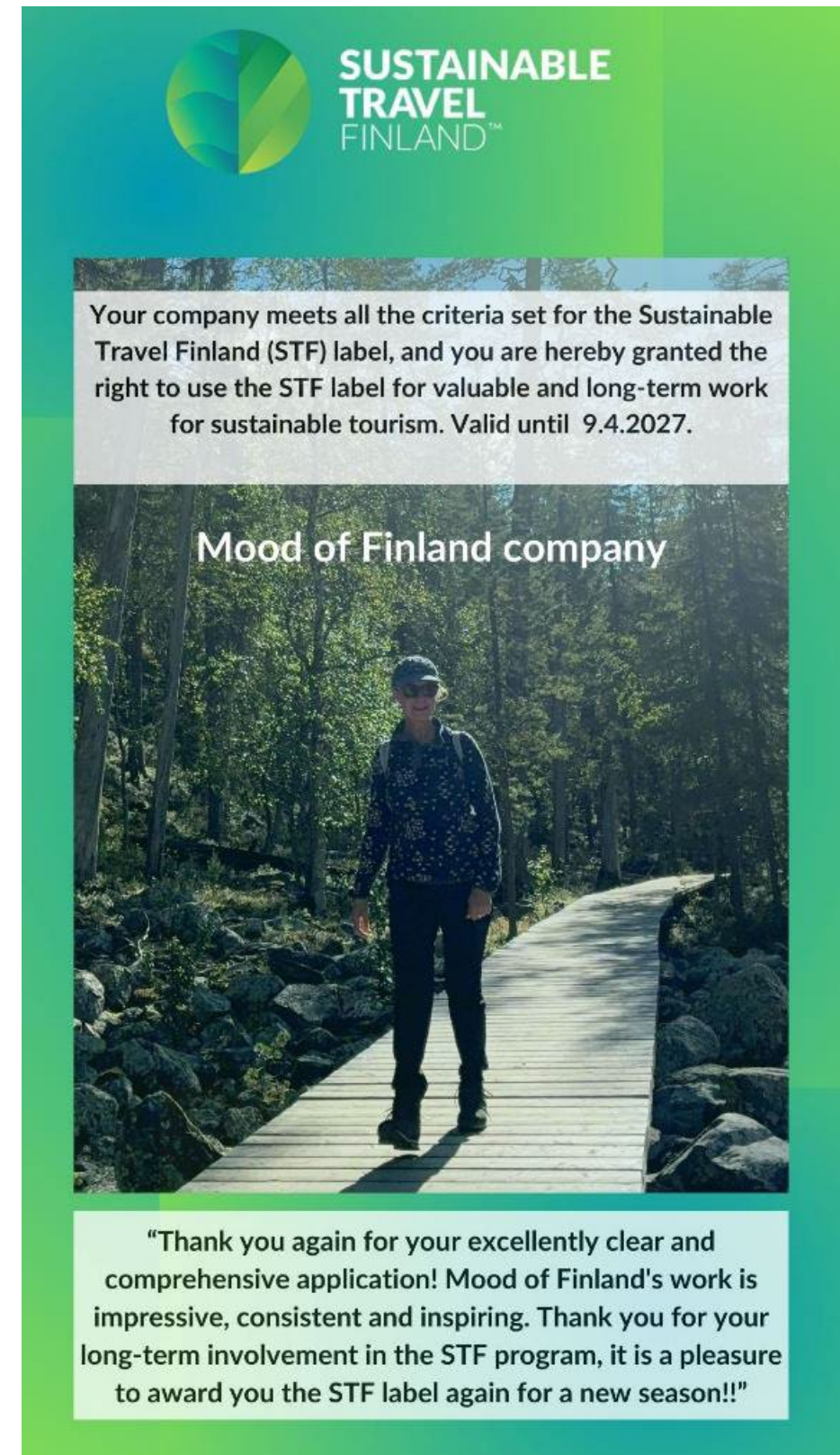




# Vastuullisuus & STFHub

Anu Nylund, Mood of Finland





# KESTÄVÄN KEHITYKSEN TAVOITTEET

## Agenda2030

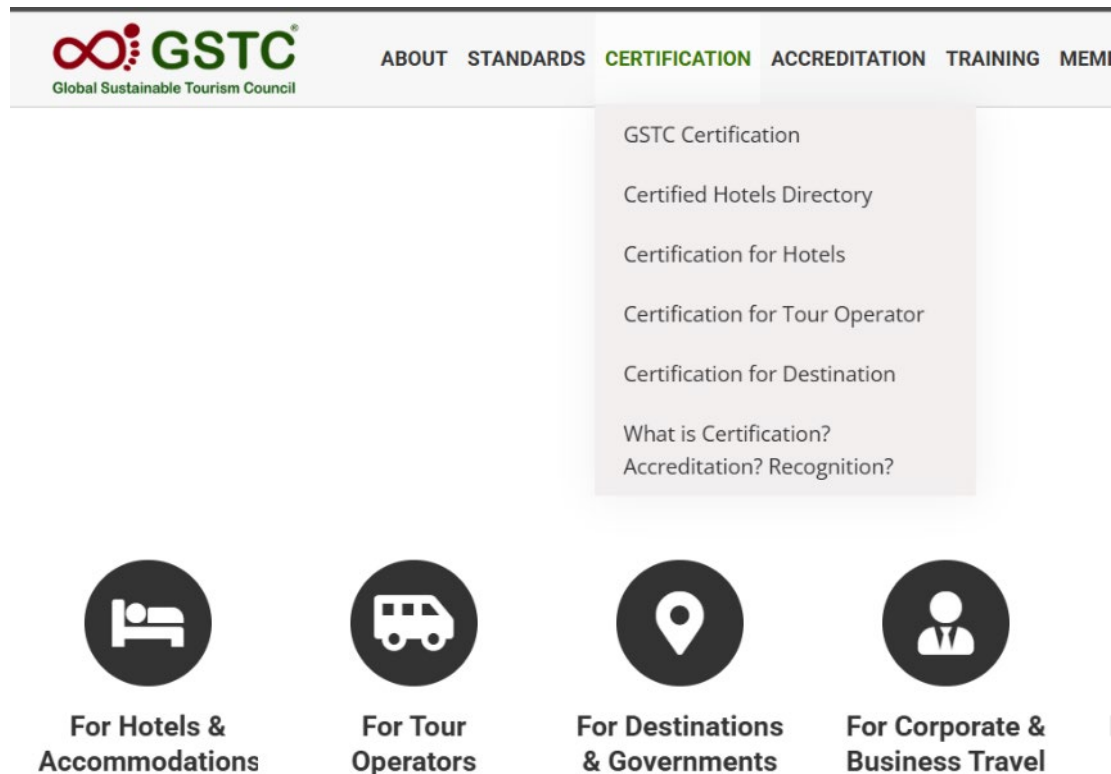


- Globaalisti kestävän kehityksen työtä ohjaa vuonna 2015 YK:ssa sovittu kestävän kehityksen globaali toimintaohjelma, josta käytetään nimeä Agenda2030.
- Se sisältää 17 tavoitetta, jotka maiden tulisi yhdessä saavuttaa vuoteen 2030 mennessä



# Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC)

- Globaalin viitekehyksen matkailutoimialan vastuullisuustyölle tarjoaa Global Sustainable Travel Criteria (GSTC) kriteeristö ja edellä esitetty Agenda2030 – ohjelma
- Näiden kriteereiden ja sisällön mukaisesti on luotu myös useiden sertifikaattien ja kansallisten vastuullisuusohjelmien (Suomessa STF) kriteerit.



The screenshot shows the GSTC website with the following navigation menu: ABOUT, STANDARDS, **CERTIFICATION**, ACCREDITATION, TRAINING, MEMBERSHIP. Under the **CERTIFICATION** menu, the following options are listed: GSTC Certification, Certified Hotels Directory, Certification for Hotels, Certification for Tour Operator, Certification for Destination, What is Certification?, and Accreditation? Recognition? At the bottom, there are four icons representing different sectors: For Hotels & Accommodations, For Tour Operators, For Destinations & Governments, and For Corporate & Business Travel.





# Valtakunnallinen matkailustrategia

## (Työ- ja elinkeinoministeriö)

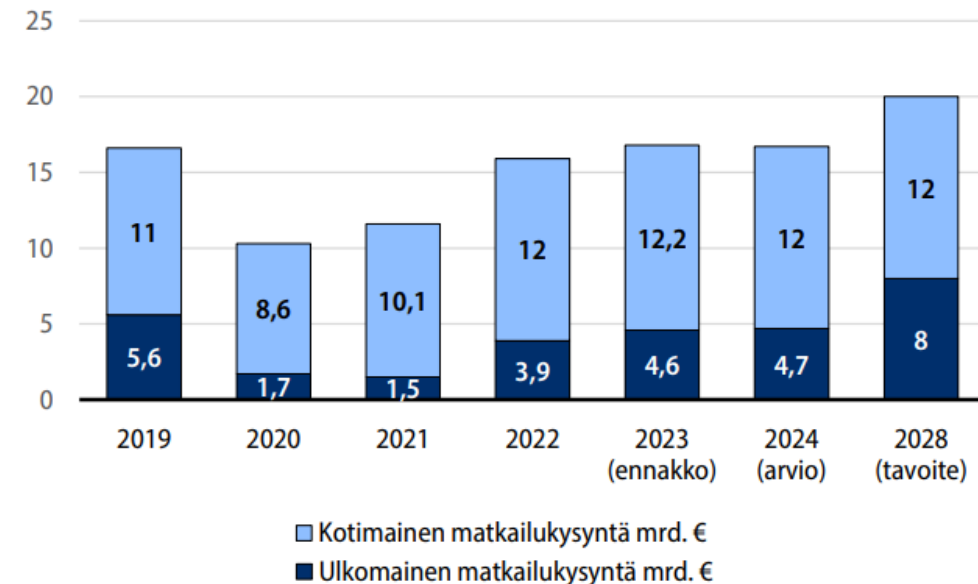
"Yhdessä enemmän – kestävää kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun" on Suomen matkailustrategia vuosille 2025–2028.

- Visiona on olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde.
- Keskeisenä tavoitteena on tuplata matkailuvienti.

Matkailualan kestävä kasvun ja uudistumisen mahdollistamiseksi on tunnistettu neljä strategista painopistettä:

- saavutettavuuden kehittäminen
- kestävyys hallinta
- digitaaliseen muutokseen vastaaminen
- kilpailukykyä tukevan toimintaympäristön varmistaminen

**Kuvio 2.** Matkailukysyntä Suomessa 2019–2023, arvio vuodelle 2024 ja tavoite vuodelle 2028. Lähde: Visit Finland tiedote 21.5.2025 ja Nurmi O. Matkailun taloudellinen vaikuttavuus lukuina -esitys 15.5.2025.



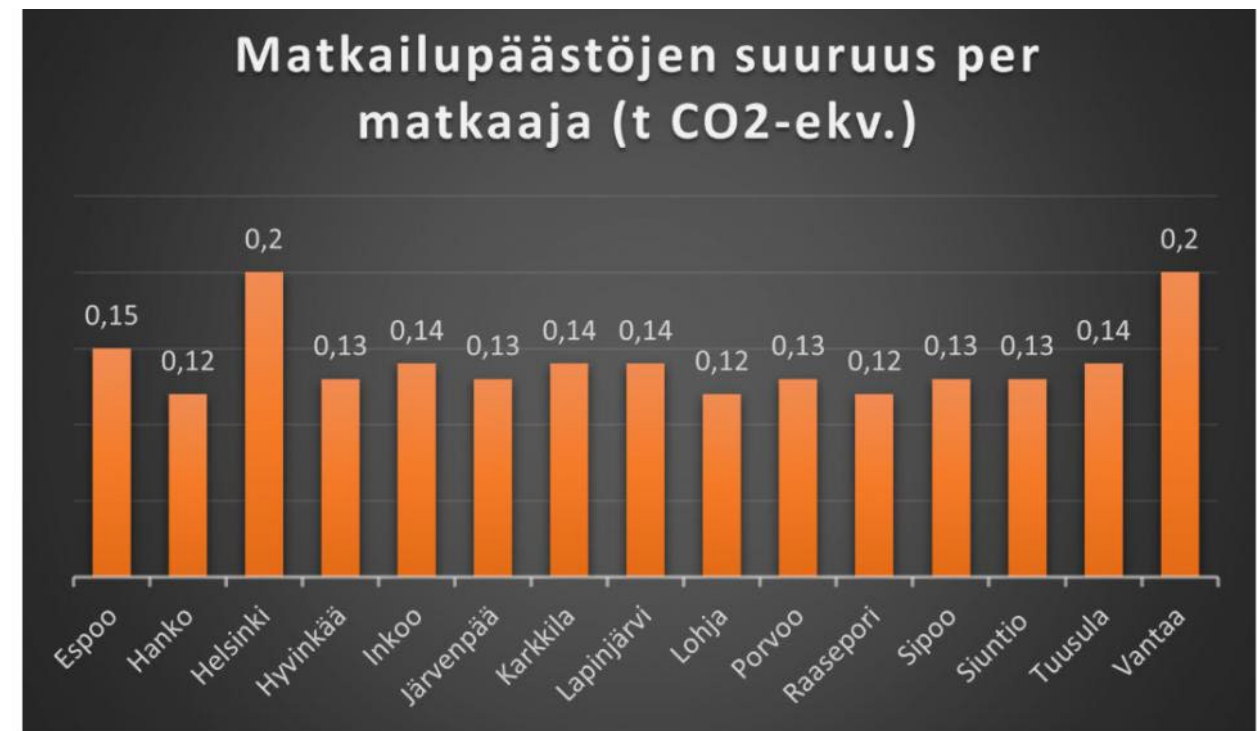
### 2.3 Matkailu on merkittävä osa Suomen matkailuvientiä

Matkailun<sup>33</sup> osuus oli Suomen palveluviennistä 14 prosenttia (5,5 mrd. euroa) ja kaikista vientituloista 5 prosenttia vuonna 2024. Matkailu oli palveluviennin kolmanneksi suurin erä. Palveluerien pääluokista suurempia olivat "Televiestintä-, tietotekniikka- ja tietopalvelut" (33 %) ja "Muut liike-elämän palvelut" (23 %).<sup>34</sup>



## Voit tutustua Suomen matkailustrategiaan tästä: Matkailustrategia

- Matkailun menestystä mitataan edelleen yleisesti matkailijamäärien ja matkailun tuottamien taloudellisten hyötyjen sekä työllisyyden tunnusluvulla.
- Vastuullisen matkailun onnistumista mitataan monipuolisesti niin, että kaikki vastuullisuuden osa-alueet ovat tasapainossa.
- Matkailumäärien ja talouden kasvu tulisi siis saavuttaa mahdollisin pienin luontoon ja paikallisväestöön kohdistuvien haittoin (esim. vähempipäästöinen liikkuminen, luonnonvarojen hillitty käyttö, paikallisväestön toiveiden kuuleminen ja matkailun hyötyjen tasapuolinen jakautuminen).



Matkailupäästöjen suuruus per matkaja (t CO<sub>2</sub>-ekv.) Uudenmaan 15 kunnassa. Kuva: Carbon Neutral Experience -hanke.



# Visit Finland jalkauttaa strategiaa

Visit Finland on päivittänyt ja julkaissut strategian toimenpidesuunnitelman loppuvuodesta 2025

**Visio:** ”Matkailu on yksi Suomen kestävä kasvun strategisista tukipilareista vuoteen 2030 mennessä ”

**Missio:** ”Visit Finland johtaa kansainvälisen matkailun kehittymistä Suomen kestävä kasvun ajuriksi.”

Tutustu strategiaan [Visit Finlandin sivuilta](#).

## Sustainable Travel Finland –ohjelma

### Kestävän matkailun tila –raportti

- Visit Finlandin vuosittain julkaisema raportti, joka pohjautuu kansallisten kestävä matkailun indikaattorien dataan ja ulkoisiin tietolähteisiin. STF –ohjelmasta kerättävä data koostuu vuosittaiseen indikaattorikyselyyn vastanneista.



## Sustainable Travel Finland –tilastot

- Raportin ensimmäiseltä sivulta löydät Sustainable Travel Finland (STF) -merkin saaneet yritykset Suomessa. Tilastoja voi tarkastella suuralueittain ja tarkemmin destinaatio- ja kuntatasolla sekä eritellä toimialojen ja palvelukategorioiden mukaan. Sivulla 2-5 esitellään kestävä matkailun indikaattoreita, jotka yhdistävät sekä STF-ohjelmaan osallistuvien yritysten indikaattorikyselyjen vastauksia että tietoa muista datalähteistä.



# Travel Appeal – trendejä 2026

## Quiet over everything

Yksi vuoden 2026 merkittävistä trendeistä on "quietcations". Siitä käytetään myös sanaa "Hushpitality".

Tämä trendi ja sen mukainen toiminta keskittyy mukavuuteen, hiljaisuuteen ja keinoihin paeta modernin elämän aiheuttamaa stressiä. Etsitään myös mahdollisuuksia irrottautua digitaalisista laitteista.





**”The wellbeing reset:** Regenerative and active wellness”, joka pitää sisällään kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin tavoittelun rauhoittavissa maisemissa, luonnon valoilmioiden kokemisen, mahdollisuuden viettää ulkoilmaelämää ja nukkua riittävästi.

**”Back to belonging: Roots and reconnections”** joka viittaa matkailijoiden haluun vieraila paikoissa, jotka tuottavat merkityksellisiä muistoja ja joilla voi olla yhteys matkailijan omaan elämään. Trendissä viitataan maatilojen viehättävyyteen, mahdollisuuteen elää maaseudun rauhallista elämää, majoittua maaseutuyhteisöissä ja päästä tutustumaan maaseudun elämäntapaan.



Tämä kuva, tekijä Tuntematon tekijä, käyttöoikeus: [CC BY-ND](#)



# Paikkojen/kohteiden brändäyksen trendit

- Narratiivista toteutukseen
- Kokemus on tärkeämpää kuin sanat
- Paikalliset asukkaat määrittelevät uskottavuuden.
- Tekoäly muokkaa löydettävyyttä ja luottamusta.
- Arvot ovat erottamaton osa mainetta.
- **Erottavuus voittaa jäljittelyn.**



Haasteena ei ole enää se, miten kertoa parempi tarina, vaan se, miten rakentaa paikan brändi, johon voi uskoa, kun sen kokee.

Lähde: The trends shaping...



# Vihreän siirtymän kuluttajasuojadirektiivi

🌿 Vihreän siirtymän kuluttajasuojadirektiivillä pyritään erityisesti edistämään kiertotaloutta ja puhdasta ja vihreää taloutta EU:ssa antamalla kuluttajille mahdollisuus tehdä tietoon perustuvia ostopäätöksiä ja siten edistää kestävämpää kulutusta.

🌿 Direktiivillä puututaan myös sopimattomiin kaupallisiin menettelyihin, jotka johtavat kuluttajia harhaan ja estävät heitä tekemästä kestäviä kulutusvalintoja.

🌿 Epämääräiset ympäristöväittämät kielletään, mikä tarkoittaa, että yritykset eivät voi enää ilmoittaa olevansa "vihreitä" tai "ympäristöystävällisiä", jos ne eivät pysty osoittamaan olevansa sellaisia.

🌿 Myös epäluotettavien vapaaehtoisten vastuullisuuslogojen esillepano kielletään.

🌿 Ensin tulee voimaan Vihreän siirtymän kuluttajasuojadirektiivi ja sen jälkeen Green Claims – eli viherväittämädirektiivi, joka on nyt ”jäissä” (edistäminen pysäytettiin kesällä 2025).

🌿 Direktiivi on pantava kansallisesti täytäntöön viimeistään 27.3.2026, ja uusia säännöksiä on alettava soveltamaan 27.9.2026.

Oikeusministeriö



## Viestintä

- Mistä tietää, että olette vastuullisia?



## Miten vieras voi osallistua?

- Mitä hyvää voi tehdä?



## Lupaus

## Miten teille pääsee?

- Päästöt
- Tasa-arvoisuus
- Vieraanvaraisuus



## Miltä teillä näyttää?

- Rakennukset
- Tekstiilit
- Astiat
- Pukeutuminen
- Varusteet



## Kannattavuus

- Hinnoittelu
- Kustannuslaskenta
- Investoinnit ja säästöt
- Reilut palkat



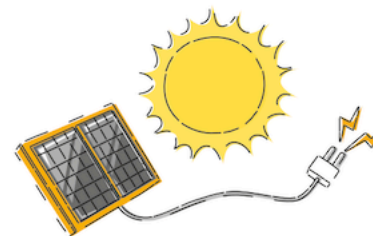
## Kiertotalous

- Hankinnat
- Kierrätys
- Hiilineutraalius
- Lähituotanto
- Innovaatiot



## Jätteet

- Kierrätys
- Minimointi
- Roskaaminen



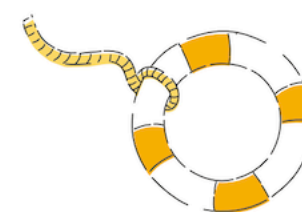
## Energia

- Lämpö
- Viilennys
- Sähkö
- Liikkuminen



## Vesi

- Juomavesi
- Käyttövesi
- Jätevesi



## Turvallisuus

- Riskianalyysi
- Turvallisuussuunnitelma
- Emotionaalinen turvallisuus
- Terveysturvallisuus



## Perinteet & kulttuuri

- Ruoka
- Ohjelma
- Tekstiilit
- Myyntituotteet
- Arkkitehtuuri
- Vaatetus



## Ympäristö

- Luonto
- Rakennettu
- Mielenmaisema
- Melu & valo



## Eettisyys

- Tuotantoketjut
- Ostopalvelut
- Työolosuhteet
- Eläimet matkailussa
- Alkuperäiskansat



## Tasa-arvo

- Esteettömyys
- LGBTQ
- Työllistäminen
- Paikalliset



## Yhteistyö

- Palvelut
- Hankinnat
- Suositukset
- Markkinointi & myynti
- Vaikuttaminen



## Lupaus lopuksi

- Palaute
- Reagointi
- Kehittäminen
- Viestintä



## Matkailun positiivisia vaikutuksia

- Matkailu tuottaa vähemmän negatiivisia vaikutuksia kuin joku muu toimiala (esim. kaivosteollisuus, raskas metalliteollisuus, tehomaaatalous) ja on alueelle siis parempi työllistäjä ja elinkeino.
- Matkailun ansiosta luontoa halutaan suojella ja säilyttää, luonnon käyttöä seurataan, herkkiä alueita suojataan ja rakenteisiin investoidaan (esim. reittien suojaus).
- Matkailuyritykset voivat kunnostaa ja ottaa uudenlaiseen käyttöön hylättyjä rakennuksia (esim. vanha koulu on muutettu hostelliksi).
- Julkisen liikenteen yhteydet voivat säilyä tai niitä voidaan lisätä matkailukysynnän ansiosta.



## Matkailun kriittisiä vaikutuksia ympäristöön

- Veden käyttö ja käytön kohtuullistaminen: selvitä miten paljon vettä käytetään ja miten sitä voisi säästää.
- Jätevesien käsittely asianmukaisesti.
- Energian käyttö: miten paljon energiaa käytetään, miten käyttöä voi pienentää ja millä energia tuotetaan -> tavoitteena uusiutuvan energian käyttö.
- Jätteen määrä ja kierrätys: miten jätemäärää voisi pienentää ja lajitellaanko kaikki mahdollinen jäte.
- Luonnonvesien käyttö ja suojele.
- Melu- ja valosaaste: tuottaako toiminta häiritsevää ääntä tai onko käytössä ns. turhaa valaistusta ja onko mahdollista vähentää.
- Luonnon kantokyky
- Luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen ja ennallistaminen, luontokadon vähentäminen: onko alueella vieraslajeja, voidaanko lisätä luonnon monimuotoisuutta säilyttäviä ja ennallistavia luontoympäristöjä, niittyjä ym.



## Päästöt & kumoaminen

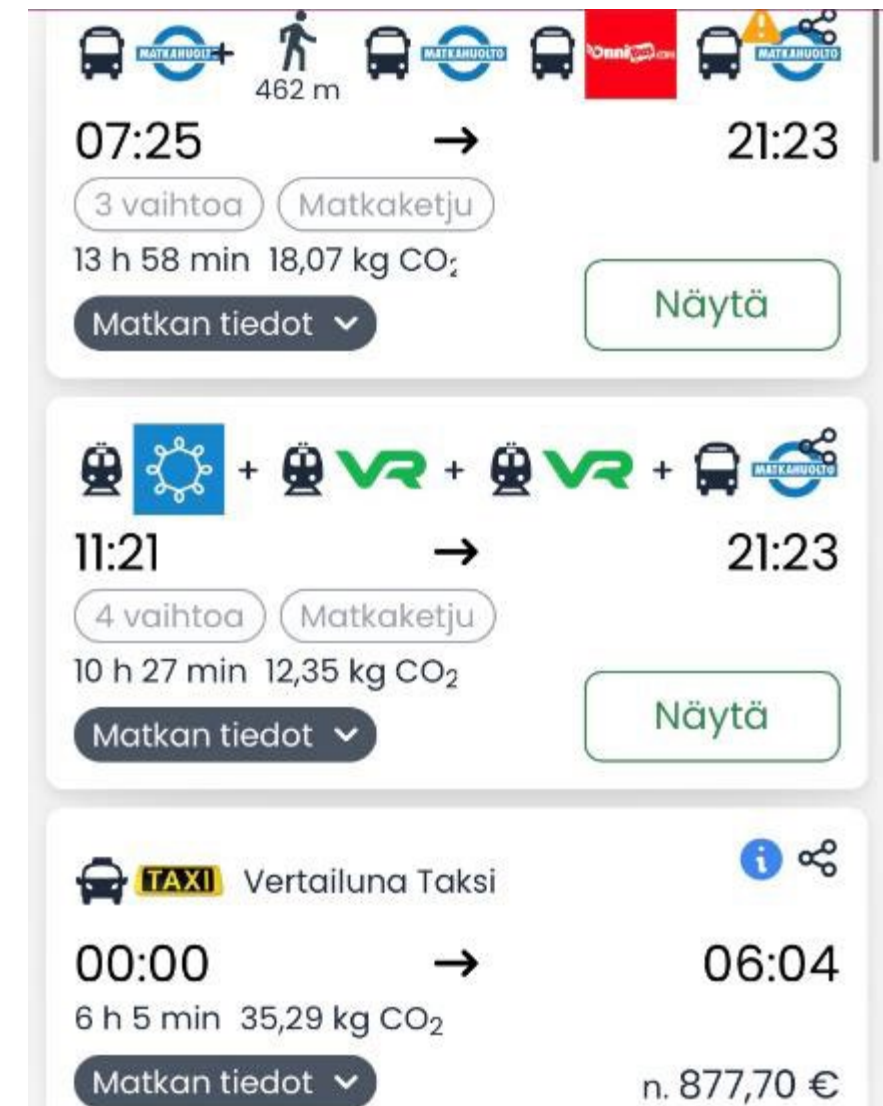
- Selvitetään mistä päästöt muodostuvat
- Asetataan tavoitteet ja toimenpiteet, joilla päästömääriä pienennetään
- Mitataan päästöt
- Julkaistaan lukuja ymmärrettävällä tavalla
- Kerrotaan tavoitteet päästöjen pienetämiseen (miten paljon, missä aikataulussa, millä toimenpiteillä)
- Kerrotaan miten kompensoidaan/kumotaan – täysin läpinäkyvästi

### Kompensaatio/kumoaminen:

- Projekti, jolla kehitetään uutta teknologiaa (uusiutuva energia, jolla korvataan hiilen poltto)
- Lisätään hiilinieluja ja edistetään luonnon monimuotoisuuden säilymistä (metsien istutus, vanhan metsän suojeleminen, soiden ennallistaminen)

Suomalaisilla kompensatioyrityksillä laskukaava: 1000kg CO<sub>2</sub> kompensointi maksaa 40- 50€

Nordic Impact, Hiilipörssi, Istutapuita, Puuni.fi



| Option | Mode                                    | Time          | CO <sub>2</sub> Emissions             | Cost        |
|--------|-----------------------------------------|---------------|---------------------------------------|-------------|
| 1      | Bus + Train + Bus + Train + Bus         | 07:25 → 21:23 | 13 h 58 min, 18,07 kg CO <sub>2</sub> | -           |
| 2      | Train + Bus + Train + Bus + Train + Bus | 11:21 → 21:23 | 10 h 27 min, 12,35 kg CO <sub>2</sub> | -           |
| 3      | Taxi                                    | 00:00 → 06:04 | 6 h 5 min, 35,29 kg CO <sub>2</sub>   | n. 877,70 € |



# Luonnon monimuotoisuus

Biologisen monimuotoisuuden väheneminen johtuu viidestä ensisijaisesta tekijästä:

- Elinympäristön häviäminen / Muutos maan ja meren käytössä
- Haitalliset lajit
- Ylikalastus (äärimmäinen metsästys- ja kalastuspaine)
- Saastuminen
- Ilmastonmuutos liittyy ilmaston lämpenemiseen.

Kussakin tapauksessa ihmisillä ja heidän toiminnallaan on suora rooli.(lähde: Britannica.com)

Ilmastonmuutos on tunnustettu aikamme vakavimmaksi ympäristöuhkaksi.

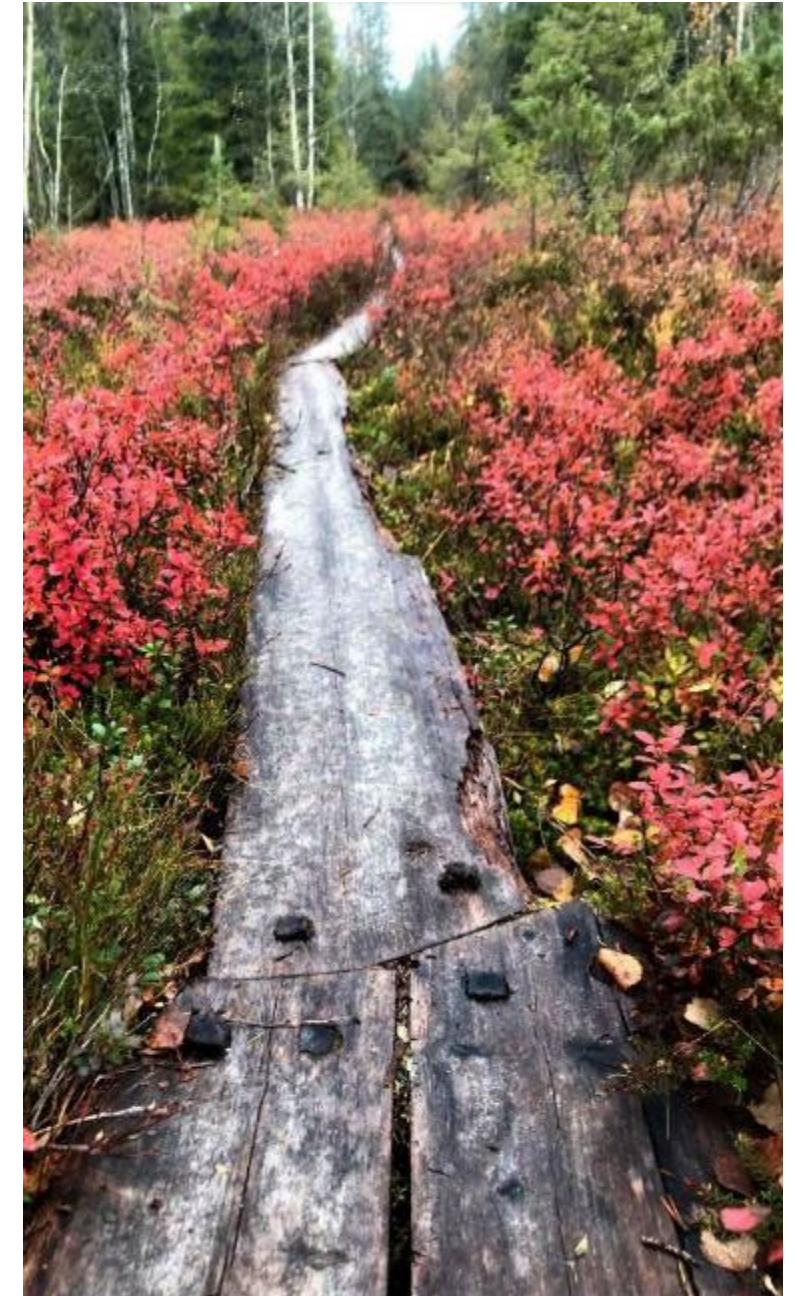




# Luontojalanjälki

Ihmisen, organisaation, tuotteen tai palvelun **kokonaisvaikutus luonnon monimuotoisuuteen**, eli asian tai toiminnan luonnolle aiheuttama haitta.

- Aivan kuten hiilijalanjälki mittaa vaikutustamme ilmaston kuumenemiseen, luontojalanjälki mittaa vaikutustamme luonnon monimuotoisuuteen.
- Sitra ja Jyväskylän yliopiston toisessa, vuoden 2024 alussa valmistuneessa hankkeessa selvitettiin – tiettävästi ensimmäisenä maailmassa – yksilön kulutusvalintojen luontojalanjälki

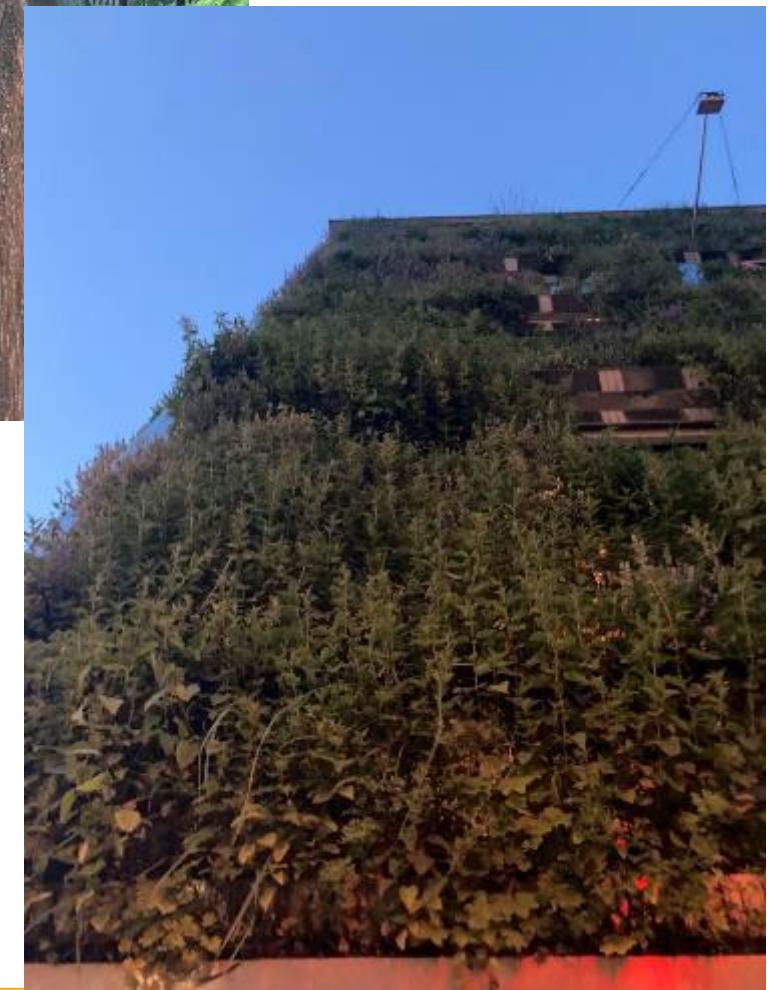




# Arvoketjuajattelu ja luonnon hyvinvointi, planetaarinen ajattelu

## Ekologiset hankintakäytänteitä

- Vältetään hankintojen tekemistä alueilta, jotka ovat vesi- ja energiantensiivisiä tai joissa on korkea lajien sukupuuttoriski.
- Vältetään tekstiilien hankkimista Indusjoen vesistöalueelta, kuten Pakistanista ja Intiasta, kuluttaa paljon vettä herkällä alueella.
- Vältetään soijan, puutavaran tai lihan hankkiminen Amazonin sademetsän alueelta, koska ne lisäävät metsähakkuita, joka puolestaan lisää lajien sukupuuttoja.





# Inklusiivinen matkailu huomioi

- esteettömyyden laajasti ymmärrettynä
- sateenkaariväestön
- etniset taustat
- vähemmistöt kuten alkuperäisväestön.



Tree of Love is  
dedicated to LGBTQ+  
people around the  
world.  
Love brought us  
together.  
Love is love.

Huomioonottaminen ei koske pelkästään asiakkaita, vaan myös henkilöstöä ja yhteistyökumppaneita. Inklusiivisuuskoulutuksen tarjoaminen henkilöstölle on erittäin tärkeää. Yrityksissä tulee luoda turvallinen tila keskustelulle ja esim. mahdollisesta häirinnästä ilmoittamiselle.



# Esteettömiä palveluita tarvitsevat

- Liikuntarajoitteiset ja liikuntavammaiset henkilöt
- Näkövammaiset ihmiset
- Kuulovammaiset ihmiset
- Kehitysvammaiset ihmiset
- Neurodiversiteetin kirjoon kuuluvat ihmiset



Kuva: Microsoft kuvapankki



## Saamelaismatkailun eettiset ohjeet

Saamelaiskäräjien kokous hyväksyi 24.9.2018 vastuullisen ja eettisesti kestävän saamelaismatkailun toimintaperiaatteet. Eettisten ohjeiden päätavoitteena on poistaa saamelaisuutta hyväksikäyttävä matkailu sekä matkailun kautta leviävä saamelaisia koskeva väärä tieto. Toisena painopisteenä on turvata matkailun ulkopuolisen väestön kulttuurikäytännöt ja perinteet.



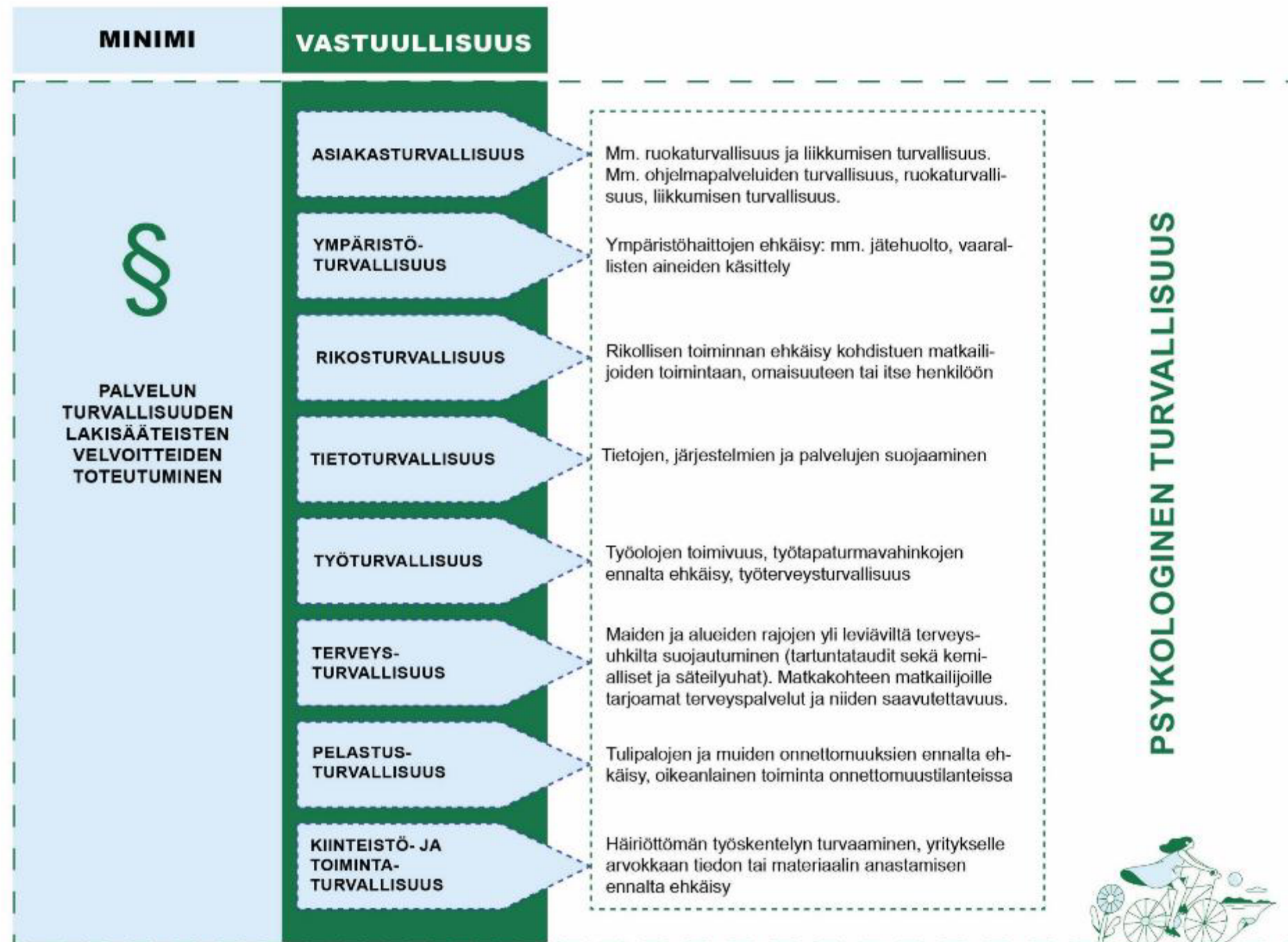
## Saamelaismatkailun eettiset ohjeet

- Saamelaiset ovat ainoa Euroopan Unionin alueella asuva alkuperäiskansa.
- Alkuperäiskansat ja kulttuuri ovat rikkauksia, joita halutaan vaalia ja vahvistaa.
- Saamelaiskulttuurissa kunnioitus on arvossaan ja arvostusta toivotaan myös matkailun kehittämiseen; saamelaisten toiveena on saada aktiivinen, oman arvomaailman mukainen rooli matkailussa poistamalla saamelaisten ja saamelaiskulttuurin käyttö passiivisena rekvisiittana, paikallisvärinä sekä eksoottisena ja primitiivisenä objektina.
- Suomessa Saamelaiskäräjät tekee erinomaista työtä saamelaiskulttuurin tietoisuuden lisäämiseksi saamelaiskulttuurista.

**Tutustu Saamelaismatkailun eettisiin ohjeisiin.**

# Turvallisuus

- Lainsäädännön määräämät veloitteet luovat turvallisuustyön minimin.
  - Vastuullisuus on minimivaatimukset ylittävää toimintaa turvallisuuden lisäämiseksi.





# Vastuullisen toiminnan todentaminen

- Mitä vastuullisuus tarkoittaa omassa yrityksessä
- Vastuullisuussuunnitelma
- Sertifiointi
- Sustainable Travel Finland – ohjelma
- Viestintä





# Sertifikaattien ja laatumerkkien hyödyt

- ✓ **Sertifiointi on työkalu**, joka helpottaa yrityksen vastuullisuustyötä ja varmistaa, että yrityksen toiminta vastaa tämän ajan kriteereitä ja laatuvaatimuksia
- ✓ Sertifiointi haastaa yritystä positiivisella tavalla **kehittymään, oppimaan** ja siirtymään mukavuusalueelta eteenpäin
- ✓ Sertifiointimateriaalit ovat hyviä **perehdyttämisen** materiaaleja
- ✓ Sertifiointi on selkeä ja **vakuuttava tapa** vastata yhteistyökumppaneiden, myyjien ja asiakkaiden kysymykseen: ”onko yritys vastuullinen ja miten todennatte sen”
- ✓ Sustainable Travel Finland –merkki täydentää sertifioinnin sisältöjä ja on maksuton työkalu yrityksille (sisältäen myös maksuttoman Hiilikuri – päästölaskurin).





# Vastuullisuuden todentaminen: sertifiointi

- Aloita sertifiointiprosessi tutustumalla muutamiin sertifiointivaihtoehtoihin.
- Sertifiointiprosessi on hyvin samanlainen kaikissa sertifikaateissa.
- Eroja on lähinnä seuraavissa: hinta, mitä hinta pitää sisällään (mm. ohjaus), auditointiväli, auditoinnin menetelmä (paikan päällä tai verkossa).
- Vieressä esimerkki: Green Key

## Selkeä hakuprosessi

ILMOITTAUDU MUKAAN →

### 1. Ilmoittautuminen (10 min)

- Täytä ilmoittautumislomake sivuillamme.
- Lomakkeessa kysytään perustiedot yrityksestäsi ja siitä, minkälaisia aktiviteetteja tarjontaanne kuuluu.
- Ilmoittautumisen jälkeen saat meiltä tunnukset hakijan materiaalipankkiin, jonne on kerätty paljon tukimateriaaleja ja ohjeita hakemuksen tekoon.

### 2. Tiedon keruu ja hakemuksen täyttäminen (1-3 kk)

- Osallistu maksuttomaan aloituspalaveriin, jossa yhteyshenkilösi esittelee sinulle hakuprosessin eri vaiheet, tarjolla olevat tukimateriaalit sekä hakulustan käytön. Palaverin jälkeen saat pääsyn sähköiselle hakulustalle, jonne hakemus tehdään.
- Kerää yhteen hakemukseen tarvittavat tiedot ja selvitykset hakijan sivun ohjeiden mukaisesti. Tämä vaihe vie usein eniten aikaa, mutta voit tehdä sitä muun työn ohessa.
- Täytä hakemus sähköisellä hakulustallamme.
- Tarvittaessa käytettävissäsi on myös henkilökohtainen neuvonta-aika.
- Varaa auditointi ja lähetä hakemus.

### 3. Auditointi (1 päivä)

- Osallistu auditointiin ja auditointikierrokseen.
- Green Key -kohde auditoidaan 1. ja 2. hakemusvuonna ja sen jälkeen joka kolmas vuosi.
- Auditoinnin tarkoituksena on varmistaa, että kohteen toiminta täyttää Green Key -vaatimukset, sekä yhdessä suunnitella kohteen ympäristötyötä, sen näkyvyyttä ja kehittymistä.
- Ohjelman osallistumismaksu ja auditoinnin kulut laskutetaan auditoinnin jälkeen.
- Lisätietoja auditoinnin sisällöstä saat [tästä dokumentista](#).

### 4. Tuomariston kokous (1 päivä)

- Toimita mahdolliset auditoinnin pyytämät lisätiedot tai täydennykset.
- Maksa osallistumis- ja auditointimaksut.
- Tuomaristo käsittelee kokouksessaan yrityksesi hakemuksen ja auditointiraportin.
- Sinun ei tarvitse osallistua kokoukseen.

### 5. Sertifiointi (1 vuosi)

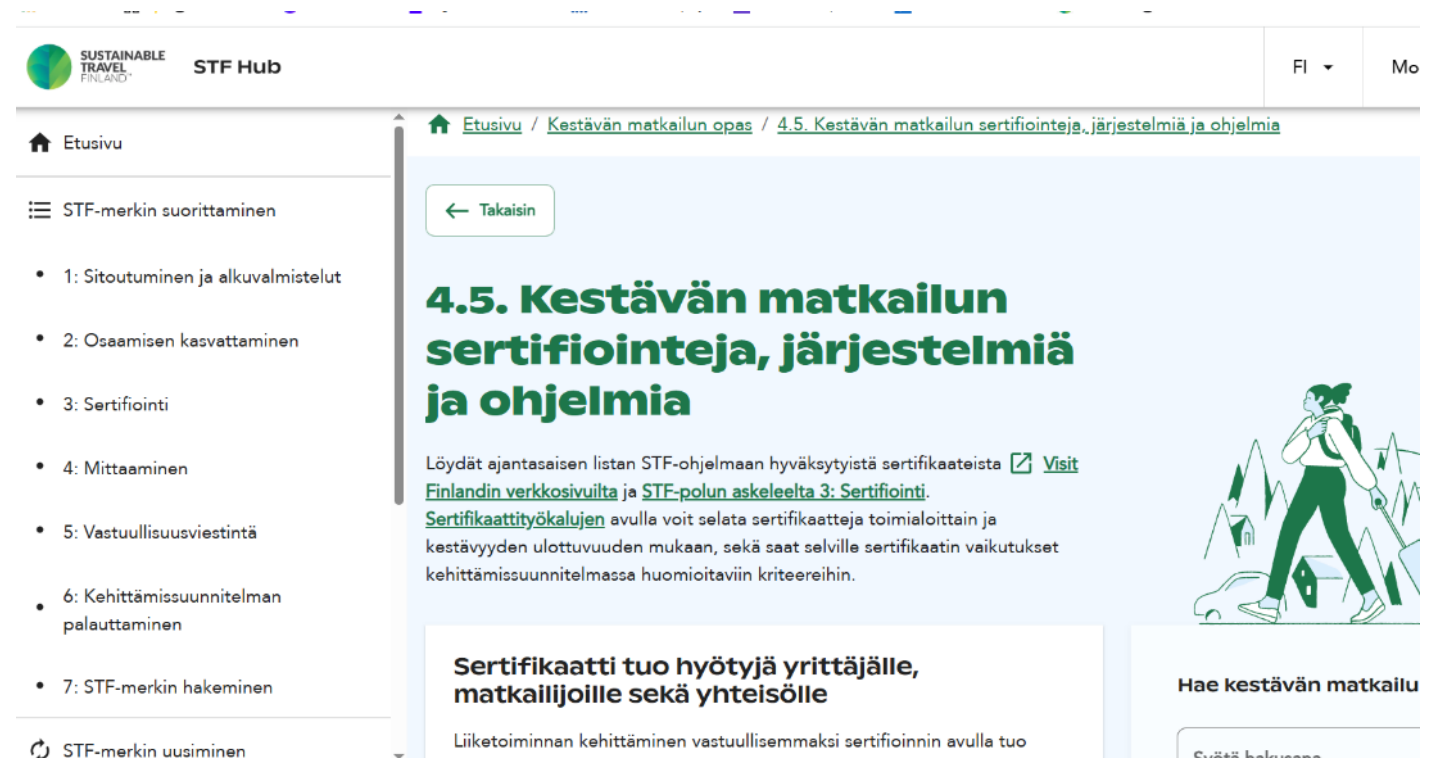
- Kun tuomaristo on hyväksynyt hakemuksen ja auditointiraportin, se myöntää yrityksellesi Green Key -sertifikaatin 12 kuukaudeksi.
- Sertifiointin jälkeen saat käyttäjätunnuksen JÄSENSIVUILLE, joilta löytyy paljon materiaalia henkilökunnan koulutustyön ja asiakasviestinnän tueksi. Tervetuloa mukaan Green Key -ohjelmaan!

<https://greenkey.fi/mika-green-key/>



## Miten osaat valita yritykselle parhaiten soveltuvan sertifikaatin?

- Löydät lisätietoa ja taulukot, joissa on kaikkien Visit Finlandin hyväksymät sertifikaatit Business Finlandin sivuilta
- Tarkempaa tietoa löydät STF Hubista: askel numero 3 ja Kestävän matkailun oppaasta: otsikko 4.5. Kestävän matkailun sertifiointeja, järjestelmiä ja ohjelmia





# Good Travel Seal

- Vuosimaksun hintaluokka määräytyy sertifikaatin hakijan henkilöstön koon tai majoitushuoneiden määrän mukaan sekä yrityksen toimintojen sijoittumisen\* mukaan.
- Jos yritys tekee heti kerralla kahden vuoden sopimuksen, vuosimaksuun saa 20% alennuksen.
- **Ilmoittautumisen yhteydessä hintoihin lisätään ensimmäinen auditointimaksu alkaen 200 eur/yritys\*\*** (auditointi tehdään etänä).
- Hinnat alv 0 % vuonna 2025

| Koko                      | Hinta vuodeksi euroa | Hinta kahdeksi vuodeksi euroa |
|---------------------------|----------------------|-------------------------------|
| 1-5 henkilöä/huonetta     | 190                  | 310                           |
| 6-10 henkilöä/huonetta    | 320                  | 510                           |
| 11-30 henkilöä/huonetta   | 510                  | 820                           |
| 31-50 henkilöä/huonetta   | 690                  | 1100                          |
| 51-100 henkilöä/huonetta  | 815                  | 1300                          |
| 101-250 henkilöä/huonetta | 880                  | 1410                          |
| Yli 250 henkilöä/huonetta | 990                  | 1580                          |

Hinnat ovat voimassa toistaiseksi. Pidätämme oikeuden muutoksiin, emme vastaa mahdollisista virheistä tiedoissa.

\* Jos esimerkiksi yrityksen majoituskapasiteetti sijaitsee eri osoitteissa kuntaa tai kahden kunnan alueella, kumpikin kohde sertifioidaan erikseen.

\*\* Yli 50 majoituskapasiteetin yksikön auditointi (etänä) 250 eur.



# Green Key ja Green Activities

## Green Key -ohjelman vuosimaksut 2026\*

| Kohdetyyppi                  | Liikevaihto < 500 000 Eur | 500 000 – 1 000 000 Eur | > 1 000 000 Eur |
|------------------------------|---------------------------|-------------------------|-----------------|
| Hotellit ja hostellit        | 1.350,-                   | 1.680,-                 | 1.890,-         |
|                              | Liikevaihto < 100 000 Eur | 100 000 – 500 000 Eur   | > 500 000 Eur   |
| Pienet majoitusliikkeet      | 550,-                     | 920,-                   | 1 350,-         |
| Leirintäalueet ja mökkikylät | 550,-                     | 920,-                   | 1 350,-         |
| Ravintolat ja kahvilat       | 550,-                     | 920,-                   | 1 350,-         |
| Vierailukohteet*             | 550,-                     | 810,-                   | 1 350,-         |
| * ei ravintolatoimintaa      |                           |                         |                 |
|                              | Auditointimaksut **       |                         |                 |
| Kaikki Green Key -yritykset  | 550,-/kerta               |                         |                 |
|                              | + matkakulut              |                         |                 |

Hintoihin lisätään alv (25,5 %).

Vuosi- ja auditointimaksu on toimipaikkakohtainen.

\*Hinnat voimassa 27.9.2026 asti.

\*\* auditointi suoritetaan 1. ja 2. hakuvuonna ja sen jälkeen joka kolmas vuosi. Auditointimaksuun lisätään:

## Green Activities -hinnasto 2026\*

| Liikevaihto             | Osallistumismaksu/ 12 kk | Auditointimaksu** | Auditointimaksu, eläinohjelmalvelut*** |
|-------------------------|--------------------------|-------------------|----------------------------------------|
| < 100 000 Eur           | 350,- Eur                | 300,- Eur*        | 300,- Eur                              |
| 100 000 – 500 000 Eur   | 600,- Eur                | 400,- Eur*        | 450,- Eur                              |
| 500 000 – 1 000 000 Eur | 810,- Eur                | 400,- Eur         | 450,- Eur                              |
| > 1 000 000 Eur         | 1 250,- Eur              | 400,- Eur         | 450,- Eur                              |

Hintoihin lisätään ALV 25,5%.

\*Hinnat voimassa 27.9.2026 asti.

\*\*Auditointi toteutetaan 1. ja 2. osallistumisvuonna, sen jälkeen joka 3. vuosi.

\*\*\*Auditointikuluihin lisätään matkakulut (eläinohjelmalveluita tarjoavat yritykset).



# Ekomatkailuyhdistys ECEAT

VUOSI 2026

## YRITTÄJÄJÄSENMAKSU

Maksuluokat:

- a) liikevaihto alle 100 000 e: 190 e
- b) liikevaihto 100 000 e – 300 000 e: 330 e
- c) liikevaihto 300 000 e – 500 000 e: 550 e
- d) liikevaihto 500 000 e – 800 000 e: 880 e
- e) liikevaihto yli 800 000 e: 1100 e
- e) yhteisöjäsenet (ei merkittävää liikevaihtoa matkailusta): 110 e

Yrittäjäjäsenmaksun suuruus uusille jäsenille määräytyy jäsenen liittymiskuukauden mukaan (1 kk maksu = 1/12 l)

LIITTYMISMAKSU uudelle yrittäjäjäsenelle

Maksuluokat:

- a) liikevaihto alle 100 000 e: 280 e
- b) liikevaihto 100 000 – 300 000 e: 390 e
- c) liikevaihto 300 000 e – 500 000 e: 500 e
- d) liikevaihto yli 500 000 e – 800 000 e: 610 e
- e) liikevaihto yli 800 000 e: 720 e
- f) yhteisöjäsenet (ei merkittävää liikevaihtoa matkailusta): 280 e

## AUDITOINTIMAKSU

- Auditoinnin perusmaksu 200 e
- Lisäksi 60 e/jokainen auditointivierailuun kulunut tunti.
- Yritys maksaa lisäksi auditoijan matkakulut.



🏠 Etusivu

☰ STF-merkin  
suorittaminen

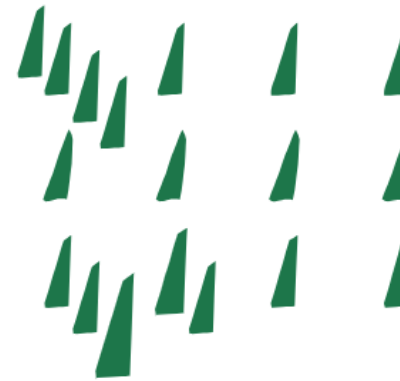
- 1: Sitoutuminen ja alkuvalmistelut
- 2: Osaamisen kasvattaminen
- 3: Sertifiointi
- 4: Mittaaminen
- 5: Vastuullisuusviestintä
- 6: Kehittämissuunnitelman palauttaminen
- 7: STF-merkin hakeminen

## Sustainable Travel Finland

### Suorita STF-merkki

Hae STF-merkkiä kulkemalla seitsemän askeleen STF-polku. Polku koostuu tehtävistä, joiden avulla todennat STF-ohjelmalle asetettujen kriteerien täyttymisen.

[Suorita STF-merkki](#)



Tehtävistä suoritettu: 7 %



Tarvitsetko apua?

[▶ Katso STF-ohjelman esittely](#)

[📄 Tutustu valmennuksiin](#)

💬 [Hiilikurin klinikat](#)

💬 [Palaute STF Hubista](#)

Hae mukaan ohjelmaan : [STFHub](#)



# Vastuullisuussuunnitelma

- Kehittämisen- ja toteuttamissuunnitelmaan kirjataan nostoja siitä, mitä yrityksessä tehdään jo vastuullisesti ja mitkä ovat kehittämisenkohteita
- Millä aikataululla ja mitä tehdään, jotta yrityksen toiminta on vielä vastuullisempi
- Vastuullisuustyö on jatkuvaa kehittymistä ja kehittämistä
- Vastuullisuussuunnitelmassa tulee huomioida kaikki vastuullisuuden osa-alueet
- **Suunnitelmasta saa sisältöjä viestintään**
- Vastuullisuussuunnitelman voi tehdä haluamaansa muotoon ja sitä voi ja pitää täydentää sitä mukaa, kun tekeminen edistyy



## DEVELOPMENT STRATEGY OF RESPONSIBLE ACTIVITIES:

recent reviews, upcoming actions and observations

### Ethical

| What                                                                                                                               | Object for development                                                                  | Development activities and measurement                                                                                                                                                                                                                           | Confirmation                                                                                                                                                                                                                                                               | Next step                                                                                                                                                                                        | Budget |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|
| 1. Are the services accessible?                                                                                                    | Educational Services<br>Nature base experiences<br>Love Forest Finland                  | Constructions and constructed environment as well as accessibility to the places outdoors must be as accessible as possible.<br>Experiences should be accessible (people with physical disabilities, people with sensory limitations, intellectual disabilities) | 2020-23<br>Some improvement has been done in Love Forest Finland base camp in Loppi. It is <b>more accessible for elderly people and for families with children but not totally accessible as it is a natural forest</b> . Good cooperation with Sanna Kalmar, Palmuasema. | 2022-24<br>Bolder communication with partners organizing educational workshops.<br><br>Tree planting events considering inclusive services.<br>Websites will be updated to ensure accessibility. | 500€   |
| 2. How sexual minorities are encountered as clients and as employees? and how to communicate with them- internally and externally? | Educational Services<br>Nature based Services<br>Website and Social Media communication | We need to ensure in all services that sexual minorities have emotionally safe feeling.<br><br>Influencing and encourage others on social media.                                                                                                                 | 2020-23<br><b>We speak Gay/Gay Travel Finland has been invited to the nature based experience and tree planting pilot event to get feedback.</b>                                                                                                                           | 2024-25<br>Participation in the "We speak gay" training and updated promotional material.                                                                                                        | 500€   |



# Vastuullisuudesta viestiminen eri asiakaspolun vaiheissa

1. **Nettisivut** eli ”kotipesä” kuntoon (voit esim. tehdä alaotsikon ”vastuullisuus” ja kertoa mitä vastuullisuus juuri teillä tarkoittaa)
2. **Paikan päällä/ palvelun aikana** viestiminen (onko ohjeistuksia, vinkkejä, vastuullisuushahmo tms., kerro esim. mistä ruoka on peräisin)
3. **Sosiaalinen media** ja muut viestintäkanavat (#vastuullisuus, #sustainabletravel, liitä mukaan muiden yritysten tilejä @)
4. **Sisäinen ja sidosryhmäviestintä** (muista kertoa arvoista ja vastuullisuudesta koko henkilökunnalle, alihankintakumppaneille, freelance-oppaille, tuntityöntekijöille yms.)





# Vinkkejä viestintään

- Yhteisöllisyys sekä yhdessä tekeminen ja kokeminen kiinnostavat vastuullisuusarvoihin sitoutuneita ihmisiä.
- Kuvamaailman avulla voidaan viestiä yrityksen toimintakulttuurista.
- Kumppaniyritysten vastuullisuustyöstä ja yhdessä tekemisestä viestiminen antaa yrityksestä positiivisen kuvan.
- Innostavalla viestinnällä voidaan myös ohjata asiakkaita tekemään vastuullisempia valintoja.
- Esimerkkinä kuva VR:n ravintolavaunusta, jossa asiakas voi kartan avulla nähdä annosten raaka-aineiden alkuperän ja valita listalta ruoka-annoksen, jonka raaka-aineet ovat kotimaisia.



Kuva: Mood of Finland Oy



# Ennen-vaihe: nettisivut

Suosittelavaa on, että yrityksen nettisivuilta löytyy kooste yrityksen vastuullisuusteoista ja sitoumuksista.

- **Nettisivuilta** asiakkaat ja yhteistyökumppanit löytävät etsimänsä tiedon.
- Nettisivun **linkki** on helppo liittää muihin materiaaleihin.
- **Sustainable Travel Finland –merkin** saamisen edellytyksenä on, että yrityksen nettisivuilta löytyy vastuullisuussisältöä ainakin yhdellä vieraalla kielellä.
- Nettisivujen sisällön ja tyylin on suositeltavaa olla innostavaa ja omalla tyyllillä tehtyä.

Tutustu Nuoksio Taika –yrityksen nettisivujen vastuullisuussisältöön.

## VASTUULLISUUS KOTIMAISEN PERHEYRITYKSEN OHJENUORANA

Vastuullisuus ohjaa valintojamme sekä toimintaamme ja ohjaamme siihen myös asiakkaitamme. Meille vastuullisuus on jatkuvasti läsnä ja takaa toimintamme jatkumisen tulevaisuudessakin.

Tutustu täältä tarkemmin vastuullisiin toimiimme ja auta meitä matkalla kestävämpään suuntaan.

*Tavoitteemme vuodelle 2025*



2025

### Hiilijalanjälki

Lasketaan kokouspäivien hiilijalanjälki erikseen kokonaishiilijalanjäljen lisäksi.



2025

### Häiden vastuullisuus

Viestitään asiakkaille häiden vastuullisuudesta, jotta meidät valittaisiin vastuullisuuden takia.



2025

### Esteettömyys

Viestitään esteettömyydestä ja nousee sen osalta suosituimmaksi kohteeksi.



# Aitoa ja avointa viestintää kuvilla

Käytä kuvia, joissa näkyy yrityksen henkilökuntaa, yhteistyökumppaneita ja paikallisia ihmisiä.





# Aikana-vaiheessa lunastetaan lupauksia

Kun asiakas saapuu yrityksen fyysisten puitteiden ja palveluiden äärelle, koittaa totuuden hetki. Ennakkoon annetut vastuullisuuslupaukset lunastetaan, ja **asiakkaan on mahdollista kokea vastuulliset valinnat kaikilla aisteilla**. Tämä on kokemuksellista viestintää.

Esimerkkejä siitä, miten vastuullisuuden voi nähdä, kuulla, tuntea, maistaa ja haistaa:

**Näkeminen:** Onko ympäristöstä pidetty huolta? Onko rakennus alueen perinteisen rakennusperinteen mukainen? Onko vältetty turhaa valosaastetta? Onko hyödynnetty kierrätysmateriaaleja? Näkyykö sisustuksessa, tekstiileissä ja astiavalinnoissa paikallisuus tai kotimaisuus?

**Kuuleminen:** Onko vältetty turhaa melusaastetta? Löytyykö tarvittaessa hiljainen ja rauhallinen paikka?

**Tunteminen:** Onko paikkaan onnistuttu luomaan turvallisemman tilan tuntu kaikille vieraille?

**Maistaminen:** Maistuuko ruuassa tuoreet raaka-aineet ja perinneruokien aitous?

**Haistaminen:** Onko paikka tuoksuton? Onko siivouksessa käytetty ympäristömerkittyjä ja tuoksuttomia puhdistusaineita?



# Yrityksen henkilökunnan tulee osata kertoa vastuullisuudesta ainakin nämä

1. Yrityksen tärkeimmät vastuullisuusteot

2. Vastuullisuuden todentaminen: Onko yrityksellä sertifikaatti ja STF-merkki?

3. Mitkä on vastuullisuuden erottautumistekijät, vastuullisuushupaus tai hissipuhe?



## Kiitos mielenkiinnosta!

**MOOD OF FINLAND ON TOUR 2026**

HÄMEENLINNA, TAMPERE, KUOPIO, ALVAR AALTO ROUTE\*, RAJAMÄKI\*, KOTKA\*,  
ASTURIAS, SPAIN, KOLARI-ÄKÄSLOMPOLO, PORVOO, JOKIOINEN, TAMMELA,  
LOPPI, PILPALA, HUNSALA, TEVANTÖ, VUOKATTI, SAUVO, POSIO, SAMMATTI\*,  
LOHJA, MIKKELI\*, KAJAANI\*, KEMIÖ, ALBERT BELLO, CHILE\*, HELSINKI.

\*ONLINE

WORKSHOPS, PROJECTS, WEBINARS IN FINNISH, SPANISH, AND ENGLISH: REGENERATIVE TOURISM, SERVICE DESIGN AND BRAND BUILDING, PRODUCTISATION, RESPONSIBLE TOURISM, STUDY TRIP PLANNING AND IMPLEMENTATION, CLIMATE CHANGE, RESPONSIBILITY COMMUNICATION, NATURE EXPERIENCES

CONTACT ME AND LET'S ACT FOR A BETTER FUTURE TOGETHER!

ANU.NYLUND@MOODOFFINLAND.FI | +358 40962206  
WWW.MOODOFFINLAND.FI

Laita kutsu sosiaalisen median kautta! Vastaan kutsuun ja seuraan mielelläni Sinua.

LinkedIn: Anu Nylund  
IG: @mood\_of\_finland  
Blogi: Forestexperience



MOOD OF FINLAND OY  
ON VASTUULLINEN YHTEISTYÖKUMPPANI JA  
PALVELUJEN TARJOAJA, JOKA UUDISTAA  
MATKAILUA YHDESSÄ MUIDEN KANSSA.

MOOD OF FINLAND OY:LE ON MYÖNNETTY STF-  
MERKKI ENSIMMÄISEN KERRAN V. 2020 NYT  
MERKKI ON VOIMASSA 9.4.2027 SAAKKA.



**SUSTAINABLE  
TRAVEL  
FINLAND™**

VISIT FINLANDIN LAUSUNTO 27.02.2026:

"KIITOS JÄLLEEN ERINOMAISEN SELKEÄSTÄ JA  
KATTAVASTA HAKEMUKSESTA! MOOD OF  
FINLANDIN TYÖ ON VAIKUTTAVAA,  
JOHDONMUKAISTA JA INSPIROIVAA. KIITOS,  
ETTÄ OLET PITKÄJÄNTEISESTI MUKANA STF-  
OHJELMASSA, ON ILO MYÖNTÄÄ SINULLE STF-  
MERKKI TAAS UUELLE KAUELLE"

MOOD OF FINLAND ON  
SUORITTANUT WE SPEAK  
GAY-KOUULUTUKSEN JA  
LIITTYNYT YHTEISÖÖN 01/2025



SCANDINAVIAN OUTDOOR  
AWARD 2024: JURY  
HONORARY ECO AWARD:  
MOOD OF FINLAND, LOVE  
FOREST FINLAND

## Finnish Travel Gala

ANU NYLUND ON OLLUT FINALISTINA EHDOLLA  
VUODEN VASTUULLISEKSI TOIMIJAKSI  
VUOSINA 2017 JA 2023.



"LIIKETOIMINTASI KAIKKINENSA ANSAITSEE  
SERTIFIKAATIN. TAPA, JOLLA JOHDAT  
LIIKETOIMINTAASI JA OLET MUKANA  
VAIKUTTAVISSA PROJEKTEISSA, ON UPEAA!  
MEILLÄ EI OLE MITÄÄN LISÄTTÄVÄÄ, VAAN  
KANNUSTAMME SINUA EDELLEEN  
INSPIROIMAAN YMPÄRISTÖÄSI, LAPSIA,  
YRITYKSIÄ, YHTEISÖJÄ JA KAIKKIA  
MAHDOLLISIA TAHOJA, JOIHIN VOIT  
VAIKUTTA. HIENOA TYÖTÄ!"  
BIOSPHERE AUDITOINTILAUSUNTO 9.2.2026

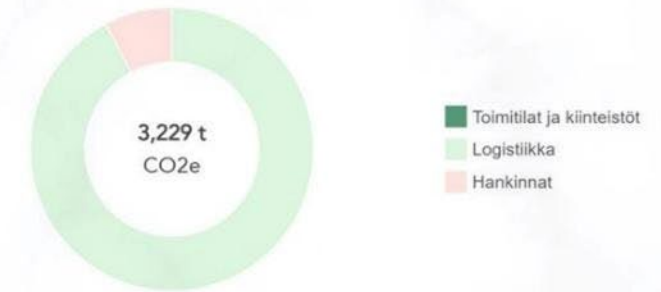


ANU NYLUND/ MOOD OF  
FINLAND ON OLLUT  
VUODESTA 2021  
KANSAINVÄLISISSÄ  
UUDISTAVAN MATKAILUN  
VERKOSTOISSA OPPIMASSA  
JA TEKEMÄSSÄ YHDESSÄ.

MOOD OF FINLAND OY  
ALLEKIRJOITTI  
ENSIMMÄISENÄ  
SUOMESSA  
KANSAINVÄLISEN  
GLASGOW'N ILMASTO-  
SITOUKSEN 11/2021



Päästöt kategorian mukaan



MOOD OF FINLAND OY ON LASKENUT  
KASVIHUONEPÄÄSTÖT VUODESTA 2021 ALKAEN.  
PALVELUPÄIVÄKOHTAINEN PÄÄSTÖMÄÄRÄ  
OLI V. 2025 21KG CO2E.

MOOD OF FINLAND OY ON PARTNERINA EU  
ERASMUS+ - RAHOITTEISISSA "UUDISTAVA JA  
ILMASTONMUUTOKSEEN SOPEUTUVA MATKAILU  
EUROOPASSA" - HANKKEESSA 11/2025-11/2027.

RAKKAUDEN METSÄ JA PIENI TALO MAALLA  
TODENTAVAT MOOD OF FINLANDIN UUDISTAVAA  
AJATTELUA KÄYTÄNNÖSSÄ.



ANU NYLUND  
MOOD OF FINLAND OY  
ANU.NYLUND@MOODOFFINLAND.FI  
WWW.MOODOFFINLAND.FI  
WWW.RAKKAUDENMETSÄ.FI