Joutsenmerkki ja EU-ympäristömerkki

– Menestystarinoita Pohjoismaiden pienyhdyskunnista

Joutsenmerkki ja EU- ympäristömerkki – Menestystarinoita Pohjoismaiden pienyhdyskunnista

Tuottajien kokemuksia

Stefán Gíslason

Joutsenmerkki ja EU-ympäristömerkki – Menestystarinoita Pohjoismaiden pienyhdyskunnista
Tuottajien kokemuksia
Stefán Gíslason

ISBN 978-92-893-2654-4
<http://dx.doi.org/10.6027/TN2013-579>
TemaNord 2013:579

© Pohjoismaiden ministerineuvosto 2013

Ulkoasu: Hanne Lebech
Kannen valokuva: Calle Karlsson/Kavat

Pohjoismaiden ministerineuvosto on myöntänyt tukea raportin julkaisemiseen. Raportin sisältö ei välttämättä edusta Pohjoismaiden ministerineuvoston kantaa, näkemyksiä tai suosituksia.

www.norden.org/fi/julkaisut

Pohjoismainen yhteistyö

Pohjoismainen yhteistyö on yksi maailman laajimpia alueellisia yhteistyömuotoja. Yhteistyön piiriin kuuluvat Islanti, Norja, Ruotsi, Suomi ja Tanska sekä Ahvenanmaa, Färsaaret ja Grönlanti.

Pohjoismaista yhteistyötä tehdään politiikan, talouden ja kulttuurin aloilla tärkeänä osana eurooppalaista ja kansainvälistä yhteistyötä. Pohjoismaisen yhteisön tavoitteena on vahva Pohjola vahvassa Euroopassa.

Pohjoismainen yhteistyö pyrkii vahvistamaan pohjoismaisia ja alueellisia etuja ja arvoja globaalissa maailmassa. Maiden yhteiset arvot lujittavat osaltaan Pohjolan asemaa yhtenä maailman innovatiivisimmista ja kilpailukykyisimmistä alueista.

Pohjoismaiden ministerineuvosto

Ved Stranden 18
DK-1061 København K
Puhelin (+45) 3396 0200

www.norden.org

Sisällysluettelo

Esipuhe	7
1. Johdanto	9
1.1 Tarkoitus ja tavoite	9
1.2 Menetelmä	10
2. Menestystarinat	11
2.1 Allsidige Nord, Norja	11
2.2 Delipap Oy, Suomi	15
2.3 Delsbo Candle, Ruotsi	19
2.4 Edsbyverken, Ruotsi	25
2.5 Frøya Trøya, Norja	29
2.6 Føroyaprent, Färsaaret	34
2.7 GROM design, Norja	39
2.8 Hótel Eldhestar, Islanti	43
2.9 Hótel Rauðaskriða, Islanti	47
2.10 Hotell Savoy, Ahvenanmaa	52
2.11 ICA Nära Optimisten, Ruotsi	55
2.12 Junno & Unno Hylderne, Tanska	58
2.13 Kavat, Ruotsi	62
2.14 Lunawood, Suomi	66
2.15 Mariager Camping, Tanska	70
2.16 Rosenserien, Ruotsi	74
2.17 Slægtsgården ved Karup Å, Tanska	79
2.18 Undri, Islanti	85
3. Yhteystiedot	89
3.1 Yritysten yhteyshenkilöt	89
3.2 Verkkosivustoja	90

Esipuhe

Pohjoismaista ympäristömerkkiä eli Joutsenmerkkiä koskeva pohjoismainen yhteistyö on ollut menestyksellistä ja Joutsenmerkki on yksi maailman onnistuneimmista ympäristömerkeistä, kuten Isossa-Britanniassa vuonna 2008 toteutetussa Environmental Resources Managementin tutkimuksessa todettiin. EU-ympäristömerkki sijoittui samassa tutkimuksessa neljän parhaan joukkoon.

Pienyhdyskunnat ovat iso osa Pohjoismaita. Niiden asukasmäärä on suurkaupunkeihin verrattuna pienempi ja niillä on myös erilaiset haasteet. Sama koskee tavaroiden ja palveluiden tuottajia pienyhdyskunnissa. Heillä on sama tarve huomioida ympäristönäkökohdat toiminnassaan kuin suurkaupungeissa toimivilla tuottajilla – sekä ympäristön että markkinoiden takia. Joutsenmerkin tai EU-ympäristömerkin hakeminen saattaa kuitenkin tuntua joskus liian suurelta ja mittavalta hankkeelta toteutettavaksi. Sen vuoksi on tärkeä esitellä hyviä esimerkkejä muista samoissa oloissa toimivista yrityksistä. Ne osoittavat, että ympäristömerkintä on mahdollinen ja myös kannattava, ei pelkästään suurkaupungeissa vaan myös pienyhdyskunnissa. Tämä raportti esittelee useita tällaisia esimerkkejä, joita olemme kutsuneet ”menestystarinoiksi”.

Raportin on laatinut Stefán Gíslason, joka työskentelee Environice-konsulttiyrityksessä Islannissa. Tutkimus on tehty Islannin ympäristöviraston (Umhverfisstofnun) kanssa tehdyn sopimuksen pohjalta ja Pohjoismaiden ministerineuvoston pienyhdyskuntien ryhmän toimeksiantona. Pienyhdyskuntien ryhmä on kestävän kulutuksen ja tuotannon työryhmän (HKP-ryhmän) alaryhmä.

Monet henkilöt ovat auttaneet raportin kokoamisessa ja haluan kiittää heitä kaikkia avusta. Erityisen lämpimästi haluan kiittää pienyhdyshdyskuntien ryhmän jäsentä Elva Rakel Jónsdóttiria Islannin ympäristövirastosta, kansallisten ympäristömerkitäsihteeristöjen johtajia ja työntekijöitä sekä ennen kaikkea niitä mukavia ihmisiä, jotka jakavat tämän raportin myötä mielenkiintoisia ja ainutlaatuisia kokemuksiaan muille. On ollut ilo ja kunnia saada kokea heidän innostuksensa ja positiivinen suhtautumisensa elämään ja tulevaisuuteen.

Maaliskuu 2012

Stefán Gíslason

Projektipäällikkö

Environice, Borgarnes Islanti

Maria Gunnleivdóttir-Hansen

Pienyhdyshdyskuntien ryhmän puheenjohtaja

Torshavn, Färsaaret

1. Johdanto

Tämä raportti esittelee joukon menestystarinoita pienyrityksistä, joiden tuotteille tai palveluille on myönnetty Joutsenmerkki tai EU-ympäristömerkki.

1.1 Tarkoitus ja tavoite

Raportin tavoitteena on edistää tavaroille ja palveluille myönnettävien ympäristömerkkien käyttöä pienyhdyskunnissa esittelemällä pohjoismaisten pienyritysten Joutsenmerkkiin ja EU-ympäristömerkkiin liittyviä parhaita käytäntöjä. Raportti toimii ideapankkina, joka voi viitoittaa tietä muille yrityksille sekä Pohjoismaiden pienyhdyskunnissa että muualla Pohjoismaissa ja mahdollisesti myös Pohjoismaiden ulkopuolella. Raportti sopii myös ohjekirjaksi Pohjoismaiden ympäristömerkintäorganisaatioille sekä tausta-asiakirjaksi EU-ympäristömerkin kehitystyöhön.

Laajuus ja rajaukset

Raporttiin oli alun perin tarkoitus ottaa noin 20 pituudeltaan 2–4 sivun mittaista esimerkkiä hyvistä kokemuksista, joita pienyritykset olivat saaneet hankkiessaan Joutsenmerkkiä tai EU-ympäristömerkkiä. Tämä oli raportin ulkoinen kehys laajuuden osalta. Raportin taustan ja tarkoituksen mukaisesti pääpaino oli pienyhdyskunnissa toimivissa pienyrityksissä. Yrityskoolle ei ollut muodollisia rajoituksia, mutta pääasiallinen kohderyhmä oli alle 10 henkilön yritykset. Vähän yli puolet esimerkeistä kuuluu tähän ryhmään ja pienimmän yrityksen henkilömäärä on vain 0,5. Mukaan otettiin myös muutama iso yritys, joista suurimman henkilöstömäärä on 280. Nämä yritykset otettiin mukaan tutkimukseen siksi, että niillä oli paljon annettavaa. Lisäksi niiden avulla saatiin käsitys mikroyritysr ryhmälle harvinaisista toimialoista. Lähes kaikki yritykset sijaitsevat maaseutualueilla tai ainakin suurkaupunkien ulkopuolella. Muutama isolla paikkakunnalla sijaitseva yritys on otettu mukaan siitä syystä, että niillä oli jotain erityistä kerrottavaa.

1.2 Menetelmä

Useimmat raportin esimerkeistä on valittu Pohjoismaiden kansallisten ympäristömerkintäsihteeristöjen avulla. Kaikki sihteeristöt ovat ehdottaneet useita yrityksiä kustakin maasta. Yritykset on poimittu summitaisesti näiltä listoilta samalla, kun on pyritty mahdollisimman monipuoliseen otokseen mm. yritysten toimialojen suhteen. Saatuja tietoja täydennettiin jossain määrin internetistä löytyvällä tiedolla.

Raportissa julkaistut menestystarinat koottiin valituilta yrityksiltä puhelinhaastattelujen avulla pääasiassa helmikuun 2012 aikana. Yrityksille lähetettiin ensin sähköpostilla pyyntö osallistua hankkeeseen ja myönteisesti pyyntöön vastanneita haastateltiin käyttäen avoimia kysymyksiä. Tietoa saatiin myös yritysten verkkosivuilta. Tekstiluonnos lähetettiin yrityksille pian haastattelun tekemisen jälkeen ja lopulliset versiot laadittiin yhteistyössä yritysten kanssa.

Yritykset ovat itse hankkineet kuhunkin tarinaan liittyvän kuvamateriaalin, jonka oikeudet yritys omistaa ellei toisin mainita.

2. Menestystarinat

2.1 Allsidige Nord, Norja

Yritys:	Allsidige Nord AS
Sijainti:	Dal, Norja
Toimiala:	Kauppakassit
Henkilöstö:	3
Perustettu:	2007
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2009
Yhteyshenkilö:	Anders J Bredesen
Verkkosivusto:	www.allsidigenord.no

Merkintä mielessä alusta lähtien

Allsidige Nord AS perustettiin vuonna 2007. Alusta lähtien suunnitelmissa oli ympäristömerkinnän hankkiminen tuotteille. Tavoitteena oli vähentää ympäristöön ja yhteiskuntaan kohdistuvia haitallisia vaikutuksia sekä erottua muista ostoskassien valmistajista. Tarkoitukseen valittiin Joutsenmerkki, koska sitä pidettiin tunnetuimpana ympäristömerkkinä ja sen kriteerit olivat uskottavimmat.

Aikaa vievä ja opettavainen prosessi

Sertifiointia Joutsenmerkin saamiseksi alettiin valmistella vuonna 2008, ja prosessi osoittautui aikaa vieväksi. Erityisen kauan kesti raaka-aineista tarvittavan tiedon kerääminen. Monet raaka-aineet ovat peräisin Kiinasta ja niinpä jouduttiin tekemään paljon käännöstyötä kiinan kielestä. Samoin oli hankittava dokumentaatiota toimitusketjun kaikista osista aina Daliin asti. Prosessi oli opettavainen ja siinä tutustui omiin tuotteisiinsa entistä paremmin. Noin vuoden kuluttua kaikki palaset olivat kohdallaan ja ensimmäiset tuotteet saivat Joutsenmerkin keväällä 2009.

Kriteerien pitää olla tiukat!

Allsidige Nordin myyntipäällikön Anders J Bredesenin mukaan Joutsenmerkin kriteereistä ei pidä valittaa. On päinvastoin tärkeää, että kriteerit ovat tiukat ja että ne kattavat tuotteen koko elinkaaren, koska tässä on kysymys uskottavuudesta. Ja uskottavuutta Allsidige juuri halusi. ”Tämän ei pidä olla liian helppoa!”

Alku voisi olla yksinkertaisempi

Anders J Bredesenin mielestä Joutsenmerkin hankintaprosessin käynnistysvaihetta voitaisiin helpottaa. On tärkeää olla heti alussa mahdollisimman hyvin selvillä siitä, mitä dokumentaatiota tarvitaan. Allsidigen kokemus oli, että kun lopultakin oli ehtinyt hankkia jonkun asiakirjan, joku toinen paperi puuttui. Yhteydenpito ympäristömerkintäsihteeristöön sujui pääasiassa joustavasti. Joskus kesti kauan saada vastaus sen jälkeen, kun joku asiakirja oli jätetty sisään. Vastauksena oli tällöin usein, että dokumentaatiota tarvitaan lisää. Joskus tuntuikin siltä, ettei valmista tule koskaan.

Joutsenmerkki on tärkeä asiakkaille

Allsidige Nordin työntekijät ovat iloisia siitä, että he valitsivat Joutsenmerkin. Sertifiointi on luonut turvallisuutta ja vahvistanut asiakassuhteita. Joutsenmerkki on tärkeä monille heistä. Allsidige Nordin mukaan Joutsenmerkki on ilman muuta huomattava kilpailuetu.

Joutsenmerkin on muistutettava vahvuuksistaan

On olemassa monia erilaisia sertifiointijärjestelmiä. Tässä merkintöjen viidakossa on tärkeää, että Joutsenmerkki tulevaisuudessa jatkuvasti muistuttaa vahvuuksistaan. Anders J Bredesenin mielestä suurin Joutsenmerkkiin kohdistuva uhka on se, että ihmiset alkavat pitää Joutsenmerkkiä yhtenä monista ostettavista merkeistä, joilla ei ole mitään merkitystä. Joutsenmerkin täytyykin olla valppaana ja korostaa ainutlaatuisia asemaansa – luotettavin ja luokkansa paras. Sillä sitähan se on.

Ympäristö ja eettinen toiminta entistä tärkeämpiä

Allsidige Nordin mielestä on tärkeä informoida asiakkaita ympäristömerkinnästä ja sen merkityksestä. Itse tuotteellakin on selkeä ympäristöprofiili, koska Allsidige Nord valmistaa ostoskasseja, jotka korvaavat

ison määrän tavallisia kertakäyttökasseja. Ympäristötietoinen ja eettinen kauppa on entistä tärkeämpää yrityksille, asiakkaille ja maapallolle. Tämä on tärkeä matka, johon sekä pienten että suurten yritysten on syytä osallistua.

Pienyritykset tarvitsevat ympäristömerkintää

Anders J Bredesenin mielestä ympäristömerkintä on erityisen tärkeä pienimmille yrityksille, koska se helpottaa kilpailua isompien yritysten kanssa. Mitään ei menetä, mutta voitettavaa on paljon!

Lisätietoa Allsidige Nord AS:stä

Allsidige Nord AS on pienehköstä koostaan huolimatta Norjan suurimpia kestokassien toimittajia ja Pohjoismaiden ainoa, joka on saanut Joutsenmerkin tällaisille kasseille. Jokaisen kassin arvioidaan korvaavan ainakin kymmenen muovista tai paperista kertakäyttökassia. Kassit valmistetaan ei-kudotusta polypropyleenimuovista. Allsidige Nord AS on eettistä kauppaa edistävän Initiativ for etisk handel -järjestön jäsen. Yritys nimettiin vuoden naisyritykseksi Oslo Innovation week -tapahtumassa syksyllä 2010.

Kuva 1. Esimerkkejä Allsidigen ostoskasseista

Kuva 2. Tyytyväisiä Allsidigen ostoskassien käyttäjiä

Kuva 3. Norjan ympäristömerkintäsihteeristön markkinointipäällikkö Cathrine Elger (vasemmalla) luovuttaa Joutsenmerkin käyttöluvan Allsidige Nordin toimitusjohtajalle Hege Svendsenille. (Kuva: Stiftelsen Miljømerking i Norge)

2.2 Delipap Oy, Suomi

Yritys:	Delipap Oy	
Sijainti:	Veikkola, Suomi	
Toimiala:	Vaipat ja hygieniatuotteet	
Henkilöstö:	80	
Perustettu:	1978	
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki	
Myöntämisvuosi:	2006	
Yhteyshenkilö:	Katarina Hanell	
Verkkosivusto:	www.delipap.com	

Ympäristötietoinen perustaja

Kun Raimo Nuortie perusti Delipap Oy -yrityksen vuonna 1978, ympäristön huomiointi oli jo tuolloin tärkeä osa hänen ideoitaan. Raimo Nuortie oli itse asiassa uranuurtaja ympäristön, yhteiskunnan ja työntekijöiden hyvinvoinnin suhteen. Nämä asiat ovat siten olleet luonnollinen osa yrityksen työtä koko ajan.

Kaksoiset tarvitsevat hyviä vaippoja

Raimo Nuortie keksi uudentyyppisen vaipan hoitaessaan kaksostytärtänsä 1970-luvulla. Hän sai keksinnölleen patentin, mikä johti sittemmin Delipap Oy:n perustamiseen. Delipap on edelleen perheyrittäjä ja Raimo Nuortie on hallituksen puheenjohtaja operatiivisen vastuun ollessa hänen lapsillaan. Aluksi valmistettiin vain lastenvaippoja, mutta valikoima on kasvanut sisältäen nyt myös useita paperista valmistettuja hygieniatuotteita.

Merkintä entistä tärkeämpää

”Markkinat kehittyvät jatkuvasti ja merkintä on entistä tärkeämpi”, toteaa Delipapin myynti- ja markkinointijohtaja Katarina Hanell. Asiakkaat tarvitsevat selkeää ja luotettavaa tietoa tuotteiden ominaisuuksista. Delipap sai Allergia- ja astmaliiton yhteistyötunnuksen käyttöoikeuden vuonna 1997 ja ISO 9001 -laatusertifikaatin vuonna 2003. Näin ollen Joutsenmerkki oli ”looginen askel valitulla tiellä”.

Maailman ensimmäinen joutsenmerkitty terveysside

Delipap sai vuonna 2006 Joutsenmerkin suoraan asiakkaille valmistamilleen tuotteille ja jo vuonna 2009 omille tuotemerkeilleen. Valmistelut sujuivat suhteellisen hyvin mm. siitä syystä, että yrityksen varatoimitusjohtajalla oli paljon kokemusta ja tietoa alasta ja prosesseista. Hän pystyi myös käyttämään tarvittavan määrän aikaa työhön. Prosesseihin jouduttiin tekemään jonkin verran muutoksia, mutta paljon oli jo valmiina. Eniten aikaa vei yhteydenpito toimittajiin, joiden oli tehtävä Joutsenmerkin edellyttämät muutokset omiin prosesseihinsa. Delipap oli ensimmäinen valmistaja maailmassa, joka sai Joutsenmerkin terveyssiteilleen ja toinen lastenvaipoille merkinnän saanut yritys maailmassa.

Joutsenmerkki on minimivaatimus

”Joutsenmerkki on tietysti hyvä keino erottua, mutta se on kuitenkin vain osa kokonaisuutta”, Katarina Hanell toteaa. Delipap pitää Joutsenmerkin kriteerejä vähimmäisvaatimuksena ja menee aina askeleen pidemmälle, mikäli mahdollista. Osa tuotteista on lisäksi 100-prosenttisesti biohajoavia. Tuotantolaitokset käyttävät pelkästään vesivoimalla tuotettua sähköä ja jätteet käytetään laitosten lämmitykseen ja energiantuotantoon.

Asiakkaiden vaatimukset kasvavat

Delipapin asiakkaat haluavat entistä enemmän joutsenmerkittyjä tuotteita. Joutsenmerkki ei ole nostanut myyntimääriä nopeasti tai merkittävästi, mutta ympäristömerkintä on tietysti tärkeä asia markkina-aseman säilyttämiseksi. Ympäristö on tärkeä osa Delipapin imagoa ja Joutsenmerkistä on tullut vähitellen kilpailutekijä ympäristötietoisuuden lisääntyessä. Delipap haluaa ehdottomasti jatkaa aloittamallaan tiellä.

Joutsenmerkistä tiedotettava aktiivisesti

Katarina Hanellin mielestä tarvitaan vielä selkeämpää tietoa kuluttajille Joutsenmerkistä ja siitä, mikä sen erottaa muista merkeistä. Suomalaiset kuluttajat ovat usein epä tietoisia ja sekoittavat toisiinsa eri merkintäjärjestelmiä kuten Allergiatunnuksen, ympäristömerkin tai kotimaisuutta osoittavan Avainlipun. Tiedonvälityksen tehostamiseksi pitäisi hyödyntää myös sanomalehtiä ja muita viestimiä. Ei riitä, että tietoa on saatavilla vain ympäristömerkinnän verkkosivuilla niille, jotka sitä osaavat hakea. Delipap hyödyntää itse aina Joutsenmerkkiä markkinoinnissa ja verkkosivuillaan.

Lisätietoa Delipapista

Delipap valmistaa erilaisia hygieniatuotteita pääasiallisesti selluloosasta sekä omien tuotemerkkiensä että asiakkaiden tuotemerkkien alla. Noin 30 prosenttia myynnistä on niin kutsuttuja Private Label -tuotteita. Omista tuotemerkeistä tunnetuimpia ovat todennäköisesti naisten hygieniatuotteet Vuokkoset ja lasten Muumivaipat. Tällä hetkellä noin puolet Delipapin kaikista tuotteista on joutsenmerkittyjä. Tuotteita myydään päivittäistavarakaupoissa kaikkialla Suomessa sekä erikoisliikkeissä ja päivittäistavarakaupoissa eri puolilla maailmaa. Runsas kolmannes tuotteista menee vientiin. Delipapilla on oma myyntikonttori myös Pietarissa. Yrityksellä on kaksi tuotantolaitosta, toinen Veikkolassa ja toinen Raaseporissa. Vuotuinen liikevaihto on noin 18 miljoonaa euroa.

Kuva 4. Delipap. Suomen ainoa vaippatehdas – keskellä metsää

Kuva 5. Ryhmäkuva Delipapin vaippapaketeista

Kuva 6. Delipap Oy:n toimitusjohtaja Oskari Nuortie ja myyntijohtaja Katarina Hanell maaliskuussa 2011. (Kuva: Ulla Ora)

2.3 Delsbo Candle, Ruotsi

Yritys:	Delsbo Candle, Ruotsi
Sijainti:	Delsbo, Ruotsi
Toimiala:	Kynttilät
Henkilöstö:	40
Perustettu:	1944
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2008
Yhteyshenkilö:	Kenneth Dådring
Verkkosivusto:	www.delsbocandle.se

”Seuraava raaka-aine on steariini”

Moni ei uskonut Olle Skogia, kun hän jo 1970-luvulla totesi, että ”seuraavaksi kynttilöiden valmistuksessa käytetään steariinia”. Nykyisin Delsbo Candle valmistaa kynttilöitä vain steariinista. Se on uusiutuva raaka-aine, joka ei lisää kasvihuoneilmiötä. Steariinikynttilät eivät myöskään savuta, kärytä, tai käyristy. Raaka-aine on vielä halvempi kuin petrolituote parafiini, jota useimmat kynttilänvalmistajat edelleen käyttävät.

Pitkä historia

Kynttilöiden valmistus alkoi Delsbossa jo vuonna 1944 Norrländska Ijusstöperiet -nimen alla. Sen jälkeen yritys on vaihtanut nimeä ja omistajaa pari kertaa. Vuonna 1984 kynttilätehdas siirtyi Duni AB:lle, joka teki siitä yhden maailman nykyaikaisimmista kynttilätehtaista. Nykyinen omistaja Olle Skog on toiminut paikallisjohtajana vuodesta 1982 lähtien. Hän otti tehtaan haltuunsa vuonna 2004 yhdessä Anders Hagbergin kanssa, jolla on myös monen vuoden kokemus kynttiläalalta.

Kohti parempaa ympäristöä

Kun Olle Skog ja Anders Hagberg olivat ottaneet tehtaan haltuunsa, he alkoivat tosissaan muuttaa tuotantoa ympäristömyötisemmäksi ja kannattavammaksi. Parafiinista luovuttiin kokonaan vuonna 2005 ja sen jälkeen on käytetty 100-prosenttisesti steariinia. Delsbo halusi kuitenkin mennä vielä pitemmälle ja hankkia ympäristömerkin. Niinpä he ottivat yhteyttä Joutsenmerkkiin. Tuolloin ei ollut vielä olemassa kynttilöitä koskevia vaatimuksia ja steariinikynttilöiden sertifiointi vaikutti mahdollottomalta. Steariinia saadaan kasvi- tai eläinrasvasta, toisin sanoen palmuöljystä, eläinten rasvasta tai kalaöljystä. Ongelmana oli palmuöljyn

jäljitettävyys. Ongelma ratkaistiin yhteistyössä Karlshamnissa toimivan AAK:n kanssa, joka alkoi valmistaa steariinia vain alkuperältään tunnetusta eläinrasvasta. Näin isot esteet hävisivät.

Yhteinen matka

Delsbo ja Ruotsin ympäristömerkintäsihteeristö kehittivät yhdessä Joutsenmerkin kriteerit kynttilöille. Noin 40–50 muuta kynttilänvalmistajaa pyydettiin mukaan työhön, mutta kukaan ei ollut kiinnostunut. Kriteerit valmistuivat vuonna 2007 ja vuonna 2008 Delsbo Candle sai Joutsenmerkin käyttöoikeuden.

Kolmessa vuodessa kasvua 278 prosenttia!

Joutsenmerkillä on ollut iso merkitys Delsbo Candles liiketoiminnan kehitykselle. Yrityksen saadessa Joutsenmerkin liikevaihto oli 27 miljoonaa Ruotsin kruunua. Vuonna 2011 se oli jo 102 miljoonaa. Eli liikevaihto kasvoi 278 prosenttia kolmessa vuodessa! Myynti- ja markkinointipääällikkö Kenneth Dådringin mukaan tämä johtui suoraan tai välillisesti Joutsenmerkistä. Kehitys on mahdollistanut investoinnit uusiin ja vielä parempiin koneisiin. Kesäkuussa 2011 Delsbo hankki yhden maailman suurimmista kynttilän valmistukseen käytettävistä koneista.

Ei yhtään rahaa mainontaan

Delsbo Candle ei käytä yhtään rahaa mainontaan. Kennethin mukaan Joutsenmerkki on riittävä mainos. ”Maksamme siitä vain 0,3 % liikevaihdosta, mikä ei todellakaan ole paljon! Valittamisen aiheetta ei ole!” Delsbo ei myöskään markkinoi omaa tuotemerkkiään sellaisenaan vaan *Joutsenmerkittyjä kynttilöitä*. Mitä tapahtuu, kun useampi tuottaja alkaa valmistaa joutsenmerkittyjä kynttilöitä? ”Mitä enemmän, sen parempi”, Kenneth Dådring toteaa. Delsbo haluaa olla paras, mutta kilpailua tarvitaan. Lisäksi ympäristö hyötyy, jos useampi valmistaja käyttää steariinia!

Halvempi raaka-aine, erikoiskoneet

Steariinikynttilöiden valmistus vaatii erikoislaitteita sekä haponkestäviä johtoja, muotteja ja tankkeja. Monet parafiinia tällä hetkellä käyttävät kynttilänvalmistajat eivät pysty tekemään steariinikynttilöitä, koska heidän tuotantolaitteensa eivät ole haponkestäviä. Joitakin vuosia sitten steariini oli parafiinia kalliimpi raaka-aine. Tilanne muuttui vuonna

2004. Sen jälkeen steariini on ollut paljon halvempaa. Valmistusprosessi sen sijaan edellyttää paljon tarkempaa ohjausta esimerkiksi jäähdytysvaiheessa, minkä takia steariini-kynttilät ovat edelleen kalliimpia.

Ei sairauspoissaoloja

Dagens Industri -lehden artikkelissa Delsbo Candle esiteltiin yrityksenä, jossa ei ole sairauspoissaoloja. Panostukset kestäväyyteen eivät koske pelkästään ympäristöä vaan myös työntekijöiden hyvinvointia. Henkilöstö valitsee itse työaikansa ja päättää, millä koneilla tuotantoa ajetaan. Kaikki merkitään yhteiseen suunnittelukalenteriin. Tuloksena on tyytyväinen henkilöstö ja vähäiset sairauspoissaolot. Työntekijöiden vaihtuvuus onkin erittäin pientä.

Lisätietoa Delsbo Candlesta

Delsbo Candlen kynttilätehdas sijaitsee pienellä Delsbon paikkakunnalla Hudiksvallin ulkopuolella noin 350 kilometriä Tukholmasta pohjoiseen. Henkilöstön määrä on 40, joista vain viisi työskentelee hallinnossa. Yritys valmistaa joutsenmerkittyjä kynttilöitä, etupäässä asiakkaiden omien tuotemerkkien alla. Delsbon kynttilän tunnistaa Joutsenmerkin käyttöluvan numerosta 388 001.

Kuva 7. Delsbon logo

Kuva 8. Delsbo Candle saa ensimmäisenä kynttilänvalmistajana Joutsenmerkin käyttöoikeuden. Vasemmalla toinen yrityksen omistajista Olle Skog yhdessä tunnetun ruotsalaisen tv-esiintyjän Martin Timellin kanssa

Kuva 9. Joutsenmerkittyjä Delsbo Canden kynttilöitä

**Kuva 10. Delsbo Candle Joutsenmerkin ja EU-kukan yhteisessä tapahtumassa.
(Kuva: Miljömärkning Sverige)**

2.4 Edsbyverken, Ruotsi

Yritys:	Edsbyverken AB
Sijainti:	Edsbyn, Ruotsi
Toimiala:	Huonekalut
Henkilöstö:	280
Perustettu:	1899
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2001
Yhteyshenkilö:	Josef Höbenreich
Verkkosivusto:	www.edsbyn.com

Ympäristö huomioidaan aina

Edsbyverken on aina ottanut huomioon ympäristötekijät. Yritys perustettiin vuonna 1899, kun käsityöläinen Lars Fredrik Pettersson alkoi valmistaa omassa veistämössään huonekaluja, ovia ja ikkunoita Hälsinglandissa sijaitsevan ja nopeasti laajenevan Edsbyn uudisrakentamisen tarpeisiin. Siitä lähtien yritys on aina keskittynyt pääasiassa huonekalujen valmistukseen, vaikkakin Edsbyverken tunnettiin vuosina 1934–1984 maailman suurimpana suksivalmistajana. Ympäristöasiat ovat aina olleet tärkeitä ja yrityksellä on ISO 9001 ja ISO 14001 -laatusertifikaatit.

Uskottava näyttö

Vuosisadan vaihteessa Edsbyverken alkoi kaivata riippumatonta todistetta tuotteidensa ympäristömyötäisyydestä, koska siitä haluttiin antaa asiakkaille tietoa uskottavalla tavalla. Tuotteiden sertifiointijärjestelmiä oli tuolloin vain muutama, mutta Joutsenmerkki vaikutti erinomaiselta vaihtoehdolta, koska se oli valtion omistama ja hyvin tunnettu merkki luotettavine kriteereineen.

Paljon työtä

Joutsenmerkin hakuprosessin valmistelu vaati paljon työtä, mikä ei ollut yllätys. Tämänäyttöinen järjestelmä vaatii tietysti paljon dokumentaatiota ja sen hankinta vie oman aikansa. Edsbyverken oli varautunut hyvin tähän eikä pitänyt sitä tarpeettomana byrokratiana.

Koko tuotevalikoimasta 80 % joutsenmerkitty

Edsbyverken sai ensimmäisenä toimistohuonekalujen valmistajana Joutsenmerkin vuonna 2001, aluksi neljälle huonekalusarjalle. Sittenkin yhä useampia sarjoja on joutsenmerkitty. Nyt kokonaista 80 prosenttia tuotteista on saanut Joutsenmerkin. Jäljellä olevista tuotteista osa ei kuulu Joutsenmerkin tuoteryhmääritelmään.

Tavoite korkealla

Edsbyverken pitää Joutsenmerkin vaatimuksia minimitasona. Toimitusjohtaja Josef Höbenreichin mukaan vaatimustaso pyritään asettamaan Joutsenmerkin kriteerien yläpuolelle. Kun tavoitteet on saavutettu, asetetaan uusia päämääriä ja parannuksia pyritään tekemään jatkuvasti esimerkiksi optimoimalla prosesseja, vähentämällä matkat minimiin ja kehittämällä työympäristöä.

Joutsenmerkki helpottaa kysymyksiin vastaamista

Josef Höbenreichin mukaan Joutsenmerkki helpottaa vastaamista asiakkaiden kysymyksiin. Koskipa kysymys ympäristöä tai laatua, vastaus on jo dokumentoitu. Enää ei tarvitse etsiä tietoa esimerkiksi materiaalien ominaisuuksista. Ne löytyvät järjestelmästä ja tiedot voi lähettää suoraan asiakkaalle. Joutsenmerkistä on myös etua, kun maakäräjien ja muiden julkisten toimijoiden kanssa tehdään ostosopimuksia.

Ympäristöä aliarvioidaan julkisissa ostoissa

Ympäristön painoarvo julkisissa hankinnoissa on nyt vain 10 %, kun taas hinnan painoarvo on peräti 60 %. Josefin mielestä ympäristön painoarvo on paljon tärkeämpi ja sen pitäisi olla 25–30 %.

Joutsenmerkin markkinointia tehostettava

”Tuntuu siltä, että me teemme Joutsenmerkin markkinointityötä huonekalualalla”, Josef Höbenreich toteaa. Joutsenmerkki on erittäin vahva ja arvokas tuotemerkki, josta pitäisi tiedottaa aktiivisemmin. On myös syytä korostaa, että Joutsenmerkki on valtiollinen yritys ja sen vuoksi ainutlaatuisen vahva merkki monien joukossa.

Maksurakenne huolestuttaa

Vuonna 2012 voimaan tuleva Joutsenmerkin uusi maksurakenne huolestuttaa Edsbyverkeniä. Yrityksen maksu kaikkiin Pohjoismaihin nousee 350 000 Ruotsin kruunusta 100 000 euroon (noin 880 000 Ruotsin kruunua). Ongelmia ei synny, jos tuotteita myydään kaikkialla Pohjoismaissa, mutta korotus on melkoinen, jos vientiä on vähän. Euromääräinen hinta on myös ongelmallinen, koska valuuttakurssien vaihtelu voi aiheuttaa odottamattomia muutoksia.

”Meillä on Joutsenmerkki”

Kaikki Joutsenmerkin saaneet voivat mainostaa, että ”meillä on Joutsenmerkki”, vaikka se koskisi vain yhtä laajan valikoiman tuotetta eikä 80 prosenttia tuotteista kuten Edsbyverkenillä. Asialle ei ehkä voi tehdä mitään, mutta pisimmälle ympäristömerkintätyössä edennyt yritys pitää tätä kuitenkin ”hieman ongelmallisena”.

Ympäristötyö kannattaa

Ympäristöön liittyvä työ kannattaa, ainakin pitkällä aikavälillä. Ympäristötyö ei siis välttämättä ole kallista. Se tuo päinvastoin säästöjä, koska käyttökustannukset pienenevät ja tulevan toiminnan edellytykset paranevat. Josef Höbenreichin mukaan tätä viestiä on syytä korostaa.

Lisätietoa Edsbyverkenistä

Edsbyverken on johtava huonekaluyritys ja edustaa alansa kärkeä ympäristötyössä. Yrityksellä on tällä hetkellä noin 280 työntekijää ja 400 miljoonan Ruotsin kruunun vuotuinen liikevaihto. Tehtaan pinta-ala on 40 000 m². Josef Höbenreich on toimitusjohtaja ja yrityksen ympäristötyöstä vastaa Sören Hammarström.

Kuva 11. Edsbyverkenin tuotantolaitos Edsbynissa

Kuva 12. Edsbyverkenin valmistamia toimistohuonekaluja

Kuva 13. Edsbyverkenin logo

2.5 Frøya Trøya, Norja

Yritys:	Frøya Trøya AS
Sijainti:	Tiller, Norja
Toimiala:	Vaatteet
Henkilöstö:	3
Perustettu:	1981
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2009
Yhteyshenkilö:	Fritz Køhler
Verkkosivusto:	www.froya.com

Saastuttavia kankaita ei pidä valmistaa

Frøya Trøya on valmistanut T-paitoja ja neulepuseroita vuodesta 1981 lähtien. Yritys sai Ökö-Tex -sertifikaatin 1990-luvulla. Frøya Trøyassa oltiin jo tuolloin sitä mieltä, ettei tavallisia ympäristöä saastuttavia kankaita kannata valmistaa. Niinpä tavoitteeksi otettiin joutsenmerkityt tekstiilit, jotka olisivat myös hinnaltaan kilpailukykyisiä.

Intiassa helpompaa

Vuonna 2009 Frøya Trøya muutti koko tuotantonsa Intiaan. Kuulostaa ehkä paradoksaaliselta, mutta muuton myötä Joutsenmerkkiin tähtäävä prosessi yksinkertaistui, koska ekologista puuvillaa oli helpompi saada suoraan viljelijöiltä ja valinnat voitiin tehdä itse. Valmistelut Joutsenmerkin hankkimiseksi käynnistyivät tosissaan vasta vuonna 2009 ja käyttöoikeus saatiin saman vuoden lopussa.

Kuukausien työ

Joutsenmerkkiin tähtäävät valmistelut vaativat monen kuukauden työn. Pääasiallisena kysymyksenä oli varmistaa, että kaikki toimittajat täyttävät vaatimukset, toiminta on läpinäkyvää ja jäljitettävissä sekä että kaikki väriaineet ja muut kemikaalit ovat hyväksytyjä. Värjäys oli hankalin vaihe. Tuotevastaava Fritz Køhlerin mukaan tekstiilialalla päästöjä aiheutuu eniten värjäyksestä.

Ei tarvitse olla kalliimpi

Kaikki näyttävät hyväksyvän sen, että ekologiset tai ympäristömerkityt tuotteet ovat aina kalliimpia kuin sertifioimattomat tuotteet. Aina ei kuitenkaan tarvitse olla näin. Frøya Trøya valmistaa tällä hetkellä noin

20 000 eri muunnelmaa vaatteista, jotka on osittain suunniteltu yksilöllisten toiveiden mukaan ja osittain valmistettu eri pituuksina ja leveyksinä. Raaka-aineena käytetään korkealaatuista ekologista puuvillaa ja tuote kestää 2–3 kertaa kauemmin kuin useimmat kilpailijoiden tuotteet. Lisäksi värjäys tapahtuu ilman päästöjä ympäristöön. Tästä huolimatta asusteet ovat samanhintaisia kuin muut huonompilaatuiset tuotteet, joiden ekologinen jalanjälki on paljon suurempi. Asia ei kuitenkaan muutu itsestään. Välikäsien määrää on vähennettävä ja tuotantoprosessin rakennetta parannettava. Joutsenmerkki auttaa tässä.

Joutsenmerkin on oltava tiukka

Fritz Køhlerin mielestä tekstiilejä koskevat Joutsenmerkin kriteerit ovat sopivat. Joutsenmerkin on oltava tiukka kaikilla tasoilla, muutoin joku valitsee oikotien.

Enemmän kuin ekologista

Luultavasti monet eivät erota toisistaan joutsenmerkittyjä tekstiilejä ja muita luomupuuvillasta valmistettuja tekstiilejä. Vaikka tuote on tehty luomupuuvillasta, tekstiilivalmistus voi aiheuttaa mittavia vaarallisten värikemikaalien yms. päästöjä. Joutsenmerkki tarkoittaa, että koko tuotantoprosessi on ympäristömyönteinen raaka-aineesta aina valmiiseen tuotteeseen asti. Frøya Trøyassa on päästy lähes nollaan päästöjen osalta!

Jokainen valinta on tärkeä

Fritz Køhlerin mukaan Frøya Trøyalle on tärkeää saada asiakkaat ymmärtämään, miksi ympäristömerkittyjä tuotteita kannattaa ostaa. Jokainen vaate sisältää tietyn määrän ympäristötyötä ja joka kerta, kun asiakas tekee päätöksen, hän äänestää tietyn tuotantoprosessin puolesta.

Tullisääntöjä pitäisi tarkistaa

Julkisen sektorin tulee olla edelläkävijä ja tehdä selvä ero ympäristömerkitusten ja ilman ympäristömerkintää olevien tuotteiden välille. Tullisääntöjä pitäisi myös tarkistaa. Frøya Trøya maksaa 10,7 % tullia yrityksen Intian tuotantolaitoksissa valmistetuista tuotteista, kun taas vastaava tuonti Bangladeshista on tullitonta ilman, että ympäristö- tai eettisiä näkökohtia huomioidaan ollenkaan. Fritz Køhlerin mukaan tullivapaus ympäristösertifioituille tuotteille olisi tärkeä askel kohti parempaa ympäristöä.

Joutsenmerkkiä suositellaan lämpimästi

Frøya Trøya on ylpeä siitä, että se voi myydä joutsenmerkittyjä vaatteita. Yrityksen viesti ostajille on, että myös heidän on syytä olla ylpeitä. Luomupuuvillasta voi siis valmistaa erittäin korkealaatuisia vaatteita kilpailukykyisin hinnoin: ”Se on niin helppoa, että sitä ei oikein voi uskoa – ja vaate tuntuu silkinpehmeältä”. Tämä saavutettiin Joutsenmerkin avulla ja siksi Frøya Trøya suosittelee Joutsenmerkkiä toisille yrityksille yhtä ylpeänä kuin omia vaatteitaan.

Lisätietoa Frøya Trøyasta

Frøya Trøya perustettiin vuonna 1981, ja nykyisin se on norjalaisten laatupaitojen tunnetuin tuotemerkki kotimaassaan. Yrityksen pääkonttori sijaitsee Tillerissä Trondheimin ulkopuolella. Tuotanto siirrettiin Intiaan vuonna 2009, ja tuotekehitys, suunnittelu, myynti, hallinto, varasto ja jakelu hoidetaan Tillerissä kolmen työntekijän voimin. Fritz Køhler vastaa tuotannosta ja ympäristötyöstä.

Kuva 14. Frøya Trøyan toimitusjohtaja Camilla Køhler yllään joutsenmerkitty T-paita

Kuva 15. Frøya Trøyan ympäristöviesti

Kuva 16. Frøya Trøyan tuotantolaitos Intiassa

2.6 Føroyaprent, Färsaaret

Yritys:	Føroyaprent
Sijainti:	Tórshavn, Färsaaret
Toimiala:	Kirjapaino
Henkilöstö:	25–30
Perustettu:	2004
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2007
Yhteyshenkilö:	Jon Hestoy
Verkkosivusto:	www.foroyaprent.fo

Joutsenmerkki mielessä alusta lähtien

Føroyaprent perustettiin vuonna 2004, kun Dimmalættingin ja Hestprentin kirjapainot yhdistettiin. Jo prosessin alkuvaiheessa uusi hallitus päätti hakea jonkinlaista ympäristösertifiointia. Koska Føroyaprent on aina pyrkinyt kilpailemaan parhaimpien painojen kanssa kaikkialla Pohjoismaissa, Joutsenmerkki tuntui luonnolliselta valinnalta. Vuoden 2006 lopussa Føroyaprent haki Joutsenmerkkiä Tanskan ympäristömerkintäsihteeristöltä, koska Färsaarilla ei ole omaa sihteeristöä.

Sertifiointi kahdessa kuukaudessa!

Føroyaprent sai Joutsenmerkin jo helmikuussa 2007. Vain kahden kuukauden kuluttua hakemuksesta sertifiointi oli siis hoidettu! Osoittautui, että lähes kaikki asiat olivat kunnossa alusta lähtien. Muun muassa liuotteet oli jo korvattu ja 60–65 % paperista oli hyväksytty. Lopuksi Tanskan ympäristömerkintäsihteeristö tuli tarkastuskäynnille. Kun koko yrityksen toiminta oli tutkittu, Joutsenmerkki voitiin myöntää illalla! Sertifioinnin valmistelu ei myöskään vaatinut erityisen paljon työtä. Paperityöhön käytettiin ehkä 40–80 tuntia ja suunnilleen yhtä paljon kokouksiin yms. yrityksen sisällä.

Hedelmällinen maa

Føroyaprent oli itsekin kehitysvaiheessa prosessin käynnistyessä. Osapuolten juuret ulottuvat vuoteen 1877 asti ja yritysten yhdistyminen vuonna 2004 käynnisti perusteellisen uudistyön, joka koski koneita, materiaaleja ja työtapoja. Kaikki olivat avoimia uusille vaikutteille ja ideoille, ja yrityksen työntekijät pitivät ympäristömerkintätyötä erittäin mielenkiintoisena. Henkilöstö on aina ollut aloitteellinen uusien parannusten suhteen. Kostutusveden alkoholipitoisuutta on mm. yritetty vä-

hentää ilman, että hallitus on sitä vaatinut. Alkoholipitoisuus onkin laskenut 8–10 %:sta noin 5 %:iin viime aikoina. Syynä tähän on se, että työntekijät eivät halua tuntea sisäilmassa kemikaalien hajua. Työterveyteen on kiinnitetty enemmän huomiota, mikä suosii myös ympäristöä ja yrityksen taloutta.

Kilpailutekijä

Joutsenmekki on ollut Føroyaprentille tärkeä kilpailutekijä. Pienessä maassa kuten Färsaarilla asiakkaat haluavat todisteita siitä, että laatu ja luotettavuus ovat vähintään samalla tasolla kuin ulkomaisilla kilpailijoilla. Pienyhdyskunnissa ehkä ajatellaan helposti, että muualta tullut on aina parempaa.

Erittäin vahva tuotemerkki

Føroyaprent käyttää Joutsenmerkkiä tuotemerkkinä hyvin johdonmukaisesti. Asiakkaille on mm. järjestetty tiedotuskampanja siitä, kuinka tärkeää on valita joutsenmerkittyjä tuotteita. Asiakkaat voivat päättää, että he ovat ”Joutsenmerkki-asiakkaita”. Tämä tarkoittaa mm. sitä, että he ostavat pelkästään joutsenmerkittyjä painotuotteita. Myös asiakkaat, kuten suurimmat päivittäistavaraketjut Bónus ja Miklagarður, näkevät tämän mahdollisuutena vahvistaa imagoaan ympäristötietoisena yrityksenä. Asiakkaat saavat painetun diplomin vahvistuksena vihreistä ostoista. Monet asiakkaat ovat ripustaneet diplomin näkyvälle paikalle liikkeissään korostaakseen vihreää imagoaan. Ehkä tämä kannustaa muitakin samaan ajattelutapaan.

Tietoa helposti saatavilla, mutta...

Joutsenmerkistä on saanut helposti tietoa, vaikkakaan sitä ei ollut saatavilla Tórshavnissa. Kööpenhaminassa sijaitsevaan sihteeristöön on helppo ottaa yhteyttä ja kanssakäyminen sujuu joustavasti. Sen sijaan uusilla tulokkailla voi olla alussa vaikeampaa, koska Joutsenmerkillä ei ole ”kotikenttätietoa” Färsaarilla. Joutsenmerkkiä ei mainosteta esimerkiksi tiedotuskampanjoilla Färsaarilla. Joutsenmerkki näkyy kuitenkin paljon Tanskan televisiossa, mikä osaltaan markkinoi sitä, vaikka mainonta ei olekaan viranomaisten hoitamaa.

Helppo ymmärtää

”Joutsenmerkin kriteerit on helppo ymmärtää ja järjestelmän hallinnointi on helppoa”, toteaa toimitusjohtaja Jon Hestoy. Hän ei pidä kriteerejä liian tiukkoina. ”On hienoa, että kriteerit soveltuvat yhtä hyvin sekä pienille, keskisuurille että isoille yrityksille.” Päivityksistä johtuviin uusiin kriteereihin ei myöskään ole ollut vaikea sopeutua.

Pistejärjestelmä vahvuutena

Joutsenmerkin kriteerien pistejärjestelmä nähdään vahvuutena. Se tarjoaa paljon joustavuutta ja motivaatiota yritykselle. Yritys kerää pisteitä vahvoilta aloiltaan samalla, kun pistejärjestelmä kannustaa parannuksiin muilla alueilla.

En ymmärrä, miksi meitä on niin vähän

”En ymmärrä ollenkaan, miksei useampi yritys hae Joutsenmerkkiä”, Jon Hestoy sanoo. ”Varmasti näin tapahtuisikin, jos joku ymmärtäisi kertoa, kuinka helppoa se todella on. Prosessia ehkä pidetään monimutkaisena, mutta se ei pidä paikkaansa.”

Lisätietoa Føroyaprentistä

Føroyaprent on graafisella alalla toimiva täyden palvelun yritys, jossa on noin 30 työntekijää. Se on ainoa joutsenmerkitty yritys Färsaarilla ja saarten ehdottomasti suurin painotalo markkinaosuuden ollessa 65–85 %. Toimitusjohtaja on Jon Hestoy.

Kuva 17. Føroyaprentin työntekijät 11.11.2011

Kuva 18. Färsaarten pääministerin toimistolle myönnetty Føroyaprentin vihreiden ostojen diplomi

2.7 GROM design, Norja

Yritys:	GROM design
Sijainti:	Vaksdal, Norja
Toimiala:	Lelut
Henkilöstö:	3
Perustettu:	2004
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2010
Yhteyshenkilö:	Synnøve Tveito
Verkkosivusto:	www.grom.no

Itsestään selvä asia alusta lähtien

GROM design on yritysprofilointia yms. tekevä suunnitteluyritys. Jo kauan sitten yritys päätti, että jos joskus käynnistetään tuotantoa, niin sille hankittaisiin ympäristömerkki. Ajatuksen taustalla oli mm. kirjojen suunnittelutyö, koska siinä syntyi paljon tarpeetonta jätettä. Tuote ilman ympäristömerkkiä ei ollut koskaan vaihtoehto!

Sanojen taikaa

GROMin ainoa fyysinen tuote on puurasia *Troll i ord*, joka sisältää erään norjalaisen kansansadun (*Gutten som gikk til nordavinden og krevde igjen melet*) henkilöitä esittäviä puisia leluhahmoja. Hahmojen lisäksi rasiassa on sadun ajatuksia, kohtauksia ja ongelmia esittäviä painettuja kortteja, palapelin osia, satuvihko eri kielillä sekä opettajan ohje. Koko idea perustuu pedagogiseen tutkimukseen. Rasia on tarkoitettu kielen oppimista stimuloivaksi materiaaliksi päiväkodeille ja peruskoulun alimmille luokille sekä erityisesti monikielisille lapsille. Satu on seuraavilla kielillä: norja (kirjanorja ja uusnorja), urdu, somali, englantia, ranska, puola, venäjä, arabia. Muita kieliversioita on suunnitteilla.

Tietyle kohderyhmälle suunniteltu

Troll i ord -peliä valmistetaan hyvin ympäristötietoiselle kohderyhmälle. Ympäristö on erittäin tärkeä asia monissa päiväkodeissa ja peruskouluissa. Monet norjalaiset päiväkodit ja koulut ovat hankkineet Miljøfyrtårn – Eco Lighthouse -ympäristösertifikaatin. Pienten lasten lelut eivät ylipäänsä saa sisältää mitään myrkyllisiä aineita. Niinpä oli itsestään selvää, että Troll i ord -pelille hankittaisiin ympäristömerkki mahdollisimman hyvän laadun varmistamiseksi.

Ensimmäisenä Norjassa

Troll i ord -peli oli Norjan ensimmäinen joutsenmerkitty lelu. Tämä tarjosi Grom design -yritykselle sekä ison haasteen että ainutlaatuisen mahdollisuuden profiloitumiseen, koska kysymys oli aivan uudesta asiasta myös Joutsenmerkistä vastaavalle Norjan ympäristömerkintäsihteeristölle. Synnøve Tveito GROM designista totesi, että sihteeristössä oltiin erittäin myönteisiä ja avuliaita. Joutsenmerkki ja GROM etsivät yhdessä oikeaa puulajia sekä muita raaka-aineita ja siten ideaa kehiteltiin tiiviissä yhteistyössä. Työ oli pitkä oppimisprosessi kaikille: sähköposteja lähetettiin edestakaisin, lomakkeista ei aina tiennyt, miksi ja miten niitä pitäisi täyttää, jne. Prosessi oli käynnissä runsaan vuoden ennen kuin kaikki oli valmista sertifiointia varten.

Korkea minimihinta pienille yrityksille

Joutsenmerkin hakemusmaksu tuntui turhan isolta pienelle GROM designille. Rahoilleen sai kyllä vastinetta, mutta 10 000 Norjan kruunun minimimaksu on iso summa yrityksen ainoan tuotteen liikevaihtoon nähden. Joutsenmerkki voisi ehkä olla tässä suhteessa joustavampi helpottaakseen mikroyritysten mahdollisuuksia hakea ympäristömerkkiä.

Hyvät kriteerit

Joutsenmerkin kriteerit ovat ankarat, mutta niin täytyy ollakin. Joutsenmerkki on ja sen tuleekin olla luotettava merkki, joka takaa kuluttajille, että ympäristö- ja terveyshaitat ovat mahdollisimman pienet.

Itse rasiaa ei voi sertifioida

Puupalikoita koskevien vaatimusten täyttäminen oli suhteellisen ongelmatonta, mutta painotyön kanssa GROMilla oli enemmän vaikeuksia. Ainoa epäkohta oli se, ettei itse rasiaa voinut sertifioida, vaikka se oli valmistettu samasta puusta kuin sisällys. Rasia sisältää siis joutsenmerkityn tuotteen, mutta Joutsenmerkin lelukriteerit eivät koske pakkausta.

Paikallislehdet kiinnostuneita

Troll i ord -peli sai Joutsenmerkin myöntämisen yhteydessä jonkin verran huomiota viestimissä. Kysymys oli enimmäkseen paikallislehdistä, vaikka tuote oli ensimmäinen joutsenmerkitty lelu Norjassa. Joskus tun-

tuu siltä, että isot tiedotusvälineet haluavat mieluummin otsikoita myrkyllisistä leluista kuin myrkyttömistä leluista. Ehkä niiden pitäisi keskittyä enemmän positiivisiin uutisiin.

Kuluttajat tarvitsevat parempaa tietoa

Synnøve Tveiton mielestä kansalaisten pitäisi saada enemmän tietoa ympäristömerkinnöistä ja ympäristöstä yleensä. Tietoa on kyllä olemassa paljon, mutta sitä pitäisi yksinkertaistaa esimerkiksi Internetin avulla siten, että varsinkin nuorten kuluttajien olisi helpompi tehdä ympäristön kannalta oikeita valintoja.

Lisätietoa GROM designista

GROM design on Vaksdalin kunnassa Bergenin ulkopuolella sijaitseva mikroyritys. Ympäristökysymys on ollut tärkeällä sijalla alusta lähtien, ja toukokuussa 2011 GROM sai Miljøfyrtårn – Eco Lighthouse -ympäristösertifikaatin ensimmäisenä yrityksenä kunnassa. Lisätietoa Troll i ord -pelistä, joka on GROMin ainoa fyysinen tuote, löytyy osoitteesta www.trolliord.net. Synnøve Tveito on toimitusjohtaja ja yksi omistajista.

Kuva 19. Troll i ord -pelin sisältöä

Kuva 20. GROM design esittelee yllpeänä Troll i ord -peliä opetusvälinemessuilla Trondheimissa (NKUL, Trondheim, www.nkul.no)

2.8 Hótel Eldhestar, Islanti

Yritys:	Hótel Eldhestar
Sijainti:	Ölfus, Islanti
Toimiala:	Hotelli
Henkilöstö:	5
Perustettu:	2002
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2002
Yhteyshenkilö:	Hróðmar Bjarnason
Verkkosivusto:	www.eldhestar.is

Joutsenmerkki luonnollinen valinta

Eldhestar on järjestänyt ratsastusleirejä ja -vaelluksia vuodesta 1986 lähtien. Tarkoituksena on esitellä vieraille Islannin luontoa sekä lähiympäristössä että pitkällä vaelluksilla sisämaassa. Kun yritys päätti vuonna 2001 rakentaa hotellin, ympäristönäkökohtien huomioiminen alusta lähtien oli itsestään selvä asia. Useita ympäristömerkintäjärjestelmiä tarkasteltiin valmisteluvaiheessa, mutta lopulta päädyttiin Joutsenmerkkiin. Sen vaatimukset olivat tosin tiukat, mutta kriteerit oli helppo ymmärtää ja ohjeet selkeät. Johtaja Hróðmarilla oli hyvät suhteet Ruotsiin, jossa hän oli asunut ja opiskellut. Lisäksi Eldhestarin vieraat tulivat tässä vaiheessa enimmäkseen Pohjoismaista.

Vaikeuksia alussa

”Kyllä meillä oli vaikeuksia alussa”, Hróðmar toteaa. ”Olimme Islannin ensimmäinen ympäristömerkkiä hakeva matkailuyritys, joten meillä ei ollut mitään kansallisia esikuvia.” Tuolloin Islannissa oli ainoastaan kolme joutsenmerkittyä yritystä: yksi painotalo ja kaksi puhdistusainevalmistajaa. Eldhestar joutui siis aloittamaan työn alusta. Esimerkiksi ympäristömyönteisten rakennusmateriaalien ja laitteiden löytäminen oli iso työ. Mistä saisi esim. ympäristöä säästävän television? Nyt kaikki on paljon helpompaa. Islannin ympäristövirasto (Umhverfisstofnun) ei pystynyt aluksi auttamaan paljoakaan, mutta kaikki tekivät parhaansa. Lisäksi Eldhestar oli suoraan yhteydessä Joutsenmerkistä Ruotsissa vastaavaan kansalliseen ympäristömerkintäsihteeristöön. Eldhestarissa oli tuolloin kaksi ruotsalaista työntekijää, jotka tekivät kokopäiväisesti työtä ympäristömerkinnän parissa.

Nopea edistyminen

Hotelli avattiin 1. kesäkuuta 2002 ja Joutsenmerkki myönnettiin heti alussa. Matkailualalla työtä on tehtävä erittäin päämäärätietoisesti, jotta sertifiointiin ehtii saada ennen matkailukauden alkamista ja ennen kuin esitteet lähetetään painoon, jne. Aina taistellaan aikaa vastaan. Sertifiointin valmisteluun käytettiin noin 5–6 henkilötyökuukautta. Tätä nykyä se olisi sujunut paljon nopeammin, ehkä jopa kuukaudessa.

Myös pienyrityksille sopivat kriteerit

Hotelleja koskevat kriteerit ovat tietysti tiukat ja ajoittain ollaan kovinkin tarkkoja, mutta kaikki on selkeästi esitetty ja helposti seurattavissa. Pistejärjestelmän avulla on helppo asettaa tavoitteet samalla, kun se toimii hyvänä ohjeistuksena. Joustavan järjestelmän ansiosta se soveltuu myös pienyrityksille.

Ei raskasta byrokratiaa

”Sisältyikö prosessiin valtavasti byrokratiaa? No, ei oikeastaan. Alussa ehkä tuntui siltä, mutta pian työ oli osa kaikkien päivittäisiä rutiineja. Henkilöstö on suhtautunut positiivisesti ja onnistunut hyvin uusien työntekijöiden kouluttamisessa. Kaikki asiat käydään säännöllisesti läpi kokouksissa”, Hróðmar toteaa.

Menestys on ilmeinen, mutta vaikeasti mitattavissa

Hróðmarin mukaan Hótel Eldhestar nautti siitä, että se oli ensimmäinen joutsenmerkitty matkailuyritys Islannissa. Yritys sai paljon positiivista palautetta ja mm. ympäristöalan ryhmät pitivät usein kokouksiaan siellä. Joutsenmerkkiä kuitenkin markkinoitiin erittäin vähän Islannissa ensimmäisinä vuosina ja vielä vähemmän vuosina 2005–2009. Tilanne on nyt muuttunut, ja Islannin ympäristöviraston työ on ollut tehokkaampaa. ”Mukava nähdä, miten Joutsenmerkki vaikuttaa toimintaamme vuonna 2012”, Hróðmar lisää.

Ei paljon lisäkustannuksia

Eldhestar ei pidä Joutsenmerkin kustannuksia ongelmana. Tietysti se aiheutti kustannuksia alussa ja kaikkia tehtyjä parannuksia ei ole hyödynnetty. Esimerkiksi parkkipaikoille asennettiin sähköpistokkeet moottorinlämmittimiä varten, mutta niitä ei luultavasti ole koskaan käytetty. Lisään-

tynyt tehokkuus, parempi imago sekä tyytyväiset työntekijät ja vieraat kuitenkin korvaavat itse järjestelmän aiheuttamat kustannukset.

Suosittellemme Joutsenmerkkiä

"Nykyisin on helppo selvittää, mistä tietoa löytyy. Me Joutsenmerkin saaneet yritykset voisimme kuitenkin markkinoida enemmän sertifiointia. Suosittelen epäröimättä Joutsenmerkkiä muille yrityksille. Ympäristön merkitys tulee vain kasvamaan!"

Lisätietoa Hótel Eldhestarista

Hótel Eldhestar avattiin 1. kesäkuuta 2002. Huoneita oli aluksi kymmenen. Vuonna 2005 hotellia laajennettiin 16 huoneella ja kokoustiloilla. Hotelli sai Islannin matkailuneuvoston ympäristöpalkinnon vuonna 2011. Hróðmar Bjarnason on yrityksen johtaja ja yksi omistajista.

Kuva 21. Hotelli Eldhestar

Kuva 22. Yksi hotelli Eldhestarin huoneista

2.9 Hótel Rauðaskriða, Íslanti

Yritys:	Hótel Rauðaskriða
Sijainti:	Húsavík, Íslanti
Toimiala:	Hotelli
Henkilöstö:	3
Perustettu:	1992
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2011
Yhteyshenkilö:	Kolbrún Ulfssdóttir
Verkkosivusto:	www.hotelraudaskrida.is

Ympäristöä ajateltu aina

Raudaskrida-hotellin omistajat, Kolbrún ja Jóhannes, olivat jo nuoruudessaan kiinnostuneita ympäristökysymyksistä ja ajan myötä kiinnostus on vaan lisääntynyt. Kolbrún kuuluu myös Islannin maatilalomajärjestöön (Ferðapjónusta bænda), jossa ympäristökysymykset ovat tärkeällä sijalla.

Sertifointi tavoitteena vuodesta 2006 lähtien

Vuonna 2006 Raudaskrida hotellin omistajat alkoivat kerätä tietoa hotellien ympäristösertifioinnista. He vierailivat mm. Reykjavikissa sijaitsevassa Vandrarhemmetissa, joka sai Joutsenmerkin vuonna 2004. Vuonna 2009 asiaan panostettiin erityisesti mm. kotikompostoinnilla ja lisäämällä jätteiden lajittelua. Tuolloin Reykjavikin alueen ulkopuolella ei ollut yhtään joutsenmerkittyä yöpymispaikkaa, mikä teki hankkeesta entistä kiintoisamman ja haastavamman.

Palkaksi paljon iloa

Sertifointiin tarvittavat valmistelut vaativat paljon työtä. Suurin ja aikaa vievin tehtävä oli ottaa yhteyttä kaikkiin toimittajiin sen varmistamiseksi, että hankinnat täyttivät vaatimukset. Yksi vaikeuksista oli löytää sopivat jätteiden lajitteluastiat huoneisiin. Kun vauhtiin päästiin, kaikki alkoi lo-pulta sujua. Ehkä vähän enemmän työtä, mutta ”palkaksi saimme paljon iloa”, kuten Kolbrún ilmaisi asian.

Joutsenmerkki nosti Raudaskridan kartalle

Hótel Rauðaskrida haki Joutsenmerkkiä keväällä 2010 ja merkki saatiin maaliskuussa 2011. Sertifioinnin myötä hotellista tuli ainutlaatuinen: ensimmäinen joutsenmerkitty hotelli, joka sijaitsi haja-asutusalueella eli

yli 50 km:n päässä Reykjavíkistä. Joutsenmerkki todella nosti Raudaskridan kartalle. Kolbrún Ulfsdóttirin mukaan monet ihmiset ovat kertoneet olevansa iloisia sertifioinnista. Hän ei tosin tiedä, kuinka moni on valinnut Raudaskridan juuri Joutsenmerkin takia, mutta sertifioinnista on toisaalta kulunut vasta vähän aikaa. Lisäksi suurin osa asiakkaista on ulkomaalaisia ja Joutsenmerkki ei näytä olevan yleisesti tunnettu Pohjoismaiden ulkopuolella.

Lisääntyviin vaatimuksiin helppo vastata

Kolbrún Ulfsdóttir sai äskettäin ranskalaiselta matkatoimistolta kirjeen, jossa pyydettiin lisätietoa hotellin ympäristöpolitiikasta ja ympäristötyöstä. Raudaskridalla on ollut ranskalaisia asiakkaita aiemminkin, mutta he ovat alkaneet kiinnostua ympäristöasioista vasta nyt. Joutsenmerkityt hotellit pystyvät vastaamaan uusiin vaatimuksiin vaikeuksitta, koska tämäntyyppistä tietoa on aina saatavilla. ”Tämä on iso etu meille”, Kolbrún toteaa. ”Nyt voi nähdä hyvät tulokset tehdystä työstä.”

Kohtuulliset maksut

Islannin ympäristövirastossa Joutsenmerkkiä hoitavien työntekijöiden panosta Kolbrún piti erityisen hyvänä. He tekevät kovasti töitä ja he ovat uskomattoman avuliaita. Sertifiointi maksaa tietysti jonkin verran, mutta Joutsenmerkin maksu ei tunnu isolta saatuun palveluun verrattuna.

Pienyrietykset eivät tarvitse erikoiskohtelua

Kolbrúnin mukaan Joutsenmerkkiä ei ole erityisesti mukautettu pienyrietyksille, mutta itse hän ei halua mitään myönnytyksiä yrityksen pienen koon takia. Vaatimukset ovat tiukkoja, mutta niin pitääkin olla. Prosessia voisi kuitenkin ehkä yksinkertaistaa esimerkiksi parantamalla eri dokumenttien yhteensopivuutta.

Lisää koulutusta kiitos!

Kolbrúnin mielestä tarvitaan huomattavasti lisää koulutusta sekä sertifioinneista että yleensäkin ympäristöstä. Islantilaiset ovat pohjoismaisia naapureitaan selvästi jäljessä tässä suhteessa ja parannuksia tarvitaan. Kunnilla on tärkeä merkitys tässä yhteydessä. Niiden on oltava kehityksen kärjessä ja toimittava esikuvana. Yksittäisillä toimijoilla ei ole niin paljon vaikutusvaltaa kuin kunnilla.

Meillä on paljon enemmän vaikutusvaltaa kuin luulemme

Joutsenmerkityillä yrityksillä, sekä pienillä että isoilla, on luultua enemmän vaikutusvaltaa yhteiskunnassa. Ainakin Kolbrún on tätä mieltä. Esimerkkinä hän mainitsee tavarantoimittajat, mutta on myös ”mukavaa kertoa asiasta muillekin, niin kotimaassa kuin ulkomailla”. Näin yritys toimii tiedonvälittäjänä, mikä on tärkeää maapallon kannalta. Tulosta ei voi välttämättä mitata rahassa ensimmäisenä vuonna, mutta parempi imago sekä tyytyväisemmät työntekijät ja asiakkaat tekevät siitä kannattavan. Kolbrún suosittelee lämpimästi seuraamaan Raudaskridan jälkiä ja hakemaan sertifiointia.

Lisätietoa Hótel Raudaskridasta

Raudaskrida-hotelli sijaitsee Adaldalurin laaksossa, noin 28 km Húsavíkin eteläpuolella Islannin koillisosassa. Hotellissa on 20 huonetta ja lisäksi 8 huonetta rakenteilla. Talvella toiminta on erittäin vähäistä, mutta kesällä työntekijöitä on noin seitsemän. Kolbrún Ulfsdóttir ja hänen miehensä omistavat hotellin ja hoitavat sitä, mutta tarkoituksena on, että heidän poikansa ja tämän perhe ottavat hotellin haltuunsa.

Kuva 23. Hotell Raudaskrida Adaldalurissa, Koillis-Islannissa

Kuva 24. Raudaskridan ruokasali ja raputyläkertaan

Kuva 25. Kolbrún Ulfsdóttir ja Jóhannes Haraldsson vastaanottavat Joutsenmerkin käyttöluvan Raudaskrida-hotellissa maaliskuussa 2011. Vasemmalla Elva Rakel Jónsdóttir Islannin ympäristömerkintäsihteeristöstä (Umhverfisstofnun). (Kuva: Miljömärkning Island)

2.10 Hotell Savoy, Ahvenanmaa

Yritys:	Åland hotel group AB
Sijainti:	Maarianhamina, Ahvenanmaa
Toimiala:	Hotelli
Henkilöstö:	32
Perustettu:	1998
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2011
Yhteyshenkilö:	Johan Norrgård
Verkkosivusto:	www.alandhotels.fi

Ahvenanmaan ensimmäinen ympäristömerkitty hotelli

Hotelli Savoy on Ahvenanmaan ensimmäinen ympäristömerkinnän saanut hotelli. Ympäristötyö käynnistyi samalla, kun 45 huonetta hotellin 85 huoneesta peruskorjattiin. Joulukuussa 2010 tehtiin päätös Joutsenmerkin hakemisesta ja huhtikuussa 2011 valmistelut käynnistettiin toissaan kartoittamalla kaikki energiavirrat, jätevirrat jne. Joulukuussa 2011 sertifiointi oli valmis.

Isoja säästöjä

Joutsenmerkki parantaa käyttäjänsä statusta, mutta Joutsenmerkin hankkiminen tarjoaa myös mahdollisuuden säästöihin. Savoyn operatiivinen johtaja Johan Norrgård kertoo, että jo ympäristömerkintäprosessin myötä tehostunut jätteenkäsittely säästää hotellilta 1 000 euroa kuukaudessa. Myös sähkön- ja lämmönkulutusta on voitu leikata paljon, vaikka lukuja onkin vaikeampi verrata vuositasolla säävaihteluiden takia. Jo hakemusvaiheessa tulee tietoiseksi mahdollisista säästökohteista. Tämän valossa ja saadut palvelut huomioon ottaen lupamaksut ovat Johanin mielestä aika kohtuulliset.

Tiedonhaku tavarantoimittajilta aikaa vievää

Johan Norrgårdin mukaan valmistelutyö Joutsenmerkin hakemiseksi kesti vain 3–4 viikkoa. Suurin ongelma oli erilaisten todistusten saaminen tavaroiden ja palvelujen toimittajilta, kuten näyttö vihreän sähkön myynnistä, tiedot eri materiaaleista ja kemikaaleista, jätehuoltoyritysten kuvaukset lajitellun jätteen käsittelystä jne. Osittain tämä johtui siitä, että hotelli Savoy esitti ensimmäisenä asiakkaana tällaisia kysymyksiä tavarantoimittajille, joille asia oli aivan uusi. Seuraaville Joutsenmerkin hakijoille tilanne on jo paljon helpompi.

Joustava prosessi

Hotelleille tarkoitettu Joutsenmerkin sähköinen hakulomake on aika vaivaton täyttää, Johan vakuuttaa. Selvennystä tarvittiin vain muutamaan kohtaan, joista lähetettiin sähköpostia Joutsenmerkkiä Suomessa hoitavalle ympäristömerkintäsihteeristölle. Sieltä saa erinomaista palvelua, vastaukset tulevat viimeistään seuraavana päivänä.

Joustavat kriteerit

Johan Norrgårdin mukaan hotelleja koskevat Joutsenmerkin kriteerit ovat riittävän joustavat. Energiankulutuksen raja-arvo on pakollinen ja se on saavutettava aina. Lisäksi on täytettävä vähintään yksi valinnainen raja-arvo, joka koskee vettä, jätteitä, kemikaaleja tms. Tämä mahdollistaa tasaisen etenemisen, koska kaikkea ei tarvitse muuttaa kerralla.

Pelkkää plussaa

Vaikka Joutsenmerkki saatiin vasta joulukuussa 2011, sillä oli välitön vaikutus mm. varauksiin erityisesti yritysasiakkaiden kohdalla. Yhä useampi yritys ja laitos hankkii ympäristömerkinnän ja asettaa ympäristövaatimuksia toimittajilleen. Myös yksityishenkilöille ympäristö on entistä tärkeämpi. ”Pelkkää plussaa”, Johan Norrgård toteaa.

Suosittellemme lämpimästi

Johan ”suosittelee lämpimästi” Joutsenmerkkiä muille yrityksille. ”Loppujen lopuksi se kannattaa taloudellisesti!” Joutsenmerkki on myös erittäin luotettava järjestelmä, koska sitä valvoo Pohjoismaiden ministerineuvosto eikä jokin yksityinen yritys omine intresseineen.

Vaikuttaa ympäristötyöhön kotona

Työ Joutsenmerkin parissa työpaikalla vaikuttaa myös käyttäytymiseen kotona, Johan Norrgård vahvistaa. Siten Joutsenmerkillä on myönteisiä vaikutuksia myös joutsenmerkityn yrityksen ulkopuolella.

Lisätietoa hotelli Savoysta

Hotelli Savoy sijaitsee Maarianhaminan keskustassa ja kuuluu ÅlandHotels-ketjuun, joka omistaa myös hotelli Adlonin Maarianhaminassa. Hotel-

lilla on runsaat 20 vakituista työntekijää ja kesäisin työntekijöitä on huomattavasti enemmän. Johan Norrgård on hotellin operatiivinen johtaja.

2.11 ICA Nära Optimisten, Ruotsi

Yritys:	Optimisten Lanthandel HB
Sijainti:	Gustavsfors, Ruotsi
Toimiala:	Päivittäistavarakauppa
Henkilöstö:	3
Perustettu:	1991
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2007
Yhteyshenkilö:	Ingela Andréa
Verkkosivusto:	www.ica.se/optimistens_lanthandel

On hyvä käyttää tervettä järkeä

Gustavsforsissa sijaitseva kyläkauppa ICA Optimisten on aina ollut kiinnostunut ympäristöstä. Kauppa on ollut Ingela ja Nils Andréella vuodesta 1991 lähtien, ja sitä ennen molemmat työskentelivät maa- ja metsätaloudessa. Ympäristöajattelu ei ole uusi asia heille, kysymys on enemmänkin ”terveen järjen käytöstä”.

Ehkä helpompaa pienille

Ingelan mielestä ympäristömerkinnän hankkiminen on ehkä helpompaa pienille yrityksille. Yleiskuva on helpompi säilyttää ja kaikki työntekijät kantavat vastuuta sekä tuntevat säännöt. Moni luulee, että sertifiointi on vaikeaa pienelle yritykselle, mutta ”se on harhaluulo”, Ingela sanoo. ”Jos se onnistui meille, niin se onnistuu muillekin”, ja Ingela tietää, mistä puhuu. Talvisin hänellä on yksi työntekijä miehensä Nilsin lisäksi. Tästä huolimatta hänellä ”ei ole ollut vaikeuksia” ympäristötyössä.

Henkilökohtaista apua alusta lähtien

Ingelan kauppa oli ICA-ympäristökauppa ennen kuin hän aloitti valmistelut Joutsenmerkkiä varten. Jo tuolloin hän oli yhteydessä Ingvor Svenssooniin, joka on siitä lähtien ollut hänen yhteyshenkilönsä ja tukensa Joutsenmerkkiä Ruotsissa hallinnoivassa SIS Miljömarkning AB:ssä. Yhteistyö on aina sujunut joustavasti ja tarvittavan tiedon saa helposti ja nopeasti.

Tämä onnistuisi muillekin

Joutsenmerkki saatiin kaupalle aika nopeasti. Ingela ja Nils olivat jo käynnistäneet ympäristötyön, koska ympäristö on aina ollut tärkeä asia kauppiaspariskunnalle. Kriteerit osoittautuivat sopiviksi, mitään suurempia muutoksia ei tarvittu. ”Useimmat kaupungit selviävät tästä”, Ingela sanoo, ”tarvitsee vain pyrkiä eteenpäin ja ajatella ympäristömyötäisesti.”

Oman etumme mukaista

”Joutsenmerkin parissa tehty työ on ollut erittäin mukavaa ja samalla olemme edistäneet oman yrityksemme etua”, Ingela sanoo. ”Jätteenkäsittelyssä ja energiankulutuksessa voi säästää aika paljon. Joutsenmerkki on todella hyvä, sieltä saa kaiken tarvitsemansa avun sertifiointia varten.”

Olemme Optimisteja!

Paperityötä on tietysti jonkin verran, mutta toimintaa ei voi ohjata ilman dokumentaatiota. ”Ei tämä kuitenkaan hankalaa ole ollut. Olemme auttaneet toinen toistamme ja kuten sanottua olemme Optimisteja”, Ingela sanoo ja viittaa kaupan nimeen *Optimistens Lanthandel*.

Enemmän ympäristötietoisuutta kesäisin

Monet Ingelan asiakkaista kysyvät ympäristömerkittyjä tai KRAV-merkittyjä tuotteita erityisesti kesäisin matkailijamäärän lisääntyessä. Koska kauppa sijaitsee Dalslandin kanavan varrella, asiakkaina on eri puolilta maailmaa tulevia melontaryhmiä, joista useimmat ovat hyvin ympäristötietoisia. Lisäksi nuoret näyttävät kaipaavan KRAV-merkittyjä luomutuotteita enemmän kuin vanhempi väki. ”Ehkä suurkaupungeissa asuvista tulee ympäristötietoisempia ja me maalla asuvat pidämme asiaa itsestään selvänä.”

Joutsenmerkki statussymbolina

Joutsenmerkillä on iso merkitys kaupan profiloinnille. Ingela on kiinnittänyt oveen kyltin, joka toivottaa asiakkaat tervetulleeksi joutsenmerkittyyn kauppaan ja kiittää käynnistä. Ingelan mukaan Joutsenmerkki antaa kaupalle tietyn statuksen. Ympäristömerkki on iso osa Optimisten-kaupan profilointia.

Ympäristöä on markkinoitava

Ingelan mielestä viranomaisten pitäisi antaa enemmän tietoa suurelle yleisölle ja kertoa, että ympäristöasiat ovat tärkeitä. ”Elämään ei ehkä tarvitse tehdä kovin isoja muutoksia. Riittää, että ottaa yhden askeleen kerrallaan. Monet eivät ole ympäristötietoisia. Esimerkiksi paikallisten ostosten tärkeydestä pitäisi tiedottaa aktiivisemmin sanomalehtien ja television välityksellä. Se on aiheellista varsinkin, jos halutaan vähentää auto- ja bussiliikenteen aiheuttamia pakokaasupäästöjä. Lähikauppaan voi kävellä tai pyöräillä. Monta pientä puroa jne., kuten on tapana sanoa.”

Lisätietoa Optimisten Lanthandel -kaupasta

ICA Nära Optimisten on Gustavsforsissa Dalslandin alueella Länsi-Ruotsissa sijaitseva maalaiskauppa. Joutsenmerkin vuonna 2007 saanut liike on ollut omistajiensa Ingela ja Nils Andréén hoidossa vuodesta 1991 lähtien. Heillä on yksi työntekijä talvisaikaan, mutta kesäisin työntekijöitä on enemmän, koska sijainti lähellä Dalslandin kanavaa houkuttelee paljon matkailijoita. Gustavsfors on paikkakunta, joka puhkeaa kukkaan kesäkuukausina.

Kuva 26. Ingela Andréé kauppansa ulkopuolella Gustavsforsissa. (Kuva: Miljömärkning Sverige)

2.12 Junno & Unno Hylderne, Tanska

Yritys:	Junno & Unno
Sijainti:	Odense, Tanska
Toimiala:	Huonekalut
Henkilöstö:	0,5
Perustettu:	2007
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2010
Yhteyshenkilö:	Margareta Norrgård
Verkkosivusto:	www.junnounno.com

Kapea eteinen

Margareta Norrgård sai idean Junno- ja Unno-hyllyihin jo vuonna 2004. Syynä oli hänen kotinsa kapea eteinen, jossa oli aina liian vähän tilaa ja liian paljon kenkiä. Hän päätti tehdä kokeeksi pienen hyllyn, jossa kenkiä voisi säilyttää mahdollisimman vähän tilaa vievällä tavalla. Koska Margareta oli kotona, hän pystyi varaamaan aikaa sopivan mallin kehittelyyn. Ensiksi syntyi paperista tehty malli ja seuraavaksi vanerista tehty kätevä kotitekoinen hylly.

Design – ja rekisteröity malli

Seuraavaksi Margareta otti yhteyttä insinööriin keskustellakseen hyllyn jatkekehittelystä. He totesivat, että paras ratkaisu olisi tehdä hylly metallista, koska metallia voi kierrättää lukemattomia kertoja. Siten ympäristö oli mukana kuvassa alusta lähtien. Hylly muotoiltaisiin palapelin tavoin, jotta se voidaan leikata laserleikkurilla materiaalihävikin minimoimiseksi. Seuraavaksi Margareta sai hyllyilleen Tanskan patentti- ja tavaramerkkiviraston rekisteröinnin, joka kattaa koko EU:n.

Vaikea löytää jälleenmyyjiä

Ensimmäinen hylly valmistettiin syksyllä 2007. Tammikuussa 2008 Margareta osallistui CP Home -messuille Kööpenhaminan Bella Centerissä. Esillä oli muutama juuri tuotannosta tullut hylly. Ne saivat lämpimän vastaanoton ja ihmiset pitivät niitä hauskana ideana. Tuotteella on kuitenkin vielä pitkä matka oikeaan myyntiin, ja jälleenmyyjien löytäminen on osoittautunut vaikeaksi.

”Slow-business”

Margaretan ideana oli alusta lähtien se, että hyllyjen piti olla käyttäjäystävällisiä, toimivia, käytännöllisiä ja kierrätettävästä materiaalista valmistettuja. Liikeideaan sisältyi myös slow-business -ajatus eli mittavien investointien välttäminen. Jokaisen Junno- ja Unno-hyllyn tarkoituksena on vähentää stressiä eteisessä kotona. Tuotteen piti myös olla pohjoismainen, niin kuin se onkin. Tuotannosta vastaa A–Z Tanskassa.

Joutsenmerkki mukaan kuvaan

Margareta huomasi prosessin varhaisessa vaiheessa, että Joutsenmerkki olisi paras tapa varmistaa hyllyjen laatu, ympäristöprofiili ja uskottavuus. Ympäristömerkintäsihteeristölle lähetettiin hakemus joulukuussa 2008. Sertifiointiprosessi vei aikaa pääasiallisesti siitä syystä, että eri lakkoja koskeva tiedonkeruu oli vaikeaa. Lopulta mustalle pulverilakalle saatiin hyväksyntä ja Junno & Unno sai Joutsenmerkin mustille hyllyilleen vuonna 2010. Nyt tavoitteena on saada Joutsenmerkki kaikille hyllyille, mutta muiden värien sisällöstä ei ole saatu vielä riittävästi tietoa.

Mukavia ihmisiä

Margaretan mukaan hakuprosessi tuntui alussa hankalalta, koska selvitettävää asioita oli niin paljon. Mutta ympäristömerkintäsihteeristössä työskentelee erittäin ”mukavia ihmisiä”, hän toteaa. Yhteydenpito sujui hyvin. ”Työtunteja tuli paljon ja sähköpostit kulkivat, mutta se oli vaivan arvoista”. Byrokratia ei kuitenkaan aiheuttanut ongelmia. Aina oppii jotakin ja sähköisen asiainnin tulo helpottaa asioiden hoitoa.

Oman tuotteen oppii tuntemaan

Margaretan mielestä hän oppi tuntemaan oman tuotteensa paremmin prosessin kuluessa. Kallistahan se oli, mutta ympäristömerkki on osa strategiaa. Joutsenmerkki vahvistaa asiakkaille sen, että kyseessä on erittäin hyvä ja turvallinen tuote. Uusi maksujärjestelmä ja mikroyrityksille annettavat alennukset tuovat paljon helpotusta.

Joutsenmerkki tarvitsee uusia pienyrityksiä

Margaretan mielestä Joutsenmerkki tarvitsee pieniä tuotantonsa alkuvaiheessa olevia yrityksiä, koska silloin kehitykseen voi vielä vaikuttaa! Joutsenmerkin pitäisi itse asiassa keskittyä enemmän pienyrityksiin.

”Ajattele, jos vaikka LEGO, Nokia tai Ericsson olisi huomionnut Joutsenmerkin tuotekehityksessään alusta lähtien!” Alueet ja kunnat voisivat myös hyödyntää enemmän Joutsenmerkkiä eri kohderyhmille tarkoitettuilla kursseillaan. Margaretan mukaan siitä olisi apua.

Lisätietoa Junno & Unnosta

Junno & Unno on kehityksensä alussa oleva mikroyritys, joka valmistaa hyllyjä 1,5 mm:n paksuisesta magneettisesta teräslevystä. Ensimmäiset hyllyt valmistuivat syksyllä 2007. Margareta Norrgård työskentelee puolipäiväisenä työntekijänä yrityksessä ja hän on sen ainoa työntekijä.

Kuva 27. Joutsenmerkitty Junno & Unno -hylly. Koska hylly on magneettinen, siihen voi kiinnittää ilmoituksia

Kuva 28. Junno & Unno osallistui StartupVejle -yrittäjämessuille 14.-15.5.2011

2.13 Kavat, Ruotsi

Yritys:	Kavat AB		
Sijainti:	Kumla, Ruotsi		
Toimiala:	Jalkineet		
Henkilöstö:	25		
Perustettu:	1945		
Ympäristömerkki:	EU-ympäristömerkki		
Myöntämisvuosi:	2009		
Yhteyshenkilö:	Calle Carlsson		
Verkkosivusto:	www.kavat.com		

Vahvistus ympäristömyötäiselle toiminnalle

Kenkien valmistus alkoi Kumlassa jo 1945, kun Ragnar Carlsson perusti Ymer AB:n kenkätehtaan. Nimi muutettiin 1959, kun Carlssonin perhe alkoi myydä ja markkinoida omaa, perheen mäyräkoiran Kajsa Kavatin mukaan nimettyä Kavat-tuotemerkkiä. Ympäristö on pyritty huomioimaan toiminnassa koko ajan. Syynä EU-ympäristömerkin hakemiseen oli se, että yrityksessä kaivattiin selkeitä kriteerejä ja riippumatonta vahvistusta väittämälle tuotteen ympäristömyötäisyydestä. Omat perustelut eivät enää riittäneet.

Miksi EU-ympäristömerkki?

Useita sertifiointijärjestelmiä oli saatavilla, mutta Kavat valitsi EU-ympäristömerkin mm. merkin uskottavuuden takia. EU on myös Kavatin tärkein markkina-alue ja ympäristömerkki tunnetaan hyvin Euroopassa. Lisäksi merkin kriteerejä pidettiin hyvinä, uskottavina ja aika sopivina.

Valmista puolella vuodessa

Ympäristömerkinnän käyttöönoton valmistelu alkoi tosissaan vuonna 2008. Valmisteluvaihe kesti vain puolisen vuotta hakemuksen jättämisestä ensimmäisen sertifikaatin myöntämiseen vuoden 2009 alussa. Yksi Kavatin työntekijöistä työskenteli sertifiointin parissa kuukauden ajan, mutta muutoin prosessi ei tuntunut isolta hankkeelta. Luultavasti yrityksen taso oli kohtuullisen hyvä jo alussa. Kavatin laatu päällikön Calle Carlssonin mukaan kengänvalmistus ei ole kovinkaan monimutkaista. Nämä eivät ole ”mitään avaruusraketteja”. Toisaalta pienyrityksillä voi olla vaikeuksia löytää tarvittavaa osaamista ja aikaa talon sisältä. Tällöin joutuu käyttämään ulkopuolisia konsultteja, mikä aiheuttaa lisäkustannuksia.

Kohtuulliset maksut, mutta testit maksavat

Kriteerien täyttämiseksi Kavat joutui tekemään muutoksia joihinkin tuotannon osiin ja vaihtamaan tiettyjä tuotteita sekä raaka-aineita, mikä aiheutti kuluja. Suurin kustannus aiheutui kuitenkin erilaisten materiaalien testeistä, joilla varmistettiin materiaalien hyväksyttävyys ympäristösertifioidussa tuotannossa. Itse ympäristömerkkiä koskevat maksut olivat Callen mukaan erittäin kohtuulliset. Lupamaksulla sai myös hyvää tukea SIS Miljömärkning AB:ltä, joka hoitaa Joutsenmerkkiä ja EU-ympäristömerkkiä Ruotsissa. Yhteydenpito SISin kanssa vei aikansa, mutta sujui kuitenkin joustavasti.

Hakee merkkiä joka mallille

Ympäristömerkkiin liittyvä asiakirjojen hankinta ei Calle Carlssonin mielestä tunnu hankalalta. Ympäristö- ja laatu järjestelmä edellyttää aina jonkinlaista dokumentaatiota. Työlästä on vain se, että jokainen malli vaati erillisen hakemuksen, vaikka materiaali on täsmälleen sama, ainostaan mallia on vähän muutettu.

Kilpailuetu

Ympäristömerkintä tuo Kavatille kilpailuetua markkinoilla. Merkinnän menestys näkyy myynnin lisääntymisenä korkean ympäristötietoisuuden maissa kuten Saksassa. Haittojakin on. Esimerkiksi tiettyjen materiaalien käyttö on kielletty, mikä rajoittaa uusien mallien kehittämistä. Suunnittelua haittaavat tekijät voivat siis samalla olla hyviä ympäristön kannalta.

Lisätietoa kansalaisille

Ihmisillä ei näytä olevan paljon tietoa ympäristöstä tai ympäristömerkinnöistä, koska Kavatilta kysytään usein merkinnästä ja ympäristöasioista yleensä. Ilmeisesti tietoa ei ole riittävästi saatavilla. EU-ympäristömerkki ei myöskään näytä olevan kovin tuttu ruotsalaisille. Kavat pyrkii välittämään tietoa ympäristöasioista asiakkailleen ja jälleenmyyjilleen, mutta julkiselta puolelta ehkä tarvitaan lisäpanostuksia.

Lisätietoa Kavatista

Kavat valmistaa kenkiä lapsille ja naisille. Yrityksellä on tehdas Kumlassa, jossa on 25 työntekijää, ja toinen tehdas sijaitsee Bosniassa. Kavat on ainoa lasten kenkien valmistaja, jolla on edelleen tuotantoa Ruotsissa. Kavatin ympäristömyönteiset kengät olivat ensimmäiset EU-ympäristömerkin saaneet lastenkengät. Nykyisin noin kolmasosa Kavatin tuotevalikoimasta on ympäristömerkittyä. Kavat on perheyritys ja esim. laatupäällikkö Calle Carlsson on perustajan Ragnar Carlssonin lapsenlapsi. Kavatin mukaan tulevaisuus näyttää valoisalta. Yritys ”haluaa jatkaa kehityksen kärjessä kestävän kengänvalmistuksen alalla ja tarjota vaihtoehdon kuluta ja heitä -ajattelulle.”

Kuva 29. Lapsia Kavatin ympäristömyönteisissä kengissä

Kuva 30. Kavatin ympäristömerkityt kengät

2.14 Lunawood, Suomi

Yritys:	Lunawood Oy
Sijainti:	Iisalmi, Suomi
Toimiala:	Puutavara
Henkilöstö:	55–60
Perustettu:	2000
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2010
Yhteyshenkilö:	Pekka Väättäinen
Verkkosivusto:	www.lunawood.fi

Markkinat antoivat sysäyksen, mutta...

Painostus tärkeiden ja hyvin ympäristötietoisten ruotsalaisasiakkaiden taholta oli alun perin syynä siihen, että johtava lämpöpuun valmistaja Lunawood Oy päätti panostaa pohjoismaiseen Joutsenmerkkiin. Ruotsalaiset ja myös norjalaiset asiakkaat olivat vuosina 2008–2009 vaativampia tässä suhteessa kuin suomalaiset asiakkaat. Kun Lunawood alkoi valmistella sertifiointia Joutsenmerkkiä varten, havaittiin toinenkin hyvä peruste: Joutsenmerkki osoittautui erinomaiseksi markkinointi- ja viestintätyökaluksi kaikkialla Pohjoismaissa ja myös muissa maissa.

Prosessi kesti vain muutaman kuukauden

Lunawood haki Joutsenmerkkiä vuoden 2009 alussa ja ensimmäinen tuote sai ympäristömerkinnän jo loppuvuodesta. Valmistelut kestivät siten vain muutaman kuukauden. ”Ei se oikeastaan vaatinut paljon työtä”, sanoo Lunawoodin myyntipäällikkö Pekka Väättäinen. ”Useimmat asiat oli jo hoidettu.” Tarvittiin jonkin verran dokumentaatiota mm. toimittajilta. Sisäinen työ oli jo hyvällä mallilla, eikä isoja muutoksia tarvittu. Tästä huolimatta Joutsenmerkin hakeminen ja työn käynnistäminen oli iso päätös, koska työhön oli todella sitouduttava sen onnistumiseksi.

Paljon julkisuutta

Kun Joutsenmerkki oli saatu, kyselyitä alkoi tulla varsinkin Norjasta ja Ruotsista. Sanomalehdissä oli artikkeleita ja joitakin kommentteja, mutta tarkkaa taloudellista hyötyä on vaikea mitata. Myyntivolyymit olivat pienet entuudestaan ja tiettyä kasvua olisi tapahtunut joka tapauksessa. Lunawood oli nuori ja kasvava yritys, joka samanaikaisesti toteutti muitakin markkinointitoimia. Mutta Pekka Väättäinen ”uskoo, että suuri osa myynnin kasvusta johtui Joutsenmerkistä. Ainakin tuntuu siltä, että se

todella auttoi aika paljon.” Joutsenmerkki on myös avannut mahdollisuuksia osallistua erilaisiin hankkeisiin ja myydä tuotteita ympäristötietoisille asiakkaille.

Erinomaista yhteistyötä Joutsenmerkin sihteeristöjen kanssa

Lunawoodin yhteistyö Joutsenmerkkiä hallinnoivien sihteeristöjen kanssa sekä Helsingissä että Tukholmassa on sujunut erinomaisesti. Lunawood järjesti mm. 10-vuotisjuhlaseminaarin, jossa oli paljon ulkomaisia osanottajia ja jossa Joutsenmerkin sihteeristö piti esityksen ympäristömerkinnästä.

Ei raskasta byrokratiaa

Pekka Väättäinen ei näe ympäristömerkkiin liittyvää byrokratiaa ongelmana. Lomakkeita pitää tietysti täyttää ohjeiden mukaan, mutta se on normaalia hyvälle hallinnolle. Kriteerit ovat hänen mukaansa kohtuulliset. ”Minusta on hyvä, että on selkeät puitteet ja säännöllisiä tarkastuksia. Kehitystä tapahtuu tietysti aina, mutta kriteerejä tarkistetaan sen mukaisesti, mikä on hyvä asia.”

Puheesta toimiin

Pekan mielestä on hyvä, että viranomaiset kertovat suurelle yleisölle ympäristöasioista, mutta pitäisi näyttää myös käytännön esimerkkiä ja olla hyvä esikuva. Tämä koskee mm. koulurakennus- ja muita julkisia hankkeita, joissa ympäristömerkittyjä tuotteita voitaisiin käyttää nykyistä enemmän. Hyvä että puhutaan, mutta me tarvitsemme enemmän toimintaa.

Joutsenmerkin edistäminen

Lunawood on käyttänyt Joutsenmerkkiä melko paljon markkinoinnissa ja mainonnassa sekä markkinoinut merkkiä myös eri kohderyhmille kuten jälleenmyyjilleen, arkkitehdeille jne.

Kohtuulliset maksut

Pekka pitää lupamaksuja kohtuullisina varsinkin, kun Joutsenmerkki sijoittaa rahat uudestaan muun muassa ympäristöhankkeisiin, joista on hyötyä yrityksille. Yritykset saavat siis todellakin vastinetta rahoilleen.

Lisätietoa Lunawood Oy:stä

Lunawood Oy valmistaa ympäristömyötäisiä ja kestäviä lämpöpuutuotteita, jotka soveltuvat erilaisiin rakennuskohteisiin. Elinkaaren lopussa tuotteen voi vaivatta kierrättää tai käyttää bioenergian tuotannossa. Yritys on innovatiivinen edelläkävijä puun lämpökäsittelyssä ja se on kasvanut 10 vuodessa alkutekijöistä markkinajohtajaksi. Vuosituotanto on runsaat 45 000 m³ puutavaraa. Pääkonttori ja päätuotantolaitos sijaitsevat Iisalmessa Pohjois-Savossa. Toinen tuotantolaitos on Joensuussa.

Kuva 31. Lunawoodin logo

Kuva 32. Leikkiviä lapsia Lunawood-terassilla. Kyllästetty puu ei ole vaihtoehto tässä!

Kuva 33. Julkisivu Lunawoodin lämpöpuuta

2.15 Mariager Camping, Tanska

Yritys:	Mariager Camping
Sijainti:	Mariager, Tanska
Toimiala:	Leirintäalue
Henkilöstö:	2
Perustettu:	1987
Ympäristömerkki:	EU-ympäristömerkki
Myöntämisvuosi:	2008
Yhteyshenkilö:	Anni Jensen
Verkkosivusto:	www.mariagercamping.dk

Mekin voisimme tehdä jotakin

Mariager Camping sijaitsee luonnonkauniilla seudulla Mariager-vuonon rannalla Pohjois-Jyllannissa Tanskassa. Ympäristö ja erityisesti päästöt vuonoon ovat olleet huomion kohteena alueella jo kauan. Alueen herkän luonnon suojelu vaatii yhteistyötä eri toimijoiden välillä. Leirintäaluetta vuodesta 2006 luotsannut Jensenin perhe on jo kauan ajatellut, että ”mekin voisimme tehdä jotakin”, kuten Anni Jensen asian ilmaisee. Ympäristön huomioiminen on siksi ollut mukana ”repussa” alusta lähtien.

Idean aktivoi hanke-ehdotus

Eräs hanke, jota Visit Nordjylland -järjestö yritti käynnistää muutama vuosi sitten, antoi Mariager Campingille ylläkkeen lähteä hakemaan ympäristömerkkiä. Hanke ei toteutunut, mutta kipinä syttyi. Valmistelut käynnistettiin alkuvuodesta 2008 ja saman vuoden elokuussa Mariager Camping sai EU-ympäristömerkin (EU-kukan) ensimmäisen kerran.

Monimutkaiset pykälät eivät olleet ongelma

Anni Jensen myöntää, että alussa oli vähän vaikeaa lukea leirintäalueita koskevia EU-komission kriteerien pykälää. Tämä ei kuitenkaan ollut iso ongelma, koska Tanskan ympäristömerkintäsihteeristön työntekijät selvensivät pykälää hyvin ja vastasivat nopeasti kysymyksiin.

Riittävän joustava

Annin mielestä leirintäalueiden kriteerit ovat sopivat, mutta tietysti asiaan vaikuttaa se, kuinka pitkälle työssä on päästy. EU-ympäristömerkki sisältää vaatimuksia esim. veden- ja energiankäytön vähentämisestä ja uusiutuvien luonnonvarojen käytön lisäämisestä.

Pakollisten vaatimusten lisäksi on pistevaatimuksia, kuten ympäristömerkittyjen puhdistusaineiden ja luomuelintarvikkeiden käyttö. On siis mahdollista valita, mitkä kriteerit haluaa täyttää tietyn pistemäärän saamiseksi. Näin kriteerit ovat riittävän joustavia myös pienyrityksille.

Ympäristötilinpäätös on myönteinen asia myös yritykselle

Jensenin perhe käyttää noin yhden työpäivän vuodessa EU-ympäristömerkin vaatiman ympäristötilinpäätöksen laatimiseen. Se on järjestelmän ylläpidon perusta, eikä mikään iso työ, kun dokumentointi on osa päivittäisiä rutiineja. Tilinpäätös on hyödyllinen myös yritykselle, koska sen avulla saa hyvän yleiskuvan yrityksen tilanteesta ja pystyy seuraamaan toimintaa. Tämän lisäksi ympäristötavoitteet edellyttävät lyhytaikaista työpanosta vain ajoittain.

Tyytyväiset asiakkaat

Anni Jensenin mukaan ei ole helppo mitata ympäristömerkistä saatuja varsinaisia voittoja, mutta Jensenin perheen mielestä merkki on ilman muuta kannattava. Jonkin verran kustannussäästöjä on ainakin saatu. Myös Mariager Camping -leirintäalueen vieraat pitävät ympäristömerkkiä hyvänä asiana, vaikka he eivät valitsisikaan leirintäaluetta merkin perusteella. Ympäristömerkkiä vaativien matkustajien olisi oikeastaan vaikea suunnitella matkojaan, koska ympäristömerkittyjä leirintäalueita ei edelleenkään ole tarpeeksi.

Ympäristömerkintää voisi tehdä näkyvämmäksi

Mariager Camping käyttää monien muiden yritysten tapaan ympäristömerkkiä markkinoinnissa ja viestinnässä, mutta Annin mielestä julkisen sektorin pitäisi tiedottaa kansalaisille paremmin ympäristömerkistä ja sen merkityksestä ympäristölle, yhteiskunnalle ja yritykselle.

EU-ympäristömerkin verkkosivusto ei tuo lisäarvoa

Annin mielestä on melko kallista käyttää EU-ympäristömerkkiä markkinoinnissa. Hänen mielestään ympäristömerkin verkkosivuilla mukana olemisen ei pitäisi maksaa niin paljon, koska matkailijat eivät juuri hae tietoa sieltä.

Suosittelko EU-ympäristömerkkiä? Totta kai

Anni Jensen suosittelee ympäristömerkkiä muille yrityksille, koska ”on tärkeää, että olemme kaikki tietoisia ympäristövaikutuksista. Lisäksi luonnonvarojen säästäminen on kannattavaa yritykselle.”

Lisätietoa Mariager Camping -leirintäalueesta

Mariager Campingin leirintäalue sijaitsee vuonon rannalla ja lähellä kulttuurikohteita. Paikka sopii erityisen hyvin perheille ja aktiivisille ikäihmisille. Leirintäalue sijaitsee metsän ympäröimän Mariager-vuonon rannalla, vain 300 metrin etäisyydellä ”Ruusujen kaupungista” eli Mariagerin keskustasta. Leirintäalue on hyvä lähtökohta retkille, luontolämyksille, kulttuurielämyksille ja eri sukupolvien väliselle yhdessäololle. Jensenin perheen omistaman leirintäalueen kapasiteetti on 450 henkilöä ja se on avoinna huhtikuusta syyskuuhun.

Kuva 34. Mariager Camping-leirintäalueen logo

Kuva 35. Mukavaa oleilua leirintäalueella.

Kuva 36. Mariager Campingin leirintäalue Mariagervuonon rannalla Pohjois-Jyllannissa

2.16 Rosenserien, Ruotsi

Yritys:	RS Biokosmetik AB
Sijainti:	Valdemarsvik, Ruotsi
Toimiala:	Kosmetiikka
Henkilöstö:	5
Perustettu:	1984
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki
Myöntämisvuosi:	2010
Yhteyshenkilö:	Carina Swartz
Verkkosivusto:	www.rosenserien.com

Laatuleima

Rosenserien AB eli RS Biokosmetik AB, joka on yrityksen virallinen nimi, perustettiin 1984. Rosenserien-kosmetiikkasarja suunniteltiin alusta lähtien luonnolliseksi vaihtoehdoksi ihon- ja kauneudenhoitoon. Tämän vahvistamiseksi tarvittiin riippumattoman osapuolen sertifiointi. Merkkejä oli valittavana useampia, mutta Rosenserien piti Joutsenmerkkiä sopivana laadun takaajana, koska jopa 98 % ruotsalaisista tuntee Joutsenmerkin ja sen merkityksen. Joutsenmerkki on myös uskomattoman hyvä työkalu markkinoinnissa.

Uusien rutiinien oppiminen vie aikaa

Kesti melkein vuoden ennen kuin ensimmäiset tuotteet olivat valmiita sertifioitaviksi. Uusien rutiinien oppiminen vie aikaa ja raaka-aineiden vaatimustenmukaisuuden varmistaminen on monimutkaista kosmetiikka-alalla. Ensimmäiset tuotteet saivat Joutsenmerkin vuonna 2010 ja nyt 15 Rosenserien-ihonhoitotuotetta on joutsenmerkitty. Yritys pyrkii saamaan koko tuotevalikoimalleen Joutsenmerkin. ”Kyllähän se vie aikaa. Pitää vain olla kärsivällinen”, toteaa Carina Swartz, Rosenserien AB:n omistaja.

Valmis kosmetiikka-asetuksen voimaantuloon

Suurin osa EU:n uudesta kosmetiikkatuotteita koskevasta asetuksesta astuu voimaan heinäkuussa 2013. Rosenserien on koonnut tietoa ja dokumentaatiota Joutsenmerkin hankintaprosessin aikana, mikä takaa sen, että yritys on valmis asetuksen voimaantuloon. Joutsenmerkistä on selvästi etua tässä yhteydessä.

Prosessia voisi yksinkertaistaa

Kosmetiikka-alalla toimivan mikroyrityksen ei ole helppo toteuttaa kaikkia Joutsenmerkin vaatimuksia ensimmäisellä kerralla tai kriteerejä uusittaessa. On pakko itse asiassa aloittaa alusta, etsiä ehkä uusia raaka-aineita, tarkistaa reseptejä jne. Tämä vaatii valtavasti dokumentaatiota, jonka hankkimista voisi yksinkertaistaa. Joutsenmerkki voisi pitää saatavilla tiettyjä perustietoja esimerkiksi käytettävissä olevista raaka-aineista. Uusimpien kriteerien toteuttaminen vaatii Rosenserien AB:ltä kokonaisen työvuoden. Yritys ei pyöri, jos yksi viidestä työntekijästä tekee tätä kokopäiväisesti. Konsultteja oli pakko käyttää apuna. Kaikkea tätä voisi ehkä yksinkertaistaa pienimpien yritysten kohdalla.

Vaikeaa luopua tuoksusta

Carina Swartzin mielestä Joutsenmerkin kriteerit ovat suurelta osin hyvät, mutta ne tuntuvat tiukoilta tuoksujen osalta. Asiakkaat ovat hyvin herkkiä tuoksujen suhteen. He haluavat, että tuotteet tuoksuvat yhtä hyviltä kuin ennenkin. Käytännössä on lähes mahdotonta myydä tuoksutonta kosmetiikkatuotetta, vaikka tuoksun ja aineen vaikutuksen välillä ei ole mitään yhteyttä.

Hyvä ohjaaja ja kohtuulliset maksut

Carina Swartz on erittäin tyytyväinen ympäristömerkontäsihteeristön ohjaajiin, jotka auttoivat todella paljon koko prosessin aikana ja käyttivät aikaa yksittäisten kysymysten selvittämiseen. Tämän valossa Joutsenmerkin maksut ovat hyvin kohtuulliset. "Monet pitävät tätä kalliina, mutta se ei pidä ollenkaan paikkaansa", Carina Swartz toteaa. "Kalleinta oli pakkausten vaihtaminen!"

Paljon PR-arvoa

Rosenserien on saanut erittäin paljon huomiota eri viestimissä Joutsenmerkin takia, millä on ollut suuri arvo pienelle yritykselle. Sitä vastoin tuloissa ei ole vielä huomattu kasvua. Voittoa on aina vaikea mitata, mutta kilpailijoiden liikevaihto näyttää laskeneen hieman viime vuonna kun taas Rosenserien AB:n liikevaihto kasvoi jonkin verran. Joutsenmerkin tuloksena saatiin myös paremmat rutiinit ja parempi laatu. Yrityksellä on nyt yksinkertaisesti parempi yleiskuva kaikesta.

Suosittelenko? Aivan varmasti!

Carina Swartz suosittelee lämpimästi Joutsenmerkkiä muille yrityksille. Vaikka prosessi tuntui ajoittain kovalta, ympäristömerkistä on ilman muuta ollut etua. Muutoin emme olisi ryhtyneet tähän heti alussa.

Lisätietoa Rosenserien AB:stä

Rosenserien AB:n pääkonttori sijaitsee Valdemarsvikissa ja valmistus tapahtuu Östersundissa ja Strängnäsissä. Guldäpple-palkinto annettiin vuonna 2008 Rosenserien-sarjalle, jonka terveyskauppa-ala oli valinnut vuoden luonnonkosmetiikkatuotteeksi. Veckans Affärer -lehti valitsi Rosenserien AB:n vuoden superyritykseksi Ruotsissa kahtena vuonna peräkkäin eli 2010 ja 2011. Superyritys on osakeyhtiö, joka mm. erottuu omalla alallaan, lyö kilpailijansa kaikissa tärkeissä tekijöissä, kasvaa muita nopeammin ja on muita kannattavampi. Rosenserien-tuotteita myydään ja käytetään kauneushoitoloissa, kylpylöissä ja terveyskaupoissa. Niitä markkinoidaan myös kotimyyntinä Ruotsissa, Suomessa, Tanskassa ja Virossa. Carina Swartz on yrityksen omistaja ja toimitusjohtaja.

Kuva 37. Joutsenmerkin sihteeristön Karin Carlsson on juuri ojentanut käyttöoikeusluvan Carina Swartzille

Kuva 38. Uusin joutsenmerkitty Rosenserien-tuote. (Helmikuu 2012)

Kuva 39. Joutsenmerkin sihteeristön edustaja Rosenserien AB:n tehtaalla Östersundissa.

Kuva 40. Rosenserien-kosmetiikkaa esillä Green Festival -tapahtumassa Tukholman Kungsträdgårdenissa heinäkuussa 2011. (Kuva: Miljömärkning Sverige)

2.17 Slægtsgården ved Karup Å, Tanska

Yritys:	Slægtsgården v/Karup Å
Sijainti:	Karup, Tanska
Toimiala:	Majoituspalvelut
Henkilöstö:	1
Perustettu:	1995
Ympäristömerkki:	EU-ympäristömerkki
Myöntämisvuosi:	2003
Yhteyshenkilö:	Kjeld Østergaard
Verkkosivusto:	www.karup-aa.dk

Kiinnostus ympäristöön heräsi heti alussa

Kjeld Østergaard omistaa Karup Å:n sukutilan (Slægtsgården ved Karup Å) ja hoitaa sitä. Hän kasvoi itse tilalla ja siten hänellä oli alusta lähtien luja näkemys siitä, kuinka tärkeää on hoitaa luonnonkaunista ympäristöä. Kjeldin ravitsemusohjaajakoulutus on entisestään vahvistanut tietoisuutta ympäristön ja terveyden välisestä yhteydestä. Ravitsemusohjaajalla tulee olla hyvä yleiskäsitys siitä, mistä parhaat aineet tulevat ja miten kaikki saadaan pysymään mahdollisimman puhtaana. Kiinnostus ympäristöön on siten ollut luonnollinen osa elämää jo monta vuotta.

Sikatilasta maatilamatkailuun

Sukutila on kuulunut Østergaardin perheelle vuosikymmenien ajan. Tilan pinta-ala on 50 ha, josta 35 ha on metsää, 10 ha nurmipeltoa ja 5 ha luonnontilaisia maa-alueita Karup Å:n joen varrella. Tilalla kasvatettiin aiemmin sikoja, mutta ostettuaan tilan äidiltään Kjeld muutti sikalan vierashuoneiksi ja juhlatiloiksi, minkä jälkeen hän käynnisti tilalla matkailutoiminnan 1990-luvun puolivälissä.

Yksi ensimmäisistä EU-kukista

Sukutila kuului niiden neljän majoitusliikkeen joukkoon, jotka saivat ensimmäisinä Tanskassa EU-ympäristömerkin (EU-kukan) vuonna 2003. Virallinen ympäristötyö käynnistyi kuitenkin jo kaksi vuotta aiemmin Keski-Jyllannissa järjestetyllä kurssilla, jossa osallistujien ympäristötyötä tarkastettiin askel askeleelta Ålborgin yliopiston tuella. Työn loppuvaiheessa huomattiin, että Slægtsgården ved Karup Å täytti jo lähes kaikki EU-kukan kriteerit. Tarvittiin vain vähän paperityötä ja pari allekirjoitusta – sitten kaikki oli kunnossa!

Sopivat, mutta myös vähän kummalliset kriteerit

Yleisesti ottaen Kjeld Østergaard pitää EU-ympäristömerkin kriteerejä sopivina myös pienyrityksille. Jotkut kriteerien osat eivät kuitenkaan sovellu haja-asutusalueille vaikka ne ovat erittäin tärkeitä suuremmissa kaupungeissa. Tämä koskee etenkin veden säästämistä koskevaa vaatimusta, koska maaseudulla on yllin kyllin vettä. ”Mutta säännöt nyt ovat tällaiset”, kuten Kjeld toteaa.

Paljon byrokratiaa pienyrityksille

Kjeld Østergaardin mielestä ympäristömerkkiin liittyvää byrokratiaa voisi vähän yksinkertaistaa pienimpien yritysten osalta. EU-ympäristömerkki edellyttää paljon dokumentaatiota, useita allekirjoituksia ja vastauksia tarpeettomiltakin tuntuviin kysymyksiin. Sertifiointi koskee koko EU:ta, joten ehkä elämä ei ole niin monimutkaista Tanskassa maaseudun pienistä kylistä puhumattakaan. Kjeldin mielestä järjestelmän vähimmäismaksu on myös ehkä vähän yläkantissa pienyrityksiä ajatellen ja rahoille saatuun vastineeseen verrattuna.

Ympäristömerkin näkyvyydestä huolehditaan

Kjeld Østergaard pitää huolen siitä, että EU-ympäristömerkki näkyy sekä tilan verkkosivuilla että itse rakennuksessa. Hän kertoo myös vieraille ympäristömerkin tarkoittavan sitä, että kaikki on niin hyvin kuin miltä näyttääkin.

Vaikutus tuntuu ajan myötä

Tilalle tulevat vieraat tietävät oleskelevansa luonnonkauniilla alueella ja sen vuoksi heillä on luonnollisesti odotuksia siisteyden suhteen sekä sisällä että ulkona. Moni ei kuitenkaan kysy, onko tilalla ympäristömerkkiä. Merkintä on todistus siitä, että kaikki on kunnossa, mutta vieraiden senhetkinen kokemus on tärkeintä. Kjeldin mielestä EU-ympäristömerkillä ei tosiasiallisesti ole ollut suurempaa vaikutusta kävijämäärään tai liikevaihtoon. ”Mutta vaikutus tuntuu varmaan ajan myötä.”

Lisätietoa Slægtsgården ved Karup Å:n maatilasta

Sukutila sijaitsee Keski-Jyllannissa Viborgin kunnassa vain 100 metrin päässä Karup Å:n joesta. Tila tarjoaa hyvät mahdollisuudet kalastuslo-mailuun sekä juhlien ja kurssien pitämiseen jokilaakson kauniin ja rehe-

vän luonnon keskellä. Karup Å on erittäin tunnettu urheilukalastajien piirissä etenkin isoista meritaimenistaan. Tilarakennuksen kunnostetussa keskiosassa on 7 huonetta, yhteiskeittiö sekä kylpyhuone. Kjeld Østergaard omistaa tilan ja on myös sen ainoa työntekijä.

Kuva 41. Karup Å – joki

Kuva 42. Tilan rakennuksia

Kuva 43. Kukkivia kämmeköitä Karup Å -joen varrella

Kuva 44. Sukutilan logo

2.18 Undri, Islanti

Yritys:	Undri ehf.		
Sijainti:	Reykjanesbær, Islanti		
Toimiala:	Teollisuuden puhdistusaineet		
Henkilöstö:	1,5		
Perustettu:	1998		
Ympäristömerkki:	Joutsenmerkki		
Myöntämisvuosi:	2002		
Yhteyshenkilö:	Guðjón Hólm Sigurðsson		
Verkkosivusto:	www.undri.is		

Lampaan rasvan tutkimusta

Syksyllä 1997 Sigurður Hólm Sigurðsson, entinen merikapteeni, osallistui liikeideoiden kehittämisseminaariin. Sen jälkeen hän alkoi keväällä 1998 valmistaa pieniä määriä tervalle tarkoitettua ympäristömyötäistä puhdistusainetta käyttäen raaka-aineena lampaan rasvaa. Tuotteen kaava kehitettiin Islannin teknisen instituutin (nykyisin Innovation Center Iceland) laboratorioissa tohtori Ragnar Jóhannssonin johdolla. Seuraava vaihe oli yrityksen – S. Hólm – perustaminen saman vuoden elokuussa. Yritys alkoi kasvaa ja vuoden 2000 alussa tuotanto siirrettiin uusiin teollisuustiloihin.

Ihmeitä

Puhdistusaine sai aluksi nimen *Undri*, joka tarkoittaa ihmettä, ja vuonna 2004 myös yrityksen nimeksi vaihdettiin Undri. Yritys valmistaa nyt kahdeksaa erityyppistä puhdistusainetta käyttäen raaka-aineena osittain lampaan rasvaa ja soijaöljyä. Tuotteet sopivat mm. kankaiden, autojen, kalastusvälineiden ja pensseleiden puhdistukseen sekä käytettäväksi konepajoissa ja elintarviketehtaissa. Kolme tuotetta on saanut Joutsenmerkin.

Mukana alusta lähtien

Kun Undrin tuotanto oli vasta käynnistysvaiheessa, tohtori Ragnar Jóhannsson osallistui Joutsenmerkin kriteerien laatimiseen teollisuuden puhdistusaineille. Sen vuoksi sopi erityisen hyvin, että tuote kehitettiin alusta lähtien kriteerien mukaisesti. Undrin tervanpuhdistusaine sai Joutsenmerkin maaliskuussa 2002, jolloin Islannissa oli vain kaksi Joutsenmerkin käyttö lupaa. Undri ja Joutsenmerkki ovat siis kulkeneet yhtä matkaa koko ajan.

Suuri vaikutus päivittäiseen toimintaan

Sertifiointi vaikutti Undrin päivittäiseen toimintaan melko paljon alusta lähtien. Ympäristömerkin hankkiminen oli tärkeä oppimisprosessi ja ympäristötietoisuus parani yrityksessä nopeasti Joutsenmerkin ansiosta. Työntekijät pyrkivät mm. tehostamaan materiaalien käyttöä, ehkäisemään jätteiden syntymistä ja lisäämään kierrätystä riippumatta siitä, sisältyivätkö nämä Joutsenmerkin kriteereihin vai ei.

Vähän hankalaa aluksi

Undrissa työskentelevän Guðjón Hólmin mielestä sertifioinnin valmistelu vei alussa paljon aikaa, mutta se oli hyödyllistä ajankäyttöä. Prosessin myötä yritys tuli aiempaa tietoisemmaksi mahdollisista riskeistä. ”Tämä sai meidät pohtimaan asioita, joita muuten ei olisi tullut ajatelleeksi ennen kuin vahinko on jo tapahtunut”, Guðjón totesi. Yritys oli lähes huomaamatta hankkinut itselleen vankan laadunvarmistusjärjestelmän, jota on helppo ylläpitää, kun se kerran on perustettu. Myös omasta tuotteesta on nyt paljon enemmän tietoa. Tästä tiedosta on hyötyä myös ilman Joutsenmerkkiä olevien tuotteiden valmistuksessa.

Mikroyritykset tarvitsevat asiantuntijoiden apua

Puuttuva asiantuntemus on Guðjónin mukaan mikroyritysten tavallisin pullonkaula ympäristötyössä. Undrin tapauksessa tämä ei kuitenkaan ollut iso ongelma, koska he saivat apua tohtori Ragnar Jóhannssonilta kehittävyvaiheessa. Joutsenmerkki voisi ehkä antaa prosessin alussa ylimääräistä apua pienimmille yrityksille käymällä läpi kriteerien tärkeimmät kohdat ja helpottamalla analyysin tekoa yritysten mahdollisuuksista täyttää kriteerit.

Kustannus ei ole ongelma

Guðjón ei pidä Joutsenmerkin hankkimisesta aiheutuvia kuluja merkittävänä ongelmana. Ei ole varmaa, että rahan saa takaisin lisääntyneenä myyntinä, mutta Joutsenmerkki muuttaa toiminnan painopistettä, mikä on hyödyllistä pitkällä aikavälillä. Joutsenmerkityllä yrityksellä on paremmat valmiudet kohdata yllättäviä tapahtumia ja sen on helpompi säilyttää asemansa markkinoilla, joilla ympäristötietoisuus kasvaa jatkuvasti. Guðjónin mukaan suuri yleisö on paljon ympäristötietoisempaa kuin elinkeinoelämä.

Suojaa byrokratialta

Joutsenmerkki ei vaadi erityisen paljon paperityötä kuten monet uskovat. Guðjónin mielestä Joutsenmerkki päinvastoin suojaa byrokratialta. Hänen mukaansa Joutsenmerkki lyhentää käsittelyaikaa eri järjestelmissä, koska sillä on jo vastaukset useimpiin esille tuleviin kysymyksiin. Joutsenmerkki helpottaa kaupankäyntiä ja vientiä, luo myönteistä ilmapii-riä ja pienentää sen riskiä, että suunnitellut liiketoimet jäävät kesken byrokratian takia.

Lisätietoa Undrista

Undri ehf. on Keflavikin lentokentän lähistöllä Reykjanesbærissä toimiva pieni perheyritys. Undri sai kolmantena yrityksenä Islannissa Joutsenmerkin käyttöluvan tuotteelleen. Undri valmistaa puhdistusaineita lampaan rasvasta, joka muuten olisi heitetty pois. Guðjón Hólm Sigurðsson on yrityksen markkinointi- ja myyntipäällikkö.

Kuva 45. Undri: Logo ja yrityksen motto

Kuva 46. Undrin koko tuotevalikoima

3. Yhteystiedot

3.1 Yritysten yhteyshenkilöt

Anders J Bredeesen, Allsidige Nord, Norja
Katarina Hanell, Delipap, Suomi
Kenneth Dådring, Delsbo Candle, Ruotsi
Josef Höbenreich, Edsbyverken, Ruotsi
Fritz Køhler, Frøya Trøya, Norja
Jon Hestoy, Føroyaprent, Färsaaret
Synnøve Tveito, GROM design, Norja
Hróðmar Bjarnason, Hótel Eldhestar, Islanti
Kolbrún Ulfsdóttir, Hótel Rauðaskriða, Islanti
Johan Norrgård, Hotell Savoy, Ahvenanmaa
Ingela Andrée, ICA Nära Optimisten, Ruotsi
Margareta Norrgård, Junno & Unno Hylderne, Tanska
Calle Carlsson, Kavat, Ruotsi
Pekka Väätäinen, Lunawood, Suomi
Anni Jensen, Mariager Camping, Tanska
Carina Swartz, Rosenserien, Ruotsi
Kjeld Østergaard, Slægtsgården ved Karup Å, Tanska
Guðjón Hólm Sigurðsson, Undri, Islanti

3.2 Verkkosivustoja

www.allsidigenord.no
www.delipap.fi
www.delsbocandle.se
www.edsbyn.com
www.froya.com
www.foroyaprent.fo
www.grom.no
www.eldhestar.is
www.hotelraudaskrida.is
www.alandhotels.fi
www.ica.se/optimistens_lanthandel
www.junnounno.com
www.kavat.com
www.lunawood.fi
www.mariagercamping.dk
www.rosenserien.com
www.karup-aa.dk
www.undri.is

Joutsenmerkki ja EU-ympäristömerkki

– Menestystarinoita Pohjoismaiden pienyhdyskunnista

Tämä raportti esittelee 18 hyvää esimerkkiä – menestystarinaa – pienyrityksistä, jotka toimivat pienyhdyskunnissa eri puolilla Pohjoismaita ja jotka ovat saaneet tuotteilleen tai palveluilleen Joutsenmerkin tai EU-ympäristömerkin. Esimerkit osoittavat, että ympäristömerkintä on mahdollinen ja myös kannattava ei pelkästään suurkaupungeissa vaan myös pienyhdyskunnissa. Useimmat haastatelluista uskoivat ympäristömerkinnän merkityksen kasvavan entisestään. Syynä tähän on ympäristön tilan muuttuminen yhä kriittisemmäksi ja kansalaisten ympäristötietoisuuden lisääntyminen.

Ympäristömerkinnän kustannuksia pidettiin useimmiten kohtuullisina myös pienyritysten kannalta, koska ympäristötyö tuo usein säästöjä ja merkintä helpottaa markkinointia. Ympäristömerkinnän katsotaan olevan yksi kilpailutekijä.

Raportin tilaaja on Pohjoismaiden ministerineuvoston pienyhdyskuntien ryhmä, joka on ministerineuvoston kestävästi kulutuksen ja tuotannon työryhmän alaryhmä. Pienyhdyskuntien ryhmä toivoo, että raportti tarjoaa innoitusta pienyrityksille kaikkialla Pohjoismaissa, ei pelkästään pienyhdyskunnissa.