuusalueita, jotka ottavat ison osan keskusta-alueiden pinta-alasta. Yrityksillä ja niiden piha-alueilla on siis suuri vaikutus kunnan viherrakenteeseen ja sen tukemiseen



Kuva 2. Janakkalan kartta. Alueelliset painopisteet ja merkittävimmät taajamat korostettu tummemmalla värityksellä.



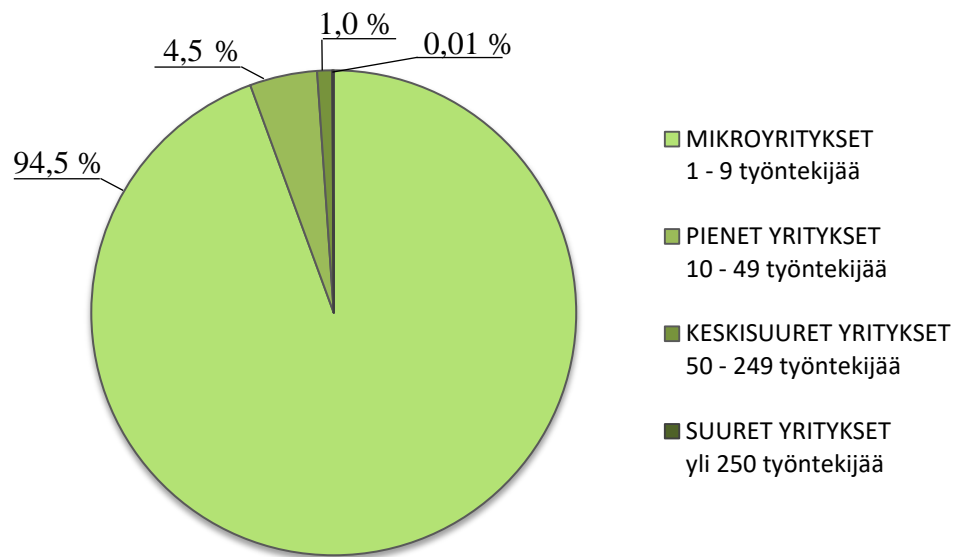
Kuva 3. Turengein keskustan kaupallisten ja julkisten palvelujen sekä teollisuuden sijoittuminen (Janakkalan kunta - Janakkalan vähittäiskaupan palveluverkkoselvitys. 2015).



Kuva 4. Tervakosken keskuskaupallisten ja julkisten palvelujen sekä teollisuuden sijoittuminen (Janakkalan kunta - Janakkalan vähittäiskaupan palveluverkkoselvitys. 2015).

4.2.1 Janakkalan yritykset

Janakkalassa toimii yhteensä noin 650 yritystä, joista osa on kansainvälisestikin tunnettuja. Aktiiviseksi luokiteltuja yrityksiä on noin 1300. (Janakkala 2014.) Janakkalan yrityskenttä muodostuu pääosin 1-9 työntekijän mikroyrityksistä sekä pienistä yrityksistä, joissa on 10-49 työntekijää. Keskisuuria eli 50-249 työntekijän yrityksiä on 1 % Janakkalan yritysjaumasta ja suuria yli 250 yrityksiä alle prosentti. Suurin osa yrityksistä sijaitsee Janakkalan kahdessa suurimmassa taajamassa Turengissa ja Tervakoskella. (Elinkeino-ohjelma 2014 2013.) Janakkalan yrityskentän jakauma työntekijämäärien mukaan on esitetty kuviossa 2.



Kuvio 2. Janakkalan yrityssectän jakauma työntekijämäärien suhteen. (Elinkeino-ohjelma 2014, 2013.)

Janakkalan kunnan lisäksi suurimmat työllistäjät ovat paperia valmistava Tervakoski Oy, pumppuja ja sähkömoottoreita rakentava Kolmeks Oy, kauppapuutarha, oppilaitos ja kuntoutuskeskus Kiipulasäätiö sekä Valio Oy ja jäätelöä valmistava Suomen Nestlé Oy. (Työ ja yrittäminen 2015.) Janakkalan Rastikankaassa ja Tervakosken Paunilan alueella sijaitsevat pienteollisuusalueet tarjoavat hyvät puitteet erilaisille yrityksille ja tarjoavat hyvää tilaa uusien yritysten syntymiselle.

4.2.2 Ympäristötalkoiden historia Janakkalassa

1980-luvulla Janakkalan asukkaat ovat kokeneet Janakkalan ulkonäön karuksi, epämiellyttäväksi ja epäsiistiksi. Turenkilainen Marja-Leena Nieminen päätti puuttua asiaan ja järjesti vuonna 1983 Janakkalan ensimmäisen ympäristöviikon. Nieminen haastoi yritykset, yhdistykset ja yksityishenkilöt Janakkalan ensimmäisiin ympäristötalkoisiin tekemällä itse paljon työtä osallistujien hankkimiseksi. Marja-Leena Niemisen mukaan henkilökohtainen yhteydenotto yrityksiin oli pääsyyntä talkoiden onnistumiseen. Janakkalan ensimmäisen ympäristöviikon aikana istutettiin Turenkiin talkoovoimin lähes 2000 puuta ja pensasta, jotka hankittiin enimmäkseen paikallisten tuotantolaitosten ja yritysten rahalahjoituksilla. (Nieminen, M-L 2015; Nieminen, M-L. 2012, 2).

Nieminen on ollut järjestämässä useita ympäristötalkoita Janakkalassa vuosien 1983 - 2014 aikana. Janakkala on jo ensimmäisenä Vihervuotena 1985 on kiinnittänyt huomioita yrityspihoihin. (Nieminen, M-L 2015.) Ajatus Janakkalan Kui Siisti! -ympäristökampanjaan sekä yrityksille suunnattuun Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailuun onkin lähtenyt osittain

Niemisen järjestämien ympäristötalkoiden päätavoitteesta tehdä yhdessä Janakkalasta vihreä ja viihtyisä.

4.2.3 Kui Siistii!

Kui Siistii! on Janakkalan oma kampanja, jonka tarkoituksena on kiinnittää huomiota ympäristöön, kierrättämiseen ja yhteisöllisyyteen. Kampanja pitää sisällään erilaisia tapahtumia ja tempauksia, kuten siivoustalkoita, kirpputoreja ja vieraslajien raivaustalkoita. Ympäristökampanja sai alkunsa vuonna 2008, jonka jälkeen on keväisin järjestetty vuosittaiset siivouspäivät. Erilaiset yritykset, yhdistykset, yhteisöt ja yksityishenkilöt osallistuvat vuosittain Kui Siistii! -ympäristönsiivoustalkoisiin. (KuiSiistii! 2015).

Kui Siistii! -kampanjan tunnuksena toimii Janakkalan uusi maskotti ”The Ilves” (Kuva 4.). Sarjakuvapiirtäjä Harri Vaalion piirtämä ”The Ilves” on käytössä erilaisissa kunnan viestintä- ja markkinointimateriaaleissa (Viestintä ja markkinointi 2016). Ilves on Kanta-Hämeen maakuntaeläin ja esiintyy myös Janakkalan vaakunassa (Kuntaesittely 2015). Sekä Kui Siistii! -kampanjan kottikärryjä työntävä ilves että kampanjan nimi toimivat pohjana Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailun teemalle. Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailu esitellään tarkemmin luvussa 5.



Kuva 5. Kui Siistii! -kampanjan tunnus sekä siitä johdettu Kui Siisti Yritys! -kilpailun tunnus.

5 KUI SIISTI YRITYS! -MILJÖÖKILPAILU

5.1 Lähtökohdat ja tavoitteet

Janakkalan kunta halusi osallistua Vihervuoteen 2016 ja innostaa myös paikalliset yritykset huomioimaan teemavuoden parantamalla yrityspihojaan. Janakkalan vihervuoden tapahtumien ideointikokouksessa 16.1.2015 pohdittiin yritysten miljöökilpailun järjestämisestä. Ajatus oli tuotu esille jo marraskuussa 2014 Verkostoidu ja vaikuta -seminaarissa, mutta kokouksessa muodostettiin lähtökohtia kilpailulle. Lähtökohtia ja viitekehystä oli määrittelemässä Janakkalan kunnan kulttuurisihteeri,

kaavoitusarkkitehti, kunnossapitopäällikkö ja viestintäpäällikkö, Janakkalan luonto ja ympäristö ry:n puheenjohtaja, Kiipulan puutarhan ylipuutarhuri sekä Hämeenlinnalainen suunnitteluhortonomi. (Vihervuosi muistio 2015.)

Janakkalan kunnan toukokuussa 2015 käynnistämä Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailu on tarkoitettu kaikille Janakkalan yrityksille. Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailuun osallistuvien yritysten kokoa ja toimialaa ei ole rajattu, vaan on luotu yhtenäiset osallistumismahdollisuudet arvostelukriteereillä. Myös yritysten välinen yhteistyö on mahdollista. Samassa rakennuksessa toimivat yritykset voivat yhdessä kunnostaa kiinteistön piha-alueen tai esimerkiksi teollisuusalueen yritykset voivat halutessaan luoda yhtenäisen ilmeen alueelleen.

Kilpailun avulla kehitetään sekä yritysten että koko Janakkalan yleisilmettä ja edistetään tietoisuutta hyvin rakennetun pihan positiivisista vaikutuksista yrityksiin. Myös yritysten asiakkaiden ja työntekijöiden sekä Janakkalan asukkaiden viihtyvyys paranee yrityspihojen kohentuessa. Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailu tukee Janakkalan kunnan strategiaa, sillä Janakkala 2020 strategiaan on kirjattu yhdeksi kriittiseksi menestystekijäksi ympäristön tilan parantamiseen johtava toiminta. (Janakkala 2020 strategia 2010.)

Kui Siisti Yritys! -kilpailussa kunta haluaa myös tehdä yhteistyötä paikallisten toimijoiden kanssa samalla tuoden heille lisänäkyvyyttä sekä uusia asiakkaita ja yhteistyökumppaneita. Janakkalalainen taimitarha Harviala Oy tarjoaa kilpailuun osallistuville yrityksille puiden, pensaiden ja köynnösten taimia kilpailuhintaan, Kiipulan puutarhalta yritykset voivat ostaa kukkaistutukset valmiiksi istutettuna ja pyytää Kiipulan opiskelijoita avuksi rakennus- ja istutustöihin. Lisäksi Hämeenlinnalaiselta suunnitteluyritykseltä Maisemasuunnittelu Sundmanilta yritykset voivat tilata pihan kartoitus- ja ideointikäynnin muita halvemmalla.

Janakkalan Rastikankaan pienteollisuusalueelle on tehty Hämeen ammattikorkeakoulun opinnäytetyönä ympäristön kehittämissuunnitelma, joka valmistui keväällä 2015 (Hyppänen 2015). Kehittämissuunnitelmaa voidaan käyttää pienteollisuusalueen yritysten kilpailuun osallistumisen tukena. Osa kehittämissuunnitelman sisällöstä esimerkiksi kasvillisuuden suhteen on suunnattu Rastikankaan julkisille alueille. Hyppäsen (2015) tekemien haastattelujen mukaan alueella toimivat yrittäjät kokivatkin koko alueen yleisilmettä tärkeämpänä kuin yksittäisten tonttien kuntoa. Kilpailussa on siis perusteltua mahdollistaa myös yritysten välinen yhteistyö yhteisten alueiden kunnostamiseksi.

5.2 Kilpailun aikataulu

Kilpailun aikataulu muotoutui tilaajan toiveiden, Vihervuoden ja viherrakentamiskauden mukaan. Aikataulua laadittaessa huomioitiin yritysten ajantarve budjetin muodostamisessa sekä pihan suunnittelussa ja rakentamisessa. Pääsääntöisesti viherrakentaminen ajoittuu sulan maan kauteen, joten Etelä-Suomessa pihojen kunnostamiseen liittyviä

rakennustöitä voidaan ajoittaa pääsääntöisesti maaliskuun puolivälistä marraskuun loppuun (Soini, T. 2009, 11).

- Kilpailu käynnistyi 12. toukokuuta 2015
- Ilmoittautumisia otetaan vastaan 27.5.2016 asti
- Kilpailuun osallistuvan pihan tulee olla valmis 1.7.2016 mennessä.
- Arvostelu ja äänestys tapahtuvat elokuussa 2016.

Yrityksiä kannustettiin ilmoittautumaan kilpailuun ja aloittamaan pihan suunnittelu- ja rakennustyöt mahdollisimman varhaisessa vaiheessa. Kannustimena tarjottiin 20.6.2015 mennessä ilmoittautuneille mahdollisuus pitää Janakkalan kunnan internetsivuilla blogia yrityksen pihan etenemisestä. Internetblogin avulla yrityksellä on mahdollisuus saada yritykselleen lisämainosta, sillä tarkoituksena on mainostaa yritysten blogeja Janakkalan kunnan nettisivuilla sekä Facebookissa. Kilpailussa on kuitenkin pitkä ilmoittautumisaika, sillä se mahdollistaa myös spontaanin osallistumisen.

5.3 Kilpailun säännöt

Kilpailun säännöissä (Liite 3) halutaan varmistaa yrityksille yhtäläiset mahdollisuudet kilpailuun osallistumiselle yrityksen koosta riippumatta. Kilpailuun osallistumiskynnystä madalletaan mahdollistamalla myös yritystenvälinen yhteistyö. Samalla alueella tai samassa kiinteistössä toimivat yritykset voivat halutessaan luoda alueelleen yhtenäisen ilmeen tai jakaa yhteisen pihan kunnostamisen kustannukset.

Miljöökilpailun sääntöihin haettiin tukea Viher- ja ympäristörakentajat ry:n ”Vuoden Vihertaitaja -kisan” säännöistä sekä Puutarhaliiton ”Ohjeet paikallisten pihakilpailujen järjestämiseksi” -mallista (Vuoden Vihertaitaja -kisan säännöt 2013.; Pihakilpailujen ohjeet ja palkintolaatat 2013). Soveltamalla edellä mainittuja sääntömalleja muotoiltiin juuri yrityksille suunnattuun miljöökilpailuun sopivat ja Janakkalan kunnan toiveiden mukaiset säännöt.

Kilpailuun osallistumiseen oikeuttavaa piha-alueen kokoa ei ole rajattu turhan tarkasti. Yleinen määritelmä on se, että kilpailuun osallistuu vähintään yrityksen edustuspiha eli ohikulkijoille näkyvät piha-alueet. Vähimmäispinta-alan tulee olla sellainen, mistä löytyy riittävästi arvosteltavia ominaisuuksia eli kilpailuun osallistuvasta alueesta on oltava mahdollista havaita selkeitä muutoksia.

5.4 Kilpailun arvostelu

Arvostelu tapahtuu vertailemalla kilpailupihan lopputulosta lähtötilanteeseen eli tärkein arvosteluperuste on pihaympäristössä tapahtuva muutos. Kilpailuun osallistuvien yritysten tulee lähettää kuvat kilpailuun osallistuvasta yrityspihaista arvostelua varten ennen työn aloittamista sekä työn valmistuttua. Tuomarit arvioivat yrityspihat

toimitettujen ennen ja jälkeen -kuvien avulla. Tarvittaessa tuomaristo voi myös vieraila kilpailuun osallistuvien yritysten piha-alueilla.

Tuomaristo valitsee osallistujista kymmenen (10) finalistia, jotka julkaistaan Janakkalan Sanomissa sekä Janakkalan kunnan nettisivuilla elokuussa 2016. Finalistit pääsevät yleisöäänestykseen, jolla valitaan kilpailun voittava yrityspiha. Äänestäminen tapahtuu Janakkalan kunnan nettisivuilla finaaliin selvinneiden yrityspihojen ennen ja jälkeen -kuvista. Äänestys sivulle johtavaa linkkiä voidaan jakaa esimerkiksi kunnan sosiaalisen median kanavissa sekä yritysten omilla internetsivustoilla mahdollisimman suuren yleisön saavuttamiseksi. Tuomaristo määrittää äänestykselle aikarajan ja äänestyksen päättyessä suorittaa ääntenlaskennan.

5.5 Kilpailusta tiedottaminen

Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailusta tiedottaminen tapahtuu yrityksille lähetettävän sähköisen uutiskirjeen, Janakkalan kunnan www-sivujen, paikallislehtien ja Facebook-palvelun kautta. Lisäksi yrityksille toimitetaan kilpailusta kertova informatiivinen esite sekä ”Laadukas yrityspiha” -opas, jota jaetaan Janakkalalaisille yrityksille suunnatuissa tapahtumissa sekä sähköisenä versiona kunnan sivuilla. Www-sivujen, sosiaalisen median sekä paikallislehtien kautta kilpailu tuodaan myös yleisön tietoisuuteen. Erilaisia tiedotuskanavia käyttämällä voidaan mahdollistaa yritysten ja eri eri-ikäisten kuntalaisten tavoittaminen. (Kuvio 3.)

Kilpailulle haluttiin selkeä ja tunnistettava ilme, joka toimisi tiedottamisen tukena. Tunnistettavuuden maksimoimiseksi päädyttiin yhtenäistää kilpailumateriaalissa käytettävät logot (kuva 6.) kohdassa 4.2.4 esitellyn Kui siisti! -kampanjan ulkoasun kanssa, sillä kampanja on kuntalaisille ennestään tuttu ja osataan yhdistää sekä Janakkalan kuntaan että laadukkaan ympäristön tavoittelemiseen. Kilpailun logot toteutti Harri Vaalio. Kilpailun toiseksi nimivaihtoehdoksi ehdotin Kui Siisti Yrityspiha!. Tilaajan kanssa kuitenkin todettiin, että Kui Siisti Yritys! -nimellä kilpailuun tehtäviä graafisia materiaaleja voidaan tarvittaessa hyödyntää paremmin myös muissa kampanjoissa. (Joutsenniemi & Turkka, sähköpostiviesti 29.4.2015)



Kuva 6. Harri Vaalion toteuttamat Kui Siisti Yritys! -kilpailun logot.

Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailulle perustettiin kunnan internetsivuille oma osio, joka toimii sekä kilpailun staattisena informaatiokanavana että ilmoittautumis- ja äänestysalustana. Sivuilta löytyy kaikki tiedot kilpailusta aina kohdassa 5.3 avatuista säännöistä yhteistyökumppaneiden yhteystietoihin. Laadukas yrityspiha -opas on vapaasti ladattavissa kilpailusivuilta. Janakkalan kunnan sosiaalisen median kanavia käytetään nopeammassa viestinnässä ja miljöökilpailuun liittyvien linkkien jakamiseen. Kilpailuun osallistuville yrityksille tarjotaan näkyvyyttä kunnan sosiaalisessa mediassa sekä kilpailusivuilla.

Paikallislehti Janakkalan Sanomissa julkaistaan kilpailuun liittyviä uutisia. Finaaliin valittujen yrityspihojen ennen ja jälkeen -kuvat esitellään yleisölle Janakkalan Sanomissa äänestyksen alkaessa ja kilpailun voittaja julkaistaan kyseisen lehden painetussa ja virtuaalisessa versiossa.

Yrityksille mahdollistetaan kilpailun tarkempi esittely tarjoamalla yrityskohtaisia tapaamisia, joita voi varata tietyllä aikavälillä yritykselle sopivaan ajankohtaan. Tapaamisajan varaaminen tapahtuu merkitsemällä aika ja yhteystiedot sähköpostitse välitetyssä Doodle -kyselyssä. Yrityskohtaisissa tapaamisissa esitellään Kui Siisti Yritys! -kilpailun tavoitteet, säännöt, aikataulun ja muut olennaiset asiat sekä annetaan mahdollisuus kysyä tarkentavia kysymyksiä kilpailuun liittyen. Esittelyn tueksi olen tehnyt diaesityksen Prezi -esittelyohjelmalla.

Yritykset	TIEDOTUSTAPA	Yleisö
✓	Uutiskirje	
✓	Janakkalan www-sivut	✓
✓	Erilliset Facebook -ryhmät	✓
✓	Janakkalan sanomat	✓
✓	Infotilaisuus yrityksille	
✓	Laadukas yrityspiha -opas	
✓	Yrityskohtaiset tiedotustapaamiset	

Kuvio 3. Kilpailun tiedotuskanavat ja keitä niillä pyritään saavuttamaan.

5.6 Yritysten ja kunnan asukkaiden osallistaminen

Jo pelkkä Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailuun osallistuminen tarjoaa yritykselle myönteistä julkisuutta. Halu yhteisen elinympäristön, tässä tapauksessa Janakkalan kunnan, kohentamiseen ja vihreämmän ympäristön vahvistamiseen on arvostettavaa ja luo yrityksestä positiivisen ja asiakkaitaan arvostavan kuvan (Center for Urban Horticulture 1998a). Hyppäsen (2015) opinnäytetyöhönsä tekemien haastattelujen perusteella yleisimmin yritys ympäristönsä parantamiseen motivoivaksi tekijäksi mainittiin juuri asiakkaat sekä oma viihtyvyys. Kuten aiemmissa kappaleissa on todettu, houkuttelee vihreä ja viihtyisä ympäristö paremmin asiakkaita.

Yritysten motivoimisessa tärkeää on saada yrittäjät ymmärtämään viherrakentamisen tuomat hyödyt yritykselle. Siksi yrityksille tarjotaan aiheesta tietoa sekä infotilaisuuksien että oppaan muodossa. Yrityksiä kannustetaan myös haastamaan toisiaan kilpailuun, sillä mitä useampi yritys kiinnittää huomionsa yrityspihaansa kuntoon sitä viihtyisämmäksi koko ympäristö rakentuu. Jos yritykset saavat kuulla toistenkin osallistuvan miljöökilpailuun, kynnys osallistua madaltuu. Yrittäjien mukaan tehokkaina motivoijina toimivat nimittäin sekä yhteishenki että naapuripaine (Hyppänen 2015). Kilpailun palkintojen on myös tarkoitus innostaa osallistumaan miljöökilpailuun.

Koska Kui Siisti Yritys -miljöökilpailun voittaja ratkaistaan lopulta äänestämällä, on tärkeää saada kunnan asukkaat kiinnostumaan kilpailusta ja osallistumaan äänestykseen. Lähtökohta kiinnostuksen muodostamiseen tehdään tarjoamalla asukkaille mahdollisuus seurata helposti kilpailun etenemistä sen avaamisesta voittajien julkistamiseen asti. Äänestysvaiheessa avataan äänestämiseksi useampia kanavia, jotta äänestämisestä saadaan kuntalaiselle mahdollisimman helppoa. Äänestäjien motivoimiseksi arvotaan äänestäjien kesken Janakkalan kunnan henkilöstön valitsema palkinto, josta tiedotetaan äänestysajan alkaessa ja sen aikana.

5.7 Opas yrityksille

5.7.1 Hyvän oppaan tunnusmerkit

Opasta suunniteltaessa tulee ajatella sen käyttötarkoitusta, kohderyhmää ja jakelukanavaa. Hyvä opaslehtinen pitää yllä lukijan kiinnostusta alusta loppuun asti. Kannesta tulee selvästi ilmi työn nimi, joka kertoo lukijalle mitä opas käsittelee ja kenelle se on suunnattu. Oppaan sisällön tulee olla johdonmukainen ja selkeä, ja tekstin mukaansatempaavaa. Lukijan mielenkiinnon säilyttämiseksi on kuitenkin tärkeää, että oppaassa on myös vaihtelua ja ennalta-arvaamattomuutta. Opaslehtisen alkuun tulee saatesanat, joista selviää, kenelle opas on tarkoitettu ja mikä on sen käyttötarkoitus. (Parker 1998, 11, 263-265, 325.)

Sisällön lisäksi on oppaan ulkoasun suunnittelu tärkeää, sillä sen tarkoituksena on herättää lukijan mielenkiinto opasta kohtaan ja motivaatio sen lukemiseen. Kannessa oleva kuvalla voidaan johdattaa lukija aiheeseen. Opaslehtisen kuvittaminen erilaisia kuvia ja piirroksia käyttämällä tekee oppaasta persoonallisen näköisen ja huomiota herättävän. Ulkoasun tulee kuitenkin olla siisti, selkeä ja yhtenäinen. Mikäli oppaassa käytetään erilaisia värejä, ne on hyvä suunnitella sopimaan yhteen toistensa kanssa. (Huovila 2006; Parker 1998, 33-35.)

5.7.2 Laadukas yrityspiha -opas

Laadukas yrityspiha -oppaan (Liite 4) tarkoituksena on osaltaan innostaa yrityksiä osallistumaan miljöökilpailuun osoittamalla viherrakentamisen hyötyjä yrityksille sekä keinoja laadukkaan yrityspihaan luomiseen. Oppaan avulla pyritään myös lisäämään yritysten yleistä tietoisuutta viherrakentamisesta. Laadukas yrityspiha -opas sisältää tutkimustietoa viherrakentamisen vaikutuksista, kuvallisia esimerkkejä ja selkeitä keinoja laadukkaan yrityspihaan luomiseen sekä kokemukuvauksen Oy Hartwall Ab:n palkitun yrityspihaan koetuista arvoista. Se on koostettu tätä oppinnäytetyötä varten kerätystä materiaalista.

Kuten luvussa 5.5 esiteltiin, on opas suunniteltu jaettavaksi sekä painettuna lehtisenä että sähköisesti. Ulkoasua suunniteltaessa on siis kiinnitetty huomiota siihen, että pääsääntöisesti sähköisiä kanavia pitkin jaettava opas toimii hyvin myös painetussa muodossa. Tekstien fontit ja kuvien suuruudet on valittu niin, että ne ovat luettavia A5 -sivukoossakin. Sisältö on pyritty pitämään selkeänä ja helposti ymmärrettävänä, jotta kiireisemmälläkin lukijalla riittää intoa oppaan läpikäymiseen.

Opaslehtisen päävärinä toimii viherrakentamisen teemaan sopivasti vihreän eri sävyt. Koska opas on olennaisesti osa Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailua, on kansilehdelle sijoitettu Janakkalan logo ja takakannelle kilpailun oma logo, jotka on esitetty kuvassa 7.



Kuva 7. Laadukas yrityspiha -oppaan etu- ja takakannet esimerkkinä oppaan ulkoasusta (Poltinoja, 2015).

6 POHDINTA

Miljöökilpailun onnistumisen kannalta opinnäytetyön tärkein kysymys on, miten yritykset saadaan osallistumaan kilpailuun tai muuten panostamaan pihaansa. Haasteena miljöökilpailuun osallistumiseen houkuttelemisessa on yrityskehityksen monipuolisuus. Niille yrityksille, joiden asiakkaat eivät käy toimipisteessä, vaan hoitavat asioinnin esimerkiksi verkossa, ei yrityspiha ulkonäkö välttämättä ole tärkeä. Jos kaikkia lähekkäin sijaitsevia yrityksiä ei saada osallistumaan, ei yksittäinen yritys välttämättä koe järkeväksi panostaa yritysalueen ympäristöön, kun naapurikaan ei hoida omaa osuuttaan. Myös kilpailun arvosteluperusteiden valinta voi vaikuttaa osallistujamäärään: kun tärkein arvosteluperuste on pihaympäristössä tapahtuva muutos, on olemassa riski, etteivät jo pihaansa aiempina vuosina panostaneet yritykset viitsi osallistua, koska kokevat voittomahdollisuuksien olevan pienet.

Tehokkain innostamiskeino oli selvästi yrityksissä tehdyt yrityskohtaiset kilpailuesittelyt. Tähän olisi pitänyt pystyä varata reilusti enemmän aikaa, sillä yrityksissä oli vaikea löytää sopivaa aikaa yhteiselle tapaamiselle suhteellisen lyhyellä varoitusajalla. Opinnäytetyötä varten tekemäni Laadukas yrityspiha -opas sai kiinnostusta osakseen ja tarjosi hyvän tietopaketin niillekin yrityksille, joille kilpailusta ei päästy suullisesti kertomaan. Vertailu viherrakentamisen kustannuksista, pienen, keskisuuren ja suuren pihan kustannukset, olisi ollut tehokas havainnollistava lisä oppaaseen. Tällaista dataa oli tosin hankala saavuttaa, kun omakohtaista kokemusta ei suoraan ollut.

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella ja organisoida Janakkalan kunnalle yrityksille suunnattu miljöökilpailu ja tarjota materiaalit kilpailun loppuun saattamiseksi. Janakkalan kunta oli tyytyväinen opinnäytetyöhön, kilpailun järjestelyihin ja saamiinsa materiaaleihin. Tapaamani yritykset olivat kiinnostuneita kilpailusta ja kokivat, että tarvetta Janakkalan kunnan ja monien yritysten piha-alueiden kohentamiseen olisi. Myös työn suorittajana voin todeta olevani tyytyväinen kilpailumateriaaleihin. Koen niiden olevan käyttökelpoisia malleja niin Janakkalan kunnan tulevaisuudessa järjestämiä kilpailuja varten kuin muiden viheralan kilpailujen järjestämiseksi. Etenkin kilpailun säännöt, arvostelumallit ja käytetyt viestintäkeinot toimivat hyvinä esimerkkeinä. Laadukas yrityspiha -oppaasta rakentui siisti ja informatiivinen opaslehtinen, jota voidaan hyödyntää alalla.

Viherrakenteiden ja vehreiden pihojen tai katukuvien vaikutuksesta yritysten asiakkaisiin ei löydy juuri suomalaisia tutkimuksia eikä yrityspihoista dataa, joten niissä löytyisi tulevaisuudessa tutkittavaa. Opinnäytetyötä tehdessä kävi hyvin ilmi, ettei hyvin suunniteltuja tai vihreät elementit huomioon ottaneita yrityspihoja löydy suomesta montaakaan. Yritykset ovat siis erittäin potentiaalinen asiakasryhmä tulevaisuudessa maisemasuunnittelijoille ja viherrakentajille, jos markkinointi osataan hoitaa oikein. Laadukas yrityspiha -opas on tässä käyttökelpoinen apuväline, mutta suomessa tehtyjen yrityspihojen viherrakentamisen vaikutusten ja kustannusten tutkiminen lisäisi todennäköisesti yritysten uskoa laadukkaan yrityspihan tärkeyteen.

LÄHTEET

- Agriculture and Agri-Food Canada. 2008. Kirjallisuuskatsaus koristekasvien tieteellisesti todistetuista hyödyistä terveydelle ja ympäristölle – loppuraportti. Suomeksi 2008.
- Apple Campus 2 Project Description. 2013. Apple. Viitattu 17.11.2015. https://s3.amazonaws.com/apple-campus2-project/Project_Description_Submittal7.pdf
- Aura, S., Horelli, L. & Korpela, K. 1997. Ympäristöpsykologian perusteet. Porvoo: WSOY.
- Chang, C. ja Chen, P. 2005. Human Response to Window Views and Indoor Plants in the Workplace. HortScience 40 (5): 1345-1359. Pdf – dokumentti. Viitattu 16.12.2016. <http://willsull.net/resources/270-Readings/ChangChen2005.pdf>
- Center for Urban Horticulture. 1998a. Growing With Green: Business Districts and the Urban Forest. University of Washington College of Forest Resources. Pdf – dokumentti. Viitattu 18.12.2016. <http://www.naturewithin.info/CityBiz/BizQual-FS2.pdf>
- Center for Urban Horticulture. 1998b. Trees in Business Districts: Comparing Values of Consumers and Businesses. University of Washington College of Forest Resources. Pdf – dokumentti. Viitattu 18.12.2016. <http://www.naturewithin.info/CityBiz/BizPrefs-FS4.pdf>
- Center for Urban Horticulture. 1998c. The Benefits of Urban trees. Pdf – dokumentti. Viitattu 18.12.2016. <http://www.naturewithin.info/UF/TreeBenefitsUK.pdf>
- De Roo, M., Roozen, N. & Long, M. 2012. Green City –ohjeisto. Terveellinen asuttava kaupunki. Suom. Nina Holmlund. Helsinki: Viheraluerakentajat ry.
- Elinkeino-ohjelma 2014. 2013. Janakkalan kunta. Word-dokumentti. Viitattu 7.9.2015. http://www.janakkala.fi/tyo_ja_yrittaminen/elinkeino-ohjelma_2014-
- Grönroos, C. 2009. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Huovila, T. 2006. ”Look” Visualisoi viestisi. Helsinki: Inforviestintä Oy. Verkkojulkaisu. Viitattu 16.6.2016. <http://users.jyu.fi/~huovila/lookpdf.html>
- Janakkala 2020 strategia. 2010. Janakkalan kunta. Pdf-dokumentti. Viitattu 15.5.2015. <http://www.janakkala.fi/filebank/5402-strategia2020.pdf>

Janakkalan kunta – Janakkalan vähittäiskaupan palveluverkkoselvitys. 2006. TP Group Finland Oy. Viitattu 18.11.2015.

Joutsenniemi, L. 2015. 16.2.2015. Vihervuosi muistio. Vastaanottaja Janika Poltinoja. Sähköpostiviesti. Viitattu 14.11.2015.

Joutsenniemi, L & Turkka, L. 29.4.2015. Nettisivut ja ”ilme”. Vastaanottaja Janika Poltinoja. Sähköpostiviesti. Viitattu 18.12.2016.

Kui Siistii!. 2015. Janakkalan kunta. Viitattu 15.5.2015
<http://www.janakkala.fi/kuisiistii2015>

Kuntaesittely. 2015. Janakkalan kunta. Viitattu 15.5.2015.
http://www.janakkala.fi/janakkalan_kunta/kuntaesittely

Nieminen, M-L. Nyt riitti! Janakkalan ensimmäiset ympärisötalkoot vuonna 1983. 2012. Janakkalan kunta.

Närhi, S. 7.4.2015. Vihervuosi2016 - Yritysten miljöökilpailu Janakkalassa (opinnäytetyö). Vastaanottaja Janika Poltinoja. Sähköpostiviesti. Viitattu 16.6.2015.

Parker, R.C. 1998. Hyvältä näyttää. Peruskäsikirja julkaisujen suunnittelemiseen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Pihakilpailujen ohjeet ja palkintolaatat – Ohjeet paikallisten pihakilpailujen järjestämiseksi. 2013. Puutarhaliitto. Pdf-dokumentti.
<http://www.puutarhaliitto.fi/?section=5>

Rappe, E., Lindén, L. & Koivunen, T. 2003. Puisto, puutarha ja hyvinvointi. Helsinki: Viherympäristöliitto ry.

Rakennusjärjestys. 2014. Janakkalan kunta. Pdf-dokumentti.
https://www.janakkala.fi/wp-content/uploads/2016/10/Janakkalan_rakennusjarjestys_2014.pdf

Soini, T. 2009. Viherrakentajan käsikirja. Tampere: Esa Print Oy.

Suomen virallinen tilasto: Alueellinen yritystoimintatilasto [verkkajulkaisu]. 2014. Helsinki: Suomen virallisen tilaston neuvottelukunta [viitattu: 23.6.2016]. Saantitapa:
http://www.stat.fi/til/alyr/2014/alyr_2014_2015-12-18_tie_001_fi.html

Suomen virallinen tilasto: Janakkala [verkkajulkaisu]. 2014. Helsinki: Suomen virallisen tilaston neuvottelukunta. [viitattu 5.11.2015]
Saantitapa: <http://tilastokeskus.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/165.html>

Tilalahokkuus ja –tyytyväisyys pääkaupunkiseudun suuryrityksissä. 2014. Rapala Oy. Pdf-tiedosto. Viitattu 18.12.2016.

<http://toimivatyoymparisto.com/wp-content/uploads/2015/03/Tilatehokkuus-ja-tyytyv%C3%A4isyys-p%C3%A4%C3%A4kaupunkiseudun-suuryrityksiss%C3%A4.pdf>

Tuulamiemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum 2013.

Tyrväinen, L. & Korpela, K. 2009. Luonnosta terveyttä onnistuneella kaupunkisuunnittelulla. Teoksessa Faehnle, M., Bäcklund, P. ja Laine, M. (toim.) Kaupunkiluontoa kaikille. Ekologinen ja kokemuksellinen tieto kaupungin suunnittelussa. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, 57-71.

Tyrväinen, L., Lönnqvist H. & Leino, O. 2006. Kaupunkiviheralueiden arvo ja merkitys asukkaille - Maksetaanko viheralueista asuntohinnossa. Pdf-dokumentti.

Työ ja yrittämien. 2015. Janakkalan kunta. Viitattu 16.11.2015
http://www.janakkala.fi/tyo_ja_yrittaminen

Viestintä ja markkinointi. 2016. Janakkalan kunta. Viitattu 17.12.2016.
<https://www.janakkala.fi/kuntainfo/viestinta-ja-markkinointi/>

Vihervuosi – Grönä Året viidettä kertaa vuonna 2016. 2015.
Viherympäristöliitto ry. Viitattu 15.5.2015.
www.vyl.fi/ajankohtaista/ajankohtaista/vihervuosi-grona-aret-viidetta-kertaa-vuonna-2016

Vuoden Vihertaitaja –kisan säännöt. 2013. Viher- ja ympäristörakentajat ry. Word-dokumentti. Viitattu 14.5.2015.
www.vyra.fi/sites/default/files/Vihertaitaja,_säännöt%202014.doc

HAASTATTELUT

Nieminen, M-L. 2015. Janakkalan ympäristötalkoiden pioneeri. Haastattelu 20.3.2015.

UUTISKIRJE YRITYKSILLE



Miltä teidän yrityksen piha näyttää vihervuonna 2016?

Sisääntulo ja piha toimivat yrityksen käyntikorttina siinä missä asiakaspalvelukin. **Minkälaista brändiä teidän pihanne luo?**

Haastamme yrityksenne mukaan **Kui Siisti Yritys! –miljöökilpailuun!** Kilpailu on tarkoitettu kaikille Janakkalan yrityksille ja se järjestetään valtakunnallisen vihervuoden (2016) kunniaksi. Kui Siisti Yritys! voi olla niin pieni puoti keskustassa kuin iso halli teollisuusalueellakin; kaikki ovat mukana muodostamassa Janakkalan maisemaa. Arvostelu tapahtuu vertailemalla kilpailun lopputulosta lähtötilanteeseen eli tärkein arvosteluperuste on pihaympäristössä tapahtuva muutos.

Nyt on hyvä hetki parantaa yrityksen ulkoasua, sillä Kui Siisti Yritys! –miljöökilpailuun osallistuvat yritykset saavat tilata Maisemasuunnittelu Sundmanilta Pihan kartoistus- ja ideointikäynnin muita halvemmalla (75 €/tunti + alv.) ja taimitarha Harviala Oy tarjoaa osallistujille puiden, pensaiden ja köynnösten taimia kilpailuhintaan.

Nyt kannattaa aloittaa!

Vaikka kilpailu sijoittuukin kesälle 2016, kannattaa rakentaminen aloittaa jo tänä kesänä. Kesäkuun loppuun/juhannukseen mennessä ilmoittautuneet saavat mahdollisuuden pitää kilpailusivuilla ja Facebookissa julkaistavaa blogia työnsä etenemisestä. Ilmoittautumisia otetaan kuitenkin vastaan aina 27.5.2016 asti.



Tehdään miljöökilpailun avulla Janakkalasta yhdessä astetta siistimpi!

Kisasivut rakentuvat tänne. Ilmoittaudu mukaan!

Kui Siisti Yritys! –miljöökilpailu



Janakkalan kunta järjestää osana Vihervuoden 2016 ohjelmaa yrityksille suunnatun miljöökilpailun. Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailu on avoin kaikille Janakkalan yrityksille. Kilpailun avulla Janakkala haluaa kannustaa yrityksiä kiinnittämään huomiota oman yrityksensä ympäristöön.

Kui Siisti Yritys! voi olla niin pieni puoti keskustassa kuin iso halli teollisuusalueella. Myös yritysten välinen yhteistyö on mahdollista: Samassa rakennuksessa toimivat yritykset voivat yhdessä kunnostaa kiinteistön piha-alueen tai esimerkiksi teollisuusalueen yritykset voivat halutessaan luoda alueelle yhtenäisen ilmeen.

Miksi osallistua miljöökilpailuun?

Piha on osa yrityksen brändiä ja siihen panostaminen on aina hyödyllistä. Kilpailuun osallistuville se on kuitenkin erityisen kannattavaa! Voittomahdollisuuden lisäksi yritykset saavat helpotusta niin suunnittelu- kuin taimikustannuksiinkin ja Kiipulan opiskelijoilta voi saada apua pihatöihin. Miljöökilpailuun osallistuville on myös tarjolla hyvää julkisuutta koko vuoden Janakkalan nettisivuilla ja Facebook-ryhmissä.

Kilpailupihat arvioidaan ”ennen – jälkeen” –kuvien perusteella eli kilpailussa tärkein arviointiperuste on pihaympäristössä tapahtuva muutos. Kaikilla on siis yhtäläiset mahdollisuudet! Arvostelulautakunta valitsee kuvien perusteella parhaat yrityspihat yleisöäänestykseen, jossa ratkaistaan voittajat.

Tehdään miljöökilpailun avulla Janakkalasta yhdessä astetta siistimpi!

Ilmoita yrityksesi mukaan ja haasta myös muut kilpailuun!

Kilpailun aikataulu:

- Ilmoittautuminen 27.5.2016 mennessä
- Pihan tulee olla valmis 1.7.2016 mennessä
- Arvostelu ja äänestys elo-syyskuussa 2016

Kui Siisti Yritys! –Miljöökilpailun säännöt

Johdanto

Vuosi 2016 on valtakunnallinen vihervuosi. Janakkalan kunta haluaa osaltaan osallistua vihervuoteen ja innostaa myös paikalliset yritykset huomioimaan vuoden teeman ”Kestävä suomalainen maisema” parantelemalla yrityspihaansa.

Janakkalan kunnan vuonna 2015 käynnistämä Kui Siisti Yritys! -miljöökilpailu on tarkoitettu kaikille Janakkalan yrityksille. Kui Siisti Yritys! voi olla niin pieni puoti keskustassa kuin iso hallitila teollisuusalueella. Myös yritysten välinen yhteistyö on mahdollista. Samassa rakennuksessa toimivat yritykset voivat yhdessä kunnostaa kiinteistön piha-alueen tai teollisuusalueen yritykset voivat halutessaan luoda yhtenäisen ilmeen alueelleen.

Kilpailun avulla nostetaan sekä yritysten että koko Janakkalan yleisilmettä ja tietoisuutta hyvin rakennetun pihan positiivisista vaikutuksista yrityksiin. Myös yritysten asiakkaiden ja työntekijöiden viihtyvyys paranee yrityspihojen kohentuessa.

Arvostelu tapahtuu vertailemalla kilpailun lopputulosta lähtötilanteeseen eli tärkein arvosteluperuste on pihaympäristössä tapahtuva muutos. Kilpailuun osallistuvien yritysten tulee lähettää kuvat yrityspihaista arvostelua varten.

Kaikille tähän kisaan osallistuville on kilpailuun osallistumisesta on hyötyä yritystoiminnassa. Osallistuminen takaa julkisuutta ja imagon kohoamista.

MILJÖÖKILPAILU YRITYKSILLE

Kilpailun järjestäjä: Janakkalan kunta

Kilpailu on tarkoitettu Janakkalalaisille yrityksille

Kilpailun järjestämisaikajankohta: Kilpailu järjestetään vuonna 2016



Milloin kilpailuun valmistautumisen saa aloittaa?

Kilpailuun valmistautumisen eli suunnittelun ja rakentamisen voi aloittaa heti kilpailun julkistamisen jälkeen. Työn voi käynnistää milloin tahansa kesän 2015 ja kesän 2016 välillä ennen kilpailuajan päättymistä.

Milloin kilpailuun osallistuvan yrityspihaan tulee olla valmis?

Kilpailuun osallistuvan yrityspihaan tulee olla valmis heinäkuuhun 2016 mennessä. Tällöin yrityksen tulee toimittaa kuva tai kuvia pihasta arvostelua varten. Arvostelu ja äänestys suoritetaan elokuussa 2016, joten silloin pihan kannattaa olla parhaimmillaan.

Kilpailuun ilmoittautuminen

Ilmoittautumista varten täytetään erityinen lomake, joka löytyy Janakkalan kunnan verkkosivuilta sähköisessä muodossa. Lomakkeen liitteeksi tulee liittää kuva tai kuvia kilpailukohteen lähtötilanteesta. Kuvien tulee olla otettu kesän aikana. Talvikuva ei ole vertailukelpoinen.

Viimeistään juhannukseen 2015 mennessä ilmoittautuneet yritykset saavat halutessaan Janakkalan kunnan nettisivuilta blogialustan, jonne voi päivittää kuvia ja kertomuksia yrityksen pihan edistymisestä. Blogija mainostetaan myös Kui Siistii! –Facebook ryhmässä. Halukkuus blogin pitämiseen esitetään ilmoittautumisen yhteydessä.

Yhteistyössä kilpailuun osallistuvien yritysten tulee ilmoittaa yhteistyöstään ilmoittautumislomakkeessa. Yhteistyöyritykset voivat antaa kohteellensa työnimen.

Kilpailuun osallistumiselle ei ole osallistumismaksua.

Muilta osin kilpailija eli yritys vastaa kaikista kilpailukohteen kustannuksista.

Kilpailutyön sisältö

Yleinen määritelmä on se, että kilpailuun osallistuu yrityksen edustuspiha eli ohikulkijoille näkyvät piha-alueet. Vähimmäispinta-ala tulee olla sellainen, mistä löytyy riittävästi arvosteltavia ominaisuuksia.

Tuomaristo

Janakkalan kunta nimeää tuomariston.

Tuomariston kokouksista vastaa viestintäpäällikkö Leena Joutsenniemi.

Tuomariston koostumus:

- Janakkalan kunnan viestintäpäällikkö Leena Joutsenniemi
- Janakkalan kunnan kaavoitusarkkitehti Leena Turkka
- Janakkalan kunnan kunnossapitopäällikkö Eero Simola
- Harviala Oy: Marjatta Nummela
- Kiipulan ylipuutarhuri Henni Nuutinen
- Maisemasuunnittelija Janika Poltinoja

Arvostelu

Tuomaristo valitsee osallistujista kymmenen (10) finalistia, jotka julkaistaan Janakkalan Sanomissa sekä Janakkalan kunnan nettisivuilla elokuussa 2016.

Finalistit pääsevät yleisöäänestykseen, jolla valitaan kilpailun voittaja.

Arvostelu tapahtuu vertailemalla kuvia kilpailun lähtötilanteista kuviin lopputilanteesta. Kilpailuun osallistuvien yritysten tulee toimittaa arvostelua varten vähintään yksi selkeä yleiskuva kilpailuun osallistuvasta piha-alueesta ennen työn aloittamista sekä selkeä kuva työn valmistuttua.

Oleelliset seikat arvostelussa

- Pihassa tapahtuva muutos
- Yleisvaikutelma, esteettisyys
- Näkymä kadulle

Palkitseminen

Voittajalle luovutetaan palkinnoksi Harvialan taimiston lahjakortti (1000 €). Myös 2. ja 3. sijat palkitaan tuotepalkinnoilla. Lisäksi voittajille luovutetaan kunniakirjat. Tuomaristo voi halutessaan antaa erityismainintoja.

Kilpailun voittajat esitellään Janakkalan Sanomissa sekä Janakkalan kunnan verkkosivuilla ja Kui Siisti! –Facebook ryhmässä.

Palkitsemistilaisuus

Janakkalan kunta järjestää palkitsemistilaisuuden äänestyksen päätyttyä. Kutsut palkitsemistilaisuuteen lähetetään erikseen.

Reklamaatiot

Mahdolliset reklamaatiot osoitetaan Janakkalan kunnan viestintäpäällikölle. Tarvittaessa ne käsitellään tuomariston kokouksessa.

Sääntömuutokset

Kilpailun järjestäjä pidättää oikeuden kaikkeen kilpailun sisältöä koskeviin muutoksiin.

Lisätietoja



Leena Joutsenniemi

Viestintäpäällikkö
Janakkalan kunta
Juttulantie 1, 14200 TURENKI
leena.joutsenniemi@janakkala.fi
Puh. (03) 680 1213 / 050 4694804
www.janakkala.fi/kuisiistiyritys
www.facebook.com/kuisiistii

Janakkala

Laadukas yrityspiika



Esipuhe

Laadukas ja hyvin hoidettu piha vaikuttaa niin yrityksen asiakkaisiin, työntekijöihin kuin talouteenkin. Useat tutkimukset osoittavat, että vihreään pihaan panostaminen maksaa itsensä takaisin monin tavoin.

Vaikka kasvillisuuden vaikutus ihmisten hyvinvointiin ja kiinteistöjen arvoon tunnustetaan laajalti, on yrityspihojen viherrakentaminen Suomessa kuitenkin vielä lapsenkengissä.

”Laadukas yrityspiha” -opas on tarkoitettu tarjoamaan yrityksille tietoa hyvin rakennetun yrityspihaan eduista sekä antamaan vinkkejä siihen, kuinka sellaisen voi saavuttaa.

Tämä opas on laadittu Janakkalan kunnalle osana Janika Poltinojan opinnäytetyötä Hämeen ammattikorkeakoulussa, maisemasuunnittelun koulutusohjelmassa, ja se on vapaasti kaikkien käytettävissä.

Imago, brändi ja tyytyväisemmät asiakkaat

Laadukas piha tarjoaa yritykselle esteettistä lisäarvoa:

Tutkimusten mukaan yrityksen sisääntulo- ja piha-alueiden huolellinen suunnittelu ja hyvä hoito nostavat yrityksen imagoa. Viherrakentamisella voi myös luoda yritykselle omaleimaisen identiteetin.

Siisti ja esteettinen sisääntulopiha toimii yrityksen visuaalisena käyntikorttina, sillä se luo vierailijalle ensivaikutelman paikasta. Vihreä yritys ympäristö ja huolittu piha antavat myönteisen kuvan yrityksen toiminnasta.

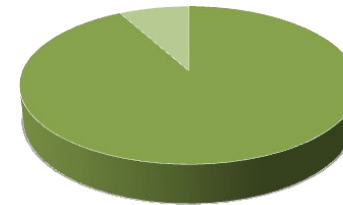
Kyselytutkimuksen mukaan yli puolet asiakkaista on mieluiten kanta-asiakkaana kaupallisilla alueilla, joiden ympäristössä ja pysäköintialueilla oli puita ja muita maisemaelementtejä.

Huolittu, vihreä yritys piha houkuttelee kanta-asiakkaita.

Vihreä yritys ympäristö ja huolittu piha antavat myönteisen kuvan yrityksen toiminnasta. Liiketoimintayritysten omistajille ja yritysten henkilökunnalle tehty tutkimus osoitti, että puut ja muu viherrakentaminen lisäsivät kanta-asiakkaita osoittamalla yrittäjän sitoutumista asiakaspalveluun sekä kiinnostusta kaupunkikuvaan.

Imago on yritys kohtainen, mutta lähemmäs olevien yritysten kannattaa toimia yhteistyössä alueensa kuvan parantamiseksi. Washingtonin osavaltiossa on tehty kartoitus, jonka mukaan puut ja viheralueet vaikuttivat positiivisesti ihmisten asenteisiin paikkaa kohtaan sekä siihen, kuinka korkeita hintoja asiakkaat olivat valmiit maksamaan paikallisissa liikkeissä.

Elinympäristön parantaminen herättää ylpeyttä ja arvostusta sekä asukkaissa että yrittäjissä. Jos useampi yritys lähialueella panostaa vihreämpään pihaan, nousee koko alueen taso - houkuttellen lisää yrittäjiä ja uusia asiakkaita.



92 % kanadalaiseen kyselyyn osallistuneista kiinteistövälittäjistä totesi maisemoinnin lisäävän myyntiä kaupallisissa kiinteistöissä



Arvokkaampi kiinteistö, säästöjä ja esteettistä suojaa!

Laadukas viherympäristö lisää kiinteistön arvoa.

Viherrakentaminen nostaa sekä asuin- että toimistokiinteistöjen arvoa. Lisäksi kaupallisella maisemoidulla alueella kiinteistöissä viihdyttiin pitkään sekä omistajina että vuokralaisina.

Viherkatot pidentävät katon elinikää jopa 20 vuotta suojaamalla sitä auringon uv-säteilyltä, lämpötilan vaihteluilta ja mekaaniselta rasitukselta. Viherseinät suojaavat puolestaan julkisivua. Pidemmällä aikavälillä ne maksavat itsensä takaisin.

Ikivihreitä kasveja istuttamalla saadaan energiasäästöjä, sillä ne luovat tuulensuojaa. Tuulenvoimakkuuden pienentyessä voi kylmän ilman virtaaminen sisätiloihin vähentyä jopa puoleen, jolloin lämmityskustannukset vähenevät noin 10-12 % vuodessa.



Würth Oy Riihimäellä on satsannut piha-alueiden hoitoon jo noin 15 vuoden ajan. (Kuva: Miki Wallenius, Yle)



Kasvillisuus toimii kauniina näköesteenä (Kuva: Vesa Friman, Maanrakennus Friman Oy)

Osa kasveista toimii luonnostaan esteettisinä turvaesteinä.

Yrityspihat voidaan suojata erilaisin aitaelementein ja rakennelmin, mutta myös kasvillisuus voi antaa apunsa tunkeilijoita vastaan - erityisesti piikikkäät tai tiheäkasvuiset kasvit.

Hyvin hoidettua aluetta pidetään turvallisempana, kun taas vähemmän huolittelu alue houkuttelee helpommin ilkivallantekijöitä. Maisemointi siis lisää yleistä turvallisuutta sekä vähentää rikollisuutta ja onnettomuuksia.

Laadukkaaseen viherympäristöön panostaminen kannattaa.



Vähemmän stressiä, terveemmät työntekijät ja lisääntynyt tuottavuus!

Vihreät näkymät lisäävät työntekijöiden tuottavuutta

Tehokas toiminta ja kaupunkiympäristö vaativat jatkuvaa keskittymistä, jolloin tarkkaavaisuus vähenee helposti. Suunnattu tarkkaavaisuus saa kasvillisuuden avulla levähdystauon, sillä kasvit kiinnittävät ihmisen huomion ilman niihin erikseen keskittymistä. Kun tarkkaavaisuus on saanut tauon, ihminen pystyy taas keskittymään ja toimimaan tehokkaasti.



Viihtyisä sisäpiha toimii taukotilan jatkeena.

Sisäpiha voi tarjota myös innostavan paikan kokouksille.

Vihreät näkymät toimiston ikkunoista vähentävät masennus- ja stressiongelmia ja nopeuttavat stressistä toipumista.

Kasvillisuusnäkymät lisäävät positiivisia tunteita, alentavat verenpainetta, sykettä ja lihasjännitystä – jo muutamassa minuutissa.

Pelkkä kasvien läsnäolo riittää eli niiden katselemisen ei tarvitse tapahtua tietoisesti.

” Työntekijöillä, joilla on vihreät näkymät, on todettu vähemmän lääkärisäkäyntejä ja sairauspoissaoloja sekä 10 % lyhemmät sairaalassaolot. ”

Viisi vinkkiä työntekijöiden hyvinvoinnin parantamiseksi:

1. Suunnitellaan rakennusten ympärillä olevat kasvillisuus- ja viheralueet myös siten, että sisältä on kauniit näkymät ulos.
2. Rakennetaan viihtyisiä sisäpihoja, jotka houkuttelevat pitämään tauot ulkona.
3. Luodaan vihreitä puskurialueita pysäköintialueiden ympärille.
4. Istutetaan riittävän kookkaita ja nopeasti kasvia kasveja, jotta ne ovat nähtävissä korkeistakin rakennuksista.
5. Mahdollistetaan vihreät elämykset myös vähemmän tilaa omaavissa kaupunkiympäristöissä käyttämällä kukkaistutuksia, parvekelaatikoita ja huonekasveja.



Kumman parkkialueen Sinä näkisit mieluummin töihin tullessasi?

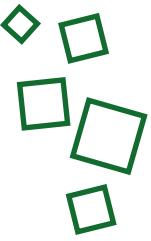


(Kuvat: Janakkalan kunta)

HARTWALL



Case Hartwall Lahti



Oy Hartwall Ab Lahden tuotantolaitoksen pihaympäristö palkittiin vuonna 2004 Puutarhaliitto ry:n ja Rakennusteollisuus ry:n järjestämän Vuoden ympäristörakenne -kilpailussa.

Hartwall Lahti on onnistunut ylläpitämään hyvin SCC Viatek Oy:n suunnittelemaa pihaa ja on vielä yli kymmenen vuotta myöhemminkin laadukkaan ympäristönsä suhteen melkoinen harvinaisuus Suomen yritysten keskuudessa.

Vaikka korkeaa kalliota sekä lähes suopohjaa sisältävän tontin rakentamisessa oli haasteita sen monimuotoisuuden vuoksi, on piha-alueen panostus koettu kannattavaksi.

Lahden tuotantolaitoksen piha-alue ilahduttaa yhä sekä vierailijoita että työntekijöitä.

Haasteita riitti ja olemme olleet erittäin tyytyväisiä viheraluiden suunnitteluun ja siihen miten se kaikkina vuodenaikoina on aina yhtä kiinnostava ja kasvaessaan uusiutuva maisema kaikista suunnista katsottuna. Kallioita on käytetty todella hienosti suunnittelussa ja sen monimuotoisuutta hyödynnetty viherrakentamisessa loistavasti myös valaisulla.

Sain olla tuon kiinnostavan 10-vuotisen rakennusprojektin projektisihteerinä ja saanut nähdä työn tuloksen, josta olemme kovin ylpeitä. Joka päivä töihin tullessa näen ensimmäisenä kauniin ympäristön ja saan siitä iloa koko työpäivään.

- Outi Vataja, Oy Hartwall Ab -



Yksinkertaisillakin ratkaisuilla saadaan aikaan upeaa yritysympäristöä.



Tehtaalla on vierailut vuosittain tuhansia vieraita ympäri Suomen ja nykyään alueella vierailee alan ammattilaisia, opiskelijoita sekä yhteistyökumppaneita. Myös vierailijoiltaan Hartwall on saanut usein kiitosta kauniista ja hyvin hoidetusta ympäristöstään.

Laaja maisemoitu piha voi tarjota myös erilaisia luontoelämyksiä. Rakennuksen eteläpuolelle istutettu omena- ja päärynäpuutarha houkutteli jäniksiä ja myyriä. Jänisten lisäksi alueella vierailee kettuja ja jopa hirvi on nähty samoilevan tehdaspihalla. Alun perin istutetuista sadasta hedelmäpuusta on jäljellä muutama kymmenen ja niiden sato on työntekijöiden vapaassa käytössä.



Hartwall Lahden tuotantolaitoksen rakentaminen alkoi Kujalan kaupunginosassa vuonna 1990. Tällöin sinne siirtyi Lahden keskustassa sijaitsevasta Mallasjuoman korttelista logistiikka-toiminnot. Varastoa laajennettiin vaiheittain noin vuoteen 1995. Itse tuotannon siirtymiseen liittyvä rakentaminen alkoi vuonna 2000 Pöyryn suunnitelmien mukaan ja koko laitos oli valmis kaikkine toimintoineen 2003.



Ab Hartwall Oy (Kuvat: Jari Kangas)

Suunnitelmasta laadukkaaksi yrityspihaksi!

Maisemasuunnittelun ammattilaisen tekemä suunnitelma säästää usein sekä aikaa että rahaa. Hyvä suunnittelija löytää piha- ja yrityskohtaisesti parhaat ratkaisut. Suunnitelman avulla luodaan pihasta juuri tilaajan tarpeisiin sopiva. Hyvä suunnittelija ottaa huomioon myös yrityksen resurssit ylläpidon suhteen, jotta piha myös pysyy kunnossa.

Suunnittelijalta voi tilata eri työvaiheita:

Pihakonsultointi: Keskustelutuokio ja vinkkejä suunnittelijalta, ei piirustuksia

Luonnossuunnitelma: Sisältää pihakonsultoinnin ja luonnosmaiset piirrokset, ei työkuvia

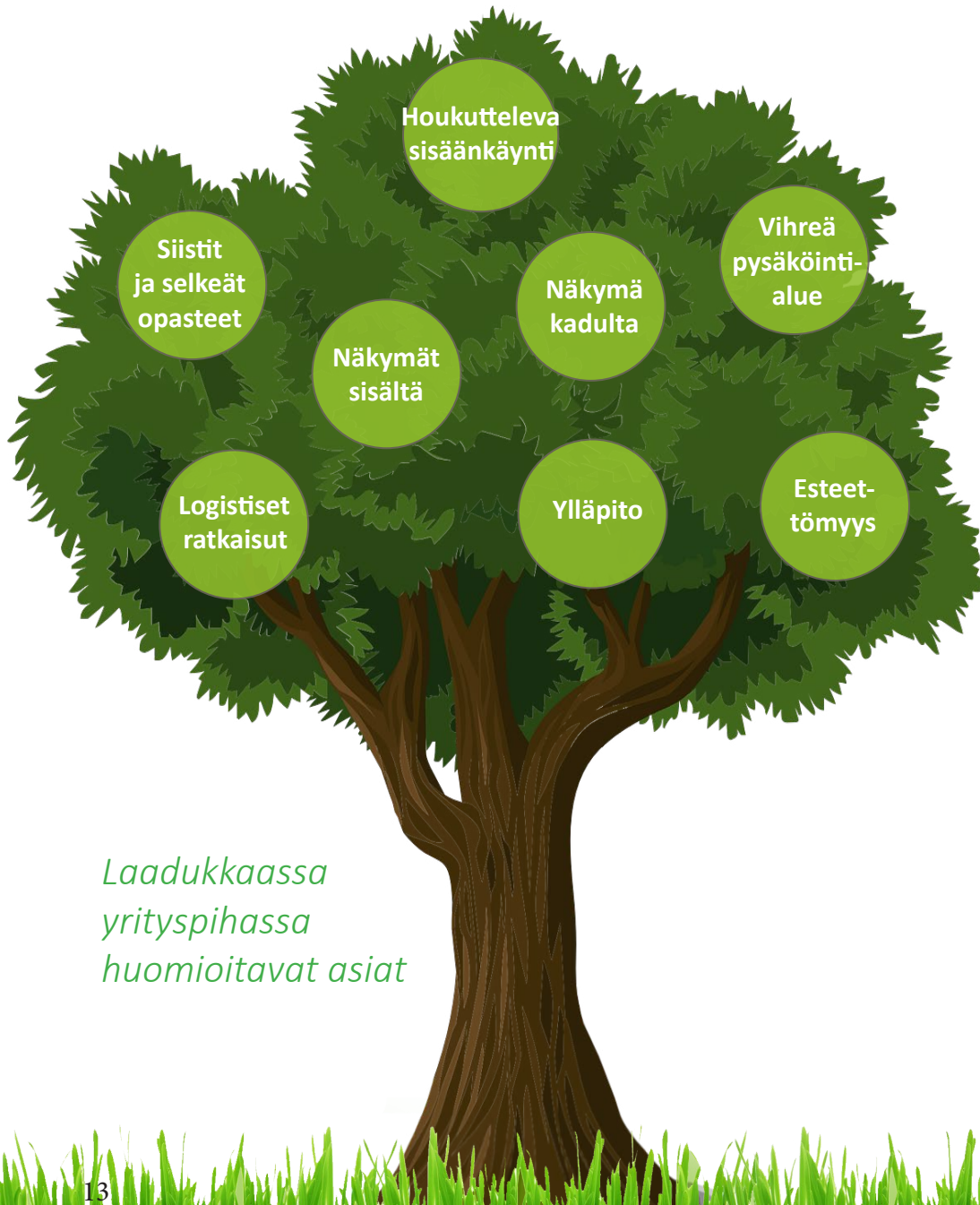
Yleissuunnitelma: Räätelöidään pihakohtaisesti. Yleissuunnitelmaa voi täydentää istutussuunnitelma, määrälaskelmat, detaljipiirrokset sekä leikkauskuvat, hoitosuunnitelma ja kustannusarvio.

**Suunnittelijaa varten
kannattaa miettiä
etukäteen mitä
pihalta halutaan.**

HANKI VALMIIKSI LÄHTÖTIEDOJA

- Budjetti
- Kaavamääräykset
- Mittakaavassa oleva asemapiirustus, josta löytyy rakennusten sijainnit, tontin rajat ja nurkkapisteiden koordinaatit

*Laadukkaassa
yrityspihassa
huomioitavat asiat*



Viisi hyvää syytä panostaa
vihreämpiin yrityspihoihin:

- Yrityskuvan paraneminen
- Asiakasviihtyvyyys
- Terveemmät ja hyvinvoivat työntekijät
- Parempi työtehokkuus
- Kiinteistön arvon nousu



Lisää tietoa tutkimuksista, suunnittelusta ja viherrakentamisesta:
www.vyra.fi/tutkimukset-ja-opinnaytteet