

Stadin kompostikampanja

Vartioharjun ja Puistolan - Heikinlaakson alueilla vuonna 2001 toteutetun kompostikampanjan loppuraportti

Markku Heinonen

Sisältö

1	JOHDANTO	1
2	AIKAISEMMAT KAMPANJAT	1
3	TAVOITTEET	2
4	TOTEUTUS	2
4.1	Tiedotus ja neuvonta	2
4.2	Tapahtumaillat	3
4.3	Kompostorien markkinointi	4
4.4	Kustannukset	4
5	TULOKSET JA NIIDEN ARVIOINTI	5
5.1	Tiedotus ja neuvonta	5
5.2	Tapahtumaillat	5
5.3	Kompostorien tilaukset ja kompostointi-ilmoitukset	6
5.4	Kompostikampanjaan liittyvä palaute ja yhteydenotot	6
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	7

LIITE 1 Stadin kompostikampanjan projektisuunnitelma

LIITE 2 Tapahtumaillassa jaettu luettelo kirjallisuudesta ja muusta materiaalista

LIITE 3 a, b, c Kampanjakompostorien esitteet ja tarjoukset

1 JOHDANTO

Stadin kompostikampanjan tarkoituksena oli edistää kompostointia Helsingin pientaloalueilla vuonna 2001. Alle kymmenen talouden asuinkiinteistöt jäivät pääosin Pääkaupunkiseudun yhteistyövaltuuskunnan (YTV) järjestämän biojätteen erilliskeräilyn ulkopuolelle, jolloin niissä syntyvien biojätteiden kompostointi on kiinteistöjen oman aktiivisuuden varassa. YTV:lle saapuneiden komposti-ilmoitusten perusteella biojätteiden erilliskeräilyn ulkopuolelle jääneistä noin 27 000 kiinteistöstä vain noin 6 % kompostoi itse omat biojätteensä. Jätelain säädösmuutos edellyttää kuitenkin biojätteen talteenoton tehostamista viimeistään muutaman vuoden kuluttua. Valtioneuvoston päätöksen (VNp 861/1997) mukaan vuodesta 2005 alkaen kaatopaikalle ei saa viedä suurta määrää biojätettä sekajätteen joukossa.

Stadin kompostikampanjan toteutuksesta vastasi Helsingin kaupungin ympäristökeskuksen ympäristönsuojeluyksikkö. Hankkeen ohjausryhmän muodostavat ympäristönsuojelupäällikkö Camilla von Bonsdorff, ympäristötarkastaja Saara Juopperi sekä jäteneuvoja Seppo Kajaste YTV:stä; hankkeen käynnistämisyhteistyössä ohjausryhmään kuului myös ympäristötarkastaja Mika Ruotsalainen, myöhemmin ympäristötarkastaja Markku Heinonen. Kampanjan yhteistyötahoja olivat YTV Jätehuolto, Uudenmaan Martat ry sekä Pääkaupunkiseudun kierrätyskeskus Oy. Lisäksi mukana oli kompostorien toimittajista Biolan Oy, Oy Raita Environment sekä Säkkipäälly Oy. Näillä yrityksillä oli edustettavanaan Pohjoismaisen ympäristömerkin saavuttanut kompostorimalli. Kohdealueilta yhteistyökumppaneiksi kysyttiin alueilla toimivia aktiivisia yhdistyksiä ja muita tahoja. Yksityiskohtaisempaa taustatietoa kompostikampanjasta on kirjattu hankkeen projektisuunnitelmaluonnokseen (Ruotsalainen 2000; Liite 1).

2 AIKAISEMMAT KAMPANJAT

Kiinteistökohtaista kompostointia pääkaupunkiseudulla on edistetty muillakin hankkeilla 1990-luvulla.

Asukasliiton kompostikampanja vuonna 1993 keskittyi pääasiassa neuvontaan ja tiedottamiseen. Hanke keskittyi Pohjois-Helsinkiin, vaikka olikin kattavuudeltaan maanlaajuinen. Tuloksista ei ole kirjallista tietoa.

Koko maassa vaikuttanut Kansalaisjärjestöjen Kierrätysliikkeen kompostointikampanja toteutettiin vuonna 1994. Siinä kannustettiin kierrätysliikkeen jäsenjärjestöjä edistämään kompostointia omassa toiminnassaan. Järjestöjä aktivoitiin myös antamaan neuvontaa ja tiedottamaan kompostoinnista. Hankkeen aikana tehtiin taloyhtiöiden kompostointikurssipaketti sekä koulujen ja päiväkotien kompostointiopas. Lisäksi järjestettiin useita kompostointitilaisuuksia ja pääkaupunkiseudulla YTV:n rahoittamia komposti- ja kompostineuvojakursseja. Kampanjan tuloksista ei ole kirjallista tietoa.

Vantaan Päiväkummussa toteutettiin jätehuoltokokeilu vuosina 1993–1995. Alueen asukkaille tarjottiin mahdollisuutta vuokrata kompostori YTV:n kautta. Noin kolmen vuoden vuokra-ajan jälkeen kompostorit siirtyivät ilman eri korvausta kiinteistön omistukseen. Vuokrauskokeiluun ilmoittautui 28 kiinteistöä, jotka olivat kokeiluun tyytyväisiä. Hanketta pidettiin onnistuneena ja toteuttamiskelpoisena myös jatkossa.

Uudenmaan Marttojen ideoima ja YTV:n koordinoima kompostoinnin edistämiskampanja toteutettiin Itä-Helsingissä talvella 1995–1996. Kampanja sisälsi lähinnä tiedottamista ja neuvontaa. Lisäksi järjestettiin lähes 50 tilaisuutta ja tapahtumaa sekä Opi kompostoimaan -kurseja. Kampanjan aikana Itä-Helsingissä komposti-ilmoitusten määrä kasvoi 23:lla.

YTV:n jätehuoltolaitoksen kompostikampanja toteutettiin vuonna 1998. Hanke oli samantyyppinen kuin Päiväkummun kokeilu, mutta kattoi koko pääkaupunkiseudun. Kampanjan aikana asukkaille annettiin mahdollisuus ”vuokrata” YTV:n kautta kompostori, jonka he lunastivat itselleen pienillä osamaksuerillä. Kompostorien toimitus sisälsi käytön opastuksen ja jälkineuvonnan. Kampanjan tuloksena saatiin koko pääkaupunkiseudulle yli 1600 uutta kompostoivaa kiinteistöä, joista Helsinkiin sijoittui noin 600.

Yhteenvedona aikaisempien kampanjoiden tuloksista voidaan todeta, että pelkästään neuvontaan ja tiedottamiseen keskittyvät hankkeet jäävät tulokseltaan usein melko vaatimattomiksi. Hanke, jossa myös kompostoinnin aloittaminen tehdään vaivattomaksi ja edulliseksi, on tehokkaimpia tapoja lisätä kiinteistökohtaisten kompostojien määrää. Tällaisesta olkoon esimerkkinä edellä mainittu YTV:n kompostikampanja vuonna 1998.

3 TAVOITTEET

Stadin kompostikampanjan tavoitteena oli lisätä kiinteistökohtaisesti kompostoivien pientalokiinteistöjen määrää noin 20 % valituilla asuinalueilla. Vuonna 2001 kohdealueiksi valittiin pientalovaltaiset Vartioharjun sekä Puistolan–Heikinlaakson alueet. Vartioharjussa pientalojen osuus on 64 %, Puistolan–Heikinlaakson alueella noin 80 %. Lisäksi tietoa jakamalla oli tarkoitus kannustaa alueiden asukkaita kiinteistökohtaiseen kompostointiin. Kampanjan kohdealueilta edellytettiin pientalovaltaisuuden lisäksi asukkaiden aktiivisuutta osallistua hankkeeseen.

4 TOTEUTUS

Kohdealueilla kompostoinnin edistämiseen pyrittiin neuvonnan ja tiedotuksen sekä huhtikuun viimeiselle viikolle ajoittuvan tapahtumailla avulla. Tapahtumailla alueiden asukkaille esiteltiin muun ohjelman lisäksi myös erilaisia kompostorimalleja. Asukkaille tiedotettiin tapahtumaillasta ennen kaikkea kotiin lähetetyn tietopaketin avulla. Tapahtumailtojen alla lehdissä julkaistiin artikkeleita kompostikampanjasta, lisäksi radiossa oli muutama kampanja-aiheinen haastattelu. Myös kohdealueen kouluihin ja päiväkoteihin tarjottiin tietoa kompostoinnista.

4.1 Tiedotus ja neuvonta

Kohdealueiden ei-kompostoiville asukkaille kotiin postitetun tietopaketin sisältönä oli kutsu tapahtumailtaan, YTV:n julkaisemat Kompostinhoitajan opas ja Kompostoija-lehden vuoden 2001 numero sekä kolmen kompostorivalmistajan esitteet ja kampanjatarjoukset ympäristömerkityistä kompostorimalleista. Tietopaketteja lähetettiin yhteensä noin 1700. Myös ne, jotka jo kompostoivat saivat tiedon tilaisuudesta. Tällaisia kiinteistöjä oli noin 170. Kohdealueille jaettiin myös tapahtumaillaan ilmoituksia muun muassa kauppojen ja kirjastojen ilmoitustauluille sekä sähkötolppiin. Vartioharjun alueelle sijoitettiin kymmenen ilmoitusta, Puistolan–Heikinlaakson alueelle 23.

Lehtiä ja radiota varten laadittiin lehdistötiedote Kompostikampanjasta ja tapahtumailloista. Lyhyitä tiedotteita julkaisivat muiden muassa Metro-lehti 18.4., Helsingin Sanomat 19.4. sekä Alueuutiset. Muutama paikallislehden toimittaja otti yhteyttä. Artikkelit Kompostikampanjasta ilmestyi 25.4. MaTaPuPu-lehdessä, joka ilmestyy muun muassa Puistolán alueella. Paikallisradioiden toimittajat tekivät haastattelut Sävelradioon 30.3. ja Lähiradion Ympäristöaalloilla-ohjelmaan 19.4., joka uusittiin 21.4. Lisäksi Kompostoija-lehti sisälsi Mika Ruotsalaisen artikkelin Stadin kompostikampanjasta.

Kontulan ja Puistolán kirjastoissa annettiin kampanjapäivänä neuvontaa kompostoinnista kello 12–16. Neuvojana oli Uudenmaan Marttojen harjoittelija Ulla Korhonen.

Kierrätyskeskuksesta otettiin yhteyttä kohdealueiden päiväkodeihin ja kouluihin ja tarjouduttiin esittelemään kompostointia. Yhteyttä otettiin ensin kirjeitse ja sähköpostitse, mikä ei vielä johtanut kohderyhmien aktivoitumiseen. Tilauksia saatiin sitten kun neuvoja soitti ko. paikkoihin ja esitteli asiaa. Kohdealueiden päiväkodeista aktiivisia oli viisi. Neuvoja kiersi niissä viikoilla 15–17 esittelemässä kompostointia matojen ja kettu-käsinuken kanssa. Lisäksi yhden päiväkodin kanssa sovittiin neuvontakäynti alkusyksylle. Alueiden kouluista aktiivisia olivat Vartioharjun ja Nurkkatien ala-asteet, eli samat joiden tiloissa tapahtumailat järjestettiin. Luokissa kiersi jäteneuvoja viikoilla 15–17. Lisäksi kampanjapäivänä koulun pihalla oli jätteiden lajittelua ja kierrätystä esittelevä YTV:n Tietoterassi ja kaksi neuvojaa paikalla kello 8–14. Tietoterassiin tutustui luokkia puolen tunnin välein.

4.2 Tapahtumailat

Kompostikampanjan tapahtumailtojen ohjelma oli samantyyppinen sekä Vartioharjussa että Puistolán–Heikinlaakson alueella. Tilaisuuden avasi ja juonsi ympäristönsuojelupäällikkö. Pääohjelmana oli Kirsi Tuomisen esitys kotikompostoinnista. Siinä käytiin läpi kompostoinnin perusasiat alkaen välineistä, seosaineista ja muista käytännön kompostinhoitoon liittyvistä seikoista aina mullan käyttöön saakka. Esityksen aikana kuulijoilla oli mahdollisuus kysymyksiin ja keskusteluun. Halukkaat saivat osallistua leikkimieliseen Biovisaan, mihin vastanneiden kesken arvottiin palkintoina kummassakin tilaisuudessa viisi Helsingin kasvit -kirjaa sekä kaksi kierrätyslasista valmistettua kynntilälyhtyä. Kuulijoille oli ilmainen kahvi- ja mehutarjoilu pullineen.

Luentotilan viereisillä pöydillä oli tarjolla YTV:n materiaalia: kotitalouskompostorin rakennusohje, lista kompostiaiheisesta kirjallisuudesta (Liite 2) sekä jo aikaisempiin lähetyksiin sisältyneet tai muuten jaetut Kompostinhoitajan opas, Kompostoija-lehti ja niihin sisältyvät Kompostoijan palveluhakemisto ja Kompostointi-ilmoitus sekä Biovisa vastauslappuineen. Saatavilla oli myös ympäristökeskuksen materiaalia, kuten *Kaupunkien järjestämät luontoretket 2001* -esitteitä sekä Harakan luontokeskuksen näyttelyesitteitä *Sama meri kaikissa meissä*.

Ulkona tarjosi tietoa YTV:n Tietoterassi, jossa neuvoivat kierrätyskeskuksen jäteneuvojat. Kierrätyskeskuksen Oiva Orava pelasi lasten kanssa kierrätyspeliä. Ympäristömerkittyjen kompostorien edustajat esittelivät tuotteitaan. Lisäksi tarjolla oli BiMu Oy:n paikalle tuomaa Ämmäsuon kompostimultaa, mitä ihmiset saivat ottaa mukaansa.

Vartioharjussa paikalliset yhteistyökumppanit olivat Vartiokylän–Mellunkylän kiinteistöyhdistys ry sekä Vartiokylän Martat ry. Lisäksi kiinnostusta kampanjaan osoitti myös Mannerheimin

Lastensuojeluliiton Puotilan–Vartiokylän yhdistys ry. Martat huolehtivat tapahtumaillan kahvitarjoilusta, kiinteistöyhdistys oli laittanut esille toimintaansa liittyvää materiaalia.

Vartioharjun alueen tapahtumailta oli 25.4. Vartioharjun ala-asteella kello 18–20. Luentotilana oli auditorioksi muutettu luokkahuone. Se sopi hyvin tarkoitukseensa ja oli lähes täynnä kuulijoita. Luentotilan lähellä oli samaan aikaan koulun oppilaiden disco, minne kuljettiin saman aulan läpi kuin luentotilaankin. Yhteinen kulkutila ja disco ei häirinnyt kompostikampanjan tilaisuutta, varsinkaan väliovien sulkemisen jälkeen. Kompostorit, Tietoterassi ja multakärky sijaitsivat koulun pihamaalla sisäänkäynnin tuntumassa. Esittelylle paikka oli hyvin luonteva. Hyvä sää suosi esittelyjä.

Puistolan-Heikinlaakson alueen yhteistyökumppanit olivat Puistolan Martat ry, Lions Club Helsinki/Puistola ry sekä Puistola-Seura ry. Kiinnostusta kampanjaan osoittivat myös Puistolan Eläkkeensaajat ry ja päiväkotia Klaara. Martat huolehtivat tapahtumaillan pullien ja kahvien tarjoilusta, Lions Club myi ulkona makkaraa ja virvoitusjuomia.

Puistolan–Heikinlaakson alueen tapahtumailta oli 26.4. Puistolassa Nurkkatien ala-asteella kello 18–20. Esitelmätilaisuus oli ruokalassa, joka sijaitsi pääoven lähellä aulan vieressä. Puistolassa luentotilan viereisessä juhlasalissa oli samaan aikaan teatteriesitys, mihin osallistuvilla oli kahvitarjoilu ruokalan vieressä. Kahvipöydät sijaitsivat aivan ruokalan oven edessä, niistä kantautui ajoittain häiritsevää keskustelua myös luentotilaan. Kompostorit, Tietoterassi ja multakärky sijaitsivat koulun liikuntakentän reunalla, noin 50 metriä aulasta. Tietoterassi ja esiteltävät tuotteet näkyivät huonosti kirjastoon ja luentotilaan johtavalta reitiltä. Luennon jälkeen yleisö kuitenkin johdatettiin paikalle. Esittelyille luontevampi paikka olisi ollut ulko-oven edustan pieni sisäpiha, toisaalta ohikulkijoiden oli helppo poiketa paikalle viereiseltä kadulta. Luultavasti koko päivän samassa paikassa ollut Tietoterassi ohjasi kompostorien ja multakärryn sijoittelua; päivällä tapahtuneille oppilasesittelyille Tietoterassi oli aivan sopivalla paikalla. Täälläkin hyvä sää suosi esittelyjä.

4.3 Kompostorien markkinointi

Kampanjan aikana otettiin yhteyttä niihin kompostorien valmistajiin tai edustajiin, joilla oli mallistossaan pohjoismaisen ympäristömerkin saavuttanut kompostorimalli. Tällaisia ovat Biolan Oy:n välittämä Biolan 220 pikakompostori, Oy Raita Environmentin välittämä 250 litran Cipax lämpökompostori sekä Säkki Väline Oy:n välittämä 245 litran Tara Lahti. Tarkoituksena oli tarjota kohdealueiden asukkaille mahdollisuus tilata edullisesti ympäristöystävällinen kompostori.

Ympäristömerkin saaneista kompostorimalleista pyydettiin kampanjatarjoukset ja esitteet (Liite 3 a, b, c), jotka välitettiin edelleen asukkaille kiinteistöihin postitetussa tietopakettissa. Kaikkiin tarjouksiin sisältyi kotiinkuljetus sekä aloitusneuvonta, mukaan lukien kompostointi-ilmoituksen täyttäminen. Tarjoukseen saattoi sisältyä myös seosainetta sekä sekoitussauva.

Kohdealueiden asukkailla ja muilla kiinnostuneilla oli mahdollisuus tutustua sekä ympäristömerkittyihin että muihin kompostorimalleihin tapahtumailtojen tilaisuuksissa.

4.4 Kustannukset

Kustannuksia syntyi koulutilojen vuokrauksesta. Vartioharjun tilavuokraa nosti iltavahtimestarin palvelut, kokonaisveloitus oli noin 460 mk. Nurkkatien tilavuokra oli 220 mk. Kahvitarjoilusta maksettiin yhteensä 1300 mk (2*650 mk). Yhteensä projektikulut olivat 1980 mk.

Suurin menoerä kertyi asukaspostituksesta, minkä kulut olivat noin 9900 mk. Postilähetystykseen sisältyvän oheismateriaalin toimittamiseen liittyvinä taksikuluina maksettiin 74 mk.

Helsingin ympäristökeskuksessa työaikaa kului kolmelta henkilöltä yhteensä noin 16, 8 viikkoa (noin 84 päivää). Työaikaa käytti myös YTV:n henkilökunta ja YTV:n ostopalveluna neuvonta-apua antoivat Uudenmaan Martat sekä Kierrätyskeskus. Lisäksi YTV:lle syntyi kustannuksia Tietoterassinäyttelystä, kompostimultakärrystä ja kompostointi-ilmoitusten tietokoneajoista.

5 TULOKSET JA NIIDEN ARVIOINTI

5.1 Tiedotus ja neuvonta

Sekä Kontulan että Puistolalan kirjastossa neuvoja kyseli kymmenkunta ihmistä. Osanottoon saattoi osaltaan vaikuttaa tilaisuuden ajankohta, joka oli keskellä päivää, ehkä myös huonosti näkynyt tiedotus. Kirjastot suhtautuivat asiaan myönteisesti. Puistolalan kirjasto kokosi aiheesta tukipaketin, joka jäi jakeluun tilaisuuden jälkeenkin.

Kohdealueiden päiväkodeista aktiivisia oli viisi, kouluista kaksi. Esittelyt sujuivat niissä hyvin. Luokkia oli Vartioharjussa yhdeksän, Puistolassa 11. Yhdellä luokalla oli 20–30 oppilasta. Vartioharjussa jäteneuvoja ei käynyt kaikissa luokissa, syynä YTV:n koulukohtaisen tuntikiintiön täyttyminen.

Tiedotusvälineissä kampanjan näkyminen ei ollut kovin merkittävää, vaikka kampanjan tiedotteita tai artikkeleita julkaistiin muutamissa kohdealueilla ja pääkaupunkiseudulla laajalti luetuissa lehdissä. Paikallisradioiden ohjelmien kuuntelijamääristä ei ole tietoa.

5.2 Tapahtumaillat

Tapahtumailtojen luentotiloiksi varatut huoneet olivat täynnä kuulijoita. Kummassakin tilaisuudessa yleisön osallistuminen oli aktiivista, kysymyksiä esitettiin runsaasti ja myös omista kokemuksista kerrottiin.

Vartioharjussa luentoa kuunteli noin 45 henkilöä. Lisäksi tilaisuuteen osallistui arviolta 20 henkilöä; esimerkiksi lasten kanssa liikkuneet eivät menneet sisälle luentosaliin. Yleisöä oli siis yhteensä noin 65 henkilöä. Suurin osa (noin 80 %) yleisöstä kompostoi jo valmiiksi. Iältään kuulijakunta oli enimmäkseen keski-ikäistä tai vanhempaa, nuorempia pariskuntia oli muutama. Oiva Oravalla oli vain muutama ”sopivanikäinen” lapsi pelaamassa kierrätyspeliä.

Puistolassa luentoa kuunteli noin 50 henkilöä, osallistujien kokonaismäärä oli noin 60. Kuulijoista suunnilleen puolet harrasti kompostointia. Ikärakenne oli samantyyppinen kuin Vartioharjun tilaisuudessa; lapsiperheitä ja muita nuoria pariskuntia oli muutama.

Biovisan vastauskuponkien perusteella yleisö oli valtaosin kohdealueelta tai sen vierestä, mikä oli tavoitteenakin. Jo kompostoivien suuri määrä varsinkin Vartioharjussa oli yllättävää, kampanja ei vetänyt ei-kompostoivaa kohdeyleisöä niin hyvin kuin oli tarkoitus. Osa yleisöstä tosin saattoi olla vain puutarhajätteidien kompostoijia, joille valistus kotitalousjätteidien kompostoinnista ja sen edellyttämästä kompostointiluvasta saattoi olla paikallaan.

5.3 Kompostorien tilaukset ja kompostointi-ilmoitukset

Kompostorien välittäjät ilmoittivat myyneensä kampanjan aikana yhteensä noin 35 kompostoria. Niistä suurin osa myytiin ilmeisesti Vartioharjun alueelle.

YTV sai kevään aikana kohdealueilta yhteensä 34 uutta kompostointi-ilmoitusta (Puistolan-Heikinlaakson alue 19 ja Vartioharjun alue 15 ilmoitusta). Ennen kampanjaa alueilta oli kompostointi-ilmoituksen tehnyt 169 kiinteistöä, joten ilmoitusten määrä kasvoi 20 % (taulukko 1). Määrä vastaa täsmälleen kampanjalle asetettua tavoitetta. Suurin osa luvusta pohjautuu luultavasti kampanjakompostorien myyntiin, vaikka lukuun saattaa sisältyä myös itse rakennettuja kompostoreita. Kierrätyskeskuksen raportin mukaan itse rakennettavien kompostorien esitteitä jaettiin runsaasti tapahtumailloissa. Lisäksi kompostointi-ilmoituksiin sisältyvät kiinteistöt, jotka ilmoittivat kompostoinnistaan vasta nyt, vaikka kompostointi on alkanut jo aiemmin. Näiden osuus kaikista ilmoituksista lienee vähäinen.

		Puistola-Heikinlaakso	Vartioharju
asuntoja yhteensä	kpl	3585	2447
1-2 huoneiston talot	kpl	1833	1211
rivitalot	kpl	1074	358
1-2 huoneiston talojen osuus	%	51	49
1-2 huoneiston talojen ja rivitalojen osuus	%	81	64
komposti-ilmoituksia ennen kampanjaa	kpl	93	76
komposti-ilmoituksia kampanjan jälkeen	kpl	112	91
komposti-ilmoitusten määrän kasvu	%	20	20

Taulukko 1: huoneistojen ja komposti-ilmoitusten määrät. Lähde: Helsinki alueittain 2001, Helsingin kaupungin tietokeskus (talot), YTV (komposti-ilmoitukset)

Kampanjan vaikutus kohdealueiden kompostointiaktiivisuuteen oli merkittävä. Kampanja-aikana koko Helsingistä ilmoitettiin 58 uutta kompostointi-ilmoitusta. Siten kohdealueiden osuus kaikista ilmoituksista oli selvästi yli puolet (58,6 %).

5.4 Kompostikampanjaan liittyvä palaute ja yhteydenotot

Palautetta saatiin kirjallisesti YTV Jätehuollosta ja Pääkaupunkiseudun kierrätyskeskuksesta. Suullista palautetta tai kommentteja antoivat Uudenmaan Martat, Puistolan Martat, Satu Sokkinen/Biolan Oy, Ilkka Raita/Oy Raita Environment sekä Martti Mäyry/Säkkiväline Oy. Kohdealueiden asukkaiden palautetta saatiin muutamalta henkilöltä. Muita kampanjaan ja kompostointiin yleensä liittyviä puheluita tuli muutamalta taholta. Erillistä palautelomaketta ei ollut.

Sekä ulkoista että sisäistä tiedotusta kommentoitiin. Projektin sisäinen tiedotus ja yhteistyö olisi saanut olla tiiviimpää. Myös kompostikampanjan ulkoista tiedotusta kommentoitiin

vaatimattomaksi, kampanja ei ollut kovin näkyvästi esillä lehdissä eikä muissa tiedotusvälineissä. Lisäksi kohdealueiden asukkaille postitettu kampanjapaketti olisi voinut saapua aikaisemmin vastaanottajille.

Kampanjailtojen järjestelyitä sekä pitopaikkoja pidettiin hyvinä. Puistolassa Tietoterassi, esiteltävät kompostorit ja multakärry olivat kuitenkin turhan etäällä muusta tilaisuudesta. Myös sisätiloja Puistolassa kommentoitiin melko ahtaiksi muiden tilaisuuksien takia. Kampanjaillan alussa henkilökohtaisesti esiteltävät yhteistyötahojen edustajat voisi selvittää jo etukäteen. Hyvänä pidettiin, että ympäristökeskus oli edistämässä kompostointia.

Kampanjatilaisuuksiin olisi toivottu selvästi enemmän asukkaita, jotka eivät vielä olleet aloittaneet kompostointia. Tämä oli kampanjan tavoitteiden kannalta harmillista. Myös kompostointiaiheinen luento oli suunniteltu lähinnä kompostointia aloittaville.

Jo kampanjan projektisuunnitelmaan olisi toivottu ehtoa, että kompostorien myyjät myisivät tuotteensa osamaksulla, jolloin olisi todennäköisesti saatu enemmän uusia kompostoijia. Osamaksu- tai vuokraustyyppistä maksujärjestelyä pidettiin hyvänä useammassakin kommentissa. Toisaalta tällaisiin kampanjoihin olisi toivottu vielä suurempaa houkutinta ostajalle, esimerkiksi siten, että kompostori voitaisiin myydä puoleen hintaan. Osatekijäksi laimeaan kompostorien myyntiin tilaisuuksissa arveltiin myös aikaisempaa kampanjaa, jolloin ainakin Vartiogarjun alueelle myytiin runsaasti kompostoreita. Eräässä kommentissa kompostorien myyntiä pidettiin kuitenkin kohtuullisena tilaisuuksiin osallistuneiden määrään nähden.

Yhdessä kommentissa arvosteltiin ympäristömerkin käyttöä esiteltävien kompostorien kriteerinä. Merkintä on suhteellisen kallis, eivätkä pienemmät valmistajat hanki sitä, vaikka tuote olisi muuten vaatimukset täyttävä. Kompostorien ”ekologisuus” tai ”ekotase” olisi parempi valintakriteeri. Palautteessa ilmeni myös, että ilmeisesti huomattava osa kompostoivista ei tiedä velvollisuudestaan tehdä kompostointi-ilmoitus. Toiset jättävät tietoisesti ilmoituksen tekemättä. Erään kompostorivälittäjän mukaan vain yksi kampanjakompostorin hankkineista täytti ilmoituksen paikan päällä, moni ostaja ei ilmeisesti edes tiennyt saaneensa kompostointi-ilmoitusta.

Harmillista oli, ettei kohdekoulujen kaikille halukkaille luokille pystytty antamaan kompostointivalistusta. Se johtui koulukohtaisen neuvontakiintiön täyttymisestä; tänä vuonna kompostineuvonta ei ollut YTV:n toiminnassa omana projektinaan.

Asukkailta tulleet yksittäiset kommentit liittyivät ”mainostamiseen”, mitä kaupungin ei tulisi harjoittaa, sekä kohdealueen ulkopuolelle muuttaneen asukkaan jätehuoltoon. Ihmeteltiin myös miksi nekin, jotka jo kompostoivat saivat kutsukirjeen tapahtumailtaan. Myös matokompostorin käytöstä kysyttiin. Eräs asukas esitti idean, että osuuskunnat voisivat korvausta vastaan ottaa useamman taloyhtiön kompostorit hoitaakseen. Soittaja oli tehnyt tiedusteluja ja osuuskunnissa oli ilmennyt kiinnostusta asiaan. Idea liittyy myös toisaalla ympäristönsuojeluyksikössä tiedoksi tulleeeseen Kukoistava Itä-Helsinki -hankkeeseen.

Muita aiheeseen liittyviä puheluita tuli kompostoriedustajalta, joka olisi halunnut myös osallistua kampanjaan.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kompostikampanja saavutti tavoitteensa, 20 % lisäyksen kohdealueilla kompostoitavien määriin. Kampanja oli huomattavan tehokas kun kohdealueilta saatujen komposti-ilmoitusten lukumääriä verrataan muun Helsingin tilanteeseen.

Joihinkin asioihin olisi pitänyt kiinnittää vielä enemmän huomiota. Projektin sisäinen tiedotus ja yhteistyö olisi saanut olla tiiviimpää. Koordinaatio-ongelmia aiheutti muun muassa projektin johtoryhmässä tapahtunut henkilövaihdos.

Vaikka ulkoista tiedotusta kommentoitiin vaatimattomaksi, tärkeimmälle ryhmälle eli kohdealueiden asukkaille postitettu tietopaketti on kuitenkin tehokkaimpia tapoja tiedottaa tilaisuudesta. Postin kulku kustannuksia säästävässä 2-luokassa on kuitenkin hidasta, ja kulkua hidastivat edelleen pääsiäispyhät. Jotkut asukkaat eivät ilmeisesti saaneet lähetystä, joten postituslistoista luultavasti puuttui yksittäisiä kiinteistöjä.

Kampanja toteutettiin suurilta osin virkatyönä. Postituskulujen ja henkilötyötuntien lisäksi projektiin käytettiin ympäristökeskuksen määrärahoja noin 2000 mk. Budjettiin varattu 5 000 mk riitti hyvin. Valtion työllistämismäärärahat mahdollistivat projektsihteerin palkkaamisen.

Tapahtumaillat onnistuivat järjestelyiltään varsin hyvin. Tarvittavien luentotilojen koko arvioitiin sen perusteella, mitä aiempien kampanjoiden pohjalta oli odotettavissa. Tilat olivatkin tarkoitukseen ja väkimäärään nähden sopivat. Järjestelyaikaa paikan päällä tulisi varata riittävästi, jolloin projektin vetäjä tarkistaisi vielä kerran tilat ennen tilaisuuden alkua ja ehtisi sen jälkeen ohjata esiteltävän materiaalin sijoittumista. Se olisi saattanut auttaa varsinkin Puistolassa, missä muun muassa Tietoterassin ja kompostorien sijoittuminen olisi voinut olla parempikin.

Kampanjailtojen osallistujista suurin osa kompostoi jo valmiiksi. Vaikka kutsu tilaisuuteen oli osoitettu myös kompostoitaville asukkaille, pääkohderyhmän eli ei-kompostoitavien osuus oli huomattavasti niukempi kuin oli tarkoitus. Koteihin lähetetty ”peruspaketti” sisältää varsin runsaasti perustietoja kompostoinnista, joten osa on saattanut tyytyä sen tutkiskeluun ja tilata kompostorin myöhemmin. Kompostoitavien asukkaiden suuri osuus voi osaltaan johtua siitä, että kompostoinnista on mielenkiintoista ja tarpeellistakin saada tietoa vielä tapahtumailtojen kaltaisissa erillistilaisuuksissa. Tilaisuudet vahvistavat osaltaan motivaatiota kompostointiin ja rohkaisevat edelleen jatkamaan sitä. Kokeneemmillekin kompostoijille tapahtumailtojen kaltaisilla tilaisuuksilla tuntuisi siis olevan tarvetta. Tosin näitä voitaisiin tarvittaessa järjestää erillisinä tilaisuuksina ja kevyemmällä toteutuksella ja organisaatiolla.

Oikean kohderyhmän aktivointi on yllättävän hankalaa, vaikka onkin samalla tärkeimpiä tavoitteita ja edellytys projektin onnistumiselle. Aikaisempien kokemusten perusteella suuri merkitys on sillä, myydäänkö kompostori osamaksulla vai ostetaan se kertamaksulla. YTV:n menestyksekkäässä kampanjassa vuonna 1998 kompostorien hankintakynnystä alennettiin osamaksutyypisellä maksujärjestelyllä.

Oma ongelmansa on, miten saada ihmiset ilmoittamaan kompostoinnistaan. Tilastoitujen kompostoijien määrät sekä kohdealueilla että vastaavilla pientalovaltaisilla alueilla saattaisivat kohentua huomattavasti jo pelkästään sillä, että ilmoitukset saataisiin koottua vielä kattavammin. Kompostoijien todellinen määrä on tärkeä perustieto ja merkittävä esimerkiksi vastaavien kampanjoiden kohdealueita valittaessa sekä arvioitaessa kampanjoiden todellista tehokkuutta. Kampanjan aikana kokeiltu keino täyttää ilmoitus kompostoinnin aloitusneuvonnan tai kompostorin myynnin yhteydessä olisi hyvä ottaa yleisemminkin käyttöön.

Kampanjan aikana tiedoksi tulleet ideat osuuskuntien käytöstä kompostorien hoitajina kuulostavat lupaavilta. Ainakin kerrostaloyhtiöissä, kouluissa ja vastaavissa laitoksissa sitä kannattaa varmasti kokeilla pilottiprojektina. Myös pienkiinteistöjä olisi mielenkiintoista ja tärkeää saada projektiin mukaan.

Kompostikampanjan määrällinen tavoite toteutui hyvin. Lisäksi kampanja onnistui keräämään kompostoinnista innostuneita asukkaita kiitettävästi tilaisuuksiin ja materiaali jaettiin varsin kattavasti kohdealueille. Tavallisen kuntalaisen mahdollisuus tehdä konkreettisesti jotain merkittävää ympäristön hyväksi otettiin myönteisesti vastaan ja tietoisuus kaatopaikkajättemäärien vähentämistavoitteista lisääntyi. Kampanjan tulos erityisesti suhteessa siihen panostettuihin resursseihin oli hyvä ja vastaavanlaisia kampanjoita kannattaisi jatkaa viranomaisten, yhdistysten ja kompostointiyritysten yhteistyönä myös muilla pientaloalueilla Helsingissä ja koko pääkaupunkiseudulla.