

asiakkaan aika

Pelottomia ideoita

Tyttäreni oli hedelmä-ostoksilla ystävättärensä kanssa. Pian ilmeni, että nuorten valinnat poikkesivat lähes täysin toisistaan. Tyttäreni koriin päätyivät ulkonäöltään mahdollisimman herkulliset mutta opiskelijakukkarolle sopivat kauden vitamiinipommit. Ystävättären valintaperuste oli kuljetuksen ympäristökuormituksen minimointi: mitä lähempänä hedelmän alkuperämaa oli, sitä todennäköisemmin tuote löytyi korista. Tuskin kukaan osaa yksiselitteisesti kertoa, kumpi koreista olisi hedelmien koko elinkaari huomioiden ollut ympäristön kannalta parempi, mutta esimerkki kuvaa mielestäni hyvin käynnissä olevaa asennemuutosta.

Kasvava joukko tavallisia kuluttajia, merkittäviä vaikuttajia, pelottomia edelläkävijöitä haluaa omilla valinnoillaan ja teoillaan vaikuttaa kulutuksen suuntaan ja ympäristön tilaan. Jopa Yhdysvaltain Suomen uusi suurlähettiläs **Bruce Orck** kertoo pitävänsä ympäristöstä suurimpana haasteena, ei esimerkiksi lamaa, terrorismia tai maailman rauhaa.

Jokainen meistä tekee päivittäin energiankulutukseemme vaikuttavia ratkaisuja - miten asumme, liikumme, syömme, kulutamme. Vielä emme välttänyt tietoisia ympäristövalintoja ostaessamme hedelmiä, mutta todennäköisesti pohdimme energiankulutusta, kun olemme ostamassa autoa tai rakentamassa omakotitaloa.

Juuri tavallisten suomalaisten energiapäätöksiin vaikuttamisesta on kysymys Sitran rahoittamassa Peloton-hank-

keessa, jonka tavoitteena on sysätä käyntiin suomalaisia laaja-alaisesti mukaansa tempaava muutosilmiö kohti energiatehokkaampaa uutta taloutta. Peloton sanana kuvaa hyvin hankkeen ilmapiiriä: homeiset asenteet ja ennakkoluulot joutavat romukoppaan - nyt on irrottelevien ideoiden aika. Hanketta luotsaa ennakkoluulottomista ideoistaan tunnettu ajatushautomo Demos Helsinki.

Hankkeeseen on lähtenyt mukaan mm. naistenlehtiä, henkilöstöravintoloita, järjestöjä ja kaupan edustajia. Jo projektin määrittelyvaiheessa hankkeen luotseille kirkastui rautakaupan myyjien rooli todellisina yksityisen energiatalouden portinvartijoina. Ketäpä asuntoaan remontoiva tai uutta kotipesää rakentava uskoisi paremmin kuin ammattitaitoista, luotettavaa rautakaupan myyjää? Terveiset siis etenkin rakennustarvikemyyjille: teidän työllänne on suora vaikutus suomalaisen asumisen energiatehokkuuteen ja toisaalta yksittäisen asiakkaan energialaskuun pitkälle tulevaisuuteen.

K-rauta ja Rautia lähtivät Rautakeskon "sateenvarjon" alla mukaan Peloton-hankkeeseen ensimmäisten joukossa. On ollut kannustavaa kokea, miten ideointivaiheeseen mukaan lähteneet kauppiaat ja alan myyjät kokevat aidosti omakohtaista vastuuta löytää parempia malleja viedä kehitystä vastuullisempaan suuntaan. Haluan uskoa, että olemme siirtymässä ympäristöystävällisyysliturgian toistamisesta ja viranomaismääräysten noudattamisesta innovatiivisten ideoiden ja kä-

tännön tekemisen aikakaudelle.

Peloton ei haasta vain hankkeessa mukana olevia vaan Peloton idea -kilpailuun voi osallistua kuka tahansa. Jos mielessäsi on tuote tai palvelu, joka rakentaa vähemmän energiaa kuluttavaa elämäntapaa ja tekee arjesta helppoa ja mukavaa, klikkaa www.peloton.me.

On erittäin tärkeää, että me suomalaiset kaivamme innostavat, houkuttelevat ja pelottomat energiatehokkaat ideat esiin jatkokehityksen, konseptointiin

ja parhaassa tapauksessa haudottavaksi uusiksi liikeideoiksi. Ei kuitenkaan kannata lannistua, jos mieleen ei tule mitään mullistavaa, suurta ajatusta. Tärkeintä on miettiä, miten itse kukin omassa työssään ja arkielämässään voi pienin valinnoin vaikuttaa. On hyvä muistaa, että kaupan alalla työskentelevän pienet valinnat kumuloituvat usein suuriksi, kehityksen suuntaa muuttaviksi virroiksi.

Annetaan aivoille hetki aikaa kehittää Pelottomia ideoita. □

Tuulikki Markkula on Rautakesko Oy:n asiakkuusjohtaja.

