

## ITB Berlin –benchmarkkausmatka 9.-11.3.2016

### Raportti



Eeva Koivula, projektipäällikkö  
VÄHIMAT – Kohti vähähiilistä matkailua Etelä-Savossa -hanke, Mikkelin Ammattikorkeakoulu

24.3.2016

## Sisältö

1. Hankkeen benchmarkkaustavoitteet .....	3
2. ITB Berlin messut ja konferenssi 9.-13.3.2016 .....	3
3. Benchmarkkauskysymykset.....	4
4. Benchmarkkauksen toteuttaminen.....	4
5. Vastauksia benchmarkkauskysymyksiin .....	5
5.1. Vähähiilisen matkailun tarjonta, kysyntä ja toimenpiteet yrityksissä .....	5
5.2. Miten matkailun hiilijalanjäljen ongelma näkyy toimialalla .....	7
6. Arvio benchmarkkauksen tuloksista.....	9
7. Lähteet.....	10

### Liitteet

Tilaisuudet ja keskustelut ITB:ssä sekä esitteiden tarkastelua  
CRS-päivän tilaisuuksien yleisökysymyksiä vastauksineen  
Joroinen - Berliini - Joroinen -matkan laskennalliset hiilidioksidipäästöt (CO<sub>2</sub>e)

## 1. Hankkeen benchmarkkaustavoitteet

VÄHIMAT-hankkeen tavoitteena on etsiä keinoja ja tuottaa ehdotuksia matkailun hiilijalanjäljen pienentämiseksi Etelä-Savossa.

Hankesuunnitelmaan sisältyy kahdesta kolmeen benchmarkkausmatkaa ulkomaille. Matkojen tavoitteena on uusimman tiedon hankkiminen matkailun hiilijalanjäljestä sekä sellaisten hyvien käytänteiden etsiminen, joita voitaisiin hyödyntää Etelä-Savossa matkailun hiilijalanjäljen pienentämissä.

## 2. ITB Berlin messut ja konferenssi 9.-13.3.2016

ITB Berlin -tapahtuman valittiin hankkeen ensimmäiseksi benchmarkkauskohteeksi sen laajuuden, kansainvälisyyden ja vastuullisen matkailun painotusten vuoksi. ITB Berlin on järjestäjien mukaan maailman johtava kansainvälinen matkailualan tapahtuma. Siihen sisältyy kansainväliset matkamessut (ITB Messe) sekä ammattilaisille suunnattu ITB- konferenssi (ITB Convention) Esillä oli noin 10 000 yritystä 187 maasta. Matkailun ammattilaisia tapahtumaan osallistui noin 120 000. Suurelle yleisölle messut olivat avoinna kahtena päivänä ja kävijöitä oli noin 60 000. (ITB Berlin 2016A).

Konferenssiin sisältyi yli 200 tapahtumaa ja niissä oli noin 26 000 osallistujaa. Tämän vuoden pääteema oli "Travel 4.0" - matkailuyritysten kaikkien liiketoimintaprosessien digitalisoituminen. Messujen jälkeen julkaistussa tiedotteessa on nostettu muina teemoina esille luksusmatkailu, pakolaiskysymys ja robotit. (ITB Berlin 2016A.)

Tänä vuonna viisikymmentä vuotta täyttävästä ITB:stä on järjestäjien mukaan tullut maailmanlaajuisesti kattava matkailualan kauppapaikka, jossa ovat esillä matkailutuotteet ja -palvelut myös kasvaville kapeille segmenteille (niche). Tapahtuma heijastaa järjestäjien mukaan yhteiskunnallisia ja teknologisia trendejä ja talouden kehitystä ja on "aina askeleen edellä muita". (ITB Berlin 2016B.)

ITB-organisaation mukaan kestävyys on sen "strateginen elementti ja missio". ITB on sitoutunut sosiaalisesti vastuulliseen matkailuun, mihin sisältyy myös ekologinen ulottuvuus. Vastuullisuus näkyy ITB:n ympärivuotisessa toiminnassa sekä ITB Berlin -tapahtumassa koottuna CRS-otsikon (social responsibility) alle. CRS:n teemoja ITB:n toiminnassa ovat ihmisoikeudet, sosiaalinen oikeudenmukaisuus, naisten ja lasten seksuaalisen hyväksikäytön vastustamisen sekä ilmaston, ympäristön ja eläinten suojelu. (ITB Berlin 2016B.)

Järjestäjien mukaan ITB:n CRS Day-tapahtumissa käsitellään ajankohtaisia matkailun kestävyyskysymyksiä ja tarjotaan ehdotuksia siitä, kuinka edetä näiden kestävyys suurien haasteiden kanssa. Tänä vuonna keskeisiä kysymyksiä olivat matkailu ja ilmastonmuutos sekä pakolaisten suuresta määrästä syntyvät riskit ja mahdollisuudet. (ITB Berlin 2016B.)

ITB:n historiikin mukaan (ITB Berlin 2016C) ympäristökysymyksiä on vuosien mittaan nostettu esille seuraavasti:

- 1993: Key topics: protecting the environment and human rights 1993: Key topics are protecting the environment and racist violence
- 1996: Eco-friendly stand in the Science Centre
- 2007: Key topics include climate change and space tourism.
- 2011: First Ministers' Summit on Climate Change in the Asia Pacific Region

Tietoa ITB Berlin 2016 –tapahtumasta: <http://www.itb-berlin.de/en/>

### 3. Benchmarkkauskysymykset

Tavoitteena ITB:ssä oli saada vastauksia seuraaviin kysymyksiin

- mitä yrityksissä ajatellaan matkailun hiilijalanjäljestä?
- millainen käsitys yrityksissä on hiilijalanjäljen (tai vähähiilisyys) merkityksestä asiakkaiden ostopäätöksissä - onko vähäpäästöisyys kilpailuetu?
- mitä yrityksissä on tehty matkailun hiilidioksidipäästöjen pienentämiseksi?
- miten matkailun hiilijalanjäljen ongelma näkyy toimialalla yleisesti ja esim. tutkimusten valossa; onko näköpiirissä ratkaisuja?

### 4. Benchmarkkauksen toteuttaminen

ITB:n tarjonta on valtavan laaja, joten pyrin hahmottamaan aikataulut ja paikat etukäteen tapahtuman kotisivuilta. Itse tapahtumaan osallistuin kolmena päivänä, 9.-11.3.

Sivuilta on tapahtuman jälkeen tarkoitus hakea vielä lisätietoa mm. yrityksistä ja tuotteista, jotka olivat mukana kategoriassa "vastuullinen matkailu". Näiden 291 yrityksen ITB-sivuille syötetyissä kuvauksissa on jo pikaisella silmäyksellä paljon yrityksiä ja tuotteita, jotka eivät tekstien valossa näyttäneet mitenkään poikkeavan vastuullisina. Myös ITB:n pääpuheenvuoroja voi hyödyntää tapahtuman jälkeenkin, sillä ne ovat nähtävissä verkossa osoitteessa <https://www.youtube.com/playlist?list=PLdkWkPxF54jn0Bu2loze9p7sFgJiMZBI->

ITB:ssä on esittelyhallit matkakohteille niiden maantieteellisen sijainnin mukaan sekä halleja, joilla on oma teemansa. Vastuullisen matkailun teema oli sisällytetty halliin 4.1. "Adventure, Youth and Responsible Tourism" ja etukäteen oli tietysti mahdollista katsoa, mitä hallissa oli esillä. Sivuja tutkimalla löytyi näin mielenkiintoisia kohteita, joiden edustajia oli sitten mahdollista haastattaa messuilla. Kiinnostavaksi hallin tarjonnan teki myös se, että useiden siellä esillä olleiden yritysten kohderyhmänä olivat nuoret - tulevaisuuden matkailijat ja tekijät.

Hallissa 4.1. keskustelin useimpien mukana olevien tahojen kanssa ja keräsin aineistoa niiden toiminnasta. Lisäksi kiersin muutamia muita halleja, jotta saisin käsitystä muidenkin matkakohteiden ja -yritysten suhtautumisesta matkailun hiilijalanjälkeen.

Konferenssiesityksistä kuuntelin kaikki joissa käsiteltiin suoraan ilmastonmuutosta ja hiilijalanjälkeä. Lisäksi kuuntelin joitakin yleisesti vastuulliseen/kestävään matkailuun liittyvää esitystä. Taukojen aikana oli mahdollista vaihtaa ajatuksia muutaman asiantuntijan kanssa.

Lisäksi osallistuin VisitFinlandin ja Berliinin Suomen suurlähetystön järjestämään kutsuvierasiltan Nordic Housessa ja viimeisenä iltana messuilla vapamuotoiseen Responsible Tourism Networking - tapahtumaan. Kaikkiaan keskustelin ITB-tapahtuman aikana matkailun hiilijalanjäljestä yli 40 henkilön kanssa. Keskustelut, puheenvuorot ja muu materiaali raportoitu tarkemmin liitteessä 1.

Päästöjen minimoimiseksi tein Berliinin matkan bussilla, laivalla ja junalla. Matka Helsingistä Berliiniin ja takaisin tuotti laskelmieni mukaan noin 250 kg CO<sub>2</sub>e:n päästöt. ITB:n sivulla olevan laskurin mukaan lento Helsingistä Berliiniin ja takaisin aiheuttaa 674 kilon hiilidioksidipäästön ja kompensatio siitä on 16 euroa. Laskelma matkan päästöistä liitteessä 3.

## 5. Vastauksia benchmarkkauskysymyksiin

### 5.1. Vähähiilisen matkailun tarjonta, kysyntä ja toimenpiteet yrityksissä

Kolme ensimmäistä kysymystä koski hiilijalanjäljen näkymistä matkailuyritysten tarjonnassa, yritysten edustajien näkemyksiä vähähiilisten tuotteiden kysynnästä sekä yrityksissä hiilijalanjäljen pienentämiseksi tehtyjä toimenpiteitä. Vastaukset näihin kysymyksiin olen koonnut ryhmittelemällä yritykset/organisaatiot ITB:ssä käymieni keskustelujen, kuulemien esitysten ja näkemieni messuosastojen perusteella neljään kategoriaan.

Yrityksen/organisaation tavoitteena on kehittää vastuullista matkailua mm. pienentämällä matkailun CO<sub>2</sub>-päästöjä

Nämä yritykset/organisaatiot on perustettu edistämään kestävästä kehitystä. Niiden palveluja matkailuyrityksille ja -organisaatioille ovat mm. konsultointi, CO<sub>2</sub>-päästölaskurit, erilaiset ympäristöprojektit, tutkimukset ja kartoitukset. Ne julkaisevat ympäristövastuullisuudesta sekä yrityksille että matkailijoille suunnattua aineistoa ja muutenkin tiedottavat vastuullisesta matkailusta. Jotkut tarjoavat omaa setifikaattia. Yhteistyö yritysten kanssa näkyy vähintään logon muodossa.

Tällaisia yrityksiä/organisaatioita ITB:ssä olivat ainakin saksalaiset myclimate, atmosfair, Brot Für die Welt, TourCert, ClimatPartner ja GIZ Solutions, Saksa sekä EcoTourism Ireland. Näistä näkyvin ITB:ssä oli TourCert, sillä se jakaa vuosittain oman vastuullisen matkailun kunniakirjoja.

Vastuullisen matkailun edistäjänä voi pitää myös National Geographic -lehteä, sillä se palkitsee vuosittain vastuullisen matkakohteen/yrityksen. Kriteereihin ei tosin ainakaan toistaiseksi sisälly matkailun hiilijalanjälkeä, eikä se tullut myöskään puheenvuoroissa esille.

Suurin osa raportissa mainituista yrityksistä oli esillä hallissa 4.1., mihin oli koottu mm. vastuullista matkailua edustavat yritykset. Siksi kategorioissa 1.-3. tai liitteessä 3. mainittujen yritysten määrä jaettuna näihin kategorioihin ei kuvaa kaikkien messuyritysten ja organisaatioiden määrällistä jakautumista em. kategorioihin.

Yrityksessä pyritään vähentämään hiilidioksidipäästöjä - nähdään myös kilpailuetuna ja siitä viestitään asiakkaille.

Näissä yrityksissä on tehty monenlaisia toimenpiteitä CO<sub>2</sub>-päästöjen pienentämiseksi sekä kohteeseen matkustettaessa että matkakohteessa. Toimenpiteet vaihtelevan luonnollisesti sen mukaan millaisesta yrityksestä on kyse. Matkakohteilla on erilaisia toimenpiteitä kuin matkanjärjestäjillä, mutta useissa yrityksissä ajatellaan koko matkan CO<sub>2</sub>-päästöjä, ei vain yhtä kohdetta. Keskusteluissa esille tulleita toimenpiteitä olivat

- käytetään uusiutuvaa energiaa, mm. aurinkopaneelein ja vesivoimalla tuotettua
- hyödynnetään vanhoja rakennuksia ja läheltä saatavia rakennusmateriaaleja
- suositetaan lihasvoimin liikkumista ja kohteita, jotka ovat saavutettavissa ilman fossiilisten polttoaineiden käyttöä
- suositetaan lähi- ja kasvisruokaa tai ainakin tarjotaan sitä vaihtoehtona
- -ohjataan asiakkaita vähentämään CO<sub>2</sub>-päästöjä netissä, esitteissä, paikan päällä: esimerkiksi veden käytöstä, julkisen liikenteen suosimisesta, ruokavalinnoista ja lämmityksestä
- annetaan mahdollisuus laskea CO<sub>2</sub>-päästöjä (laskurit) ja tehdä vähäpäästöisempiä valintoja; myös kilpailua kokeiltu
- ei oteta tarjontaan lyhytestoisia pitkän lentomatkan edellyttämiä matkoja
- edistetään julkisten maaliikennevälineiden käyttöä, esim. sisällyttämällä lentolippuihin julkisen liikenteen liput kentälle ja takaisin

Useat (pk)yritykset tekevät yrityskohtaisia toimenpiteitä kolmesta syystä: ilmastonmuutoksen torjuminen on heille henkilökohtaisesti tärkeää, he uskovat sen olevan kilpailuetu ja he ovat nähneet hiilijalanjälkeä pienentävien toimenpiteiden tuovan myös kustannussäästöä. Nämä yritykset laskevat ja ilmoittavat tuotteensa CO<sub>2</sub>-jalanjäljen ja sisällyttävän kompensaaation edellyttämän hinnan tuotteeseen osittain tai kokonaan, tai tarjoavat asiakkaalle mahdollisuuden maksaa kompensatio tuotteen maksamisen yhteydessä.

Osa yrityksistä ilmoittaa tuotteidensa, esim. majoituksen, tai koko yrityksensä olevan hiilineutraaleja. Tämä perustuu kuitenkin yrityksen ja/tai asiakkaan maksamaan CO<sub>2</sub>-kompensaatioon. Jos kompensatio on vapaaehtoinen, yrityksen sivuilta löytyy siihen erikoistuneen yrityksen (esim. myclimate, atmosfair, ClimaterPartner, KLIMA KOLLEKTE) laskuri ja mahdollisuus maksaa kompensatio. Yleensä asiakas saa maksamastaan kompensatiosta vielä todistuksen. Yrityksillä on usein jokin sertifikaatti. Sertifikaattien painotukset ja kriteerit vaihtelevat, mutta yhtä lukuun ottamatta (Fair Trade Tourism) kaikissa ITB:ssä vastaan tulleissa sertifikaateissa (TourCert, Green Key, Irland EcoTourism, ClimatePartner klimaneutral, GreenSign/InfraCert) on tavalla tai toisella mukana myös ilmastonmuutoksen hillitseminen CO<sub>2</sub>-päästöjä vähentämällä.

Tähän kategoriaan kuuluvat esimerkiksi saksalaiset matkatoimistot Studiosus ja Hauser Excursionen, saksalainen hostelliketju A&O -travel, Schweitzer Jugendherbergen -hostellit, Glacier Lodge EQI ja Arctic Hotel Göönlannissa , Irland WalkHikeBike -luontomatkailuyritys ja Mossala Island Resort Suomessa. Myös anders reisen -verkoston ja GreenlineHotels- verkoston yrityksillä on tavoitteena kestävyuden parantaminen ja hiilijalanjäljen pienentäminen.

Matkailun aiheuttama hiilijalanjälki ainakin jollain tasolla tiedostettu, mutta (koska asiakkaat eivät välitä) ei toimenpiteitä sen pienentämiseksi

Tässä kategoriassa oli mm. luokkaretkiä ja opintomatkoja järjestäviä saksalaisia yrityksiä sekä norjalainen nuorisoleirejä järjestävä yritys. On merkille pantavaa, että matkoilla, joilla on ympäristökasvatuksellisia tavoitteita, matkan aiheuttama hiilijalanjälki ohitetaan sujuvasti. Vastuuta ei siis oteta eikä nähdä tarpeelliseksi ohjata matkailijoita hiilijalanjäljen pienentämiseen.

Myös suomalainen RukaPeak, ranskalainen OTA Evaneos ja saksalainen Schulz aktiv reisen kuulunevat tähän ryhmään.

Ilmaston lämpeneminen on tiedossa, mutta matkailun aiheuttamaa hiilijalanjälkeä ei ole ajateltu.

Tällainen suhtautuminen kuului kaukomatkakohteissa (Intia, Australia) ja Itä-Euroopan maiden osastoilla (Serbia, Georgia). Asiakkaiden ei uskota välittävän matkan aiheuttamasta hiilijalanjäljestä, eikä sen vähentämistä myöskään nähdä kilpailuetuna. Asiakkaista iso osa on kuitenkin Euroopasta. Vastaaajien näkemyksen mukaan vastuu matkailun hiilidioksidipäästöjen vähentämisessä on käytännössä jollakin muulla toimijalla (hallitus, alueorganisaatio, isommat yritykset), ei matkailuyrityksillä eikä asiakkailla. Keskustelujen perusteella ei kuulostanut siltä, että muutosta olisi tulossa lähiaikoina.

Myös useiden muiden alueiden (Aasia, Lähi-Itä, Turkki, osin Välimeren maat) messuosastojen tarjonta uima-altaineen ja loisteliaine luksusmajoituksineen näytti siltä, että CO<sub>2</sub>-päästöjä eivät ajattele palvelujen tarjoajat eivätkä asiakkaat.

Tavallaan tähän kuuluvat myös yritykset, jotka profiloituvat eko/luontomatkailuun, mutta jotka eivät hahmota hiilijalanjäljen ympäristövaikutuksia, kuten esimerkiksi mongolialainen Ger to Ger.

## 5.2. Miten matkailun hiilijalanjäljen ongelma näkyy toimialalla

Neljäs benchmarkkaus kysymys oli, miten matkailun hiilijalanjäljen ongelma näkyy toimialalla yleisesti ja onko näköpiirissä selkeitä ratkaisuja hiilidioksidipäästöjen pienentämiseksi. Vastaus tähän kysymykseen perustuu pääasiassa konferenssin puheenvuoroihin ja tapahtumasta kokoamaani kirjalliseen materiaaliin.

Konferenssin avauspuheenvuorossa tapahtuman tieteellinen johtaja professori Roland Conrady (2016) totesi, että kestävä/vastuullisen matkailu periaate alkoi näkyä ITB:ssä 1990-luvun puolivälissä. Silloin se oli vain pienen piirin kysymys, mutta nyt siitä on tullut asia jota mikään matkailualan toimija ei voi ohittaa. (Conrady 2016.)

Useimmissa vastuullista/kestävää matkailua käsitelleissä tilaisuuksissa ja puheenvuoroissa ei käsitelty matkailun hiilijalanjälkeä ollenkaan. Ekologisessa kestävyudessa korostuivat elinympäristöjen ja uhanalaisten lajien suojelu. Lisäksi tuotiin esille uusiutuvien energialähteiden käyttö, mutta silloinkaan useimmiten yhteyttä CO<sub>2</sub>-päästöihin ei korostettu. Sama tilanne oli myös keskusteluissa matkailuyritysten edustajien kanssa: minä kyselin matkailun hiilijalanjäljestä ja yrityksen edustaja puhui luontomatkailusta ja ”vihreistä arvoista” ilman mitään kytkentää hiilijalanjälkeen.

Matkailun hiilijalanjälkikysymys kiteytyi CRS-päivän päätapahtumaan, CLIMATE CHANGE - MITIGATION STRATEGIES FOR THE GLOBAL TOURISM INDUSTRY -paneelikeskusteluun. Avauspuheenvuorossa paneelin puheenjohtaja professori Stefan Gössling (2016) esitti arvioita matkailun resurssien (RUIs, resource use intensities) käytöstä vuosina 1900-2050. Resurssien käyttöä vuonna 2050 on arvioitu kolmen erilaisen skenaarion mukaan, käyttäen lähtökohtana vuosittaista kansainvälisten matkojen määrää: "Economic slowdown"/7,77 miljardia, "Business as usual" eli BAU/13,6 miljardia ja "Global growth"/15,45 miljardia. BAU-skenaarion mukaan matkailun energian käyttö kaksinkertaistuu seuraavan 25 vuoden aikana ja Economic slowdown - skenaariossakin se kasvaa edelleen jonkin verran. Luvut ja graafit olivat pääosin julkaisuista Assessing tourism's global environmental impact 1900–2050 (<http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2015.1008500>), missä on myös selitetty RUIs -laskentamalli ja tarkemmat laskelmat matkailun resurssien käytöstä.

Matkailun arvioidaan tuottavan 5% maailman hiilidioksidipäästöistä ja lentoliikenteen osuuden siitä arvioidaan olevan 40%. Ennusteet kansainvälisen matkailun ja sen myötä lentoliikenteen kasvusta ja tämänhetkinen tietämys teknologian kehityksestä osoittavat, että koneiden polttoaineen kulutuksen väheneminen ja muut tekniset parannukset eivät kompensoi liikenteen kasvua. Nykyisellä menolla lentomatkustamisen polttoaineenkulutuksen arvioidaan nelinkertaistuvan ja CO<sub>2</sub>-päästöjen kolminkertaistuvan vuodesta 2010 vuoteen 2050. (Gössling 2016.)

Paneelissa keskityttiin lentoliikenteen päästöihin. Paneeliin osallistunut Malediivien matkailuministeri puhui silti vain saarivaltionsa alueella toteutetuista toimenpiteistä, joiden tavoitteena on hiilineutraalius - ei siitä, että Malediiveille suuntautuva matkailu edellyttää lähes poikkeuksetta lentämistä. Ristiriita on tässä harvinaisen selvä; Malediivien saarien korkeus merenpinnasta on keskimäärin vain noin yksi metri, joten merenpinnan nousu metrillä hukuttaisi käytännössä koko valtion. Panelisti Professori Paul Peeters (2016) totesi, että kivuttomia ratkaisuja (lento)matkailun hiilijalanjäljen pienentämiseksi ei ole.

Vastaavasti UNWTO:n korkean tason johtaja Márcio Favilla Lucca de Paula (2016) esitti AGENDA 2030 FOR TOURISM THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS -tilaisuudessa, ettei lentomatkustamisen rajoittaminen ole mahdollista, sillä se aiheuttaisi suuria vaikeuksia erityisesti kehittyville maille.

SUSTAINABLE TOURISM DESTINATIONS: SUSTAINABILITY STANDARDS AND SYSTEM, RECOMMENDED ACTIONS AND IMPLEMENTATION -tilaisuudessa julkistettiin juuri valmistunut Saksan matkailun kestävyys -julkaisu (Nachhaltigkeit im Deutschlandtourismus. Anforderungen, Empfehlungen, Umsetzungshilfen). Siihen on koottu Saksan ympäristöministeriön ja matkailutoimijoiden ym. sidosryhmien laajan yhteistyön tuloksena syntyneet Saksan kestävä matkailun määritelmät, vaatimukset, ehdotukset ja toteuttamishjeet. Perusteellisesta mutta silti selkeästä julkaisusta voitaisiin poimia hyviä käytänteitä sekä Etelä-Savon kestävä matkailun kehittämisprosessiin että sisältöön.

CRS-salin tilaisuuksissa kysyttiin osallistujilta kestävästä matkailusta ja matkailun hiilidioksidipäästöistä. Kysymysten perusteella suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että

- päävastuu toimenpiteistä ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi on valtioiden hallituksilla
- ilmastonmuutos voitaisiin parhaiten pysäyttää turvallisiksi määritellyyn pisteeseen kehittämällä ja ottamalla käyttöön uusia vähähiilisiä teknologioita
- kansainvälisen lentoliikenteen vapautus polttoaine- ja arvonlisäveroista tulee lopettaa
- nykyisin harvat matkailijat välittävät kestävä matkailun käytänteistä
- kestävyys on matkailukohteille tärkeä laatutekijä
- matkailualueen kestävyden parantaminen edellyttää DMO-toimijoilta ensisijaisesti, että heillä on kestävä matkailun asiantuntemusta



Liitteessä 2. muistiin merkityt kysymykset vastauksineen.

CRS-päivän tilaisuuksiin osallistuvat olivat olettavasti keskimääräistä kiinnostuneempia kestävästä matkailusta ja matkailun hiilijalanjäljestä. Vastauksista näkyy mielestäni se, että matkailun toimijoilla ei ole riittävästi tietoa kestävästä matkailusta/hiilijalanjäljestä ja että toivotaan jonkun muun ottavan vastuun matkailun hiilidioksidipäästöjen vähentämisestä.

CRS-tilaisuuksien välissä keskustelin professori Paul Peetersin kanssa keinoista pienentää matkailun hiilijalanjälkeä Etelä-Savossa. Hänen mukaansa on syytä heti alkuvaiheessa laskea matkailun tämänhetkistä hiilijalanjälkeä, jotta voidaan asettaa tavoitteita ja seurata niiden toteutumista sekä viestiä hiilijalanjäljestä matkailun toimijoille (Peeters 2016B). Peeters työskentelee Hollannissa Bredan ammattikorkeakoulussa ja hänen erikoisalaansa on kestävä matkailu ja liikenne. Breda on jo aiemmin ollut esillä hankkeen toisena benchmarkkauskohteena ja professori Peeters toivotti hankehenkilöstömme tervetulleiksi tutustumiskäynnille.

Messujen lopputiedotteen mukaan "...ITB Berlin has again provided evidence that this trade show, a global market place and platform for personal encounters, provides a firm foundation for the travel industry during turbulent times, and in the digital age too it has lost none of its importance for the travel industry all over the world. Lisäksi Dr. Christian Göke, Chief Executive Officer of Messe Berlin, toteaa: "...Conversely, over the past few days the travel industry has made it clear that it can provide suitable answers to the major challenges that it currently faces.". (ITB Berlin 2016A.)

Olen eri mieltä. Vaikutelmani on, että matkailun hiilijalanjäljen suhteen ollaan nyt vastaavassa tilanteessa kuin kestävydessä/vastuullisuudessa kaksikymmentä vuotta sitten: tietoa matkailun hiilidioksidipäästöistä ja niiden vaikutuksista ei ole riittävästi, huoli ilmaston lämpenemisestä vaikuttaa vain harvojen yritysten ja matkailijoiden valintoihin, eikä ratkaisua ole näköpiirissä. Kuitenkin hiilidioksidipäästöjen vähentämisen - tai vähentämättä jättämisen - vaikutukset ovat globaaleja ja muutoinkin kysymys on paljon vaikeammasta ongelmasta kuin mitä aiemmin matkailun ekologisen kestävyden puitteissa on ratkottu. Puuttuminen matkailun suurimpaan päästölähteeseen, lentomatkustamiseen, tarkoittaa valtavaa muutosta sekä matkailijoille, matkailuyrityksille ja kohdealueille. Ratkaisuja muutoksen aikaansaamiseksi ei ITB:ssä esitetty.

## 6. Arvio benchmarkkauksen tuloksista

ITB Berlin osoittautui mielestäni erinomaiseksi benchmarkkauskohteeksi tapahtuman monipuolisuuden ansiosta. Siellä oli mahdollista tutustua tämänhetkiseen matkailutarjontaan ja -kysyntään, hiilijalanjäljen laskemiseen ja sen vähentämiseen erikoistuneiden organisaatioiden toimintaan sekä saada tuntumaa siitä, miten matkailun hiilijalanjälkeen tällä hetkellä suhtaudutaan ja mitä asialle on tarkoitus tehdä.

Toimenpiteissä, joita yrityksissä on tehty hiilidioksidipäästöjen vähentämiseksi, ei ole meille juurikaan uutta. Opittavaa eteläsavolaisille yrityksille on eniten siinä, kuinka erilaisista hiilijalanjälkeä pienentävistä (ja samalla energiaa ja rahaa säästävistä) toimenpiteistä kannattaa viestiä asiakkaille.

Etelä-Savon matkailun hiilijalanjäljen laskemista ajatellen RUIs -laskentamalli on kiinnostava. Matkan aikana kerätyn aineiston ja kontaktien perusteella on tarkoitus perehtyä tarkemmin myös keskeisten esimerkkiyritysten toimintaan ja suunnitella toista benchmarkkausmatkaa.

## 7. Lähteet

Conrady, Roland 2016. Opening of the convention. ITB Berlin 9.3.2016 Berliini

Gössling, Stefan (2016). Puheenvuoro. KEYNOTE PANEL - CLIMATE CHANGE: MITIGATION STRATEGIES FOR THE GLOBAL TOURISM INDUSTRY. 11.3.2016 ITB Berlin. Berliini

ITB Berlin 2016A. 50 Years of ITB Berlin: Fully booked exhibition halls, more trade visitors than ever before, and record sales. PDF-dokumentti. [http://www.itb-berlin.de/en/Press/PressReleases/Pd4mlContentPress\\_24897.jsp](http://www.itb-berlin.de/en/Press/PressReleases/Pd4mlContentPress_24897.jsp) Luotu 13.3.2016. Luettu 23.3.2016

ITB Berlin 2016B. Social responsibility. www-dokumentti. <http://www.itb-berlin.de/en/ITBBerlin/SocialResponsibility/> Ei päivitystietoa. Luettu 23.3.2016

ITB Berlin 2016C. History of ITB Berlin. PDF-dokumentti. Luotu 19.1.2016. Luettu 24.3.2016 [http://www.itb-berlin.de/media/itb/itb\\_dl\\_en/itb\\_itb\\_berlin\\_en/16\\_ITB\\_Chronik-en.pdf](http://www.itb-berlin.de/media/itb/itb_dl_en/itb_itb_berlin_en/16_ITB_Chronik-en.pdf)

ITB Berlin 2016D. Travel Info. www-dokumentti. <http://www.itb-berlin.com/Exhibitors/TravelInfo/> Ei päivitystietoa. Luettu 23.3.2016

Lucca de Paula, Márcio Favilla 2016. Puheenvuoro. AGRNDA 2030 FOR TOURISM – THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS. 9.3.2016 ITB Berlin. Berliini

Salo, Marja 2015. Suomalaisten kulutus, onko kotitalouksien kulutuksella merkitystä? Kommenttipuheenvuoro. www.dokumentti. <http://www.syke.fi/download/noname/%7B6A59CDFD-4658-4CF2-BFB3-B9A1CB327819%7D/116090>. Luotu 3.2.2016. Luettu 23.3.2016

VTT 2009. Lipasto. Liikenteen päästöt. <http://lipasto.vtt.fi/yksikkopaastot/index.htm>. Päivitetty 24.4.2009. Luettu 23.3.2016

Motiva 2011. Ilmastolaskurissa käytetyt oletuskertoimet ja arvot. [http://www.motiva.fi/files/6515/Ilmastolaskurissa\\_kaytetyt\\_oletuskertoimet\\_ja\\_arvot.pdf](http://www.motiva.fi/files/6515/Ilmastolaskurissa_kaytetyt_oletuskertoimet_ja_arvot.pdf). Luotu 24.11.2011. Luettu 24.3.2016

Peeters, Paul 2016A. Puheenvuoro. KEYNOTE PANEL - CLIMATE CHANGE: MITIGATION STRATEGIES FOR THE GLOBAL TOURISM INDUSTRY. 11.3.2016 ITB Berlin. Berliini

Peeters, Paul 2016B. Keskustelu. 11.3.2016 ITB Berlin. Berliini

## Tilaisuudet ja keskustelut ITB:ssä sekä esitteiden tarkastelua

### Kuunnellut esitykset ym. tilaisuudet

#### 9.3.

OPENING OF THE CONVENTION  
GREETINGS FROM CO-HOST WORLD TOURISM CITIES FEDERATION (WTCF)  
KEYNOTE 1: DIGITALIZATION: THE CREATION OF A MEGATREND IN EUROPE  
PRESENTATION OF THE WORLD LEGACY AWARDS FROM NATIONAL GEOGRAPHY AND ITB BERLIN  
AGENDA 2030 FOR TOURISM THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS  
TOURCERT. IT GOES FAIRWARD - AWARD CEREMONY  
VISIT FINLAND NETWORKING EVENT

#### 10.3.

KEYNOTE: SUCCESSFUL WAYS THROUGH THE TANGLE OF WELLNESS TRENDS  
PANEL DISCUSSION: TIME TO ACT

#### 11.3.

ITB CRS DAY OPENING  
KEYNOTE PANEL - CLIMATE CHANGE: MITIGATION STRATEGIES FOR THE GLOBAL TOURISM INDUSTRY  
SUSTAINABLE TOURISM DESTINATIONS: SUSTAINABILITY STANDARDS AND SYSTEM, RECOMMENDED  
ACTIONS AND IMPLEMENTATION (Saksassa)  
DRIVE CLEAN, DRIVE ELECTRIC ON MALLORCA  
8<sup>th</sup> ITB BERLIN RESPONSIBLE TOURISM NETWORKING EVENT

### Keskustelut

#### **Australia/esittelijät**

-alue profiloituu luontomatkailukohteeksi, mutta matkailun CO<sub>2</sub>-jalanjälkeä ei ole ajateltu eikä se näy esitteissä

#### **A&O -travel, Saksa/esittelijä <https://www.aohostels.com/en/>**

-hostelleja ja hotelleja Saksassa sekä muutama muualla K-Euroopassa  
-muuta ympäristöystävällistä: julkisen liikenteen lippujen tilaus, kasvisruoka  
- projekti v. 2012-2013: koululaisille vähähiilisen matkailutuotteen suunnittelukilpailu, verkossa CO<sub>2</sub> -jalanjäljen laskuri (liikkuminen, majoitus, ruoka)  
-Saksassa ja Itävallassa (vain saksaksi), kampanjointi messuilla, verkossa, flyerit ym.  
-yhteistyökumppanina Viabono -matkatoimisto  
-tuli vain 50 ehdotusta - oli iso pettymys  
-esittelijän johtopäätös: ihmiset eivät ole kiinnostuneita CO<sub>2</sub>-päästöistä

#### **Anders Reisen/esittelijä <http://forumandersreisen.de>**

- pienten ja keskikokoisten matkanjärjestäjien verkosto, jolla "vastuullisia" tuotteita  
ClimatePartner, klimaneutral -label  
-TourCert CRS-label  
-yhteisiä CRS-projekteja

- esittelijän mukaan ei ole tutkittua tietoa asiakkaiden suhtautumisesta CO<sub>2</sub>-päästöihin
- esitteessä paljon ohjeita matkailijalle, CO<sub>2</sub>-päästöistä lyhyesti maininta
- vastuullisuuden kriteerit määritelty ([www.forumandersreisen.de/kriterienkatalog](http://www.forumandersreisen.de/kriterienkatalog))
  - CO<sub>2</sub>-päästöt tulisi laskea ja ilmoittaa asiakkaalle sekä antaa mahdollisuus kompensoida

**Artic Camp, Norja/esittelijä <http://arctic-camp.com/>**

- leirituote 14-18 vuotiaille Pohjois-Norjassa
- ilmastonmuutos tiedossa, samoin hiilijalanjälki
- kohteina mm. rannan jäätikköalueet
- mutta kun asiakkaat eivät pääse/ehdi muuten kuin lentäen
- CO<sub>2</sub>-päästöjä ei mitenkään otettu huomioon
- asiakkaita eivät CO<sub>2</sub>-päästöt kiinnosta, ei ole näkynyt kysymyksissä tai kommentteissa

**Brot Für die Welt, Saksa/ Christina Kamp, Editor <http://www.brot-fuer-die-welt.de/>**

- taustaltaan kristillinen järjestö, jolla humanitaarisia ja ympäristöön liittyviä ohjelmia ja -projekteja (diakonia ja kehitys)
- esittelijän mukaan tällä hetkellä 8 matkailuprojektia
- vaativat poliitikoilta enemmän vastuuta: rajoituksia!
- korostaa paikallisten ihmisten asemaa matkailun kehityksessä - ja tarvetta muutokseen kv-matkailussa
  - perustana YK:n Agenda 2030
- hyvää aineistoa netissä, mm. TourismWatch <http://www.tourism-watch.de/en/node/1024> ja kooste ekosertifikaateista <http://fair-reisen.brot-fuer-die-welt.de/en/travel-preparations/labels-fuer-nachhaltigen-tourismus.html>
- laaja yhteistyö muiden kestävän matkailun organisaatioiden kanssa

**Camp Adventure Academy, Saksa/esittelijä <http://www.campadventure.de/de/academy>**

- luokkaretki- ja tapahtumajärjestäjä
- vanhempia eivät kiinnosta CO<sub>2</sub> -päästöt ollenkaan, vain hinta

**Chlaet Ruka Peak/Hannu Kuusiniemi, Host/Manager (VisitFinland-tilaisuus)**

- ilmastonmuutos ja lämpeneminen tiedossa, CO<sub>2</sub> -päästöjä ei otettu mitenkään tarkasteluun
- rallipaketit eivät ympäristöystävällisiä, asiakaskuntakaan ei välitä
- muutoin kyllä luonto tärkeä, myös lähiruokaa

**ClimatPartner, Saksa/Tristan A. Foerster, Managing Director <http://www.climatepartner.com/>**

- hiilijalanjälkilaskelmia ym. tekevä konsulttiyritys; oma label
- asiakkaat matkailualalta: alueet, hotellit - myös toimistojen CO<sub>2</sub>
- 35 maasta, 100 yritystä
- hyvä esimerkkialue: Arosa Sveitsissä (ks. esim. <http://www.swissinfo.ch/eng/skiers-cover-up-their-carbon-tracks/37218>)

**Cretan Holidays S.A./Gabi Schmidt ,Group&Incentive Department, Meetings and Conferences**

- incoming-toimisto, erilaisia tuotteita
- asiakkaina myös ryhmiä yliopistoista
- tietoinen ilmastomuutoksesta, CO<sub>2</sub>-päästöistä ei juurikaan
- asiakkaita ei kiinnosta CO<sub>2</sub>-päästöt

**EcoTourism Ireland/ Mary Mulvey, Chief Executive Officer <http://www.ecotourismireland.ie/>**

- alueella (missä walkhikebike-yritys toimii) saatu yritykset hyvin mukaan
- yhteistyö kiinnostaa - voi tulla käymään/kv- projekti?

**EuroVelo/Jesus Freire, project officer <http://www.eurovelo.org/>**

-European Cyclist Federation (ECF) -järjestön kehittämä pyöräilyreitistö, jossa nyt 14 valmista pitkää kv-reittiä ja lisää suunnitteilla

-esittelijä korosti pyöräilyn ympäristöystävällisyyttä, mutta hänen mukaansa hiilijalanjälkeä ei ole nostettu esille missään Eurovelon promootiomateriaaleissa - haastatellun mukaan on itsestään selvä

-karttaesitteessä otsikko "Sustainable Tourism", jossa ympäristönäkökulma, myös ehdotus ja neuvoja pyörän kuljettamisesta tarvittaessa julkisen liikenteen kulkuneuvoissa

**Evaneos, Ranska/esittelijä <http://www.evaneos.com/>**

-matkavarauksjärjestelmä ja verkkokauppa, periaatteena yhteistyö paikallisten toimijoiden kanssa (CRS)

-matkoja eri puolille maailmaa

-ympäristövastuullisuus? - CO<sub>2</sub>-päästöasia ei tunnu olevan tärkeää

**Fair Trade Tourism, Saksa /Manuel Bollman, programme Development Manager**

<http://www.fairtrade.travel/>

-erilaisia majoitusmuotoja, , aktiviteetteja...matkanjärjestäjien ohjelmapaketteja

-maininta ympäristön kunnioittamisesta, mutta ei CO<sub>2</sub>-jalanjäljestä tai ilmastoasioista

**Fountain Factory/Ulla Panuma, Production Manager (VisitFinland -tilaisuus)**

<http://saralafountain.com/contact/>

-tekemässä VisitFinlandille videota kv-levitykseen

-kiinnostunut kestävyden näkökulmasta - jokin hankeyrityksistä videoon mukaan?

-myös LUOTUO kiinnostaa

**Ger to Ger, Mongolia/Bayarsuren Yalalt, General Manager <http://www.gertoger.org/>**

-ilmastonmuutos ei näyttänyt liikuttavan

-hiilijalanjälki ei ollut käsitteenä tuttu, mutta selityksen jälkeen korosti liikkumista hevosilla ja lihasvoimin

-esitteessä otsikot "Responsible Adventures"; "social enterprise"; vastuullisuutta korostetaan humanitarian/community based tourism -osa-alueella

**Germania -lentoyhtiö/kaksi saksalaista toimihenkilöä (VisitFinland -tilaisuudessa)**

<https://www.flygermania.com/>

-selvästi eivät olleet halukkaita keskustelemaan matkailun/lentämisen hiilijalanjäljestä

-kysymykseen omasta mielipiteestä ja vastuusta eivät vastanneet

**Georgia, Agency of protected areas/Lasha Moistrapishvili, Agency Chairman <http://www.apa.gov.ge/en/>**

-ilmastonmuutos tiedossa, luonnonkatastrofit

- hiilijalanjälkeä ei ollut ajatellut ollenkaan (matkailussa)

-pääpaino elinympäristöjen ja lajien suojelussa ja roskaamisen ehkäisyssä, CO<sub>2</sub>-jalanjälkeä ei ole otettu vielä millään tavalla huomioon alueella ja/tai tuotteissa

-suurin osa asiakkaista itäeuroopasta, ympäristötietoisuus vähäistä

-pohjoismaiset, länsieurooppalaiset ja japanilaiset ympäristötietoisia, venäläiset eivät

-ympäristöministeriön pitäisi kantaa vastuuta

**GIZ Solutions, Saksa/esittelijä [https://www.giz.de/en/html/about\\_giz.html](https://www.giz.de/en/html/about_giz.html)**

-iso konsulttitoimisto, jonka erikoisalana kestävä kehitys

-vastuu ilmastonmuutoksen hillitsemisestä kaikilla

-yritysten täytyy herätä toimimaan ja tarjoamaan tuotteita, samalla tietoisuus lisääntyy

-esimerkkialue: Brandenburg?

**Glacier Lodge EQI, Grönlanti** <http://www.glacierlodgeeqi.com/>

- ilmaston lämpeneminen hyvin tiedossa, nähtävissä jäätikön reunan vetäytymisessä
- mökkien sähkö ja lämmitys omista aurinkopaneeleista, isot akut
- muutenkin korostetaan ympäristöä (kierrätys, vesihuolto ym.)
- CO<sub>2</sub>-päästöt tärkeä ottaa huomioon, vaikka asiakkaat eivät kysele niistä
- perille pääsee vain veneellä, CO<sub>2</sub>-kompensoitu aurinkoenergialla
- lisäksi joskus liikutaan helikopterilla
- Grönlannissa noin 35 000 matkailijaa + risteilyalukset/v
  - bussit fossiilisella polttoaineella toimivia
  - myös toinen mökkikylä Ilimanaq Lodge aurinkoenergialla & vanhojen rakennusten hyödyntäminen

**Globetrotter/kaksi saksalaista opiskelijaa** <https://www.globetrotter.de/>

- lehti ja varustekauppa
- esittelijät tiesivät ilmastomuutoksesta, mutta eivät ymmärtäneet hiilijalanjäljestä ja/tai hiilidioksidipäästöistä - eivät olleet koskaan tulleet ajatelleeksi koko asiaa matkailun näkökulmasta
- korostivat luontomatkailemista ja sen ekologisuutta; Globetrotter on "Green Company"
- mm. yhteistyökumppaneiden valinta (mutta ei tietoa kriteereistä)
- eivät pystyneet osoittamaan lehdestä mitään muuta kestävydestä kertovaa juttua/aihetta kuin Fjällrävenin mainoksen ("säsuojaa ilman ympäristökuormitusta")
- lehdessä vastuullisen matkailun aihe näkyy "Eine Runde Summe" -kampanjassa, jossa matkailuja voi tehdä lahjoituksen syyrialaisen lasten hyväksi

**Herole Reisen, Saksa/esittelijä** <https://www.herole.de/>

- Saksan suurimpia luokkaretkien järjestäjä
- opettajat kyllä tietävä CO<sub>2</sub>-päästöistä mutta asia ei kiinnosta vanhempia, ajatellaan että vähähiiliset kalliimpia
- K-Euroopan luokkaretkien matkapaketeissa lento- ja bussilippuhintojen vertailu (ei CO<sub>2</sub>)
- mukana "Energie- und Klimapionere" -kasvatusprojektissa, yhdessä myclimaten ja Saksan ympäristöministeriön kanssa
- luokkaretkien bussi- ja lentomatkat voi kompensoida myclimatin kautta

**Hotel Arctic (Grönlanti)/Erik Bjerregaard , Managing Director ja omistaja** <http://hotelarctic.com/>

- lämmitys omalla vesivoimalla, ilmoittaa olevansa CO<sub>2</sub>-neutraali (mutta siinä mukana vain lämmitys ja sähkö)
- energiaa hankala myydä muille (mielenkiintoista: valaistuksen ja lämmityksen sähköillä Grönlannissa eri hinta)
- omistajan tuntuma, että asiakkaat arvostavat energiaomavaraisuutta (=kilpailuetu), mutta ei tehty tutkimuksia
- energiansäästön ja haavoittuvan ympäristön suojelemisen ansiosta Green Key -sertifikaatti, Grönlannin Ympäristö ja luonto -palkinto 2011 (esitteessä)
- verkosta löytyy yrityksen CRS-filosofia

**Irland WalkHikeBike/esittelijä (yrittäjä)** <http://www.irelandwalkhikebike.com/>

- opastettuja ja omatoimiretkiä
- käytettävissä myös sähköavusteisia pyöriä
- suositetaan julkisia liikenneyhteyksiä, asiakkaita ei haeta autolla ym. periaatteita, tarkemmin nettisivuilla
- sivuilla Sustainable Travel International -organisaation CO<sub>2</sub>-laskuri
- sertifikaatti: EcoTourism Ireland, helmikuu 2015-helmikuu 2017
- myös: leavenotrace
- CO<sub>2</sub>-sivu: <http://www.irelandwalkhikebike.com/carbon-footprint/>

**Klassenfahrten.de/esittelijä <http://www.klassenfahrten.de/>**

- luokkaretkiä järjestävä matkatoimisto
- ilmastonmuutos ja hiilijalanjälki tiedossa
- asiakkaita (maksavat vanhemmat) eivät kiinnosta vähähiiliset/ympäristöystävälliset tuotteet, koska ovat kalliimpia!
- myös luontokohteita ja -aktiviteetteja, mutta syvempi ympäristökasvatus ei näy

**Lakeside Forest Villas by Hawkhill Nature (Vihti) /Annu Huotari, Co-Owner (VisitFinland -tilaisuudessa)**

- kiinnostunut VÄHIMAT-projektista
- omassa yrityksessä tehty paljon energiankulutuksen vähentämiseksi - pääasiassa kustannusten säästämiseksi

**Luna Travel, Serbia/Krsto Askrabic, Executive Director <http://www.lunatravel.co.za/travel-services.html>**

- matkatoimisto, alueena Serbia ja muut Balkanin valtiot; kaupunki-, kierto- luonto- wellnes-tuotteita
- esittelijän mukaan CO<sub>2</sub>-jalanjälkeä ei ole otettu vielä millään tavalla huomioon
- suurin osa asiakkaista itäeurooppalaisia (80%) , ympäristötietoisuus vähäistä; länsieurooppalaiset ovat ympäristötietoisempia
- kestävyyden näkökulma ei näy esitteessä
- valtion ja suurten yritysten pitäisi ottaa vastuuta CO<sub>2</sub>-päästöasiassa, ei pienten yritysten
- valtio ei osoita kiinnostusta
- ei sertifiointia, suunnitelmissa tulevaisuudessa

**Metsähallitus,Pohjanmaan luontopalvelut /Mirja Nylander, erikoissuunnittelija (31.10.2016 saakka)**

- ei laskettu matkailijoiden /palvelujen CO<sub>2</sub>-päästöjä, ei ole tullut missään vastaan
- kiinnostunut kuulemaan VÄHIMATista
- yhteyshlö: Veikko Virkkunen

**Mossala Island Resort, Houtskär Suomi/Boris Saposchnikow , Marketing Manager**

<http://mossala-island-resort.com/>

- ilmastonmuutos hyvin tiedossa; luonnonkatastrofit
- 20 vuotta vanha lomakylä, pääosa asiakkaista Ruotsista, Suomesta, jonkin verran Venäjältä ja saksank.alueita
- kaikki talot tehty paikallisesta raaka-aineesta, ei käytetä muovia
- CO<sub>2</sub>-jalanjälki laskettu
- ei sertifiointia, harkinnassa TourCert; voisi olla lisäarvo asiakkaille

**Myclimate, Saksa/Stefan Baumeister, Managing Director <http://www.myclimate.org/>**

- konsulttiyritys ja partneri yrityksille, jotka haluavat laskea, pienentää ja/tai kompensoida CO<sub>2</sub>-jalanjälkeään
- myclimate smart 3: netissä toimiva ympäristödatan ja hiilijalanjäljen laskentaan sekä muunkin ympäristödatan hallintaan (resource management)
- haastatellun mukaan vapaaehtoinen kompensatio ei riitä, mutta useimmat yritykset eivät uskalla sisällyttää hintoihinsa (esim. TUI)
- on myös yliopistoja varten sovellus

**National Park Hunsrück Hochwald, Saksa/esittelijät <http://www.nationalpark-hunsrueck-hochwald.de/>**

- uusi kansallispuisto
- suunnitteilla opastuskeskus, sen CO<sub>2</sub>-hiilijalanjälki tarkoitus laskea; tavoitteena käyttää uusiutuvia luonnonvaroja
- muuten eivät ymmärtäneet, miten CO<sub>2</sub>-päästöt liittyvät heidän tuleviin matkailupalveluihinsa (opastuskeskuksen palvelut, opastukset ym.)
- puistojen vierailijat eivät ajattele CO<sub>2</sub>-jälkeä, vain puistoa luontomatkoilukohteena

**Rhodos Cars -autovuokraamo/esittelijä <http://www.rodoscars.gr/>**

- asiakkaat katsovat lähinnä vuokrahintaa ja kulutusta (€)
- jo nyt hybridiautoja, niitä tulossa lisää
- nykyisessä esitteessä ei ole nostettu esiin CO<sub>2</sub>-päästöjä, uudessa tulee olemaan koska tuo lisäarvoa - kilpailuetu
- ei sähköautoja, koska ei latausverkostoa
- yhteistyö TUI-ryhmän kanssa - siellä ympäristötietoisuus näkyy
- suunnittelilla sertifikaatti

**Scandic Hotels/harjoittelija <http://www.scandichotelsgroup.com/en/sustainability/>**

- kaikille työntekijöille, myös harjoittelijoille, tehokas koulutus yrityksen ympäristöohjelmasta

**Schulz aktiv reisen, Saksa/Miia Kajander, Finanzen & Analysen, Produktmanagement**

**<https://www.schulz-aktiv-reisen.de/>**

- matkatoimisto Dresnedissä, järjestää matkoja joissa yhteistyökumppanina paikallinen pk-yritys
- myös Pohjoismaihin (Suomessa Majatalosta majataloon)
- CO<sub>2</sub>-jalanjälki ei ole tullut vastaan - mutta paikalliset yritykset, ruoka ym. ovat sen henkisiä että asiakaskunta voisi jatkossa arvostaa vähähiilisyttä

**Schweitzer Jugendherbergen -hostellit/TanjaArnold, Chief Marketing Officer**

**<http://www.youthhostel.ch/de>**

- TourCert -palkinto messuilla
- energiansäästö, aurinkopaneelit, vanhojen rakennusten hyödyntäminen,...

**Sunborn Gibraltar/Oliver Six, Resort Director <http://www.sunbornhotels.com/gibraltar/>**

- uusi kelluva hotelli - hotelliksi rakennettu, uusinta teknologiaa
- 70% asiakkaista UK:sta
- ympäristönäkökulmat otettu huomioon, myös CO<sub>2</sub>?

**Studiosus, Saksa/Ulrike Scheffbuch, Marketingreferentin <http://www.studiosus.com/>**

- iso matkanjärjestäjä, matkoja Eurooppaan ja kaukomaille
- kohdemaiden CO<sub>2</sub>-päästöt (majoitus, maakuljetukset ym.) sisällytetty tuotteen hintaan, lennoille tarjotaan vapaaehtoista päästökompensaatiota
- kaukomaille ei tehdä lyhytkestoisia matkoja, Euroopassa ensisijainen vaihtoehto bussi tai juna
- tarkemmin: <http://www.studiosus.com/Ueber-Studiosus/Nachhaltigkeit/Umweltschutz-auf-Reisen#Klimaneutral>

**Travel Trails, Intia/Babu Alex, Managing Diderctor <http://www.traveltrails.co.in/>**

- matkoja Intian eteläosiin, lento Bangaloreen, siitä bussilla eteenpäin esim. Keralaan
- vakiintuneet matkanjärjestäjä-yhteistyökumppanit, pääosa asiakkaista Euroopasta: UK, Saksa, Itävalta, Sveitsi
- esitteen mukaan myydään luksusta
- ilmastonmuutos tuttu asia (tulee olemaan entistä kuumempaa), hiilijalanjälki ei ollenkaan
- ei oteta millään tavalla huomioon yrityksessä eivätkä asiakkaat ole kiinnostuneita
- kaikkien pitäisi kantaa vastuuta, mutta ihmiset ovat itsekkäitä...

**Tour Cert, Saksa/esittelijä <http://www.tourcert.org/experte-fuer-corporate-social-responsibility.html>**

- CRS:n ja kestävä matkailun konsultti- ja asiantuntijaorganisaatio
- toimii pääasiassa Saksassa, Itävallassa ja Sveitsissä; "TourCert Community"- idea
- TourCert -sertifikaatti, yritykset näkyvät esitteestä
- sustainability management tool: TourCert Chek (kaikki "jäljet")
- käyttää atmosphere-laskentaa (isommat luvut kuin myclimate-laskureissa?)



**VisitFinland/Jyrki Oksanen**, Market representative (Saksa, Benelux, Sveitsi ja Itävalta)

-Jyrki Oksanen: CO<sub>2</sub>-jalanjälki ei ole tullut esille, erityisesti kiinnostunut

## Muut keskustelut

**Breda University of Applied Sciences, Hollanti/Paul Peeters, Professor Sustainable Transport and Tourism**

<http://www.csstt.nl/>

-alueen matkailun hiilijalanjäljen vähentämisessä tärkeää laskea CO<sub>2</sub>-päästöt

-esimerkki ja mahdollinen benchmarkkauskohte: Island Juist (Saksa), jolla tavoitteena olla hiilineutraali matkailukohde vuoteen 2030 mennessä (<http://www.juist.de/inselurlaub/natur-umwelt/klimainsel-juist.html>)

-hankehenkilöstömme tervetulleita tutustumaan Bredan amk:n kestävän matkailun TKI-työhön

**Umwelt Bundesamt, Saksa/Ulrike Wachotsch, Section 1.2. International Environmental Protection, Tourism**

-on olemassa tutkimuksia saksalaisten matkailijoiden ympäristönsensitiivisyydestä

## Esitteet

**atmosfair, Saksa** <https://www.atmosfair.de/>

-lentomatkojen kompensointiin erikoistunut yritys

-atmosfairin kautta yksityiset ihmiset tai yritykset voivat tukea ympäristöprojekteja sen verran, että "kompensoivat" lentomatkinsa tuottamat kasvihuonekaasut

-uusitutuvien energiamuotojen kehittämis-/rakentamis- sekä energiatehokkuusprojekteja kehitysmaissa

-esitteessä matkataulukko kompensointihintoineen ym. havainnollista informaatiota

**Greenline Hotels, <http://www.greenline-hotels.de/>**

-15 vuotta sitten perustettu verkosto, aluksi maantieteellisen sijainnin mukaan - vuodesta 2014 ideana myös ekologia

-pääosa hotelleista Saksassa, muutama Puolassa, Sveitsissä ja Italiassa

-sertifikaatti "GreenSign"/InfraCert

-kriteereissä 7 kategorialla

-sertifikaatissa 5 tasoa; valtaosa hotelleista tasolla 2 tai 3

-"ilmastoneutraalia" yöpymistä

-majoittuja voi kompensoida CO<sub>2</sub>-päästöt, yhteistyökumppanina ClimatePartner

-kompensointi kattaa myös tekstiilien pesun, rakennuksen ym.; kaikki laskennalliset päästöt

-keskimäärin 72 kg CO<sub>2</sub>/yö

**Hauser Excursionen <http://www.hauser-excursionen.de/>**

-TourCert -label 7/2017 saakka

-esitteissä

- vastuullinen matkailu: CRS-yhteisprojekti Nepalissa, yhteistyössä forum andersreisen ja atmosfair (tilinumerot esitteessä)

-Hauser laittaa 50 €/Nepalin matkan varaus

-matkasuunnittelun 10 vihjeitä, CO<sub>2</sub> liittyy

-lentolippu sisältää junaliput kentälle ja takaisin

-melkein kaikki matkat voi tehdä myös ilman lentämistä

-esiteet "klimaneutral gedruckt"; 10 puuta istutettu kompensoimaan

**KLIMAKOLLEKTE, Saksa** <https://klima-kollekte.de/en/info/english/>

- kirkollinen CO<sub>2</sub>-päästöjen kompensatioita välittävä säätiö
- esitteessä esimerkkejä siitä, miten arjen teoilla vähennetään CO<sub>2</sub>-päästöjä

**National Geographic, Sustainable Destination Competition**

<http://www.nationalgeographic.com/worldlegacyawards/>

- palkittiin neljä yritystä, CO<sub>2</sub>-näkökulma ei mukana

**Oregon Electric Byways, California**

<http://industry.traveloregon.com/industry-resources/sustainable-tourism-development/sustainable-transportation-development/electric-vehicles/>

- 1800 mailia reittejä joilla sähköautojen lataus on mahdollista
- nopean latauksen piste 25-50 mailin välein

**Profitroom: Trends in the Hotel Industry 2016** <http://www.profitroom.net/blog/Trends-2016>

- 15 trendiä, joista yksi on Corporate Social Responsibility (CRS) eli vastuullisuus
- ympäristövastuullisuudessa CRS sisältää mm.
  - veden ja energian säästö
  - jätteiden hallinta ja käyttö
  - asiakkaiden tukeminen terveyden edistämiseksi
  - asiakkaiden ohjaaminen ympäristönsuojeluun

**Österreich Urlaubsjournal Sommer 2016** [http://brochures.austria.info/de\\_AT/](http://brochures.austria.info/de_AT/)

- esitteessä vaihtoehtona junamatka Itävaltaan; esitellään pysäkit & asemat ja liikenneyhteydet niiltä eteenpäin
  - ei ympäristönäkökulmaa

## ITB Berlin 2016 –tapahtuman CRS-päivän tilaisuuksien yleisökysymyksiä vastauksineen

- 1) Kenen tulisi kantaa päävastuu toimenpiteistä ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi?
  - a. valtioiden hallitusten 50%
  - b. matkailutoimialan (vapaaehtoisuuteen perustuen) 14%
  - c. matkailijoiden 36%
  
- 2) Kuinka ilmastonmuutos voitaisiin parhaiten pysäyttää turvalliseksi määriteltyyn pisteeseen?
  - a. maailmanlaajuisella päästöoikeuksien kauppajärjestelmällä 18%
  - b. energia/CO<sub>2</sub>-veroilla 40%
  - c. toimenpiteillä uusien vähähiilisten teknologioiden kehittämiseksi ja käyttöön ottamiseksi 43%
  
- 3) Kansainvälisen lentoliikenteen tulee jatkossakin saada vapautus polttoaine- ja arvonlisäveroista
  - a. samaa mieltä 15%
  - b. eri mieltä 85%
  
- 4) Mikä väite vastaa mielipidettäsi parhaiten
  - a. Nykyisin useimmat matkailijat välittävät kestävän matkailun käytänteistä 5%
  - b. Nykyisin monet matkailijat välittävät kestävän matkailun käytänteistä 25%
  - c. Nykyisin harvat matkailijat välittävät kestävän matkailun käytänteistä 70%
  
- 5) Matkailukohteiden kestävyys
  - a. Ei kiinnosta matkailijoita 5%
  - b. On matkailukohteille tärkeä laatutekijä 50%
  - c. On tehtävä houkuttelevaksi matkailijoille paremmalla kestävän matkailun tarjonnalla 45%
  
- 6) Matkailualueen kestävyuden parantaminen edellyttää DMO-toimijoilta ensisijaisesti, että heillä on
  - a. kattava sopimus alueen kehittämisestä ja sen johtamisesta 31%
  - b. kestävän matkailun asiantuntemusta 57%
  - c. riittävästi henkilökuntaa 12%

## ITB-matkan laskennalliset hiilidioksidipäästöt (CO<sub>2</sub>e)

ITB Berlin on tarjonnut vuodesta 2008 tapahtumaan lentäville mahdollisuuden kompensoida matkan aiheuttamat hiilidioksidipäästöt. Sivulla on CO<sub>2</sub>-laskuri ja mahdollisuus maksaa kompensatio ITB:n yhteistyökumppanina toimivan atmosphere-organisaation kautta. Kompensatioina kerättävä raha menee YK:n ilmastoprojekteihin. Maksaja saa kompensatiosta todistuksen. (ITB Berlin 2016D.)

Hiilijalanjälki ilmoitetaan yleensä hiilidioksidiekvivalentteina (CO<sub>2</sub>e), missä kaikki kasvihuonepäästöt on muunnettu ilmoitettavaksi hiilidioksidipäästöinä

Vertailun vuoksi voi todeta, että suomalaisen keskimääräinen yksityisestä tavaroiden ja palvelujen kulutuksesta syntyvä hiilijalanjälki CO<sub>2</sub>-ekvivalentteina on laskentatavasta riippuen noin 11 000 kg vuodessa (Salo 2016). Jotta saavutettaisiin EU:n ja Suomen päästövähennystavoitteet, olisi yksityisen kulutuksen päästöt vähintäänkin puolitettava.

Päästöjen minimoimiseksi tein Berliinin matkan bussilla, laivalla ja junalla. Halusin myös testata, miten sujuvasti matkavaraukset ja matkan toteutus näin onnistuvat. Ensimmäinen havainto oli, että Mamkin sopimus matkatoimiston kanssa ei sisällä ulkomaan juna- ja bussilippuja. Selvitin siis yhteydet itse ja ostin liput verkkokaupasta. Suoria juna- tai bussiyhteyksiä ei ollut, joten vaihtoja tuli molempiin suuntiin useita ja aikaa reitin suunnitteluun ja lippujen hankintaan meni melko paljon. Myös matka-aika oli luonnollisesti pitkä; lähtö kotoa sunnuntai-iltana 6.3. ja paluu seuraavana sunnuntaina illalla. Matkat pystyin kuitenkin hyödyntämään tehokkaasti lukemalla ja hoitamalla sähköpostitse työasioita.

Matkaosuus	Laskentaperuste	CO <sub>2</sub> e
Joroinen-Helsinki, bussi, 300 km	täysi bussi, 13g/hlö-km	3,9 kg
Helsinki-Tallinna, laiva, 82 km	400 g hlö-km	32,8 kg
Tallinna-Berliini, bussi 1531 km	täysi bussi, 13g/hlö-km*	19,9 kg
Berliini-Kööpenhamina, bussi: 439 km	keskim. 12 matkustajaa, 50 g/hlö-km	21,9 kg
Kööpenhamina-Tukholma, juna 654 km	sähköjuna 15 g/hlö-km	9,8 kg
Tukholma-Helsinki, laiva, noin 380 km	interpoloitu luku 300 g/ hlö-km	114 kg
Helsinki-Joroinen, henkilöauto, 300 km	kaksi henkilöä, 0,5 x 110g/km	33 kg
	Yhteensä	280,3 kg

Laskettu VTT:n Lipasto -sivuston (VTT 2009) mukaisilla päästölukuilla, paitsi oman auton päästö rekisteriotteen mukaan.