

**KULUTTAJATUTKIMUS LUONNONLAIDUNLIHAN TUNNETTUUDESTA
JA HALUTTAVUUDESTA KULUTTAJIEN KESKUUDESSA**



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Maaseutuelinkeinojen koulutus

Syksy 2022

Iiris Herlin

Maaseutuelinkeinojen koulutus

Tiivistelmä

Tekijä Iiris Herlin

Vuosi 2022

Työn nimi Kuluttajatutkimus luonnonlaidunlihan tunnettuudesta ja haluttavuudesta kuluttajien keskuudessa

Ohjaaja Monna Alatalo

Opinnäytetyön aiheena on luonnonlaidunlihan tunnettuus ja haluttavuus kuluttajien keskuudessa. Työn tilaaja on Luonnonlaidunlihan tuottajat ry. Työn tavoitteena on kerätä luonnonlaidunlihan tuottajille tietoa kuluttajien käsityksistä ja maksuvalmiudesta luonnonlaidunlihasta.

Luonnonlaidunliha on lihaa, jota saadaan eläimistä, kuten nautoista ja lampaista, jotka laiduntavat luonnonlaitumilla. Luonnonlaitumista perinnebiotoopit ovat Suomen uhanalaisimpia luontotyypppejä, ja niissä elävistä eliölajeista 400 on uhanalaisia. Perinnebiotoopit ovat riippuvaisia laiduntajista. Luonnonlaidunten uhanalaistumisen estämisen eteen on tehty vuosikymmenet töitä. Yksi tapa saada lisäarvoa niiden ylläpidosta on lanseerata oma brändi luonnonlaitumilla kasvatettujen eläinten lihasta. Suomessa ensimmäiset kriteerit luonnonlaidunlihalle laadittiin vuonna 2013. Tuottajayhdistys perustettiin vuonna 2020. Suomessa otettiin käyttöön Ruotsissa laadittu luonnonlaidunlihan IP-sertifikaatti vuonna 2022.

Työ on kuluttajatutkimus, jonka teoreettisena viitekehyksenä käytettiin kuluttaja- ja markkinatutkimusta. Aineistonkeruun menetelmä oli kuluttajille suunnattu verkkokysely, jota jaettiin opinnäytetyön tekijän omassa sosiaalisessa mediassa, tilaajan verkostoissa sekä opinnäytetyön tekijän kotitalan viestintäkanavissa. Vastauksia kyselyyn tuli 418. Vastaajien katsotaan edustavan ennemmin ruoan alkuperästä kiinnostuneiden kuluttajien joukkoa kuin kaikkien kuluttajien hajontaa.

Kotimaisuus ja ympäristö nousivat keskeisiksi ostopäätökseen vaikuttaviksi tekijöiksi ja myös positiivisiksi mielikuviksi luonnonlaidunlihasta. Asiakkaat olivat pääosin joko jo ostaneet luonnonlaidunlihaa tai kiinnostuneet ostamaan sitä. Siitä oltiin valmiita maksamaan enemmän kuin tavanomaisesti tuotetusta lihasta. Tulosten analyysin perusteella hahmoteltiin eri asiakasryhmiä, joille suositellaan markkinoitavan luonnonlaidunlihaa eri näkökulmista: eläinten hyvinvointi ja ympäristöjalanjälki; kotimaisuus ja pientuottajat; ja maku ja laatu.

Avainsanat luonnonlaitumet; luonnonlaidunliha; kuluttajatutkimus; perinnebiotooppi

Sivut 46 sivua ja liitteitä 16 sivua

Smart Organic Farming

Abstract

Author Iiris Herlin

Year 2022

Subject Consumer study on "meadow meat" – Questionnaire on consumers' knowledge of and willingness to pay for meat from animals that has been mainly fed on semi-natural pastures

Supervisors Monna Alatalo

This thesis is a study on what Finnish consumers think of "meadow meat" and what they are willing to pay for it. The study was commissioned by Luonnonlaidunlihan tuottajat ry, the organization for producers of "meadow meat". "Meadow meat" means meat from animals that have been mainly fed on semi-natural pastures.

The amount of semi-natural pastures in Finland has significantly declined in the past centuries, and these traditional biotypes are under severe threat of extinction. Hence there have been many actions on how to increase the amount of these specific pastures and areas, one of which is to brand the meat coming from the animals pasturing on these said areas. The first criteria of "meadow meat" were drafted in Finland in 2013. The producers' organization was established in 2020. The Swedish certificate for "meadow meat" was established in Finland in 2022.

This study is a consumer study based on the theory of consumer and marketing research. The material was collected via an online questionnaire, which was spread both in the social media and marketing channels of the commissioning organization, the thesis writer's home farm and the thesis writer's own social media. The questionnaire got 418 answers. Based on the spread and answers, the research is not seen as a general consumer study but rather as a study on consumers, who are interested in how the food they consume has been produced.

The consumers were most interested in making sure their food is produced in Finland and made in an environmentally responsible way. They were generally positive about the image of "meadow meat" and had either already bought it or were willing to try it. They were willing to pay more for it than regularly produced meat. Based on the answers, three different customer segments were drafted, to which "meadow meat" could be marketed in slightly different ways. The suggested themes were animal welfare and environmental care; local producers; and differentiation through taste and quality.

Keywords natural pastures; meadow meat; semi-natural pastures; consumer research; traditional biotopes

Pages 46 pages and appendices 16 pages

Sisälllys

1	Johdanto	1
2	Luonnonlaidunliha – mitä, miksi ja miten	2
2.1	Maaseudun kehitys ja perinnebiotooppien uhanalaistuminen	3
2.2	Luonnonlaidunten laiduntaminen	5
3	Luonnonlaidunlihan tuotteistaminen	7
3.1	Luonnonlaidunlihan sertifiointi	12
4	Lihankulutus Suomessa	15
5	Menetelmät ja teoreettinen viitekehys	17
5.1	Kuluttajatutkimus	17
5.2	Kyselyn laatiminen	19
6	Kyselyn tulokset	20
6.1	Vastuullisuus ostopäätöksissä	23
6.2	Luonnonlaidunlihan tunnettuus	31
6.3	Ostokäyttäytyminen ja maksuvalmius	34
7	Analyysi kuluttajien vastaanottavuudesta luonnonlaidunlihalle	39
8	Johtopäätökset ja pohdinta	42
9	Lähdeluettelo	1

Liitteet

Liite 1	Luonnonlaidunlihan suositukset
Liite 2	Kyselyn saatekirje
Liite 3	Kyselyn kysymykset

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aiheena on kuluttajien suhtautuminen luonnonlaidunlihaan. Luonnonlaidunliha on lihaa, jota saadaan eläimistä, kuten nautoista ja lampaista, jotka laiduntavat luonnonlaitumilla. Tarkempi kuvaus käsitteestä on luvussa 2. Termi on suhteellisen uusi, eikä ole vielä vakiintunut varsinkaan kuluttajien parissa. Aiemmin on myös käytetty termiä niittyliha.

Luonnonlaidunlihan tuottajilla on tavoitteena, että tuotantotapa olisi tulevaisuudessa vakiintunut osa suomalaista ruoantuotantoa, josta saisi riittävän euromääräisen korvauksen. Mahdollisuudet tälle on ilmassa. Tietoisuus ilmastonmuutoksesta ja ruoantuotannon päästöistä kasvaa koko ajan. Erityisesti nautojen kasvatusta, mutta eläinperäinen ravinto laajemminkin, on kyseenalaistettu niiden suuren ympäristöjalanjäljen ja toisaalta myös eläineettisten periaatteiden perusteella. Tietoisuus ilmaston lämpenemisestä alkoi levitä vuoden 2018 kansainvälisen ilmastopaneelin IPCC:n hälyttävän raportin myötä. Hieman hitaammin on myös kasvanut ymmärrys luonnon monimuotoisuuden kadon kiihtyvistä tahdistista ja sen vaikutuksista koko luonnon tasapainoon ja toisaalta näiden kahden kriisin kietoutumisesta toisiinsa. On myös tiedossa, että Suomen uhanalaisimmat luontotyypit, perinnebiotoopit, ovat sekä vähentyneet mittavasti että niiden laatu on heikentynyt (Lehtomaa, ym., 2018, s. 238). Nämä luontotyypit taas ovat riippuvaisia laiduntajista. Tietyillä eläimillä voisi siis olla rooli tulevaisuuden vähentyneen lihansyönnin preferoituna vaihtoehtona.

Ajatus opinnäytetyöhön syntyi Luonnonlaidunlihan tuottajat ry:n jäsenviestistä, jossa kerrottiin jäsenkyselyn tuloksia. Tuottajajäsenet toivoivat uudelta yhdistykseltä muun muassa luonnonlaidunlihan tunnettuuden ja haluttavuuden lisäämistä ja mahdollisten myyntikanavien selvittämistä. Opinnäytetyön tekijä oli yhteydessä yhdistyksen hallitukseen ja ehdotti opinnäytetyötä, ja aihetta tarkennettiin yhdistyksen hallituksen kommenttien perusteella. Työlle muotoutui kaksi tutkimuskysymystä:

1. Kuinka vastaanottavaisia kuluttajat ovat uudelle luonnonlaidunliha-brändille?
2. Mitä kuluttajat ovat valmiit maksamaan luonnonlaidunlihasta?

Jälkimmäisen kysymyksen mielekkyyden voisi kyseenalaistaa. Ruotsin luonnonlaidunjärjestelmän koordinaattori Anna Jamieson sanoi haastattelussa vuonna 2012 päinvastaisen mielipiteen: ”Älkää kysykö kuluttajilta paljonko he ovat valmiita laidunlihasta maksamaan. Katsokaa paljonko tuottaja tarvitsee ja luokaa markkinointi sen mukaan.” (Ruokatieto, 2012) Suomalaisten tuottajien taloudellisessa tilanteessa lienee kuitenkin myös järkevää tarkistaa, onko kuluttajilla kohtuullinen mielikuva asiasta vai jäisikö tuote ostamatta kaikki tuottajan kulut huomioon ottavalla hinnalla.

Opinnäytetyön tekijän kotitila on yhdistyksen jäsen. Perheen kirkkonummelaisella maatilalla on 60 emon herefordkarja, joka laiduntaa laidunkaudella niin perinnebiotoopeilla kuin muillakin luonnonlaitumilla. Tilan karjaa myydään elossa jalostuskäyttöön ja lihana suoramyynninä kuluttajille ja ravintoloihin. Tilalla on ollut suoramyyntiä yli 30 vuotta. Opinnäytetyön aihe on siis myös henkilökohtaisesti ja tulevan uran kannalta kiinnostava. Tilan lihanmyyntiä voidaan kehittää entisestään, esimerkiksi nostamalla karjan laiduntamisen luonnonlaitumilla suurempaan rooliin markkinoinnissa, tai tuotteistamalla luonnonlaitumet esimerkiksi maksullisina laidunretkinä.

Työn aluksi käydään läpi miksi luonnonlaitumet ovat uhanalaistuneet, miten niillä laidunnetaan ja miten laiduntajien lihaa on alettu markkinoida omana tuotteenaan. Tämän jälkeen esitellään lyhyesti suomalaisten lihan kulutuksen historiaa ja nykytilaa sekä kulutuksen määrän että sitä ohjaavien trendien avulla. Luvussa neljä esitellään opinnäytetyön materiaalin keruussa käytetyt menetelmät ja teoreettinen viitekehys, eli kuluttajatutkimus ja verkkokysely. Tämän jälkeen esitellään ja analysoidaan kyselyn tulokset. Lopuksi työ vedetään yhteen ja pohditaan työn tuloksia ja mahdollisia aiheita jatkotutkimuksille.

2 Luonnonlaidunliha – mitä, miksi ja miten

Tässä luvussa kerrotaan ensin Suomen perinnebiotooppien muodostumisesta ja vähenemisestä, jonka jälkeen käydään läpi nykyisiä käytäntöjä ja suosituksia luonnonlaiduntamiselle. Luontotyyppinä perinnebiotoopin voi luokitella erilaisiin luontotyyppiryhmiin. Suomen luontotyyppien uhanalaisuusarvioinnissa perinnebiotoopit on jaettu 12 ryhmään: kedot, kalliokedot, hakamaat, metsälaitumet, nummet, tuoreet niityt,

kosteat niityt, merenrantaniityt, tulvaniityt, lehdesniityt, suoniityt ja järven- ja joenrantaniityt. Rajat luontotyyppien välillä ovat tulkinnanvaraisia: yhdellä alueella voi esiintyä montaa eri tyyppiä laikuttaisesti, vyöhykkeinä tai vaihteeltaisesti yhdestä toiseen muuttuen. (Lehtomaa, ym., 2018, s. 227).

Opinnäytetyön aiheen rajaamisen nimissä tässä työssä ei käsitellä luonnonlaitumia byrokratian, kuten maataloustukien tai lainsäädännön näkökulmasta, varsinkaan siksi, että EU:n maatalouden tukikausi on vaihtumassa tulevana vuonna, 2023, ja tulevat tukiohjelmat ovat vielä epäselviä. Ohjeita ympäristösopimuksista ja luonnonhaittakorvauksesta löytyy Ruokaviraston sivuilta.

2.1 Maaseudun kehitys ja perinnebiotooppien uhanalaistuminen

Perinnebiotooppi on ympäristö, jolle on kehittynyt ominainen ja monimuotoinen lajisto perinteisen karjatalouden laidun- ja niittokäytäntöjen muovaamana (Tanhuanpää ym., 2019). Alueet ovat voineet kehittyä vuosisatojen, jopa vuosituhansien aikana.

Havainnollistavia esimerkkejä perinnebiotooppien muotoutumisesta vuosisatojen aikana löytyy esimerkiksi Metsähallituksen suojelubiologin Maija Mussaarin esityksestä ”Laidunnuskäytäntöjen vaikutus luonnon monimuotoisuuteen”, joka on ladattavissa LLL ry:n sivuilta (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-a). Sen lisäksi, että karja on laiduntanut alueella kesäisin, on sieltä voitu kerätä karjan talvirehu niittämällä. Käytössä on ollut myös muita hoitomenetelmiä, kuten kulotus ja puuston harventaminen – ei kuitenkaan lannoitus, maan muokkaus tai kylvö. (Tanhuanpää ym., 2019)

Kun perinteiset karjatalouden toimenpiteet ovat muuttuneet tai kokonaan loppuneet, on myös hoidetut luontoalueet köyhtyneet ja perinnebiotooppien luontotyypit uhanalaistuneet. Kehitys alkoi jo 1800-luvun lopulla maataloushallinnon kehittyessä ja viljelyn tehostuessa. Niittyjä raivattiin pelloiksi: Suomen peltoala enemmän kuin kaksinkertaistui samanaikaisesti, kun niittyala enemmän kuin puolittui vuosien 1880 ja 1920 välisenä aikana. 1950-luvulla keinolannoitteiden käyttö ja maatalouden koneellistuminen kiihdyttivät perinnebiotooppien vähenemistä entisestään. 1960-luvun maatalouspolitiikka kannusti kasvuun, ja pientilojen määrä väheni. Toisaalta myös metsätalouden kehitys muutti maankäyttöä: aiemmin maa- ja metsätalouden yhteisessä käytössä olleet metsälaitumet siirrettiin vain metsätalouden

alaiseen käyttöön, koska metsän tuoton ajateltiin laskevan karjan laiduntaessa.

Metsittäminen, pellonraivaus ja umpeenkasvu laidunnuksen ja niiton loputtua ovatkin kolme merkittävintä syytä perinnebiotooppien uhanalaistumiselle. (Lehtomaa, ym., 2018, ss. 238, 244–245)

Perinnebiotooppien alat ovat vähentyneet radikaalisti Suomessa jo 1860-luvulta 1960-luvulle mennessä: esimerkiksi kotojen määrä väheni 150 800 hehtaarista vain 13 400 hehtaariin ja metsälaitumien ala pieneni 6 900 000 hehtaarista 1–2 miljoonan hehtaariin. Määrän väheneminen ja laadun huononeminen on johtanut siihen, että perinnebiotooppien kahdestatoista luontotyypistä on yksitoista kaikkine luontotyyppiryhmineen luokiteltu äärimmäisen uhanalaiseksi (CR). Nummista kaksi luontotyyppiryhmää on erittäin uhanalaisia (EN) ja yksi äärimmäisen uhanalainen. Uhanalaisuusluokittelun asteikolla seuraava porras on ”hävinnyt” (CO). Kehityssuunta arvioituilla aloilla oli vakaa vain 12 prosentilla ja heikkenevä 76 prosentilla. (Lehtomaa, ym., 2018, ss. 232, 243, 245) Kaikista Suomen uhanalaisista lajeista 23 prosenttia eli 400 lajia elää perinneympäristöissä, ja jo hävinneistä lajeista 37 prosenttia oli näiden alueiden lajeja (Matila & Tolvanen, 2013).

Kaiken kaikkiaan tällä hetkellä perinnebiotooppiala on vain murto-osa siitä, mitä se oli 1800-luvulla. Vuonna 2021 ympäristösopimuksen maatalousluonnon monimuotoisuuden ja maiseman hoidosta oli tehnyt 2 254 tilaa yhteensä 32 928 hehtaarille. Tästä sopimusalaista noin 35 %, eli noin 11 500 hehtaaria, on luokiteltu arvokkaaksi perinnebiotoopiksi ja 65 %, eli noin 21 400 hehtaaria, on muita perinnebiotooppeja, metsäsaarekkeitä, luonnonlaitumia tai reunavyöhykkeitä. Tällä määrällä on vain osittain saavutettu maataloustukien ohjelmakauden loppuun asetettu tavoiteala. (Maa- ja metsätalousministeriö, 2022)

Luonnonlaitumena voi toimia muutkin alueet kuin perinnebiotoopit. Luonnonlaidunlihan tuottajien yhdistyksen suosituksissa luonnonlaidunlihan tuotannolle luonnonlaitumiksi lasketaan perinnebiotooppien lisäksi muut peltoviljelyn ulkopuoliset laitumet, kuten pellon metsäsaarekkeet, luonnonsuojelualueet, peltojen suojakaistat ja pientareet (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-b). Näillä alueilla ei pakosti löydy perinnebiotoopeille ominaista lajistoa tai niitä ei ole historiallisesti käytetty laidunalueina. Ne voivat silti olla maisemallisesti arvokkaita, ja toisaalta edistävät ruoantuotantoa sellaisilla alueilla, joissa ei voi viljellä. Metsäsaarekkeet peltolaidunten

lähellä tarjoavat myös suojaa karjalle. Luonnonlaitumet voivat myös pitkäjänteisen hoidon myötä kehittyä perinnebiotoopeiksi.

2.2 Luonnonlaidunten laiduntaminen

Käyn läpi tässä luvussa lyhyesti, miten luonnonlaitumia laidunnetaan. Keskityn siihen, mikä on tämän työn aiheen kannalta merkityksellistä, eli laiduntamisen merkitykseen ympäristölle ja eläinten hyvinvointiin, sekä miten laiduntaminen vaikuttaa lopputuotteeseen eli lihaan. Vuonna 2020 noin 70 % Suomen naudoista laidunsi (Luonnonvarakeskus, 2021).

Luonnonlaitumilla laiduntavien eläinten määrästä ei ole tarkkaa tilastotietoa.

Luonnonlaitumilla laiduntaa tavallisesti nauta, lammas tai hevonen. Myös siat tai siipikarja voisivat laiduntaa, mutta tämä on Suomessa vielä melko harvinaista. Koska luonnonlaidunlihan sertifiointi voi tällä hetkellä saada vain naudan- tai lampaanlihalle, keskitytään tässä työssä näihin eläimiin. Suomessa karjan laidunkausi ilman lisäruokintaa kestää yleensä toukokuusta lokakuuhun, eli kasvukauden alusta sen loppuun.

Luonnonlaitumille laiduntamaan nautalajeista soveltuvat erityisesti alkuperäisrodut, monet lihakarjarodut ja lypsykarjasta hiehot ja vasikat. Naudat sopivat rantaniityille, koska ne syövät mielellään järviruokoa. Lampaat ovat tarkkoja syömistään kasveista, ja viihtyvät parhaiten kuivalla maalla. (Priha, 2003)

Laidunnus muokkaa alueen luontoa lisäämällä valoisuutta ja lämpöä ja vähentämällä maaperän ravinteisuutta. Tämän myötä syntyy elinympäristö erilaisille eliölajeille ja kasveille, jotka viihtyvät paahteisissa paikoissa. Karjan tallaaminen myös rikkoo maan pintaa, mikä vaikuttaa kasvien siementämiseen. (Priha, 2003) Kuten edellisestä luvusta kävi ilmi, monet eliölajit ovat riippuvaisia juuri tästä luontotyyppistä. Esimerkiksi uhanalaisiksi luokitelluista pölyttäjistä suurin osa on perinnebiotooppien tai muiden ketojen ja niittyjen lajistoa (Ympäristöministeriö, 2022, s. 10). Niittykasveista moni on tottunut vähäravinteiseen maaperään. Tästä syystä laitumille ei myöskään saa tuoda lisärehua, joka lisäisi ravinteiden määrää alueella. (Priha, 2003)

Laidunnus ei kuitenkaan automaattisesti takaa monimuotoisuuden lisääntymistä. Joidenkin uhanalaisten kukkien kannattaa esimerkiksi antaa ensin kukkia, ennen kuin karjaa päästää laiduntamaan niiden elinympäristöön. Myös vaikutus joidenkin lintulajien elinolosuhteille voi

olla negatiivinen. (Mussaari, 2022) Perinnebiotooppien lajistoon vaikuttavat syy-seuraussuhteet ovat monisyisiä. Vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi yli- ja alilaidunnus, maaperän rehevöityminen tai köyhtyminen, metsätalous, umpeenkasvu, lahoppuujatkumo ja niitto (Lehtomaa, ym., 2018, ss. 236–237). Monimuotoisuuden ylläpitämisen ja lisäämisen kannalta laidunnus pitäisi suunnitella mahdollisimman tarkasti uhanalaisten lajien tarpeet huomioiden (Mussaari, 2022). Luonnonlaidunlihan suosituksiin kuuluukin, että laidunpaineen tulee olla sopiva niin eläinten hyvinvoinnin ja kasvun kuin myös perinnebiotoopin lajikirjon turvaamiseksi (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-b). Laidunpaineella tarkoitetaan laidunnuskauden eläinmäärää pinta-alaa kohden. (Priha, 2003) Sopiva laidunpaine riippuu monesta tekijästä, kuten eläinlajista, eläinten iästä, koosta ja kunnosta, laidunnettavasta kohteesta sekä laidunkauden ajankohdasta.

Koska luonnonlaitumia ei muokata, ne ovat jatkuvasti kasvipeitteisiä. Tämä tarkoittaa, että ne ovat myös hiilivarastoja. Tarkkaa dataa luonnonlaidunten hiilensidontakapasiteetista ei kuitenkaan löytynyt. Laiduntaminen luonnonlaitumille voi hyödyttää myös vesistöjä: Rantalaidun-hankkeessa tutkittiin, että nautojen laiduntaminen Perämeren rantalaitumilla vähentää ravinteiden kokonaismäärää laidunalueilla, koska eläinten syömästä kasvustosta sitoutuu eläimen kasvuun typpeä ja fosforia. Toisin sanoen, vaikka eläimet ulostavat laitumelle, poistuu syömisen mukana enemmän ravinteita kuin mitä alueelle jää. (Huuskonen ym., 2022, s. 42)

Naudalle ja lampaalle laiduntaminen on lajityypillistä käyttäytymistä. Eläimet saavat liikkua laumassa ja toteuttaa sosiaalisia suhteitaan luontevasti. Ne voivat valita itse oman ravintonsa vaistojaan seuraten. Ne saavat liikkua vapaasti. Laiduntaminen lisää nautojen hyvinvointia monilla mittareilla ja laiduntavat lehmät ovat keskimäärin terveempiä kuin laiduntamattomat. (Norrington, 2014) Luonnonlaitumissa on tiettyjä erityispiirteitä, joita pitää ottaa huomioon eläinten hoidossa. Alueella on oltava tarpeeksi säänsuojaa, eli puustoa. Kuljetusmatka laidunalueelle voi olla joskus melko pitkä: karjaa saatetaan kuljettaa vaikkapa luonnonsuojelualueelle estämään rehevöitymistä. Kuljetuksissa, kuten muussakin toiminnassa, on aina huomioitava eläinkuljetuslainsäädännön vaateet eläinten hyvinvoinnista. Laitumilla olevia eläimiä täytyy myös valvoa. Jotkut kohteista voivat olla vaikeasti saavutettavissa, esimerkiksi saaristossa. Näillä alueilla voidaan joustaa

päivittäisestä tarkastusvelvollisuudesta, mutta niillä on käytävä silti useasti viikossa. Perinnebiotoopeille ei saa tuoda lisärehua, mutta kivennäisiä eläimille on oltava tarjolla. Juomavettä on oltava jatkuvasti tarjolla. Jos laidun rajautuu luonnonveteen, joka on puhdasta eikä esimerkiksi sinileväistä, riittää se vesihuolloksi. Laidunkaudelle on tehtävä suunnitelmat mahdollisten sairastumisten ja hätätilanteiden varalle, esimerkiksi miten sairastunut eläin voidaan eristää ja hoitaa. (Heikkonen & Haukioja, 2022) Nämä eläintenhoitoon liittyvät ohjeet ja säädökset perustuvat Suomen lainsäädäntöön, ja luonnonlaidunlihan sertifikaatissa on tarkempia säädöksiä. Kerron lisää sertifikaatista seuraavassa luvussa.

Sen lisäksi, että laiduntaminen edistää naudan ja lampaan hyvinvointia ja laiduntaminen luonnonlaitumille edistää luonnon monimuotoisuutta, on laiduntavien eläinten liha myös terveellisempää ja maukkaampaa kuin väkirehulla ruokittujen. Nurmiruokittujen nautojen lihassa on parempi rasvahappokoostumus ja siinä on enemmän A- ja E-vitamiineja kuin väkirehulla ruokittujen nautojen lihassa. (Daley ym., 2010, s. 9)

3 Luonnonlaidunlihan tuotteistaminen

Seuraavaksi käydään läpi sitä kehityskaarta, joka on johtanut luonnonlaidunlihan tuotteistamiseen ja sertifikaatin käyttöönottoon Suomessa. Mallia on otettu länsinaapurista Ruotsista, ja mukana kehitystyössä molemmissa maissa on ollut ympäristöjärjestö WWF. Luonnonlaidunnuksen asiaa on ajanut myös muun muassa Perinnemaisemayhdistys ry, Luonnon- ja riistanhoitosäätiö sekä Maa- ja kotitalousnaiset. ProAgria Etelä-Suomi ylläpitää Laidunpankki-palvelua, jolla eläinten kasvattajat voivat tarjota eläimiään maisemanhoitajiksi, tai laitumeksi sopivan alueen omistaja voi tarjota alaa laiduntajien käyttöön (ProAgria Etelä-Suomi ry, n.d.).

Luonnonlaitumien rahoituksen keskeinen lähde on maatalouden ympäristökorvausjärjestelmän alainen ympäristösopimus maatalousluonnon monimuotoisuuden ja maiseman hoitoon. Voidaan sanoa, että tuen määrä ei kuitenkaan ole ollut riittävä, sillä perinnebiotooppien pinta-ala on jatkanut vähenemistään ympäristötuen käyttöönoton jälkeenkin. (Lehtomaa, ym., 2018, s. 244) Jotta eläintenpitäjillä olisi enemmän kannusteita luonnonhoidollisiin toimenpiteisiin ja tarkkaa hoitoa vaativien perinnebiotooppien ylläpitoon, on tuottajien voitava saada taloudellista hyötyä

luonnonhoidollisista toimenpiteistä muutakin kautta. Erilaisista luonnonlaidunt tuotteista saatava lisäarvo on yksi vastaus tähän haasteeseen. Tämä on myös yksi niistä toimenpiteistä, joita Suomen uhanalaisia luontotyypppejä arvioinut perinnebiotooppien asiantuntijaryhmä ehdotti uhanalaistumisen trendin kääntämiseksi (Lehtomaa, ym., 2018, s. 251).

Luonnonlaidunlihan tuotteistamisen kehitys on kulkenut Suomessa ja Ruotsissa osittain samoja askelia, mutta Ruotsi on kulkenut muutaman askeleen edellä. Maat ovat maatalousrakenteeltaan osin samanlaisia: myös Ruotsissa luonnonlaidunten lajisto on uhanalainen, ja luonnonlaidunten määrä laskussa. (Sigill Kvalitetssystem AB, n.d.-c) Määrät ovat silti hyvin eri tasolla. Ruotsissa on 500 000 hehtaaria perinnebiotooppeja, eli Suomen 30 000 hehtaarin perinnebiotooppiala vastaa kuutta prosenttia Ruotsin alasta. (Tanhuanpää ym., 2019, s. 6) Ruotsissa luonnonlaidunliha on ollut sertifioitua jo yli kymmenen vuoden ajan ja sitä myydään ketjuruokakaupoissa. Kaiken kaikkiaan luonnonlaidunlihaa myydään siellä noin 400 000 kiloa vuodessa. (WWF Suomi, n.d.-b) Markkinoille pääseminen ei ole Ruotsissakaan mennyt täysin mutkitta. Teollisuus ei ole ottanut asiakseen edistää sertifiointia, ja toisaalta se on saanut myös imitoivia kilpailijoita, joilla ei ole läpinäkyvää tuotantoprosessia. Tuote on loppujen lopuksi edelleen marginaalinen eikä valtavirtaa. Kuitenkin noin 40 000 hehtaaria Ruotsin perinnebiotooppialasta oli vuoteen 2012 mennessä tullut hoidon piiriin luonnonlaidunlihan kehittämisen myötä (Jamieson, 2012).

Suomessa luonnonlaidunlihan tuotantokriteerejä työsti vuosina 2012–2013 työryhmä, johon kuului WWF:n lisäksi jäseniä Suomen Lammasyhdistyksestä sekä Pihvikarjaliitosta. Kriteeristöä kommentoi myös erilaiset asiantuntijat, kuten viranomaiset ja eläintuottajat. Kriteeristö valmistui ja julkaistiin kesällä 2013. (WWF Suomi, n.d.-b) Työ oli osa Metsien monimuotoisuus METSO-ohjelman hanketta, jota koordinoi WWF Suomi ja Tapio (Matila & Tolvanen, 2013). Kun kriteerejä vielä työstettiin, tehtiin sertifioinnin kiinnostavuudesta länsi-uusimaalaisten tuottajien parissa opinnäytetyö. Tuloksena oli, että enemmistö tuottajista oli kiinnostuneita siitä, mutta siinä nähtiin myös paljon haasteita. Yli 36 prosenttia tuottajista ensivaikutelma sertifiointiohjelmasta oli negatiivinen, ja 27 prosenttia tuottajista ei ollut kiinnostuneita sertifioinnista. Haasteina nähtiin esimerkiksi lisääntynyt byrokratia ja vaatimus lyhyihin teurasmatkoihin. (Kalliomäki, 2014, s. 28–29)

Kriteerien valmistumisen jälkeen toivottiin, että Suomeen saadaan uusi ympäristöystävällinen liha. Vastuunkantajaa kriteerien käyttöönotolle ja sertifioinnin

aloittamiselle ei kuitenkaan löytynyt. Vuonna 2019 Luonnon- ja riistanhoitosäätiö käynnisti Luonnonlaidunhankkeen, jonka ensisijaisena tavoitteena on edistää luonnonlaitumien hoitoa Suomessa. Jo samana vuonna julkaistiin ideapaperi ”Laidunperustainen karjatalous Suomen menestystekijäksi” (Tanhuanpää ym. 2019), johon on kerätty tietoa luonnonlaidunten nykytilasta ja pohdittu sen kehittämisen mahdollisuuksia ja edellytyksiä. Ideapaperissa hahmoteltiin kehityspolku laiduntamattomasta karjataloudesta luonnonlaiduntavaan karjatalouteen.

Kuva 1. Kehityspolku luonnonlaiduntavaan karjatalouteen (Tanhuanpää ym., 2019)



Kuvassa 1 näkyy ideapaperiin hahmoteltu kehitys laiduntamattomasta karjataloudesta luonnonlaiduntavaan karjatalouteen. Tällä hetkellä voitaneen sanoa, että ollaan jossain laiduntamattoman ja laiduntavan karjatalouden välimaastossa: merkittävä osa karjasta, yli 70 prosenttia nautoista (Luonnonvarakeskus, 2021) laidunna, mutta siitä ei vielä saada euromääräistä lisäarvoa markkinoilta. Luonnonlaidunlihan sertifikaatin saapuminen Suomeen onkin yksi tekijä, jolla voidaan hakea lisäarvoa luonnonlaiduntamiselle.

Luonnon- ja riistanhoitosäätiön Luonnonlaidunhankkeen herättämän aktiivisuuden myötä syntyi Luonnonlaidunlihan tuottajat ry – Naturbeteskött producenterna rf -yhdistys vuoden 2020 lopulla ajamaan sekä perinnebiotooppien hoitoa että luonnonlaidunlihan tuottajien asiaa. Yhdistyksen tavoitteiksi kerrotaan muun muassa ”nostaa luonnonlaidunliha julkiseen keskusteluun” ja ”lisätä sen saatavuutta kuluttajille”. Yksi yhdistyksen ensimmäisiä julkisia ulostuloja oli ensimmäinen luonnonlaidunpäivä kesäkuussa 2022. Sitä olivat järjestämässä myös Maa- ja kotitalousnaiset, Luonnon- ja riistanhoitosäätiö, WWF, Metsähallitus ja ProAgria. Päivän aikana järjestettiin avoimet ovet yhteensä 16 tilalla tai laidunkohteella, Ahvenanmaalta lihin. (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-c) Lisäksi tilat jakoivat tietoa sosiaalisessa mediassa: esimerkiksi Instagramissa löytyy yli sata julkaisua merkinnällä #luonnonlaidunpäivä. Useassa lehdessä kirjoitettiin uutisia luonnonlaidunpäivästä ja avointen ovien tiloilta.

Aloittaessaan toimintansa yhdistys otti käyttöön tuottajajäsenille kriteerit, jotka perustuivat pitkälti vuonna 2013 työstettyihin kriteereihin. Vuoden 2022 marraskuussa yhdistyksen hallitus päätti, että jäsenkriteerit muutetaan suosituksiksi luonnonlaidunlihan tuotannolle, koska yhdistyksellä ei ole resursseja seurata kriteerien toteutumista ja toisaalta Suomessa on nyt mahdollista sertifioida luonnonlaidunliha, jolloin seuranta tulee virallista kautta. Yhdistyksen hallitus myös huomioi, että löyhemmillä jäsenkriteereillä saadaan enemmän jäseniä yhdistykselle ja voidaan näin paremmin tukea luonnonlaidunten ja perinnebiotooppien hoitoa. Monilla tiloilla harjoitetaan luonnonlaidunnusta niin, etteivät alkuperäiset kriteerit kuitenkaan kokonaisuudessaan täyty. Ruotsin luonnonlaidunlihayhdistyksen, *Naturbeteskött i Sverige*, jäseneksi voi liittyä kuka vain 250 kruunun vuosimaksua vastaan. Tuottajajäsenet saavat alennusta sertifiointimaksusta. (Naturbeteskött i Sverige Ideell förening, 2017)

Suosituksissa on kuusi kohtaa, joista avataan tässä tärkeimmät ja kokonaisuudessaan ne voi lukea liitteestä 1. Kaksi ensimmäistä kohtaa ovat ylätasoa suosituksia tilan kuulumisesta ympäristöjärjestelmään ja tuotteen jäljitettävyydestä, seuraavat kaksi koskevat jalostusta ja eläinten hyvinvointia, ja kaksi viimeistä eläinten ruokintaa ja varsinaisia luonnonlaitumia. (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-b) Ensimmäinen suositus on, että tila kuuluu maatalouden ympäristöjärjestelmään tai täyttää muuten ympäristötuen vaatimukset. Toinen kohta koskee myytävän tuotteen jäljitettävyyttä ja

erotettavuutta: tuotteesta täytyy käydä ilmi tilan nimi ja yhteystiedot sekä tuotteen nimi. Vain kaikki kriteerit täyttävää lihaa saa myydä luonnonlaidunlihana, ja tämän todisteena tilalla on pidettävä laidunpäiväkirjaa, jossa erotellaan kunkin yksittäisen eläimen laiduntaminen. (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-b) Kuten luomutuotannossa ja muussa sertifioidussa ruokatuotannossa, jäljitettävyys ja erottavien tekijöiden todistaminen ovat tässäkin tuotantosuunnassa tärkeitä.

Seuraavat kohdat koskevat eläinten hyvinvointia. Kolmannessa kohdassa sanotaan, ettei luonnonlaidunlihan tuotannossa saa käyttää GMO-kylvösiemeniä, istutusmateriaalia tai rehua. Eläinten jalostuksessa täytyy suosia eläinten terveyttä ja minimoida poikimiskomplikaatioita, eikä Belgian sinistä karjaa tai sen risteytyksiä saa pitää tilalla. Neljännessä kohdassa on useita alakohtia, joissa otetaan kantaa eläinsuojiin, eläinten kytkemiseen ja laidunpaineeseen. Tuotannon tulee täyttää niin täydentävien ehtojen kuin eläinsuojelulainkin vaatimukset. (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-b) Sen lisäksi, että tuotantotapa tukee luonnonlaitumien käyttöä, halutaan siitä tehdä kaikilla tasoilla vastuullinen ja kestävä. Laidunnus on eläimelle hyvinvointia edistävä tekijä, mutta hyvinvoinnin täytyy toteutua myös laidunkauden ulkopuolella.

Viimeiset suositukset käsittelevät eläinten ruokintaa ja itse luonnonlaitumia. Luonnonlaidunlihaksi kasvatettavien eläinten rehun täytyy olla kotimaista, ja laidunkauden ulkopuolella vähintään 70-prosenttisesti karkearehua (rehun kuiva-aineesta). Kuten laidunnuksesta, myös ruokinnasta on pidettävä kirjaa. Eläinten laidunalasta vähintään puolet on oltava luonnonlaitumia, ja karjan tulee laiduntaa luonnonlaitumilla vähintään puolet laidunkauden pituudesta, kunkin tukialueen laidunkautta mukaillen. Luonnonlaitumille tulee noudattaa ympäristösopimuksen ehtoja. Luonnonlaitumet jaotellaan kahteen ryhmään: perinnebiotoopit ja muut luonnonlaitumet. Perinnebiotooppeja ovat niityt, kedot, lehdesniityt, hakamaat, metsälaitumet ja nummet. Muita luonnonlaitumia voivat olla esimerkiksi pellon metsäsaareke, luonnonsuojelualue tai peltojen suojakaistat ja pientareet. Peltomaalle sijoitettavia luonnonlaitumia saa olla enintään puolet koko luonnonlaidunalasta. (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-b)

Yksittäisen eläimen tulee laiduntaa luonnonlaitumilla kaikki elämänsä laidunkaudet, lukuun ottamatta sonneja, joiden tulee laiduntaa vähintään ensimmäinen laidunkausi ja olla tämän

jälkeen korkeintaan yhden laidunkauden sisällä, kuitenkin niin, että niillä on luomuvaatimusta vastaava jaloittelumahdollisuus. (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-b) Tämä kasvatustapa on vakiintunut monella loppukasvatusta tekevällä emolehmätilalla: sonnien laiduntaminen on haastavaa, koska niillä on vahva vietti päästä astumaan lähialueiden kiimassa olevia lehmiä, ja ne voivat myös olla aggressiivisempia kuin lehmät ja hiehot. Toisaalta liharotuisilla naudoilla pieni väkirehumäärä karkearehun lisäksi antaa kasvaville eläimille paremmat kasvutulokset ja tuottajalle taloudellisen lisän.

Suosituksia ovat yksityiskohtaiset ja tavalliselle kuluttajalle moni kohta on vieras, alkaen ympäristösopimuksesta ja Belgian sinisen karjan poikimistavoista erilaisten laitumien määrittelyihin. Varsinaiset sertifiointikriteerit ovat vieläkin tiukemmat, ja niissä ei esimerkiksi hyväksytä lainkaan sonnien lihan myymistä luonnonlaidunlihana. Tämä on kohta, jonka voisi mahdollisesti haastaa, sillä on myös olemassa tiloja, joilla laiduntavat sonnitkin. Seuraavaksi esitellään sertifiikaatin sisältö kokonaisuudessaan.

3.1 Luonnonlaidunlihan sertifiointi

Luonnonlaidunlihan sertifiointi on tehty IP-sertifiointijärjestelmän kautta, jota edustaa Suomessa Puutarhaliitto. Sertifiointijärjestelmän on kehittänyt ja omistaa ruotsalainen Sigill Kvalitetssystem AB. (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-d) Sigill Kvalitetssystem on ruotsalainen yritys, joka ylläpitää IP-standardisysteemiä ja -sertifiointia. IP-standardia käytetään kestävästi tuotetun ruoan ja kukkien sertifiointiin. Kestävyyttä arvioidaan eläinten hyvinvoinnin, ympäristövastuun, kunnollisten työolojen ja elintarviketurvallisuuden näkökulmasta. Järjestelmän pohjalta kehitettyjä sertifiikaatteja on jo lähes 4000. (Sigill Kvalitetssystem Ab, n.d.-c) IP-standardin pohjana on yleiset ehdot, jotka pätevät kaikkiin sertifiikaatteihin. Sertifiikaatteja on kolmea eri tasoa: perustaso, Sigill ja valinnaiset. Valinnaisia ovat FSA eli *Farm Sustainability Assessment*, Ilmasto ja luonnonlaidunliha. Ylin taso eli valinnaiset on kaikista tiukin, koska se sisältää kaikkien alempien tasojen säännöt. Luonnonlaidunlihan sertifiikaatin hakija valitsee ensin Sigill-tasolta, onko pohjasertifikaatti naudalle (Nöt & Mjälk) vai lampaalle (Lamm), ja valinnaisen luonnonlaidunlihan tämän lisäksi. (Sigill Kvalitetssystem Ab, n.d.-b) Luonnonlaidunlihan

sertifioinnin säännöt ovat kehittäneet yhteistyössä Sigill Kvalitetssystem AB ja WWF. (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-d)

Sertifiointilaitokset, jotka toteuttavat luonnonlaidunlihasertifikaatin auditointeja, ovat toistaiseksi kaikki ruotsalaisia. Tällä hetkellä luonnonlaidunlihan sertifiointin voi saada naudantai lampaanlihalle. (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-e) Kriteerit eli säännöt ovat toistaiseksi samat Suomessa ja Ruotsissa. Ensimmäisenä Suomessa luonnonlaidunlihan sertifikaattia haki tuottajayhdistyksen puheenjohtaja Fredrik von Limburg Stirum tilalleen Kosken kartanolle keväällä 2022. Uudenmaan ja Varsinais-Suomen rajalla, Kiskpnojen molemmin puolin sijoittuvalla tilalla kasvatetaan luomutuotannossa herefordpihvikarjaa ja texellampaita. Tilalla on 80 hehtaaria luonnonlaidunala. (Ala-Siurua, 2022)

Tässä työssä esitellään nautojen luonnonlaidunlihasertifikaatti. Sertifikaattisääntöjen sisältö on pitkälti sama kuin Suomessa käytössä olevat suositukset, mutta huomattavasti yksityiskohtaisemmat. Sigill-merkki on Ruotsissa tunnettu merkitsevän kestävä kotimaista maataloutta, joten sääntöjen sisältö on laaja. Vaikka sertifikaatti on luonnonlaidunlihalle, käsittelee suurin osa säännöistä eläinten oloja ja tuotantopaikan yleisiä kestäviä käytäntöjä. Säännöt saa pyytämällä Puutarhaliitolta englanniksi tai ruotsiksi. Sääntötiedosto on 43-sivuinen: siinä on 40 sivua ja 15 osa-aluetta yleisen IP-Sigill Naudanliha ja maito -sertifikaatin sääntöjä, ja lisäyksenä kolme sivua ja kaksi osa-aluetta valinnaisen luonnonlaidunlihasstandardin sääntöjä. (Sigill Kvalitetssystem AB, 2022) Luonnonlaidunlihan sertifikaatin tärkeimmiksi kriteereiksi on nostettu kolme kohtaa:

- 1) Eläimen on laidunnettava luonnonlaitumilla vähintään puolet laidunkaudesta.
- 2) Sisäruokintakaudella yli 250 kg painoisilla nautaeläimillä ruokinnasta vähintään 70 prosenttia on oltava karkearehua.
- 3) Naudanlihaa tulee mureuttaa vähintään kaksi viikkoa ennen saapumista kuluttajalle.

(Sigill Kvalitetssystem AB, n.d.-c)

Sertifikaatti koskee siis sekä naudan elinoloja, ruokintaa että lihan laatua. Erona suomalaisen luonnonlaidunlihan suosituksiin on se, että sertifikaatin kriteereissä on myös laaja ohjeistus liittyen maidontuotantoon ja vasikoiden hyvinvointiin. Nämä säädökset koskevat lypsytiloja, eivät emolehmätiloja. Tilalla tulee myös olla suunnitelmia onnettomuuksien ja hätätilanteiden varalle. Tämä osio perustuu siihen, että Sigill-merkki sisältää myös periaatteita reilusta ja hyvästä työpaikasta.

Sertifikaatin hakeminen etenee seitsemässä kohdassa. Ensin tila perehtyy IP-sertifioinnin sääntöihin, jotka ovat toistaiseksi saatavilla vain ruotsiksi ja englanniksi, mutta ollaan kääntämässä myös suomeksi. Seuraavaksi ollaan yhteydessä Puutarhaliittoon sertifioinnista. Tämän jälkeen pyydetään sertifiointilaitoksilta tarjouksia sertifiointimaksusta: tätä suositellaan tehtäväksi yhdessä muiden tilojen kanssa, jolloin auditoinnin hintaa voidaan saada edullisemmaksi. Kun sertifiointilaitos on valittu, täytetään sertifiointihakemus ja sovitaan auditointiaika. Itse auditointiin valmistaudutaan tekemällä omavalvonta eli itsearviointi IP-sääntökäsikirjan perusteella. Myös mahdolliset puutteet kannattaa kirjata ja erityisesti toimintasuunnitelma niiden korjaamiselle. Kuudes vaihe on varsinainen auditointi eli tilatarkastus, jonka tekee sertifiointilaitoksen auditoija. Mahdollisten puutteiden korjaamiseen ja korjaamisesta raportoimiseen annetaan käyttöönottoauditoinnissa enintään kolme kuukautta aikaa, ja myöhemmissä auditoinneissa enintään 28 päivää. Jos kaikki sovellettavat sääntökohdat täyttyvät, sertifikaatti voidaan myöntää ja tila saa ottaa käyttöön Luonnonlaidunliha-merkin. (Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, n.d.-d)

Keskustelu siitä, miten sertifikaatti sopii suomalaiseen kontekstiin, on käynnissä. Kansainväliseen sertifikaattiin kuuluu, että toiminta on kaikkialla samalla tasolla. Kuitenkin on tärkeää, että otetaan huomioon paikalliset olosuhteet. Laiduntarkastukset olisi sertifikaatin mukaan tehtävä päivittäin, mutta vaikkapa suomalaisessa saaristoympäristössä se on työmäärän puolesta käytännössä mahdotonta. Myös se, ettei sonnin lihaa saa myydä luonnonlaidunlihana, rajoittaa myyntiä paljon. Suomalaiset tilat voisivat toisaalta alkaa kasvattaa enemmän härkiä, jotka ovat rauhallisempia ja kasvavat hitaammin kuin sonnit. Ruotsissa yksi korkeamman hinnan ja toisaalta laadun tekijä on juuri se, että eläimet kasvavat hitaasti laitumilla. Ruokavalio on niukempaa ja liikuntaa on enemmän. (Ruokatieto,

2012) Jää nähtäväksi, miten sertifikaatteja päivitetään nyt kun niiden käyttöönottoalue on laajentunut.

4 Lihankulutus Suomessa

Vaihdan näkökulman luonnonlaitumilta kuluttajien puolelle ja käsittelen tässä luvussa lihankulutuksen historiaa ja viimeaikaisia trendejä Suomessa.

Suomalaisten lihankulutus on kasvanut viimeisen 50 vuoden aikana hurjasti. Vuonna 1950 suomalaiset kuluttivat keskimäärin lihaa yhteensä 29 kg vuodessa, kun vuonna 2018 kokonaislihankulutus oli huimat 81,3 kg vuodessa. Vuosi 2018 saattaa kuitenkin jäädä historiankirjoihin suomalaisten lihankulutuksen huippuvuodeksi. Lihankulutus on kääntynyt hienoiseen laskuun: vuonna 2021 lihaa kulutettiin 79,1 kg henkeä kohden, ja tästä naudanlihaa oli 18,4 kg. (Luonnonvarakeskus, n.d.)

Liha oli pitkään suomalaisessa keittiössä ylellisyystuote, jota ei nautittu joka päivä. Elintason noustessa ja ruuantuotannon tehostuessa lihasta on tullut arkipäiväistä suurimmalle osalle suomalaisia. Silti myös kokonaan lihattomien kotitalouksien määrä on kasvanut 2010-luvulla. Lihaton ruokavalio on kasvanut erityisesti nuorten, 17–34-vuotiaiden keskuudessa. Lihan kulutukseen vaikuttaa esimerkiksi tulotaso: alimman kymmenyksen tuloluokassa yli 25 % ei kuluta säännöllisesti lihaa. Nimenomaan nuoret, vielä opiskelevat tai vastavalmistuneet kuuluvat myös pitkälti pienituloisten väestöryhmään, eli molemmista ryhmistä havaittu lihattomuuden trendi koskettanee pitkälti samoja ihmisiä. (Lehto, 2018)

Tulotason lisäksi lihattomuuteen vaikuttanevat hyvin paljon arvovalinnat, jotka kumpuavat trendeistä, kuten ympäristöjalanjäljen seuraamisesta ja eläinten oikeuksista, mutta myös omasta terveydestä huolehtiminen. Lihattomien ruokavalioiden kotitalouksista noin 75 % asuu pääkaupunkiseudun ulkopuolella – yleinen ajatus vihreästä Helsinki-kuplasta ei siis pidä täysin paikkaansa. Viimeisimmät kuluttajatutkimusaineistot on kerätty ennen vuotta 2016, jolloin esimerkiksi suosittu kasviproteiinivalmiste nyhtökaura tuli kaappoihin. (Lehto, 2018) Lihan kulutuksen kääntymisen laskuun valossa onkin todennäköistä, että myös lihattomien kotitalouksien määrä on kasvanut viime vuosina.

Yksi syy naudanlihan kulutuksen laskuun lienee sen saama stigma ilmastokeskustelussa (Tanhuanpää ym., 2019, s. 12). Esimerkiksi WWF on kampanjoinut laajasti punaisen lihan syönnin vähentämisen puolesta. Vielä vuonna 2019 WWF:llä oli sivuillaan Lihaopas, jollainen löytyy opinnäytetyön teon aikaan Ruotsin WWF:n sivuilta. Siinä erilaiset lihat on luokiteltu liikennevalomallin mukaan punaisiin (älä syö), keltaisiin (käytä harkiten) ja vihreisiin (vastuullinen valinta) vaihtoehtoihin. Opinnäytetyön tekemisen ajankohtana Suomen WWF:n sivuilta löytyy vain koontisivu ”Ruuan ympäristövaikutukset”. Luonnonlaidunliha mainitaan tällä sivulla punaisessa lihassa vaihtoehtona sellaisille, ”jotka haluavat kulutuksellaan tukea näitä alueita [perinneympäristöjä].” (WWF Suomi, n.d.-a)

Eläinten hyvinvointi on ilmastopäästöjen ohella toinen suuri trendi, joka vaikuttaa lihansyöntiin. Eläinperäisten tuotteiden jättäminen pois ruokavalioista tai niiden vähentäminen olivat vielä muutama vuosi sitten marginaalisia tekoja, mutta vuonna 2022 arkipäivää vähintään keskustelun, jos ei toiminnan kautta, isolle osalle suomalaisista. Ne, jotka syövät lihaa, haluavat enenevässä määrin tietää, että eläin ei ole kärsinyt – tai on mahdollisesti jopa elänyt verrattain hyvän elämän – ennen teurastusta.

Myös globaalit ruokatrendit vaikuttavat kotimaiseen kulutukseen. 2020-luvun lihankulutukseen lienee vaikuttanut paljon amerikkalaisen BBQ- ja burgerikulttuurin vakiintuminen suomalaisessa kontekstissa. Toisaalta esimerkiksi aasialainen keittiö on tutustuttanut suomalaiset kasvipainotteisempaan ruokavalioon ja esimerkiksi tofu on jo tavallinen tuote ruokakaupoissa. Terveellinen ruokavalio, johon kasvispainotus liittyy, on myös oma trendinsä. Lihavalmisteita ja punaista lihaa suositellaan syötäväksi enintään puoli kiloa viikossa. Määrä viittaa kypsennetyin lihan painoon. Suositusten mukaan voisi syödä kolme kertaa viikossa noin 170 gramman annoksen lihaa. (Ruokavirasto, 2022)

Kuluttajat ovat kaiken kaikkiaan entistä vaativampia ja haluavat yritysten markkinoinnille katetta. Jos jonkun tuotteen väitetään olevan ympäristö- tai ilmastoystävällinen, sille halutaan myös perusteita. Muuten on riskinä viherpesijän maine. Ruotsissa Äkta vara -kuluttajajärjestön äänestyksessä vuoden ruokahuujauksesta voitti vuonna 2021 Arlan luomumaito. Maitopurkin kyljessä olevan logon, jossa lukee käännettynä ”Netto nolla ilmastojalanjälki”, katsottiin antavan käsityksen, ettei maidontuotannolla olisi vaikutusta ilmastoon. (Ala-Siurua, Harhaanjohtava logo sai kansan tuomion: Arla Ruotsin luomumaito on vuoden ruokahuujaus, 2022) Tuotteen todellisten päästöjen määrän, ympäristöjalanjäljen

koon sekä mahdollisen päästökompensoinnin kommunikointi kuluttajille onkin haastava tehtävä, jossa on paljon harhaan astumisen vaaroja. Suomalaisen Työn Liiton tilaamassa kuluttajatutkimuksessa kulutusmuutoksista kävi ilmi, että kuluttajat haluavat yleisesti entistä enemmän suosia tuotteita, jotka ovat kotimaisia, vastuullisia ja ympäristöystävällisiä. Erityisesti alle 25-vuotiaille vastuullisuus oli merkittävä tekijä ostopäätöksissä. Toisaalta tässä ikäluokassa kulutetaan myös paljon halvempia brändejä. (Suomalaisen Työn Liitto, 2022)

Kulutuksen tutkijan Terhi-Anna Wilskan arvion mukaan 15 prosenttia kuluttajista ottavat jokaisessa ostopäätöksessä huomioon vastuullisuuden, vaikka se olisi rajoittavaa ja vaikeaaakin. Noin 20 prosenttia ajattelevat kuluttamalla vastuullisia tuotteita voivansa parantaa maailmaa: tähän ryhmään kuuluu erityisesti nuoria ja kaupunkilaisia. (Haavisto, 2022) Tämä myötäilee Suomalaisen Työn Liiton kuluttajatutkimuksen tuloksia. Lisäksi noin 20 prosenttia suomalaisista voidaan laskea perinteiseen vastuullisuuden ryhmään, jotka käyttävät tuotteet loppuun ja kierrättävät kaiken minkä voivat. Tähän ryhmään kuuluu lähinnä maaseudulla asuvia ihmisiä, keski-ikäisiä ja vanhempia. (Haavisto, 2022)

Seuraavaksi esittelen aineistonkeruun menetelmät ja tutkimuksen teoreettisen pohjan.

5 Menetelmät ja teoreettinen viitekehys

Tämä opinnäytetyö tutkii tietyn elintarvikemarkkinoille tuotteita tuottavan yhteisön, eli Luonnonlaidunlihan tuottajat ry:n, tilauksesta kuluttajia ja heidän suhtautumistaan yhteen brändiin, eli luonnonlaidunlihaan. Avaan tässä luvussa työn taustalla olevan kuluttajatutkimuksen menetelmiä, brändin käsitettä sekä itse kyselyn laatimista.

5.1 Kuluttajatutkimus

Tutkimuskohteena tässä työssä ovat kuluttajat ja heidän mielipiteensä. Kuluttaja määritellään henkilöksi, joka hankkii omaan käyttöön palveluksia ja tavaroita. Vaikka kuluttaja on yksilö, toimii hän silti sosiaalisessa vuorovaikutuksessa muiden kuluttajien kanssa ja rakentaa identiteettiään kulutuksellaan. (Heinonen & Raijas, 2005, ss. 9, 12)

Kuluttajatutkimus on markkinatutkimuksen osa-alue, joka tutkii kuluttajaa eri näkökulmista. Tutkimusala on saanut vaikutteita niin psykologiasta, sosiologiasta kuin markkinoinnistakin. Tutkimuksessa kuluttajaa voi pitää yksityishenkilönä tiedostaen, että kuluttaja voi toimia myös vaikkapa päättäjänä hankintoja tekevässä yrityksessä. Kuluttajatutkimuksessa selvitetään esimerkiksi kuluttajien profiileja, identiteettejä ja suhdetta tai sitoutumista brändeihin, tuotteisiin tai yrityksiin. Yrityksen tai yhteisön tilaama markkinatutkimus kerää käyttötietoa, jota voidaan käyttää pohjana niin strategiselle työlle kuin operatiivisissa toiminnoissa. (Lotti, 2008, ss. 373–377)

Markkinatutkimuksessa ostajan markkinoiden katsotaan alkaneen 1980-luvun lopulla ja jatkuvan 2000-luvulla. Tällä tarkoitetaan sitä, että kuluttajaa ei nähdä enää passiivisena mainosten vastaanottajana vaan aktiivisena ja monipuolisena asiakkaana pirstoutuneilla markkinoilla. Kuluttaja ei osta vain elääkseen, vaan etsii elämyksiä ja toteuttaa itseään kuluttamalla – tai kieltäytymällä kuluttamasta. (Lotti, 2008, ss. 382–384) Kuluttajat voivat myös kapinoida kulutusta vastaan ja järjestäytyä esimerkiksi ajamaan kuluttajien oikeuksia tai boikotoimaan joitain tuotteita. Kulutuksen yhteiskunnallisella toimintakentällä voidaankin puhua myös kuluttajakansalaisesta. (Heinonen & Raijas, 2005, ss. 13–14)

Kuluttajia on tutkittu kohta vuosisata, ja erilaisia kuluttajaryhmien jaotteluja on loputtomasti. Tässä tutkimuksessa on oleellista katsoa kuluttajia heidän arvojensa puolesta, sillä kyseessä olevan brändin tavoitteena on erottautua vastuullisena ja niin ympäristölle kuin eläimillekin hyvänä vaihtoehtona. Yksi kansainvälisen markkinatutkimuksen tekijä RISC jaottelee kuluttajat neljään ryhmään perustuen heidän arvoihinsa ja asenteihinsa: näkemykselliset, vakiintuneet, nopealiikkeiset ja mukavuudenhaluiset. Näkemyksellisen kuluttamisessa korostuu esimerkiksi vastuullisuus, välittäminen, avoimuus ja periaatteet. Vakiintunut elää perheen ja ystävien suojaamassa, turvallisessa arjen järjestyksessä. Nopealiikkeinen etsii elämyksiä, nautintoa ja haasteita ja seuraa trendejä, ja mukavuudenhaluinen keskittyy nauttimaan elämästä hetkessä. (Lotti, 2008, s. 386) Käytän tätä ylätasoa jakoa hyväkseni kyselyn vastausten analyysissä.

Markkinatutkimus usein toistetaan tietyin väliajoin ja seurataan kuluttajien sitoutumista ja kulutuskäyttäytymisen muutosta. (Lotti, 2008, s. 375) Tämä kysely on toistettavissa, jos tilaaja niin haluaa itse tehdä, mutta kyselyn vastaajat eivät tule todennäköisesti olemaan tällöin kyselyn jakelukanavien muuttuessa samat. Voidaan siis miettiä, onko silloin toistosta

hyötyä vai pitäisikö tehdä uusi, silloiseen ajankohtaan ja markkinatilanteeseen paremmin sopiva kysely.

Kielitoimiston sanakirjan mukaan brändi on ”tuote(merkki), yritys, henkilö tms., jolle on markkinoinnin yms. avulla luotu t. syntynyt laaja (myönteinen) tunnettuus.” (Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy, 2022) Luonnonlaidunlihan käsitteen alle mahtuu eri eläinrotujen lihaa ja lisäksi erilaisia lihatuotteita, kuten kokolihaa, jauhelihaa ja lihajalosteita. Se ei ole siis yhtenäinen tuote eikä tuoteperhe, vaan ennemmin tuotemerkki. Sen brändi ei ole vielä laajasti tunnettu, mutta koska sen positiivisen maineen kasvattamiseksi tehdään jo töitä, voitaneen siitä tässä yhteydessä puhua jo brändinä. Markkinatutkimuksen kielellä tässä työssä mitataan kuluttajien suhdetta sekä tiettyyn tuotteeseen (liha) että brändiin (luonnonlaidunliha). Tuotteesta selvitetään sen käyttöiheyttä ja imagoa, ja brändistä sen tunnettuutta, käyttöä ja imagoa. (Lotti, 2008, s. 375)

5.2 Kyselyn laatiminen

Menetelmäksi valikoitui internetkysely sen helppouden ja vakiintuneisuuden takia: opiskelija voi saada koko maan kattavia vastauksia ilman kuluja, ja toisaalta kuluttajat ovat 2020-luvulla tottuneet vastaamaan puhelimella ja tietokoneella monenlaisiin tyytyväisyys- ja palautekyselyihin ja muihin tutkimuksiin. Kyselytutkimuksen laatimiseen käytettiin avuksi Kvantitatiivista käsikirjaa (Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja, 2021). Kysely jaettiin ennen julkaisemista pienelle koeryhmälle sekä LLL ry:n hallituksen puheenjohtajalle, sihteerille ja viestintävastaavalle. Kaikilta saatiin hyviä kommentteja, joiden avulla kyselyä muokattiin.

Kyselyssä oli 25 kysymystä, jotka jaettiin neljän teeman alle: kulutus, lihankulutus, luonnonlaidunliha ja vastaajan perustiedot. Kysely oli anonyymi, eli siinä ei kysytty tarkkoja henkilötietoja. Kyselyn aihepiiri on niin yleinen, ettei vastauksista pysty myöskään yksilöimään vastaajia. Kyselyn alussa kerrottiin, että kyse on opinnäytetyön materiaalin keruusta ja että työn on tilannut LLL ry. Infotekstissä oli myös linkki opinnäytetyön tietosuojailmoitukseen. Kyselyn täyttämistä pyrittiin tekemään vastaajalle mahdollisimman helppoa ja intuitiivista. Kysymykset oli jaettu yhdeksälle sivulle niin, ettei yhdellä sivulla olisi liikaa kysymyksiä. Kysymysten muotoiluun kiinnitettiin paljon huomiota.

Näin koitettiin varmistaa, että kyselyn muoto itsessään ei ohjaisi ihmisiä jättämään kyselyä täyttämättä tai jättämään sen kesken, ja sujuvuudesta tuli myös kiitosta.

Kysely oli auki 30.8.–27.9.2022. Kyselyn saateviesti ja kysymykset ovat opinnäytetyön liitteenä (2 ja 3). Kun kysely julkaistiin, tuli ensimmäisiltä vastaajilta muutamia kommentteja, joiden perusteella muutettiin muutamia vastausvaihtoehtoja ja välitekstejä. Kysely jaettiin Luonnonlaidunlihan tuottajat ry:n tuottajajäsenille, opinnäytetyön tekijän henkilökohtaisten somekanavien kautta ja opinnäytetyön oman maatilän viestintäkanavien kautta.

Saatekirjeessä tuottajajäseniä kannustettiin jakamaan kirjettä heidän omissa viestintäkanavissansa, esimerkiksi asiakaspostituslistoilla. Lisäksi kysely jaettiin Luonnonlaitumet -Facebook-ryhmässä.

6 Kyselyn tulokset

Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 418 kappaletta. Nettilinkki avattiin 1052 kertaa, ja vastaaminen aloitettiin 468 kertaa. Kyselyn jätti siis kesken vain 11 prosenttia, eli 50 vastaajaa. Kyselyn ensimmäiset kaksi osiota käsittelivät kulutusta ja lihan kulutusta yleisellä tasolla. Kolmas osio keskittyi luonnonlaidunlihaan niin, että aluksi pyydettiin kertomaan mielikuvia sanasta *luonnonlaidunliha*, ja vasta sitten kerrottiin kuvaus kyseiselle käsitteelle:

”Luonnonlaidunliha on lihaa, joka saadaan osan vuodesta luonnonlaitumilla laiduntavista eläimistä, kuten nautoista ja lampaista. Luonnonlaidun on pellon viljelyalueen ulkopuolinen alue, kuten niitty tai metsälaidun. Osa luonnonlaitumista on perinnebiotooppeja, eli alueita, joita perinteinen maatalous on muokannut ja jonka lajisto on laidunnuksen vähentyessä tullut uhanalaiseksi. Luonnonlaidunliha on yksi harvoista lihan tuotantotavoista, joka edistää luonnon monimuotoisuutta.”

Edellä olevaan kappaleeseen tehtiin yksi muutos kyselyn ensimmäisenä aukiolopäivänä yhden kyselyn täyttäneistä – itsekin naudanlihantuottaja, muttei luonnonlaidunlihan – kommentoitua viimeistä virkettä: aluksi muotoilu oli ollut, että ”luonnonlaidunliha on *ainoa lihan tuotantotapa*, joka edistää luonnon monimuotoisuutta.” Tämän opinnäytetyön tekijä myönsi itsekin olevan liian voimakas muotoilu.

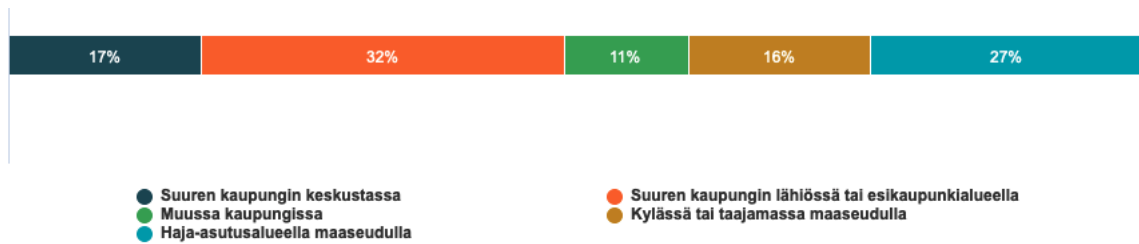
Kysely oli rajattu ensisijaisesti kuluttajatutkimukseksi, jossa kysyttiin lihan ostamisesta kotikäyttöön. Koska kysely jaettiin myös tuottajayhdistyksen jäsenille, ja toisaalta monet opinnäytetyön tekijöiden Facebook-kontakteista ovat myös alan ihmisiä, on vastauksia tullut myös tuottajilta. Toisaalta he itse ovat myös kuluttajia, joten voivat osaltaan ainakin antaa tietoa yleisten kulutustottumusten puolesta, mutta itse pääaiheen puolesta ”liikaa” asiaa tuntevat eivät ehkä anna parasta kuvaa keskivertokuluttajista. Varsinaista asiantuntijuutta osoittavat vastaukset vaikuttavat olevan kuitenkin vähemmistössä: kysymyksissä, joissa voisi avovastauksissa kertoa olevansa tuottaja, löytyi enimmillään seitsemän tähän suoraan viittaavaa vastausta, eli alle 2 prosenttia vastaajista.

Lisäksi kyselyn vastaajien ei muutenkaan voi ajatella kuvastavan keskivertokuluttajaa. Koska kysely oli jaettu luonnonlaidunlihaa tuottavan tilan asiakasviestissä, oli oletettavasti ainakin jotkut vastaajat tämän tilan asiakkaita. Toisaalta tietynlaista vinoumaa havainnollistaa hyvin kyselyn ensimmäisen väitteen vastaukset: väitteeseen ”Olen kiinnostunut syömäni ruoan tuotantotavoista ja ympäristöjalanjäljestä” vastasi ”Kyllä” 98 prosenttia vastaajista (n 411) ja ”En” 1,7 prosenttia (n 7). Tämähän ei osoita, että kaikki kuluttajat olisivat näin kiinnostuneita ruoan alkuperästä vaan että kyselyn ovat huomanneet ja siihen ovat halunneet vastata sellaiset ihmiset, joita ruoan alkuperä kiinnostaa. Tätä ei tarvitse nähdä ongelmana tutkimuksen kannalta. Luonnonlaidunlihan brändi on uusi, ja siitä luultavasti ovat myös kiinnostuneet kuluttajista ne edelläkävijät, jotka voivat tukea brändin vahvistumista ja valtavirtaistumista. Tämä tutkimus ei siis varsinaisesti tutki yleisesti kuluttajia vaan sellaisia kuluttajia, jotka ovat kiinnostuneita ruoan tuotantotavoista. Huomioitakoon, että kysymyksen asettelu voi myös ohjata vastaajia. Harva haluaa mahdollisesti myöntää, ettei ole kiinnostunut aiheesta, jota pidetään yhteiskunnallisesti tärkeänä tai jota itse pitää arvossa. Joka tapauksessa tämä on kuluttajaryhmä, jota luonnonlaidunlihan kaltaisen brändin kannattaa tavoitella.

Kyselyyn vastanneista puolet (n 207) ilmoitti asuinpaikakseen Uudenmaan maakunnan. Uudellamaalla asuvista 27 prosenttia asui maaseudulla ja 66 prosenttia kaupungissa. Noin kymmenesosa (n 46) oli Varsinais-Suomesta ja sama määrä (n 40) Pirkanmaalta. Viisi asui Suomen ulkopuolella. Loput 120 vastaajaa sijoittuivat tasaisesti kaikkiin muihin Suomen maakuntiin. Noin puolet (n 209) asui suuren kaupungin keskustassa, lähiössä tai esikaupunkialueella. Muussa kaupungissa asui 11 prosenttia (n 47). Kylässä, taajamassa tai

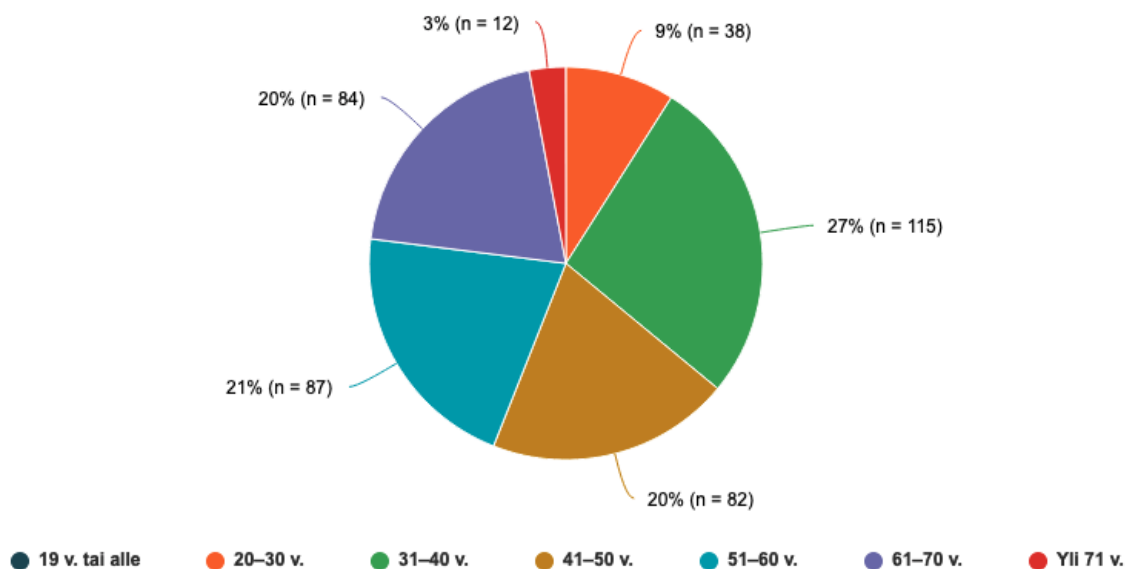
haja-asutusalueella maaseudulla asui 185 vastaajaa, eli 44 prosenttia. Suurin maakunta maaseutuasukijillekin oli Uusimaa (27 %), toisena Pirkanmaa (16 %) ja kolmantena Varsinais-Suomi (12 %). Vastaajista 23 (5 %) oli valinnut usean vaihtoehdon, eli asui monipaikkaisesti erilaisilla alueilla. Jakauma näkyy kuvassa 2.

Kuva 2. Millaisella alueella asut? (n 418, vastauksia 441)



Vastaajien ikäjakauma oli melko tasainen. Kaikki vastaajista olivat yli 20-vuotiaita. Suurin ikäryhmä oli 31–40-vuotiaat (27,5 %, n 115). Tässä ikäryhmässä oli myös eniten kaupungissa asuvia (34 %). Tätä vanhempia ikäluokkia oli kutakin vuosikymmentä lisää noin 20 prosenttia vastaajista. Kuva 3 havainnollistaa ikäjakaumaa.

Kuva 3. Vastaajien ikä (n 418)



Seuraavaksi käydään läpi kuluttajien ostotottumuksia vastuullisuuden näkökulmasta.

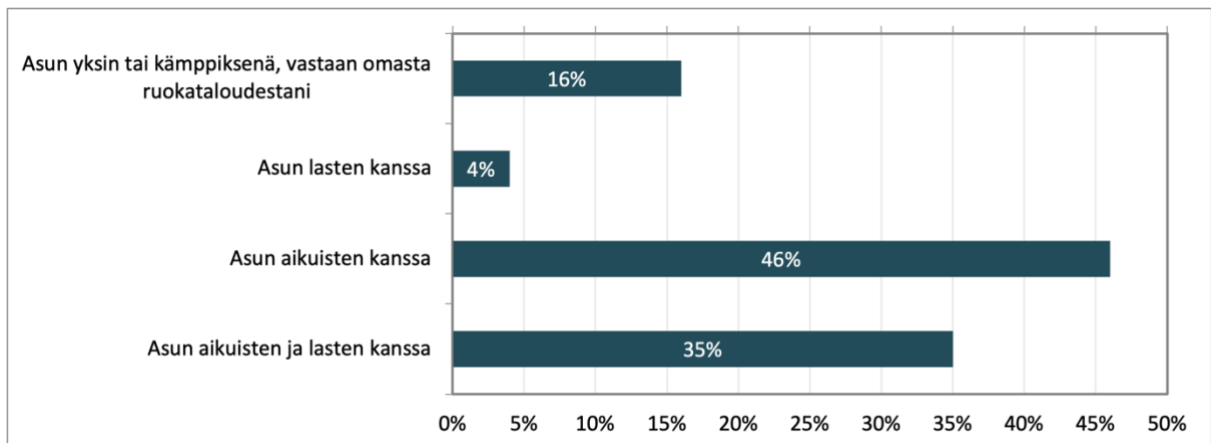
Vastauksia käsitellään sekä koko raportin tasolla että vertailevin ryhmin. Vastausraportin

sisältöä pystyi vertailemaan ottamalla jonkin kysymyksen vastaukset vertailuksi, esimerkiksi onko vastaaja ostanut luonnonlaidunlihaa vai ei. Mielekkäimmät vertailtavat ryhmät löytyivät siitä, asuuko vastaaja maaseudulla vai kaupungissa, ja asuuko hän Uudellamaalla vai sen ulkopuolella, koska nämä jakautuivat melko tasan keskenään. Kovin pieniä vertailuryhmiä ei kannata tehdä, esimerkiksi 90/10-jaolla, koska siltä tasolta ei voi tehdä tällaisella vastaajamäärällä yleistyksiä.

6.1 Vastuullisuus ostopäätöksissä

Osana taustatietoja kysyin vastaajilta, millainen ruokakunta heillä on kotona (kuva 4). Tässäkin kysymyksessä sai valita useita vastausvaihtoehtoja, jos se kuvasi vastaajan tilannetta parhaiten. Neljä valitsi useamman kuin yhden vaihtoehdon. Vastaajista melkein puolet (n 191) asuu kotitaloudessa, jossa on vain aikuisia ja 35 prosenttia (n 146) kotitaloudessa, jossa on sekä aikuisia että lapsia. 16 prosenttia (n 67) asuu yksin tai muiden kanssa niin, että vastaa omasta ruokataloudestaan. Lasten kanssa ilman muita aikuisia vastaajista asuu 4 prosenttia (n 18).

Kuva 4. Millainen ruokakunta kotonasi on? (n 422)



Suurin osa vastaajien kotitalouksista on siis usean hengen kotitalouksia. Joukossa on sekä lapsiperheitä että aikuisten muodostamia kotitalouksia.

Kyselyn alussa kysyttiin yleisiä kysymyksiä kuluttamisesta ja elintarvikkeiden alkuperän tärkeydestä vastaajalle. Väitteeseen ”Kiinnitän huomiota elintarvikkeiden sertifikaatteihin, esimerkiksi luomumerkintään, Hyvää Suomesta -merkkiin tai Reilun Kaupan sertifikaattiin”

vastasi 48 prosenttia (199) ”Aina”. Seuraavaksi eniten vastattiin ”Satunnaisesti”, 31 prosenttia (n 132). ”En koskaan” vastasi vain kolme (0,7 %), ja viidesosa (n 84) vastasi kiinnittävänsä huomiota vain joissain tuotteissa tai tuoteryhmissä. Kuva 5 havainnollistaa jakaumaa.

Kuva 5. Kiinnitän huomiota elintarvikkeiden sertifikaatteihin, esimerkiksi luomumerkintään, Hyvää Suomesta -merkkiin tai Reilun Kaupan sertifikaattiin. (n 418)



Sellaiset vastaajat, jotka olivat ostaneet joskus luonnonlaidunlihaa, kiinnittivät enemmän ja useammin huomiota sertifikaatteihin kuin ne, jotka eivät olleet ostaneet tai eivät olleet varmoja. Tähän vastaukseen sai lisätä avokentässä, mitä nämä sertifikaatit, tuotteet tai tuoteryhmät olivat. Tekstivastauksia annettiin 32, ja näistä 19:ssä mainittiin liha. Jotkut mainitsivat vain sertifikaatin, kuten Hyvää Suomesta tai Luomu. Yhdessä vastauksessa kiinnitettiin huomio siihen, etteivät pienet valmistajat aina hanki sertifikaatteja, koska ne ovat kalliita. Seuraavan kysymyksen avovastauksissa samaa aihetta kommentoitiin lisää: tuotteen alkuperä kiinnostaa, muttei sertifikaattia nähdä automaattisesti hyvänä asiana. Tuottajalle tulevat lisäkustannukset sertifikaatista eivät saisi vastaajan mukaan olla kohtuuttomia. Varsinainen väite, mihin vastaus liittyi, oli: ”Olen valmis maksamaan enemmän tuotteesta, jonka tuotantotapa on sertifioitu ja jäljitettävissä.” Kolmasosa vastaajista, 31 prosenttia (n 131) vastasi ”Aina”, ja melkein kaksi kolmasosaa eli 66 prosenttia (n 275) vastasi sen riippuvan tuotteesta ja hinnasta. 12 vastaajaa eli 3 prosenttia vastasi, ettei ollut valmis maksamaan sertifikaatista lisähintaa. Jakauma näkyy kuvassa 6.

Kuva 6. Olen valmis maksamaan enemmän tuotteesta, jonka tuotantotapa on sertifioitu ja jäljitettävissä.
(n 418)



Sertifikaatista maksamiseen ovat hieman valmiimpia ne, jotka ovat aiemmin ostaneet luonnonlaidunlihaa kuin ne, jotka eivät ole ostaneet tai eivät ole varmoja. Sertifikaatteihin kiinnittävät huomiota enemmän myös ne vastaajat, jotka asuvat maaseudulla. Avovastauksia kysymykseen tuli 32, ja niissä mainittiin liha 13 kertaa. Lisäksi eläinkunnan tuotteet mainittiin neljä kertaa.

Viimeinen yleinen väite ruoan kuluttamisesta käsitteli sitä, mihin vastaaja uskoi voivansa vaikuttaa ruokaostosvalinnoillaan: eläinten hyvinvointiin, luonnon monimuotoisuuteen, ilmastonmuutokseen, alkutuottajan asemaan ja/tai tuloihin, tai vesistöjen puhtauteen. Vastausvaihtoehdot olivat täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, en osaa sanoa, jokseenkin eri mieltä ja täysin eri mieltä. Melkein kaikki kohdat saivat saman keskiarvon, eli jokseenkin samaa mieltä. Eniten epävarmuutta herätti vesistöjen puhtaus: 20 prosenttia (n 85) ei osannut sanoa, voiko omilla valinnoillaan siihen vaikuttaa. Tämä saattaa olla aihealue, josta ei varsinkaan Suomessa puhuta ruoantuotannon yhteydessä paljon, tai siitä puhutaan esimerkiksi järvien tai Itämeren rehevöitymisen yhteydessä, mutta kuluttajan on hankalampi tietää miten omilla valinnoillaan voisi asiaan vaikuttaa vai voiko ollenkaan. Vastausten jakautuminen näkee taulukossa 2.

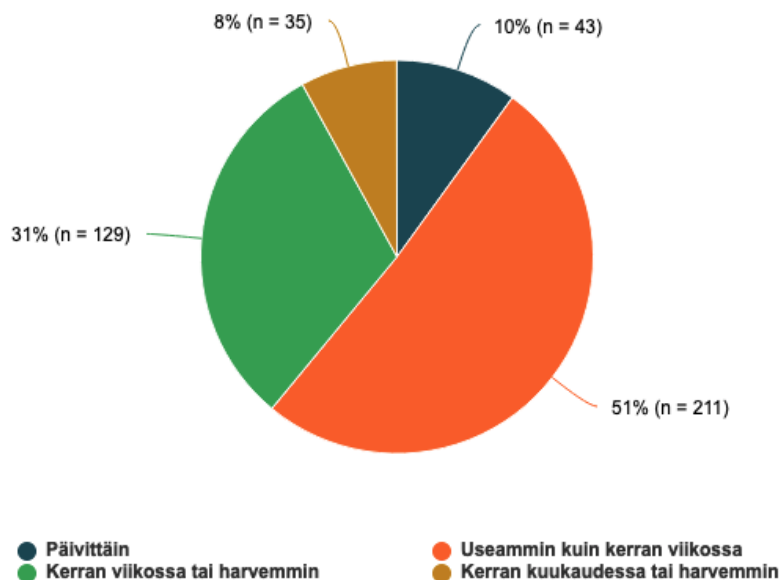
Taulukko 2. Oletko samaa mieltä näiden väitteiden kanssa? "Voin vaikuttaa ruokaostosvalinnoillani..."

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	Keskiarvo
... eläinten hyvinvointiin	43%	46%	6%	4%	1%	1,7
... luonnon monimuotoisuuteen	32%	51%	11%	5%	1%	1,9
... ilmastonmuutokseen	32%	46%	9%	10%	3%	2,1
... alkutuottajan asemaan ja/tai tuloihin	41%	39%	10%	8%	2%	1,9
... vesistöjen puhtauteen	27%	42%	20%	10%	1%	2,2

Varmimpia vastaajat olivat siitä, että voivat vaikuttaa valinnoillaan eläinten hyvinvointiin: täysin samaa mieltä oli 43 prosenttia (n 180). Melkein yhtä moni, 41 prosenttia (n 172) uskoi voivansa vaikuttaa tuottajan asemaan.

Seuraava osio kyselyssä kartoitti punaisen lihan syömistä. Puolet vastaajista (n 211) kertoi syövänsä punaista lihaa useammin kuin kerran viikossa, ja noin kolmasosa (n 129) kerran viikossa tai harvemmin. Päivittäin punaista lihaa söi 10 prosenttia (n 43), ja kerran kuussa tai harvemmin 8 prosenttia (n 35). Jakauma on havainnollistettu kuvassa 7.

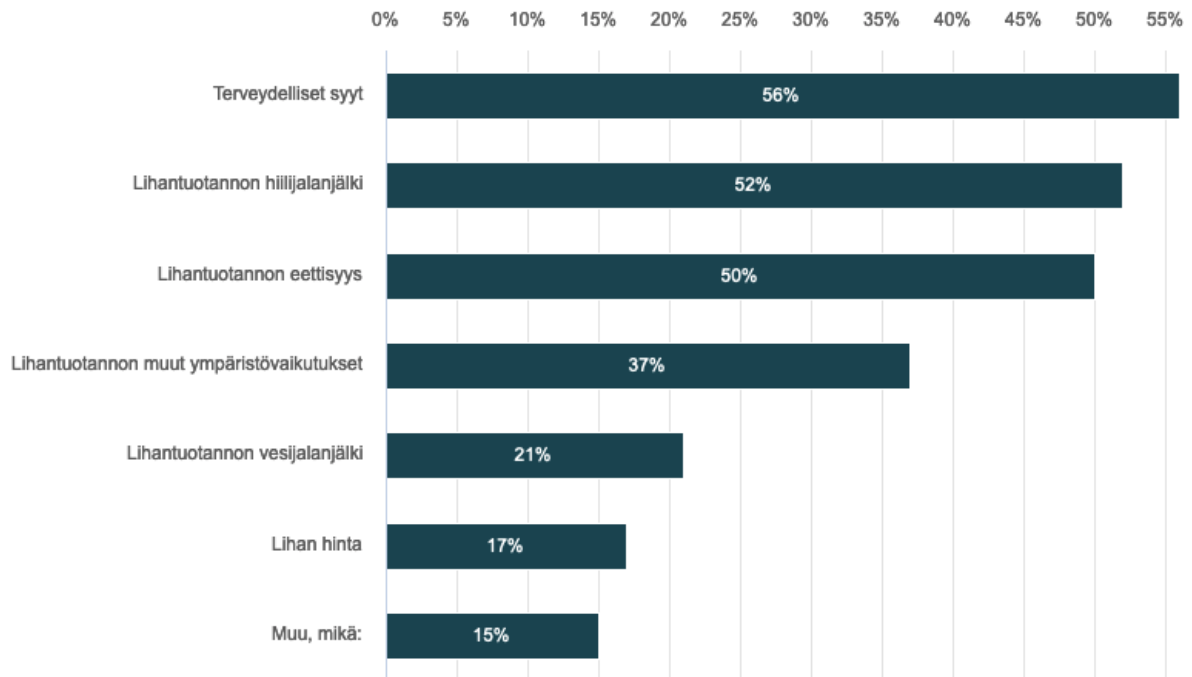
Kuva 7. "Syön punaista lihaa..." (n 418)



Uudenmaan ulkopuolella ja maaseudulla asuvat söivät uusimaalaisia ja kaupunkilaisia useammin lihaa. Seuraavaksi kysyttiin, oliko punaisen lihan kulutuksen määrä muuttunut viimeisen vuoden aikana. Taas noin puolet (n 226) vastasi syövänsä yhtä paljon kuin ennenkin, mutta jopa 41 prosenttia kertoi syövänsä vähemmän kuin ennen. 16 vastaajaa kertoi syövänsä enemmän kuin ennen, ja kuusi ei osannut sanoa. Ne, jotka vastasivat syövänsä vähemmän kuin ennen (n 170), saivat vastata lisäkysymykseen siitä, mikä on vaikuttanut kulutuksen vähentämiseen. Vastaajat saivat valita useita vaihtoehtoja. Eniten vastauksia saivat terveydelliset syyt (n 95), lihantuotannon hiilijalanjälki (n 88) ja lihantuotannon eettisyys (n 85): nämä kolme valitsi 50 prosenttia tai useampi. Lihan vähentäminen oli hieman yleisempää uusimaalaisten keskuudessa kuin muilla vastaajilla. Syynä vähentämiseen oli uusimaalaisilla muita useammin lihantuotannon hiilijalanjälki ja

lihantuotannon muut ympäristövaikutukset, kun taas muilla painoivat enemmän ”muut” syyt. Kuvassa 8 vähentämisen syyt on esitetty järjestyksessä merkittävimmästä vähäisimpään.

Kuva 8. Mitkä tekijät ovat vaikuttaneet punaisen lihan kulutuksesi vähentämiseen? (n 170, valittuja vastauksia 421)



Hieman vähemmän vaikutti lihantuotannon muut ympäristövaikutukset (n 63); lihan hinta (n 29) ja vesijalanjälki (n 36) oli vaikuttanut noin viidesosalla. Kohdan ”Muu, mikä” valitsi 25 vastaajaa (15 %), ja lisätekstikentässä syiksi kerrottiin esimerkiksi lähipiirin vaikutus tai muu ympäristön muutos ja ruokavalion muuttaminen kevyemmäksi tai kasvispainotteisemmaksi. Myös hinta ja hyvän lihan saatavuus olivat vaikuttaneet vähentämiseen.

Seuraava kysymys käsitteli punaisen lihan ostopäätökseen vaikuttavista tekijöistä. Vastaajien piti kertoa, vaikuttaako tietyt tekijät ja kuinka paljon ne vaikuttavat. Valmiiksi vaihtoehdoiksi oli annettu Luomumerkki, hinta, tuttu brändi, kotimaisuus ja eettisyys. Lisäksi vastaajat saivat itse lisätä oman vaihtoehdon, ja tämän valitsi 92 vastaajaa. Kaikkien vastausten jakautuminen näkyy taulukossa 3.

Taulukko 3. "Kun ostan punaista lihaa, ostopäätökseeni vaikuttavat seuraavat asiat:" (n 415)

	1 = Ei vaikuta	2 = Vaikuttaa jonkin verran	3 = En osaa sanoa	4 = Vaikuttaa paljon	5 = Vaikuttaa erittäin paljon	Keskiarvo
Luomumerkki	19%	35%	4%	25%	17%	2,9
Hinta	11%	49%	4%	27%	9%	2,7
Tuttu brändi	15%	35%	9%	34%	7%	2,8
Kotimaisuus	1%	9%	0%	20%	70%	4,5
Eettisyys	2%	19%	12%	38%	29%	3,7
Muu, mikä	3%	8%	13%	27%	49%	4,1

Luomumerkistä suurin osa (35 %, n 142) vastasi, että se vaikuttaa jonkin verran. Myös hinta vaikutti suurimmalla osalla (49 %, n 101) vain jonkun verran. Nämä olivat hieman yleisempiä kaupunkilaisten kuin maaseudulla asuvien keskuudessa. Tuttu brändi vaikutti melkein yhtä isolle osalle jonkin verran (35 %, n 142) ja paljon (34 %, n 137), mutta selvästi eniten ja painavimmin vaikutti lihan kotimaisuus (70 %, n 289 "Vaikuttaa erittäin paljon"). Tämä painoi vaakakupissa enemmän maalla asuvien ja Uudenmaan ulkopuolella asuvien päätöksissä kuin kaupunkilaisilla ja uusimaalaisilla. Lihan eettisyys vaikuttaa paljon 38 prosentille vastaajista. Kohtaan "Muu, mikä" avovastauksissa (n 66) suuri osa vastauksista koski paikallisuutta tai tuttua tuottajaa (n 23), lihan laatua tai makua (n 16) tai muuten lihan lähdeä, esimerkiksi että ostetaan tietyltä valmistajalta (n 10). Muita vastauksia olivat esimerkiksi oman lähikaupan tarjonta, tietyn eläinlajin suosiminen tai oma taloudellinen tilanne.

Seuraavassa kohdassa vastaajille annettiin mahdollisuus kertoa ostosperusteistaan omin sanoin. Vastauksia tuli yhteensä 127. Vastausten pituus vaihteli muutamasta sanasta pitkiinkin selityksiin. Ostoperusteiden lisäksi kysymyksissä oli myös kritiikkiä esimerkiksi sertifikaattien sisällön epäselvyydestä. Vastaukset luokiteltiin asiasanojen mukaan. Luokittelun tulkitseminen on osin haastavaa, koska jokin kriteeri, esimerkiksi kotimaisuus, voi merkitä eri vastaajille eri asioita: jollekin puhtautta, toiselle omavaraisuutta, kolmannelle ympäristöystävällistä tuotantoa. Todennäköistä on myös, että se merkitsee samaan aikaan monta asiaa yhdellekin kuluttajalle. Jotkin asiasanat lisättiinkin useamman kuin yhden teeman alle: esimerkiksi eri eläinlajien käyttö saatettiin mainita sekä eläinten hyvinvointia pohtivassa vastauksessa että terveellisyyteen viittaavassa vastauksessa. Asiasanat luokiteltiin eri teemoihin, ja tärkeimmät viisi teemaa on kuvattu taulukossa 4.

Taulukko 4. Vastaajien ostoperusteiden luokittelu teemoihin asiasanojen perusteella.

TEEMA	ASIASANAT	MAININNAT VASTAUKSISSA, kpl
1. RUOAN ALKUPERÄ	Suoraan tuottajalta, pientuottajalta tai tutulta ostaminen; ruoan alkuperän tunteminen; lähiruoka; kotimaisuus	81
2. VASTUULLISUUS	Eläinten hyvinvointi; ympäristö; ilmasto; eettisyys; hävikkiruoan ostaminen; biodiversiteetti; niittyliha; luonnonlaidunliha; riista; kasvispainotus; luomu; kestävyys; eläinlajit; ”vähän mutta parempaa”	72
3. LAATU	Laatu; maku; ravintoarvot; puhtaus; terveys; kasvispainotus; tiettyjen lihan osien käyttö; riista; eläinlajit	46
4. ULKOISET RAJOITTEET	Hinta; tarjonta; tiedon saatavuus	11
5. JOUSTAVUUS	Eri kriteerit eri tilanteissa, esim. ruokakaupassa ja ravintolassa	9

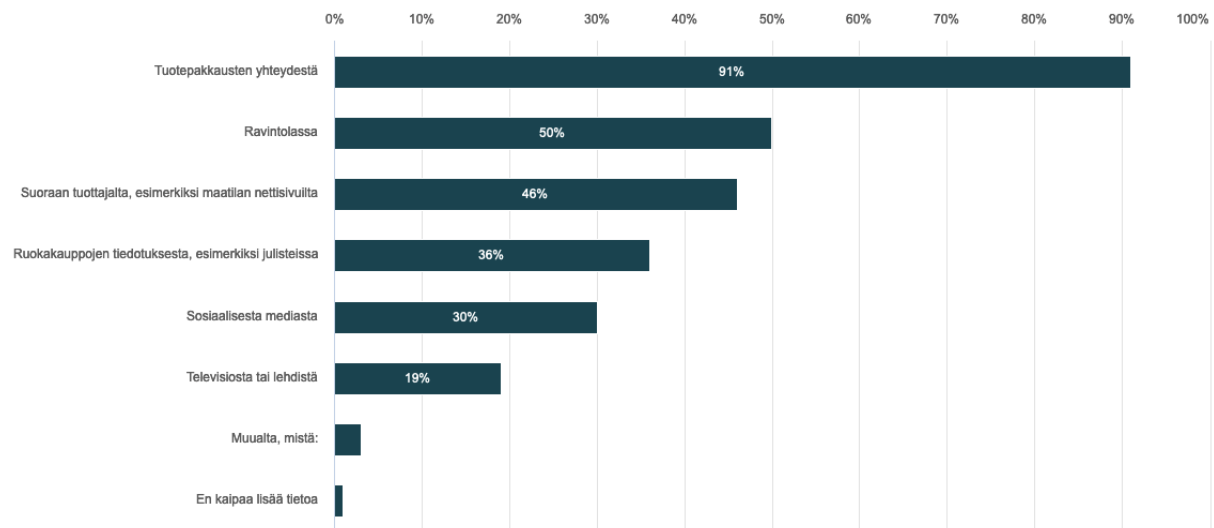
Isoin teema on ruoan alkuperä, jonka asiasanoja mainittiin 81 kertaa. Lihan ostaminen suoraan tuottajalta tai muuten läheltä sai eniten mainintoja (n 43) ja kotimaisuus itsenäisenä asiasananä myös paljon (n 28). Erilaiset ympäristöön, eettisyyteen ja vastuulliseen tuotantoon liittyvät asiasanat saivat vastauksissa yhteensä 72 mainintaa. Lihan laatu tai maku, ravintoarvot ja muut laatuun liittyvät asiasanat saivat 46 mainintaa. Nämä kolme olivat isoimmat luokat, ja muut menivät melko hajanaiselle tasolle: esimerkiksi lemmikkien

lihansyönti mainittiin muutamaan otteeseen. Halusin nostaa tärkeiksi teemoiksi myös ulkoiset rajoitteet ja joustavan kulutuskäyttäytymisen, vaikka ne saivat vähemmän mainintoja, koska uskon niiden heijastavan todellista kuluttamista. Monet vastaajista vastasivat hinnan olevan rajoittava tekijä varsinkin lihatuotteissa. Toisaalta lähikaupan tarjonta ohjaa kuluttamista merkittävästi. Toisissa vastauksissa kuvailtiin sitä, miten eri tilanteissa sovelletaan eri kriteerejä, ja miten tietyistä periaatteista saatetaan toisaalta lipsua ajoittain. Tämän teeman alle laskettiin myös vastaukset, joissa kerrottiin, ettei vastaaja varsinaisesti osta punaista lihaa itse, mutta saattaa syödä sitä tarjottaessa.

Enemmistö vastaajista, 96 prosenttia (n 402), vastasi haluavansa tietää, missä ja miten hänen syömänsä liha on tuotettu. Kysyttäessä mistä he haluaisivat mieluiten löytää tietoa lihan tuotantotavoista ja ympäristöjalanjäljestä, suurin osa (91 %, n 382) valitsi tuotepakkaukset. Tämä oli hyvä tieto yhdistykselle: Luonnonlaidunlihan tuottajat ry:n jäsenet voivatkin tilata tuotepaketteihin liimattavia tarroja, joissa on yhdistyksen logo ja nimi. Tarrassa ei varsinaisesti ole sen enempää tietoa luonnonlaidunnuksesta, mutta se voi ohjata kuluttajat etsimään tietoa yhdistyksen sivuilta. Kriteereihin kuuluu myös, että etiketissä on sekä tuottajatilän nimi että yhteystiedot. Tämäkin lisää läpinäkyvyyttä.

Vastaajat saivat tässä kysymyksessä valita useita vaihtoehtoja. Kuvassa 9 näkyy vastaukset järjestyksessä suosituimmasta vähiten tärkeänä pidettyyn. Toiseksi eniten toivottiin tietoa ruoan alkuperästä löytyvän ravintolassa (50 %, n 210) ja suoraan alkutuottajalta sitä toivoi saavansa 46 prosenttia (n 193). Ne, jotka olivat ostaneet luonnonlaidunlihaa aiemmin, halusivat muita enemmän tietää ruoan tuotantotavoista suoraan tuottajalta. Opinnäytetyön tekijä onkin vastannut monet kerrat, kun asiakkaat kysyvät erilaisia yksityiskohtia tuotannosta, kuten eläinten elämästä tai teurastusmatkasta lihaostosten lomassa. Ruokakaupat, sosiaalinen media ja televisio tai lehdet ei nähty kaikkien vastaajien kesken yhtä merkittäviksi tietolähteiksi kuin aiemmin mainitut.

Kuva 9. Mistä mieluiten löytäisit tietoa lihan tuotantotavoista ja ympäristöjalanjäljestä? (n 418, valittuja vastauksia n 1155)



Vaihtoehdon ”Muualta, mistä” valitsi 13 vastaajaa (3,1 %), ja avovastauksissa mainittiin useimmiten jonkinlainen ulkopuolinen riippumaton taho, esimerkiksi viranomaiset ja asiantuntijat. Uusimaalaiset kaipasivat tietoa hieman enemmän ravintoloista ja ei-uusimaalaiset suoraan tuottajalta.

Seuraavassa osiossa kyselyä kartoitettiin luonnonlaidunlihan tunnettuutta kuluttajien keskuudessa. Näiden vastausten läpikäymisen jälkeen analysoidaan vastauksia, jotka kertoivat luonnonlaidunlihan ostamisesta ja maksuhalukkuudesta.

6.2 Luonnonlaidunlihan tunnettuus

Kyselyn siirtyessä luonnonlaidunlihan käsittelyyn vastaajilta haluttiin saada näkemyksiä termin herättämistä mielikuvista ennen kuin sitä on selitetty auki. Vapaan tekstikentän jälkeen kyselyssä oli lyhyt yhden kappaleen kuvaus luonnonlaidunlihasta. Tämän jälkeen pyydettiin valitsemaan 1–5 väliltä sen mukaan, mikä sanoista kuvaa paremmin vastaajan mielikuvaa luonnonlaidunlihasta. Tällä kysymysten asettelulla haluttiin tutkia, mitä mielikuvia pelkkä sana *luonnonlaidunliha* herättää, ja miten kuluttajat ymmärtävät käsitteen sen jälkeen, kun ovat saaneet lukea määrittelyn. Mielikuvien jälkeen kysyttiin, onko vastaaja ostanut luonnonlaidunlihaa aiemmin. Kysymykseen ”Oletko koskaan ostanut luonnonlaidunlihaa” myöntävästi vastanneet (n 208) vastasivat kahteen kysymykseen

ostopaikasta ja ostopäätöksistä, mihin kieltävästi (n 57) tai ”En ole varma” -vastanneet (n 153) vastanneet eivät vastanneet. Jälkimmäiset kaksi ryhmää taas vastasivat kolmeen kysymykseen, johon sitä jo ostaneet eivät vastanneet: olivatko he kuulleet käsitteestä ennen kyselyn täyttämistä; jos kyllä, niin mistä; ja olisivatko he kiinnostuneita ostamaan luonnonlaidunlihaa.

Käsitellään ensin vastaajien mielikuvat ennen käsitteen selittämistä. Kysymykseen *Mitä mielikuvia termi ”luonnonlaidunliha” herättää?* oli pakollista vastata, ja vain kolme oli jättänyt vastaamatta täyttämällä kentän esimerkiksi viivalla. Analyysissä vastaukset jaoteltiin ensin positiivisiin, neutraaleihin ja negatiivisiin tai kriittisiin mielikuviin. Koska vastausten muoto vaihteli paljon keskenään, on jako vain suuntaa antava. Jossakin vastauksessa oli pitkä, pohdiskeleva kappale lihantuotannon eettisyydestä, ja toisessa muutamia selkeitä asiasanoja. Esimerkiksi vastaus, jossa vain kuvailtiin ”karja laiduntaa ulkona” luokiteltiin neutraaliksi, mutta vastaus ”liha on peräisin eläimestä, joka on hengailut luonnonlaitumella ja eläin on saanut olla vapaammin” luokiteltiin positiiviseksi sen viitatessa lisääntyneeseen vapauteen. Jotkut vastaukset merkittiin useampaan kategoriaan, jos niissä oli sekä positiiviseksi että neutraaliksi tai negatiiviseksi luokiteltavia mielikuvia.

Tällä jaolla saatiin 252 positiivista mielikuvaa (60 %), 149 neutraalia (35 %) ja 30 negatiivista (7 %). Kriittisiä näkemyksiä tuli yhtä paljon maaseudulta ja kaupungista asuvilta. Vain muutama vastaus oli puhtaan negatiivinen: enemmän oli niitä, joilla oli positiivisia mielikuvia, mutta myös epäilyksiä siitä, mitä termi sisältää ja onko se vain jonkinlaista viherpesua. Ensimmäisellä lukukerralla joidenkin vastausten vahva kriittisyys yllätti: kun työskentelee asian parissa, jonka mieltää positiiviseksi, voi joskus unohtaa, kuinka eri tavoin asioita jotkut katsovat.

Ruoka ja ruoantuotanto ovat aiheita, jotka herättävät ihmisissä vahvojakin tunteita. Toisaalta tietynlainen kyllästyminen ja väsymys tiedon keräämiseen ja ostosten tarkkailuun kuluttajan roolissa on myös opinnäytetyön tekijälle tuttua, ja oli helppo tunnistaa se skeptisyys, mitä itselle tuntematon, ja ehkä jopa ”liian hyvää ollakseen totta” -tyylinen käsite herättää. Yllättävää oli myös se, että riista mainittiin useaan otteeseen. Eläimen koko elinkaari teurastukseen asti kiinnostaa kuluttajia. Muutamassa vastauksessa tähän tai muuhun kysymykseen on peräänkuulutettu tilateurastusta. Tämä on harvoin Suomessa

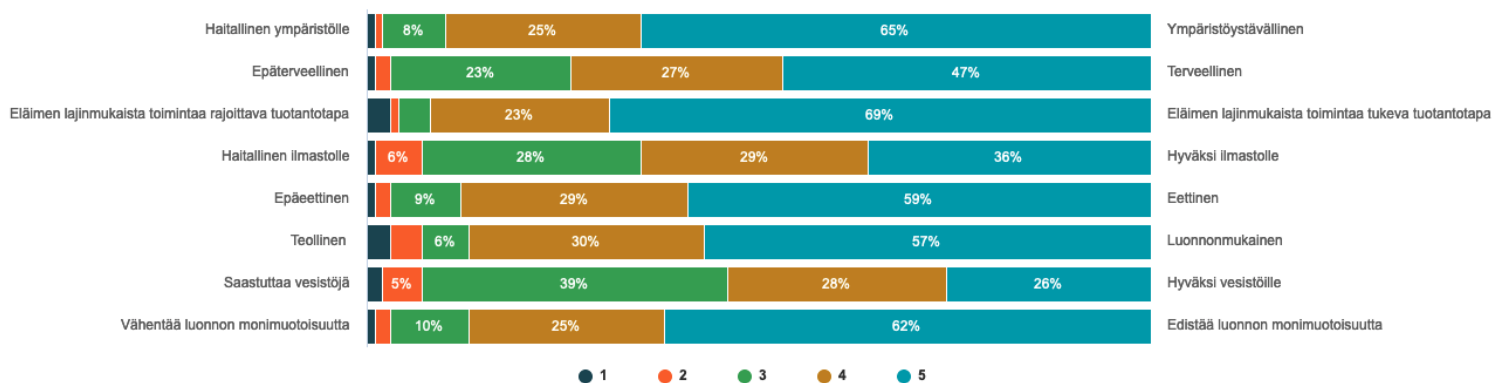
mahdollista, mutta syitä siihen voisi varmasti avata kuljettajille ja kommunikoida myös siitä, kuinka lyhyitä tai pitkiä teurasmatkat ovat ja miten teurastamoissa toimitaan.

Neutraaleista arvioista suurempi osa tuli Uudenmaan ulkopuolella tai maaseudulla asuvilta kuin kaupunkilaisilta ja uusimaalaisilta. Tämä selittynee sillä, että maatalous ja ruoan tuotantotavat ovat monelle maalaiselle tutumpia eivätkä herätä samalla lailla tunnereaktioita kuin kaupunkilaisille. Näissä vastauksissa toistui usein sellaiset sanat, jotka eivät pakosti sisälly kaupunkilaisten sanastoon, kuten korsiruokinta, perinnemaisema, perinnebiotooppi, tai sitten niissä viitattiin viljelytekniisiin toimenpiteisiin kuten lannoittamiseen.

Positiivisissa mielikuvissa toistuivat muun muassa seuraavat sanat: puhtaus, vapaus, eettisyys, perinnemaisema, ympäristöystävällisyys, luonnonmukaisuus ja -läheisyys, maisemanhoito, eläinten hyvinvointi. Uudellamaalla asuvista positiivisia mielikuvia oli 135 vastaajalla.

Mielikuvien jälkeen käsite selitettiin ja pyydettiin sitten valitsemaan, kumpi sana vastaajan mielestä kuvaa paremmin luonnonlaidunlihaa kuvassa 10 näkyvistä sanapareista.

Kuva 10. Valitse alla olevilta riveiltä 1–5 sen mukaan, kumpi kuvaus sopii paremmin mielikuvasi luonnonlaidunlihasta. (n 418)



Kuten kuvasta näkyy, luonnonlaidunliha nähtiin vahvasti eläimen lajinmukaista toimintaa tukevana, ympäristöystävällisenä, eettisenä, luonnonmukaisena ja luonnon monimuotoisuutta edistävänä tuotantotapana. Sanaparien *Epäterveellinen – Terveellinen*, *Haitallinen ilmastolle – Hyväksi ilmastolle* ja *Saastuttaa vesistöjä – Hyväksi vesistöille* jakaumat muistuttivat toisiaan, ja näissä välimaaston eli 3 (kuvaajassa vihreällä) valinneiden

ryhmä oli lähes yhtä suuri tai suurempi kuin 4 valinneiden. Maaseudulla asuvat ja toisaalta luonnonlaidunlihaa aiemmin ostaneet valitsivat muita vastaajia useammin korkeamman luvun, eli kuvaajassa tai taulukossa näkyvän oikeanpuoleisen kuvauksen.

Kun tarkastellaan lukuja keskiarvon kautta, voidaan mielikuvien voimakkuutta havainnollistaa vielä paremmin. Taulukossa 5 näkyy, minkä keskiarvon vastaukset saivat asteikolla yhdestä viiteen: mitä korkeampi arvosana, sitä lähempänä mielikuva on oikeanpuoleisen sarakkeen kuvauksia. Kaikki muut keskiarvot ovat yli neljän paitsi ilmasto ja vesistö.

Taulukko 5. Kumpi kuvaus sopii paremmin mielikuvaasi luonnonlaidunlihasta? (n 418)

Mielikuva luonnonlaidunlihasta, 1–5		Keskiarvo
Haitallinen ympäristölle	Ympäristöystävällinen	4,5
Epäterveellinen	Terveellinen	4,2
Eläimen lajinmukaista toimintaa rajoittava tuotantotapa	Eläimen lajinmukaista toimintaa tukeva tuotantotapa	4,5
Haitallinen ilmastolle	Hyväksi ilmastolle	3,9
Epäeettinen	Eettinen	4,4
Teollinen	Luonnonmukainen	4,3
Saastuttaa vesistöjä	Hyväksi vesistöille	3,7
Vähentää luonnon monimuotoisuutta	Edistää luonnon monimuotoisuutta	4,4

Huomioitakoon, että tässä osiossa puhuttiin nimenomaan mielikuvista, eli käsitteitä ei määriteltä lainkaan. Eri ihmisille esimerkiksi *luonnonmukainen* voi tarkoittaa eri asioita. Kaiken kaikkiaan voitaneen kuitenkin sanoa, että mielikuva sanasta luonnonlaidunliha on enemmän positiivinen kuin negatiivinen, vaikka sen sisältöä ei tuntisikaan tarkasti.

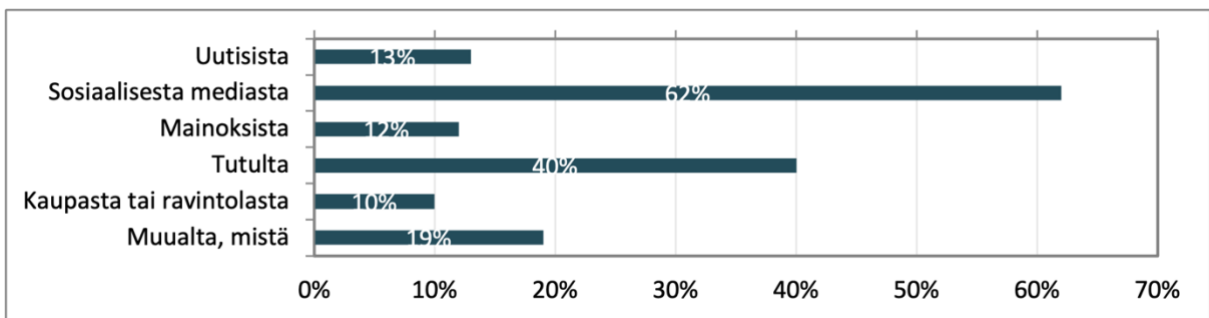
Seuraavaksi käydään läpi sitä, moniko vastaajista oli jo ostanut luonnonlaidunlihaa, tuntevatko he käsitteen ennestään ja mitä he olisivat siitä valmiit maksamaan.

6.3 Ostokäyttäytyminen ja maksuvalmius

Vastaajista 50 prosenttia (n 208) oli ostanut joskus luonnonlaidunlihaa. 36 prosenttia ei ollut varma, ja 14 prosenttia vastasi, ettei ollut ostanut. Niistä, jotka eivät olleet varmoja, 70 prosenttia oli kaupungissa asuvia. Niistä, jotka eivät olleet ostaneet ja jotka eivät olleet varmoja olivatko ostaneet, 58 prosenttia (n 122) oli kuullut luonnonlaidunlihasta ennen

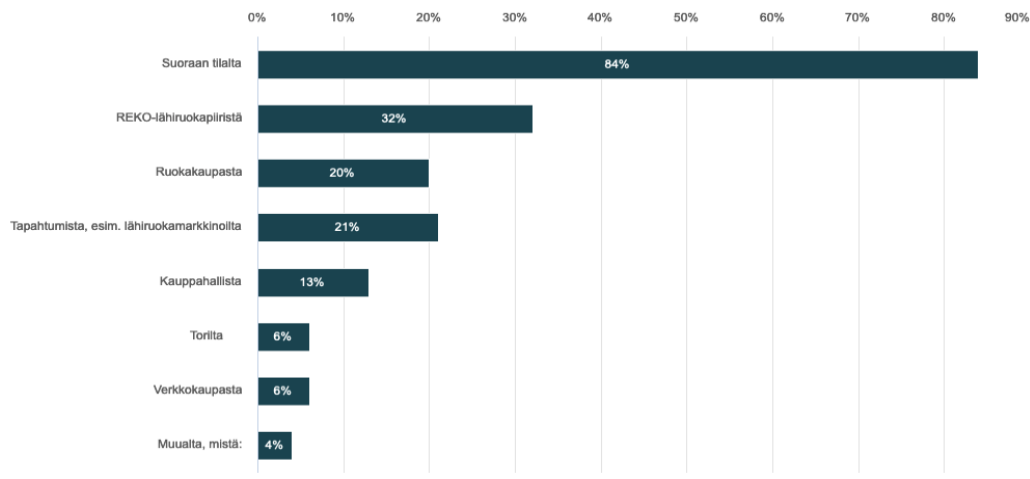
kyselyn täyttämistä. Uudenmaan ulkopuolella ja maaseudulla käsite tunnettiin paremmin kuin Uudellamaalla tai kaupungeissa. Kaikista vastaajista vain viidesosalle käsite oli uusi. Kuvaajassa 10 näkyy monivalintakysymyksen vastausten jakauma kysymykseen ”Mistä olet kuullut luonnonlaidunlihasta”. Suurin osa oli kuullut sosiaalisesta mediasta (62 %) tai tutulta (40 %), osa uutisista (13 %), mainoksista (12 %) tai kaupasta tai ravintolasta (10 %). Kohtaan ”Muualta, mistä” (n 24) vastanneet kolme kirjoitti, ettei ole kuullut aiemmin. Kaksi kertoi olevansa tuottajia, ja kaksi muuta muuten töiden kautta. Tilalta, viljelijältä tai REKO-ruokapiiristä kertoi kuulleensa neljä. Mainittiinpa myös Kevin Costnerin tähdittämä Yellowstone-draamasarja.

Kuva 11. Mistä olet kuullut luonnonlaidunlihasta? (n 129)



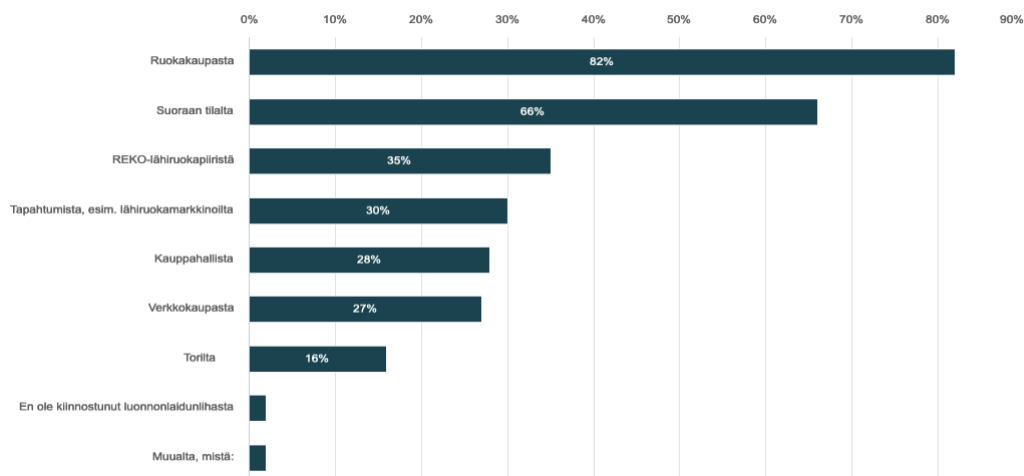
Niistä, jotka eivät olleet ostaneet tai eivät olleet siitä varmoja, 94 prosenttia (n 196) oli kiinnostunut ostamaan luonnonlaidunlihaa. Niistä vastaajista, jotka olivat ostaneet luonnonlaidunlihaa ennen kyselyn täyttämistä (n 208), suurin osa eli 84 prosenttia (n 175) oli ostanut sitä suoraan tilalta. Muut vastausvaihtoehdot saivat huomattavasti vähemmän osumia. Vastaajat pystyivät valitsemaan useita vaihtoehtoja. Ruokakaupasta luonnonlaidunlihaa oli ostanut 20 prosenttia (n 42), REKO-lähiruokapiiristä 32 prosenttia (n 67), ja torilta, kauppahallista tai tapahtumista yhteensä 39 prosenttia (n 81). Vastaukset näkyvät alla kuvassa 12. Se, että näin iso osa vastaajista oli ostanut suoraan tilalta, selittynee sillä, että kysely jaettiin opinnäytetyön tekijän kotitilan asiakaspostituslistalle. Näin ollen osa vastaajista on hyvin todennäköisesti tämän tilan suoramyyntiasiakkaita.

Kuva 12. Mistä olet ostanut luonnonlaidunlihaa?



Myöhemmin kyselyssä kysyttiin kaikilta vastaajilta, mistä he toivoisivat voivansa ostaa luonnonlaidunlihaa, ja vastausvaihtoehdot olivat samat. Valintoja tehtiin 1204, eli vastaajat valitsivat monia vaihtoehtoja. Vastaukset on laitettu järjestykseen kuvaajaan 12. Suurin osa eli 82 prosenttia (n 343) valitsi ruokakaupan. Toiseksi eniten lihaa toivottiin voivan ostaa suoraan tilalta (66 %, n 275). Kolmenkymmenen prosentin molemmin puolin saivat ääniä seuraavat neljä vaihtoehtoa: REKO-piiri, tapahtumat, kauppahalli ja verkkokauppa. Torilta lihaa halusi ostaa vain 16 prosenttia (n 67). Kymmenen vastaajaa (2,4 %) ilmoitti, ettei ole kiinnostunut luonnonlaidunlihasta.

Kuva 13. Mistä toivoisit voivasi ostaa luonnonlaidunlihaa?

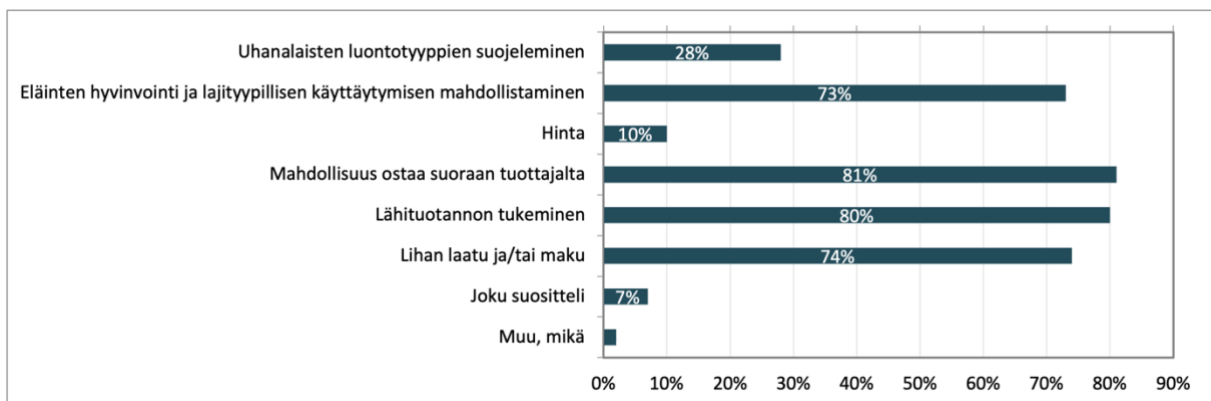


Ruokakauppa, tori ja kauppahalli olivat suosituimpia kaupunkilaisten keskuudessa. Tilan suoramyynti, tapahtumat ja REKO-piirit olivat suosituimpia maaseudulla asuvien toiveissa.

Suurin epäsuhta toteutuneiden ostosten ja toiveissa olevien ostopaikkojen välillä oli ruokakaupassa: sieltä oli ostanut vain kymmenesosa, mutta toivoi voivansa ostaa suuri enemmistö. Tilalta suoraan myyvien kannalta positiivista on, että tilalta halutaan jatkossakin ostaa lihaa. Verkkokauppaa toivoi ostokanavaksi myös huomattavasti useampi, kuin joka sellaista oli vielä käyttänyt.

Jo joskus luonnonlaidunlihaa ostaneilta kysyttiin ostopäätökseen vaikuttaneista tekijöistä (kuva 14). Neljä vastausvaihtoehtoa saivat lähes yhtä paljon vastauksia: eläinten hyvinvointi ja lajityypillisen käyttäytymisen mahdollistaminen (73 %), mahdollisuus ostaa suoraan tuottajalta (81 %), lähituotannon tukeminen (80 %) ja lihan laatu ja/tai maku (74 %). Hinta ja suositukset eivät olleet vaikuttaneet ostopäätökseen läheskään yhtä paljon. Kohdan ”Muu, mikä” vastauksissa (n 4) mainittiin halu maistaa ylämaankarjan lihaa, terveys/allergia, luomu ja pientilojen tukeminen.

Kuva 14. Mitkä tekijät vaikuttivat ostopäätökseen? (vastaajat n 206; vastauksia n 729)

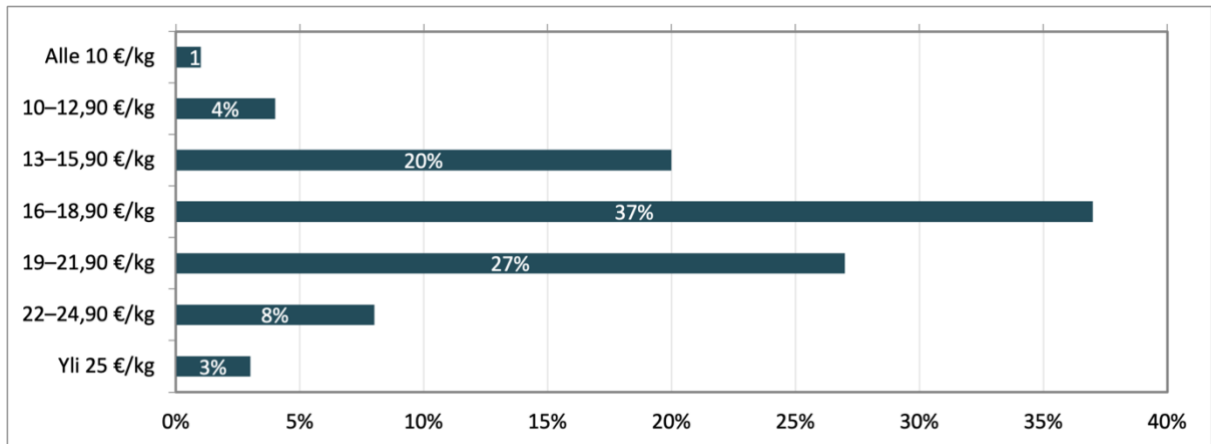


Muualla kuin Uudellamaalla asuvilla ostopäätökseen vaikutti enemmän uhanalaisten luontotyyppien suojeleminen ja lähituotannon tukeminen kuin uusimaalaisilla, joilla taas oli yleisempää, että ostopäätökseen vaikutti eläinten hyvinvointi ja lihan laatu ja/tai maku.

Kaikista kyselyyn vastanneista 91 prosenttia (n 382) olisi valmis maksamaan luonnonlaidunlihasta enemmän kuin tavanomaisesti tuotetusta lihasta. Kaupunkilaiset olivat hieman halukkaampia maksamaan luonnonlaidunlihasta preemion. Yhden kysymyksen jälkeen sama asia muotoiltiin tarkemmin: vastaajilta kysyttiin, mikä olisi sopiva hintaluokka luonnonlaidunlihalle. Taustatietona kerrottiin, että tavanomaisesti tuotettu naudan jauheliha maksoi 9.8.2022 ruokakaupassa 12,75 €/kg ja luomunaudan jauheliha 18,50 €/kg.

95 prosenttia vastaajista (n 398) valitsi hintaluokan, joka ylitti tavanomaisen jauhelihan hinnan: määrä oli siis hieman suurempi, kuin ne, jotka sanoivat olevansa valmiit maksamaan luonnonlaidunlihasta enemmän kuin tavanomaisesta. Kuvaajassa 14 nähdään, että enemmistö (38 %, n 155) piti 16–18,90 €/kg sopivana hintaluokkana luonnonlaidunlihalle. Toiseksi eniten vastauksia (27 %, n 113) sai tätä yhtä ylempi hintaluokka, 19–21,90 €/kg.

Kuva 15. Kuinka paljon voisit maksaa luonnonlaidunlihasta? (n 418)



Ennen kyselyn loppua ja vastaajien perustietojen kartoittamista kyselyssä esitettiin väite: ”lihan hinnassa pitäisi huomioida sekä sen aiheuttamat haitat että hyödyt ympäristölle ja ilmastolle.” 65 prosenttia (n 272) oli samaa mieltä, 8 prosenttia (n 33) eri mieltä ja 27 prosenttia (n 113) ei osannut sanoa. Uudellamaalla asuvat olivat muita suomalaisia enemmän väitteestä samaa mieltä. Epävarmojen osuus taas oli selkeästi isompi muualla Suomessa asuville. Kysymys on melko monimutkainen, ja voisi olla kokonaan oman kyselynsä aiheena. Kyselyssä haluttiin silti vielä hieman eri tavalla kysyä, ovatko vastaajat sitä mieltä, että hintaan saa vaikuttaa ruoan tuotantotavan ympäristökädenjälki. Koska samaa mieltä ei ollut yhtä moni, kuin jotka ovat kiinnostuneita luonnonlaidunlihan ostamisesta ja pitävät sitä rahallisesti arvokkaampana kuin tavanomaisesti tuotettu liha, tukee tämä muissa vastauksissa esiin tullutta tietoa, että ainakin osalle vastaajista luonnonlaidunlihan arvo on muualla kuin sen hyödyissä ympäristölle: esimerkiksi pien- ja lähituottajissa, kotimaisuudessa ja perinnemaisemien ylläpidossa.

7 Analyysi kuluttajien vastaanottavaisuudesta luonnonlaidunlihalle

Tutkimuskysymyksistä toiseen vastaaminen oli selkeää ja siihen tuli vastaus edellisen luvun lopussa: ruoan tuotantotavasta kiinnostuneet kuluttajat ovat valmiit maksamaan luonnonlaidunlihasta enemmän kuin tavanomaisesti tuotetusta lihasta. Naudanlihalle sopivaksi hinnaksi suurin osa näki sopivana noin 16–18,90 €/kg. Ensimmäiseen kysymykseen, eli kuinka vastaanottavaisia kuluttajat ovat uudelle luonnonlaidunliha-brändille, vastaan tässä luvussa. Tulosten perusteella näyttää siltä, että mitä tutumpaa ruoantuotanto kuluttajalle on, sitä enemmän myös arvostetaan luonnonlaidunlihan tapaista tuotantoa. Sellaiset kuluttajat, jotka ovat ostaneet luonnonlaidunlihaa aiemmin, pitävät sitä enemmän arvossa kuin ne, jotka eivät sitä ole ostaneet. Tämä ei sinänsä ole yllättävää, mutta silti positiivinen tieto. Brändille tai tuotteelle arvokkainta on löytää sitoutunut asiakas, joka palaa ostoksille ja lisäksi puhuu tuotteen puolesta (Lotti, 2008, ss. 387–388). Kaiken kaikkiaan brändi arvioitiin enemmän positiivisten kuin neutraalien tai negatiivisten mielikuvien kautta. Osa mielikuvista oli melko ylätasoisia: ”puhdas” tai ”eettinen” voi tarkoittaa eri asioita eri kontekstissa, ja niiden käyttöä markkinoinnissa kannattanee käyttää harkiten.

Luonnonlaidunlihan sertifikaatti perustuu sekä eläinten hyvinvointiin, luonnon monimuotoisuuden hoitoon että lihan makuun. Nämä kolme ovat myös kaikki seikkoja, jotka ovat tärkeitä eri kuluttajaryhmille. Näin ollen luonnonlaidunlihan markkinoinnissa kannattaa korostaa kaikkia kohtia ja mahdollisuuksien mukaan kohdennettuna eri kohderyhmille. Alla olevaan taulukkoon (6) on havainnollistettu kolme ryhmää, joille voi kohdistaa eri lailla painotettua markkinointia.

Ensimmäinen ryhmä on kuluttajatutkimuksen mukaan *vakiintunut*: perinteisiin ja kotimaahan luottava, luultavasti maaseudulla asuva ja keski-ikäinen tai keski-iän ylittänyt kuluttaja. Tällaiselle kuluttajalle on tärkeää tietää, että ruokaostoksilla käytetty raha menee mahdollisimman suurena osuutena alkutuottajalle. Kotimaisen tuotannon arki ja olosuhteet tunnetaan ja sitä halutaan tukea. Luonnonlaidunliha muistuttaa lapsuudesta, kun maaseudulla näki enemmän laiduntavia eläimiä. Tämän ryhmän edustaja arvostaa sitä, että eläimestä käytetään mahdollisimman iso osuus eikä hukata mitään, vaan keitetään luistakin lientä.

Toinen ryhmä on *näkemyksellinen*: etiikkaan ja periaatteisiin ostopäätöksensä perustava kuluttaja. Tämän ryhmän edustajalle ei välttämättä ole tärkeää tietää tasan millä tilalla tuote on tuotettu, mutta sertifikaatti lupaa sen, että tuote on kokonaisvaltaisesti ottanut huomioon sekä ympäristön että eläinten hyvinvoinnin. Tähän ryhmään kuuluva on todennäköisesti kaupunkilainen ja 31–40-vuotias. Hänellä on jo todennäköisemmin maksukykyä kuin tätä nuoremmilla, periaatteellisilla mutta taloudellisesti heikommassa elämäntilanteessa olevilla kuluttajilla.

Taulukko 6. Luonnonlaidunlihan potentiaaliset kuluttajaryhmät

Iskulause	”Kuin mummolan lehmät”	”Vähemmän mutta parempaa”	”Mausta sen erottaa”
Asiasanat	Kotimaisuus; lähiruoka; tuttu tuottaja; perinnemaisema; maisemanhoito	Eläinten hyvinvointi; luonnon monimuotoisuus; eettisyys	Laatu; maku; lihakarja; ravintoarvot
Kohderyhmät	Maaseudulla asuvat; yli 40-vuotiaat	Kaupunkilaiset; 31–40-vuotiaat	-
Kuluttajaryhmä (Lotti, 2008)	Vakiintunut: painopisteinä arki ja järjestys	Näkemyksellinen: painopisteinä vastuullisuus ja periaatteet	Nopealiikkeinen: painopisteinä elämykset ja nautinto

Kolmas ryhmä on *nopealiikkeinen*: tämä kuluttaja arvostaa laadukasta tuotetta ja haluaa hankkia elämyksiä ja nautintoa myös kotioloissa. Koska kyselyn eri vastausvaihtoehdoissa keskityttiin lihan tuotantotapoihin ja ympäristöjalanjälkeen, ei laadusta ja mausta saatu selville samanlaisia vastaajaryhmiä kuin vastuullisuuden ja kotimaisuuden suosijoista. Maku ja laatu nousivatkin esille erityisesti avoimissa vastauksissa. Voidaan kuitenkin olettaa, että tämä ryhmä koostuu erityisesti keski-ikäisistä ja maksukykyisistä kuluttajista. Tässä ryhmässä saatetaan tuntea tuotantoa enemmän laadun näkökulmasta, kuten mistä karjarodusta tulee minkälaista marmoroitumisastetta lihaan. Yksi laatutekijöistä luonnonlaidunlihan

sertifikaatissa on maku ja lihan laadun erottuminen eläimen hitaan kasvun ja sen syömän monipuolisen ravinnon ansiosta. Luonnonlaitumilla laiduntaa kuitenkin sekä eri eläinlajeja että -rotuja, joiden liha eroaa toisistaan suuresti. Lihan laatu ei tässä mielessä ole se kaikista keskeisin tai yhtenäinen nimittävä tekijä luonnonlaidunliha-brändin alla, mutta se voi olla erottumisen mahdollistava tekijä varsinkin tilakohtaisesti.

Kannattaa huomata, että yllä oleva jako on hyvin yleistävä, ja erilaisia kuluttajia löytyy joka puolelta Suomea. Varsinkin suoramyyntiä jo tehneet tuottajat tuntevat todennäköisesti oman asiakaskuntansa toiveet ja arvot jo hyvin. Ryhmien kuvaukset voivat herättää silti toivottavasti uusia ajatuksia tuottajissa. Suoramyynnin lisäksi voisi olla ajankohtaista pohtia, miten luonnonlaidunlihaa saataisiin myös ruokakauppoihin, mihin monet kuluttajista sitä kaipaavat. Jos luonnonlaidunliha olisi yhtä kätevä ostos kuin luomujauheliha lähikaupassa, päätyisi se myös todennäköisesti maksukykyisten, laatu- ja ympäristötietoisten kuluttajien ostoskoriin. Kaupungistuminen on jatkuva trendi, ja tulevaisuudessa yhä isompi määrä kuluttajista tulee asumaan kaukana ruoan alkutuotannosta.

Markkinoinnissa ja brändin vastaanotossa on olemassa myös riskejä. Yhtiöpäisen positiivinen markkinointi voidaan nähdä epäilyttävänä. Mainonnan pitää olla rehellistä ja perustua faktoihin, että kriittisinkin kuluttaja hyväksyy sen. Tästä syystä nimenomaan puolueettomasti arvioitu sertifiointi on avain siihen, että brändi ja tuote on uskottava.

Toinen riski on se, että kyseessä on erityistuote, niin sanottu ”*niche nichen* sisällä”: ei vain ”grass fed”, vaan nimenomaan luonnonlaitumilla laiduntaneen eläimen lihaa (Tanhuanpää ym., 2019, s. 14). Luonnonlaidunlihan erottaminen tavanomaisesta voi olla hankalaa sellaiselle kuluttajalle, jolle ruoantuotanto ei ole tuttua. Monilla mielikuva luonnonlaidunlihasta on yhtä kuin luomu. Luonnonlaidunlihan ei kuitenkaan tarvitse olla luomusertifioitua. Tämän on opinnäytetyön tekijä huomannut oman tilan suoramyynnissä: luomu ajatellaan pitkälti eläinten hyvinvoinnin ja vapaan liikkumisen, eikä rehun valmistuksessa käytettävien lannoitteiden tai torjunta-aineiden kautta. Jos eläin laiduntaa, se mielletään luomueläimeksi. Luonnonlaidunliha herättää mielikuvia luonnollisuudesta ja luonnonmukaisuudesta, josta ymmärrettävästi tulee mieleen luomu.

Jotkut kuluttajat eivät tiedä ollenkaan, syökö suomalainen nauta soijaa vai nurmea, ja mitä nurmi itse asiassa edes on. Toisaalta kuluttajan mielikuva voi olla, että luonnonlaidunliha

tulee eläimestä, joka on koko elämänsä syönyt vain ja ainoastaan luonnonlaitumilta saatavaa rehua. Talviruokinta perustuu kuitenkin pelloilta kerättävään rehuun. Kuten edellä jo todettiin, yhä useampi tulee etäännyttämään ruoan alkuperästä. Kuluttajan tiedon lisääminen on sekä hänen itsensä että ruoan tuottajan, mutta myös laajemmin yhteiskunnan tehtävä: erityisesti koululla ja medialla on vastuu siitä, että kuluttajat tietävät, mistä ruoka tulee. Tässä kannattaa kuitenkin tuottajien olla aktiivisia, koska he osaavat kertoa parhaiten siitä, miten tuotanto tapahtuu ja miten he ottavat huomioon kuluttajien arvostamat asiat omassa työssään.

8 Johtopäätökset ja pohdinta

Tämän työn tarkoitus oli selvittää, miten kuluttajat suhtautuvat luonnonlaidunlihaan ja mitä he olisivat siitä mahdollisesti valmiit maksamaan. Työn tavoitteena on tukea tuottajia luonnonlaidunlihan brändin kehittämisessä ja myynnin edistämässä. Kysely oli laaja, ja tarkoituksena olikin kerätä tietoa sekä opinnäytetyötä varten että mahdollisesti tilaajan myöhempään käyttöön. Tässä opinnäytetyössä ei siis analysoitu kyselyn jokaista osiota yhtä syvällisesti, vaan pyritään vastaamaan tutkimuskysymyksiin.

Tuloksissa ei ollut mitään kovin yllättävää. Alkutuotantoa tuntevana on silti tärkeää ja mielenkiintoista saada laaja-alaista tietoa siitä, millä tasolla kuluttajat tuntevat ja mieltävät ruoantuotannon. Ympäristöystävällisyys, kotimaisuus ja eettisyys ovat erityisiä luonnonlaidunlihan valtteja, joita kuluttajat myös arvostavat. Kyselyn vastaajien mielikuvissa luonnonlaidunlihasta toistui usein eläinten hyvinvointiin viittaavat kuvaukset. Tässä mielessä onkin osuvaa, että suosituksissa ja sertifikaatissa otetaan laaja-alaisesti kantaa eläinten terveyteen ja kasvatukseen, muutenkin kuin laiduntamiseen liittyen. Kuluttajat odottavat tällaiselta brändiltä kokonaisvaltaisuutta. Myös vähemmän tunnettuja puolia, esimerkiksi vaikutusta vesistöihin ja ilmastoon, kannattaisi tutkia enemmän ja (positiivisista) tutkimustuloksista myös viestiä kuluttajille ja teollisuudelle.

Keskeinen mietittävä kysymys on, miten kommunikoida luonnonlaidunlihan hyödyt kuluttajalle tarpeeksi yksinkertaisesti niin, ettei kuitenkaan jätä mitään oleellista pois? Miten kommunikoidaan selkeästi se, että jotkut tilat harjoittavat luonnonlaidunnusta ja seuraavat suosituksia luonnonlaidunlihan tuotantoon ja toiset myyvät sertifioitua luonnonlaidunlihaa?

Kyselyn perusteella hahmoteltiin mahdollisia asiakassegmenttejä, joille fokusoida erilaista markkinointia. Jos halutaan aidosti erottautua muista tuotantotavoista, pitää markkinoinnissa kertoa myös jotain erottavia tekijöitä, että ihmiset tietävät tuotantotapojen moninaisuudesta. Esimerkiksi kuinka moni Suomen naudoista laiduntaa luonnonlaitumilla, kuinka monta hehtaaria luonnonlaitumia on (havainnollistaen, esim. X jalkapallokenttää), mitkä kriteereissä ylittävät eläinsuojelulain vähimmäisvaatimukset, ja niin edelleen. Toisaalta kannattaa varoa liiallista vastakkainasettelua eri tuotantotapojen kesken tai oman kilven kiillottamista. Tulee vaatimaan taitavaa navigointia erottautuminen muista tuotantotavoista niin, että muita tuotantotapoja ei esitetä vaillinaisina tai huonoina, vaan ennemmin eri tuotantotavat voisivat täydentää toisiaan.

Analyysin perusteella voitaisiin harkita kahta rinnakkaista markkinointityyliä:

1) Simppeli

- a. Tärkeää visuaalisuus ja yhden tärkeimmän erottavan tekijän määrittely
- b. Kohderyhmänä ne kuluttajat, joille riittää sertifikaatti tietämättä sen taustatietoja ja ne, jotka eivät tunne ruoantuotantoa hyvin ja joille kannattaa selventää perusasiat

2) Nippeli

- a. Tärkeää tuotantotavan erottavien tekijöiden taustojen esittely ja faktalähteet
- b. Kohderyhmänä ne kriittiset kuluttajat, jotka tuntevat ruoantuotantoa ja osaavat erotella tuotantotapoja toisistaan ja ne, jotka ovat hyvin tarkkoja kuluttamiensa tuotteiden alkuperästä ja tuotannon läpinäkyvyydestä

Tämä opinnäytetyö on ollut tekijälle syväskellus aiheeseen, ja toivottavasti uutta tietoa tulee myös työn tilaajille ja muille lukijoille. Työn aiheesta kiinnostuneen kannattaa perehtyä lähteisiin, joista saa paljon yksityiskohtaisempaa ja kattavampaa tietoa luonnonlaidunnuksesta. Tutkimuksessa ei keskusteltu ollenkaan viennin mahdollisuuksista. Globaalisti Suomi on maa, jossa karjataloutta voidaan harjoittaa suhteellisen vähäpäästöisesti ja ympäristöystävällisesti. Viennin kasvattaminen lihatuotteissa on haaste, johon voisi kuvitella jonkun tulevaisuudessa tarttuvan. Myös luonnonlaidunten merkitys kotimaisen ruoantuotannon huoltovarmuudelle ja omavaraisuudelle on aihe, joka ansaitsisi lisää huomiota ja luonnonlaidunten käyttö osansa keskustelussa.

9 Lähdeluettelo

- Ala-Siurua, M. (10. kesäkuu 2022). Ensimmäinen maatila Suomessa sai luonnonlaidunlihalleen sertifikaatin – Kosken kartanon herefordit tekevät arvokasta ympäristötyötä. *Maaseudun Tulevaisuus*.
- Ala-Siurua, M. (28. tammikuu 2022). Harhaanjohtava logo sai kansan tuomion: Arla Ruotsin luomumaito on vuoden ruokahuijus. *Maaseudun Tulevaisuus*.
- Daley, C., Abbot, A., Doyle, P., Nader, G. & Larson, S. (9:10 2010). A review of fatty acid profiles and antioxidant content in grass-fed and grain-fed beef. *Nutrition Journal*.
- Haavisto, L. (15. lokakuu 2022). Kulutustutkija Terhi-Anna Wilska tietää, että vanha ajatusmalli, jonka mukaan poika tarvitsee ja tyttö kinuaa, elää edelleen. *Alueviesti*.
- Heikkonen, A. & Haukioja, H. (2022). *Eläinsuojelu luonnolaitumilla*. Aluehallintovirasto.
- Heinonen, V. & Raijas, A. (2005). Kuluttajaekonomia: kotitalous ja kulutus. Teoksessa Heinonen, V., Raijas, A., Hyvönen, K., Leskinen, J., Litmala, M., Pantzar, M., . . . Timonen, P. *Kuluttajaekonomia: kotitalous ja kulutus* (ss. 7–21). Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.
- Huuskonen, A., Uusi-Kämpä, J. & Laurila, M. (02 2022). Naudat hoitavat Perämeren rantoja. *Nauta*, ss. 40-42.
- Jamieson, A. (2012). *Pasture Beef – making business work for nature*. WWF.
- Kalliomäki, N. (2014). Opinnäytetyö. Luonnonlaidunlihan sertifiointiohjelman toteutus Suomessa — Aluetutkimus Länsi-Uudellamaalla. Yrkeshögskolan Novia.
- Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy. (2022). Noudettu osoitteesta Kielitoimiston sanakirja: <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/br%C3%A4ndi?searchMode=all>
- Kvantitatiivisen tutkimuksen verkkokäsikirja. (2021). *Sosiaalitutkimuksen sosiodemografiset taustamuuttajat: Tilastoluokitukset, tulot, kieli ja alueet*. Noudettu osoitteesta Tietoarkisto: https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/taustamuuttajat/tilastoluokitukset_tulot_kieli_alue/#kunta
- Lehto, J. (18. elokuu 2018). *Tilastokeskus*. Noudettu osoitteesta Lihasta luovutaan pikkuhiljaa – myös muualla kuin pääkaupunkiseudulla: <https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2018/lihasta-luovutaan-pikkuhiljaa-myos-muualla-kuin-paakaupunkiseudulla/>

- Lehtomaa, L., Ahonen, I., Hakamäki, H., Häggblom, M., Jutila, H., Järvinen, C., . . . Vuomajoki, M. (2018). Perinnebiotoopit. Teoksessa Kontula, T. & Raunio, A. *Suomen luontotyyppien uhanalaisuus 2018. Luontotyyppien punainen kirja – Osa 1: Tulokset ja arvioinnin perusteet* (ss. 225–256). Helsinki: Suomen ympäristökeskus & ympäristöministeriö. Suomen ympäristö 5/2018.
- Lotti, L. (2008). Massakuluttajasta markkinoiden valtiaaksi! - Markkinatutkimus luo kuvia kuluttajasta. Teoksessa Ahlqvist K., Raijas A., Perrels, A., Simpura J., & Uusitalo L., *Kulutuksen pitkä kaari* (ss. 373–396). Helsinki: Gaudeamus.
- Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf . (n.d.-a). *Terveisiä jäsenpäivästä*. Noudettu osoitteesta Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf : <https://luonnonlaidunlihantuottajat.fi/terveisia-jasenpaivasta/>
- Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf. (n.d.-b). *Liity*. Noudettu osoitteesta Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf: <https://luonnonlaidunlihantuottajat.fi/liity/>
- Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf. (n.d.-c). *Tietoa meistä*. Noudettu osoitteesta Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf: <https://luonnonlaidunlihantuottajat.fi/tietoa-meista/>
- Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf. (n.d.-d). *Luonnonlaidunpäivä*. Noudettu osoitteesta Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf: <https://luonnonlaidunlihantuottajat.fi/luonnonlaidunpaiva-18-6-22/>
- Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf. (n.d.-e). *Sertifiointi*. Noudettu osoitteesta Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf: <https://luonnonlaidunlihantuottajat.fi/sertifiointi/>
- Luonnonvarakeskus. (12. marraskuu 2021). *Enemmistö naudoista elää pihatoissa* . Noudettu osoitteesta Luonnonvarakeskus: <https://www.luke.fi/fi/uutiset/enemmistonaudoista-elaa-pihatoissa>
- Luonnonvarakeskus. (n.d.). *Elintarvikkeiden kulutus henkeä kohti muuttujina Vuosi ja Elintarvike*. Noudettu osoitteesta Luke Luonnonvarakeskus Tilastotietokanta: https://statdb.luke.fi/PXWeb/pxweb/fi/LUKE/LUKE__02%20Maatalous__08%20Muut__02%20Ravintotase/03_Elintarvikkeiden_kulutus_50.px/table/tableViewLayout2/

- Maa- ja metsätalousministeriö. (2022). *Vuotuinen täytäntöönpanokertomus. Manner-Suomen maaseudun kehittämissuunnitelma 2014-2020*. Maa- ja metsätalousministeriö.
- Matila, A. & Tolvanen, P. (2013). *Perinneympäristöjen hoito luonnonlaiduntamisella*. WWF.
- Mussaari, M. (1. 11. 2022). Laidunnuskäytäntöjen vaikutus luonnon monimuotoisuuteen. Naturbeteskött i Sverige Ideell förening. (2017). *Bli medlem*. Noudettu osoitteesta Naturbeteskött: <http://www.naturbete.se/bli-medlem/>
- Norring, M. (2014). Selvitys nautojen liikkumista rajoittavien pitomuotojen hyvinvointivaikutuksista. Teoksessa E. hyvinvointikeskus, *Selvitys nautojen parressa ja pihatossa pidon hyvinvointi- ja talousvaikutuksista* (ss. 9–18). Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Priha, M. (2003). *Perinnebiotooppien hoitokortti 1 - Laidunnus*. Suomen Ympäristökeskus, Maa- ja metsätalousministeriö.
- ProAgria Etelä-Suomi ry. (n.d.). Noudettu osoitteesta Laidunpankki: <https://laidunpankki.fi/>
- Ruokatieto. (14. marraskuu 2012). *Suomessa pohditaan kriteereitä luonnonlaidunlihalle*. Noudettu osoitteesta Ruokatieto: <https://www.ruokatieto.fi/uutiset/suomessa-pohditaan-kriteereita-luonnonlaidunlihalle>
- Ruokavirasto. (2022). *Ravistemus- ja ruokasuositukset. Aikuiset*. Noudettu osoitteesta Ruokavirasto: <https://www.ruokavirasto.fi/elintarvikkeet/terveytta-edistava-ruokavalio/ravistemus--ja-ruokasuositukset/aikuiset/>
- Sigill Kvalitetssystem AB. (2022). IP Cattle & Milk Sigill level certification. Tukholma, Ruotsi.
- Sigill Kvalitetssystem AB. (n.d.-a). *Om IP-standarden*. Noudettu osoitteesta Sigill: <https://www.sigill.se/om-ip-standarden/>
- Sigill Kvalitetssystem AB. (n.d.-b). *Om oss*. Noudettu osoitteesta Sigill: <https://www.sigill.se/om-oss/>
- Sigill Kvalitetssystem AB. (n.d.-c). *Tillval Naturbetskött*. Noudettu osoitteesta Sigill Kvalitetssystem AB: <https://www.sigill.se/omraden-och-regler/not-och-mjolk/tillval-naturbetskott/>
- Suomalaisen Työn Liitto. (25. marraskuu 2022). *Suomalaisten kulutusmuutokset -selvitys 2022*. Noudettu osoitteesta Suomalaisen Työn Liitto: <https://suomalainentyo.fi/2022/11/25/suomalaisten-kulutusmuutokset-selvitys-2022/>
- Tanhuanpää, J., Wiklund, P. & Benoit, M. (2019). *IDEAPAPERI Laidunperustainen karjatalous Suomen menestystekijäksi*. Luonnon- ja riistanhoitosäätiö.

WWF Suomi. (n.d.-a). *Ruuan ympäristövaikutukset*. Noudettu osoitteesta WWF:

<https://wwf.fi/ruoka/ruuan-ymparistovaikutukset/>

WWF Suomi. (n.d.-b). *Luonnonlaidunliha*. Noudettu osoitteesta WWF:

<https://wwf.fi/luonnonlaidunliha>

WWF Sverige. (n.d.). *Naturbetesmarker*. Noudettu osoitteesta WWF:

<https://www.wwf.se/mat-och-jordbruk/hallbart-jordbruk/naturbetesmarker/>

Ympäristöministeriö. (2022). *Kansallinen pölyttäjästrategia ja toimenpidesuunnitelma*.

Helsinki: Ympäristöministeriö.

Liite 1: Luonnonlaidunlihan suositukset

- **Suosituksien Luonnonlaidunlihan tuotannolle**

Suosituksien pohjana on WWF Suomen yhteistyössä sidosryhmien kanssa vuonna 2013 työstämät kriteerit luonnonlaidunlihan tuotannolle Suomessa. Luonnonlaidunlihalla tarkoitetaan lihaa, joka saadaan osan vuodesta vapaana luonnonlaitumilla laiduntavista eläimistä, kuten naudoista ja lampaista. Suositusten tavoitteena on lisätä uhanalaisia perinnebiotooppeja hoidon piiriin.

Kriteerit luonnonlaidunlihan tuotannolle Suomessa

1. Yleinen ympäristöjärjestelmä

- Tila, jonka eläimet ovat luonnonlaidunlihan tuotannossa, kuuluu maatalouden ympäristöjärjestelmään tai täyttää ympäristötuen vaatimukset muuten (esim. pienet tilat, pienet tuottajat, osuuskunnat tai yhdistykset).

2. Jäljitettävyys ja erotettavuus

- Tuotteessa on tilan nimi ja yhteystiedot (esim. osoite tai nettisivu).
- Tuotteessa on tuotteen nimi ja/tai logo.
- Vain tuotetta, jonka kaikki liha on sataprosenttisesti luonnonlaidunlihaa, saa myydä luonnonlaidunlihana.
- Tilalla pidetään laidunpäiväkirjaa kuvaamaan, millä laitumilla kukin eläin on ollut.

3. GMO ja jalostus

- GMO-kylvösiemeniä, istutusmateriaalia ja rehua ei saa käyttää.
- Belgian sinistä karjaa tai sen risteymiä ei saa pitää.
- Jalostusta tulee harjoittaa siten, että eläinten terveyttä suositaan ja poikimiskomplikaatioita minimoidaan.

4. Eläinten hyvinvointi

- Tuotanto täyttää täydentävien ehtojen ja eläinsuojelulain vaatimukset.
- Talvikasvatuksessa käytetään kuivikepohjaista kasvattamoa, makuuparsipihattoa tai ulkokasvatusta siihen soveltuvilla roduilla siten, ettei siitä aiheudu haittaa ympäristölle. Ritiäpohjaiset kasvattamot eivät ole sallittuja.
- Eläin kasvatetaan siten, että se ei ole kytkettynä muuten kuin tarpeen vaatiessa toimenpiteitä tehtäessä.
- Laidunnuspaineen tulee olla sopiva sekä perinnebiotoopin lajikirjon turvaamiseksi että laiduneläimen hyvinvoinnin ja kasvun takaamiseksi.

5. Rehu ja ruokinta

- Vuositasolla 100 % rehusta kotimaista (poikkeusoloissa rehun tuonti mahdollista, esimerkiksi erityisen kuivina kesinä).
- Laidunkauden ulkopuolella vähintään 70 % rehun kuiva-aineesta tulee olla karkearehua. Karkearehuksi lasketaan säilörehu, heinä, olki, vihantarehu, viljasäilörehu, juurikasmassa (ei juurekset ja peruna).
- Rehun ja sen raaka-aineiden alkuperä ja muut tiedot tulee kirjata ylös ja säilyttää vähintään viisi vuotta.

6. Luonnonlaitumet

- Luonnonlaitumella tarkoitetaan tässä seuraavia alueita:

Perinnebiotoopit:

- niityt ja kedot
- lehdesniityt
- hakamaat
- metsälaitumet
- nummet

Muut näissä kriteereissä luonnonlaitumiksi luettavat alueet:

- Natura-alue tai muu luonnonsuojelualue (muu kuin pelto silloin kun laiduntamisesta ei ole haittaa alueelle)
- pellon metsäsaareke
- Pellon ja metsän, pellon ja vesiuoman sekä pellon ja tien väliset reunavyöhykkeet
- muinaisjäännöskohde (silloin kun laiduntamisesta ei aiheudu haittaa kohteelle)
- uhanalaisen lajin elinympäristö ELY-keskuksen rajauspäätöksen mukaisesti silloin kun laiduntamisesta ei aiheudu haittaa
- suojavyöhykesopimuslohkot ja yli 5 vuotta lannoittamatta olleet pellot (korkeintaan puolet luonnonlaidunalasta saa olla näitä)
- peltojen suojakaistat ja pientareet
- peltojen ulkopuolella olevat kosteikkojen ja vesistöjen rannat, ruovikot ja kaislikot ym.
- metsät
 - Yli puolet luonnonlaidunlihan tuotannossa olevien eläimien laitumista tulee olla luonnonlaitumia.
 - Eläimen tulee laiduntaa luonnonlaitumilla vähintään puolet laidunkauden pituudesta. Suomessa on kolme eri laidunkauden pituutta tukialueiden mukaisesti (AB -alue 4 kuukautta, C -alueella 2-3 kuukautta).
 - Eläimen tulee laiduntaa luonnonlaitumilla kaikki laidunkaudet syntymästään alkaen. Poikkeuksena ovat sonnit, joiden on oltava luonnonlaidunnuksessa vähintään ensimmäisen laidunkautensa ajan. Tämän jälkeen sonnit voidaan pitää sisällä korkeintaan yhden laidunkauden ajan kuitenkin siten, että niillä on luomuvaatimusten mukainen jaloittelumahdollisuus. Loppukasvatuksen pitää tapahtua luonnonlaidunlihaa tuottavalla tilalla. Luonnonlaidunlihaa tuottavalle tilalle ostettujen tai lainattujen eläinten kohdalla, voidaan sen ensimmäisen laidunkauden

vaatimuksesta poiketa, mikäli se tulee seuraavat laidunkautensa laiduntamaan luonnonlaitumilla.

- Korkeintaan puolet tilan luonnonlaidunalasta saa olla peltomaalla (suojavyöhykkeet sekä suojakaistat ja pientareet ja yli 5 vuotta lannoittamattomina ja muokkaamattomina olleet pellot)
- Vuoden 2004 jälkeen uudisraivattuja peltoja ei voi laskea luonnonlaitumiksi. Tällä tarkoitetaan peltolohkorekisterissä olevia varsinaisia peltoja. Umpeenkasvaneita luonnonlaitumia voidaan kuitenkin ennallistaa luonnonlaitumiksi uudelleen.
- Luonnonlaitumilla tulee noudattaa ympäristösopimuksen ehtoja.
- Vesistöihin rajautuvilla luonnonlaitumilla laiduntamisesta ei saa aiheutua merkittävää vesiensuojelullista haittaa.

Kriteerit päivitetty 6.4.2021

(Luonnonlaidunlihan tuottajat ry - Naturbeteskött producenterna rf, 2022)

Liite 2: Kyselyn saatekirje

Hei,

Teen kuluttajatutkimuksen Luonnonlaidunlihan tuottajat ry:lle opinnäytetyönä osana agrologin opintojani Mustialassa, Hämeen ammattikorkeakoulussa. Tutkimuksen aineisto kerätään anonyymillä verkkokyselyllä. Olisi hienoa, jos voisitte jakaa linkkiä kyselyyn omissa tiedotuskanavissanne (henkilökohtaiset tai yrityksen sosiaalinen media, asiakaslistat, jne.), jos se vain tuntuu sopivalta kyseiselle kanavalle.

Tutkimuksessa kerätään tietoa kuluttajista, kuten miten he suhtautuvat luonnonlaidunlihaan ja mitä olisivat siitä valmis maksamaan. Työn tavoitteena on antaa yhdistykselle ja tuottajille tarkempaa tietoa kulutustottumuksista ja -mieltymyksistä ja tämän tiedon pohjalta kehittää luonnonlaidunlihan markkinointia ja kohdennusta. Valmis työ siis toivottavasti hyödyttää kaikkia yhdistyksen jäseniä. Tästä syystä olisi hienoa, jos voisitte jakaa linkkiä kyselyyn, että saisimme mahdollisimman kattavasti vastauksia.

Tässä on esittelyteksti, jota voisitte käyttää saatekseenä kyselyä jakaessa:

”Luonnonlaidunlihan tuottajat ry on tilannut opinnäytetyön kuluttajien näkemyksistä luonnonlaidunlihasta. Tutkimuksen aineisto kerätään anonyymillä verkkokyselyllä. Vastaaminen kestää 5-10 minuuttia. Vastauksesi on hyödyllinen, vaikka käsite olisi sinulle uusi.

Linkki kyselyyn: <https://link.webropol.com/s/luonnonlaidunliha-kysely>”

Kysely on auki ke 27.9. asti.

Ystävällisin terveisin,

Iiris Herlin

iiris.herlin@student.hamk.fi

Kuluttajatutkimus luonnonlaidunlihasta

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Tässä tutkimuksessa selvitetään kuluttajien suhtautumista luonnonlaidunlihaan. Vastauksesi on hyödyllinen, vaikka käsite olisi sinulle ennestään tuntematon. Taustatietoina kerätään myös tietoa muusta ostokäyttäytymisestä sekä lihankulutuksesta. Kyselyyn vastaaminen vie 5-10 min. Kysely on auki 30.8.-27.9.2022

Kysely on osa opinnäytetyötä jonka on tilannut Luonnonlaidunlihan tuottajat ry. Kysely toteutetaan anonymisti. Henkilötiedoista kysytään seuraavia: ikä, asuinmaakunta ja perhekunta. Saat opinnäytetyön tietosuojailmoituksen auki kopioimalla alla olevan osoitteen ja avaamalla sen uudella välilehdellä:

https://hameenamk-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/iiris1802_student_hamk_fi/ESfg4kbbkonFCmCVtGFpXx1cBiujxJzmOALedOalErAKOw?e=szeqlA

Jos täytät kyselyä mobiililaitteella, laite kannattaa kääntää sivuttain. Kysymykset voivat näkyä siten selkeämmin.

Kulutus

Lämmittelyksi on muutamia väitteitä ja kysymyksiä ruoan kulutuksesta yleisesti.

1. Olen kiinnostunut syömäni ruoan tuotantotavoista ja ympäristöjalanjäljestä *

En

Kyllä

2. Kiinnitän huomiota elintarvikkeiden sertifikaatteihin, esimerkiksi luomumerkintään, Hyvää Suomesta -merkkiin tai Reilun Kaupan sertifikaattiin. *

- En koskaan
- Satunnaisesti
- Vain joissain tuotteissa tai tuoteryhmissä (voit halutessasi kertoa, missä) _____
- Aina

3. Olen valmis maksamaan enemmän tuotteesta, jonka tuotantotapa on sertifioitu ja jäljitettävissä. *

- En
- Mieluusti, mutta riippuu tuotteesta ja hinnasta (voit halutessasi kertoa, missä) _____
- Aina

4. Oletko samaa mieltä näiden väitteiden kanssa? "Voin vaikuttaa ruokaostovalinnoillani..."

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En osaa sanoa	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
... eläinten hyvinvointiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... luonnon monimuotoisuuteen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... ilmastonmuutokseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... alkutuottajan asemaan ja/ tai tuloihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... vesistöjen puhtauteen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lihankulutus

Tällä ja seuraavalla sivulla on kysymyksiä lihan kulutuksesta.

5. Syön punaista lihaa... *

- Päivittäin
- Useammin kuin kerran viikossa
- Kerran viikossa tai harvemmin
- Kerran kuukaudessa tai harvemmin

6. Viimeisen vuoden aikana olen syönyt punaista lihaa... *

- Enemmän kuin ennen
- Yhtä paljon kuin ennenkin
- Vähemmän kuin ennen
- En osaa sanoa

7. Mitkä tekijät ovat vaikuttaneet punaisen lihan kulutuksesi vähentämiseen? Voit valita useita vaihtoehtoja.

- Lihan hinta
- Lihantuotannon eettisyys
- Lihantuotannon hiilijalanjälki
- Lihantuotannon vesijalanjälki
- Lihantuotannon muut ympäristövaikutukset
- Terveydelliset syyt
- Muu, mikä: _____

8. Kun ostan punaista lihaa, ostopäätökseeni vaikuttavat seuraavat asiat:

1 = Ei 2 = 3 = En 4 = 5 =

	vaikuta	Vaikuttaa jonkin verran	osaa sanoa	Vaikuttaa paljon	Vaikuttaa erittäin paljon
Luomumerkki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tuttu brändi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kotimaisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eettisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu, mikä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Haluatko kertoa enemmän ostoperusteistasi? Voit kirjoittaa tähän vastauskenttään.

10. Haluan tietää, missä ja miten syömäni liha on tuotettu. *

Kyllä

En

11. Mistä mieluiten löytäisit tietoa lihan tuotantotavoista ja ympäristöjalanjäljestä? Voit valita useita vaihtoehtoja. *

Tuotepakkausten yhteydestä

Ruokakauppojen tiedotuksesta, esimerkiksi julisteissa

Suoraan tuottajalta, esimerkiksi maatilan nettisivuilta

Ravintolassa

Televisiosta tai lehdistä

Sosiaalisesta mediasta

Muualta, mistä: _____

En kaipaa lisää tietoa

Luonnonlaidunliha

Seuraavilla sivuilla on kysymyksiä varsinaisesta tutkimusaiheesta, eli luonnonlaidunlihasta. Kysymyksen nro 13 vastaukset ohjaavat eri jatkokysymyksiin.

12. Mitä mielikuvia termi "luonnonlaidunliha" herättää? Voit esimerkiksi listata asiasanoja tai kirjoittaa pidemmänkin kuvauksen. *

Luonnonlaidunliha on lihaa, joka saadaan osan vuodesta luonnonlaitumilla laiduntavista eläimistä, kuten nautoista ja lampaista. Luonnonlaidun on pellon viljelyalueen ulkopuolinen alue, kuten niitty tai metsälaidun. Osa luonnonlaitumista on perinnebiotooppeja, eli alueita, joita perinteinen maatalous on muokannut ja jonka lajisto on laidunnuksen vähentyessä tullut uhanalaiseksi. Luonnonlaidunliha on yksi harvoista lihan tuotantotavoista, joka edistää luonnon monimuotoisuutta.

13. Valitse alla olevilta riveiltä 1–5 sen mukaan, kumpi kuvaus sopii paremmin mielikuvaasi luonnonlaidunlihasta. *

	1	2	3	4	5	
Haitallinen ympäristölle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ympäristöystävällinen
Epäterveellinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Terveellinen
Eläimen lajinmukaista toimintaa rajoittava tuotantotapa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Eläimen lajinmukaista toimintaa tukeva tuotantotapa

	1	2	3	4	5	
Haitallinen ilmastolle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hyväksi ilmastolle
Epäeettinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Eettinen
Teollinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Luonnonmukainen
Saastuttaa vesistöjä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hyväksi vesistöille
Vähentää luonnon monimuotoisuutta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Edistää luonnon monimuotoisuutta

14. Oletko koskaan ostanut luonnonlaidunlihaa? *

- Kyllä
- En
- En ole varma

15. Mistä olet ostanut luonnonlaidunlihaa? Voit valita useita vaihtoehtoja.

- Ruokakaupasta
- Torilta
- Kauppahallista
- Suoraan tilalta
- Tapahtumista, esim. lähiruokamarkkinoilta
- REKO-lähiruokapiiristä
- Verkkokaupasta
- Muualta, mistä: _____

16. Mitkä tekijät vaikuttivat ostopäätökseen? Voit valita useita vaihtoehtoja.

- Uhanalaisten luontotyyppien suojeleminen

- Eläinten hyvinvointi ja lajityypillisen käyttäytymisen mahdollistaminen
- Hinta
- Mahdollisuus ostaa suoraan tuottajalta
- Lähiuotannon tukeminen
- Lihan laatu ja/ tai maku
- Joku suositteli
- Muu, mikä _____

17. Oletko kuullut luonnonlaidunlihasta ennen tämän kyselyn täyttämistä?

- Kyllä
- En

18. Mistä olet kuullut luonnonlaidunlihasta? Voit valita useita vaihtoehtoja.

- Uutisista
- Sosiaalisesta mediasta
- Mainoksista
- Tutulta
- Kaupasta tai ravintolasta
- Muualta, mistä _____

19. Olisitko kiinnostunut ostamaan luonnonlaidunlihaa?

- Kyllä
- En

20. Olisitko valmis maksamaan luonnonlaidunlihasta enemmän kuin

tavanomaisesti tuotetusta lihasta? *

Kyllä

En

21. Mistä toivoisit voivasi ostaa luonnonlaidunlihaa? Voit valita useita vaihtoehtoja. *

Ruokakaupasta

Torilta

Kauppahallista

Suoraan tilalta

Tapahtumista, esim. lähiruokamarkkinoilta

REKO-lähiruokapiiristä

Verkkokaupasta

Muualta, mistä: _____

En ole kiinnostunut luonnonlaidunlihasta

22. Tavanomaisesti tuotettu naudan jauheliha maksoi 9.8.2022 ruokakaupassa 12,75 €/kg ja luomunaudan jauheliha 18,50€/kg. Kuinka paljon voisit maksaa luonnonlaidunlihasta? *

Alle 10 €/kg

10–12,90 €/kg

13–15,90 €/kg

16–18,90 €/kg

19–21,90 €/kg

22–24,90 €/kg

Yli 25 €/kg

23. Väite: lihan hinnassa pitäisi huomioida sekä sen aiheuttamat haitat

että hyödyt ympäristölle ja ilmastolle. *

- Samaa mieltä
- Eri mieltä
- En osaa sanoa

Vastaajan perustiedot

Lopuksi kysytään vielä vähän taustatietoja.

24. Asuinpaikka *

- 1. Uusimaa
- 2. Varsinais-Suomi
- 3. Satakunta
- 4. Kantaa-Häme
- 5. Pirkanmaa
- 6. Päijät-Häme
- 7. Kymenlaakso
- 8. Etelä-Karjala
- 9. Etelä-Savo
- 10. Pohjois-Savo
- 11. Pohjois-Karjala
- 12. Keski-Suomi
- 13. Etelä-Pohjanmaa
- 14. Pohjanmaa
- 15. Keski-Pohjanmaa
- 16. Pohjois-Pohjanmaa
- 17. Kainuu
- 18. Lappi

19. Ahvenanmaa

20. Muu

25. Millaisella alueella asut? Voit valita monta vaihtoehtoa, jos se kuvaa parhaiten tilannettasi. *

Suuren kaupungin keskustassa

Suuren kaupungin lähiössä tai esikaupunkialueella

Muussa kaupungissa

Kylässä tai taajamassa maaseudulla

Haja-asutusalueella maaseudulla

26. Ikä *

19 v. tai alle

20-30 v.

31-40 v.

41-50 v.

51-60 v.

61-70 v.

Yli 71 v.

27. Millainen ruokakunta kotonasi on? Voit valita monta vaihtoehtoa, jos se kuvaa parhaiten tilannettasi. *

Asun yksin tai kämppiksenä, vastaan omasta ruokataloudestani

Asun lasten kanssa

Asun aikuisten kanssa

Asun aikuisten ja lasten kanssa