

Kestävän ruokavalion edistäminen lounasruokailussa

Ilmastoalintamerkintä testissä

Minna Kaljonen, Jari Lyytimäki



SUOMEN YMPÄRISTÖKESKUKSEN
RAPORTTEJA 5 / 2016

Kestävän ruokavalion edistäminen lounasruokailussa

Ilmastovalintamerkintä testissä

Minna Kaljonen, Jari Lyytimäki

SUOMEN YMPÄRISTÖKESKUS

SUOMEN YMPÄRISTÖKESKUKSEN RAPORTTEJA 5 | 2016
Suomen ympäristökeskus

Taitto: Jari Lyytimäki, Ritva Koskinen
Kannen ja raportin sisäsivujen kuvat: Minna Kaljonen

Julkaisu on saatavana vain internetistä: www.syke.fi/julkaisut | helda.helsinki.fi/syke

ISBN 978-952-11-4554-4 (PDF)
ISSN 1796-1726 (verkkojulk.)

Kirjoittajat: Minna Kaljonen, Jari Lyytimäki

Julkaisija ja kustantaja: Suomen ympäristökeskus (SYKE)
PL 140, 00251 Helsinki, puh. 0295 251 000, syke.fi
Julkaisuvuosi: 2016



TIIVISTELMÄ

Kestävän ruokavalion edistäminen lounasruokailussa: Ilmastovalintamerkintä testissä

Ruokavaliota ja ruokailutottumuksia muuttamalla voidaan vaikuttaa merkittävästi ruoan tuotannosta ja kulutuksesta aiheutuviin ympäristövaikutuksiin. Tässä selvityksessä tarkastelemme ilmastovalintamerkin soveltuvuutta ruoan ympäristövaikutuksista viestimiseen ja ruokavalintojen ohjaamiseen lounasruokailussa. Tarkastelemme miten ilmastovalinnan käyttöönotto Suomen ympäristökeskuksen (SYKE) henkilöstöravintolassa on vaikuttanut ruokailijoiden lounasvalintoihin sekä ravintolakeittiön toimintaan vuoden aikana. Lähtöoletuksemme on, että aiemmat tottumukset ja rutiinit ohjaavat vahvasti lounasruokailua. Tarkastelemme miten ilmastovalintamerkintä tiedollisen ohjauksen muotona voi vaikuttaa tällaiseen rutinoituneeseen toimintaan. Selvityksen pohjalta arvioimme merkinnän toimivuutta ja tunnistamme keskeisiä kehittämiskohteita.

Asiakaskyselystä ja ryhmähaastatteluista saatujen tulosten mukaan ilmastovalinnan käyttöönotto on saanut aikaan joitakin positiivisia muutoksia. Se on nostanut ruoan ympäristö- ja ilmastovaikutukset keskusteluun sekä lisännyt merkin kriteerit täyttävien annosten määrää henkilöstöravintolan lounastarjonnassa. Merkintä on kuitenkin vain harvoin tärkein lounasvalintaa ohjaava tekijä. Asiakkaiden merkintään kiinnittämä huomio on jopa heikentynyt ajan myötä. Sekavaksi koettu ja osin huomaamaton viestintä ovat vahvistaneet tätä ilmiötä. Ilman viestinnällisiä väliintuloja ja herätteitä ilmastovalintamerkintä katoaa muun ravintolassa olevan informaation sekaan.

Asiakaskyselyn mukaan SYKEN henkilöstöravintolassa on kasvispainotteisen ruokavalion noudattajia enemmän kuin Suomen väestössä keskimäärin. Kyselyn tulosten mukaan kasvisruokavaliota noudattavat ja ympäristöystävällisyyttä ruokavaliossaan painottavat asiakkaat huomioivat ilmastovalintamerkin muita aktiivisemmin. He kuitenkin näkivät kasviruokareseptien ja monipuolisuuden kehittämisen tärkeämpänä kuin merkinnän sinänsä. Keittiön henkilökunnan mukaan ilmastovalintamerkin välivaiheeseen kehitetyt tiukat raaka-ainepohjaiset kriteerit kuitenkin rajoittavat monipuolisen kasvisruoan kehittämistä.

Selvityksen tulokset korostavat aistinvaraisen arvioinnin merkitystä kasvien käytön edistämisessä. Ilmastoystävällisten ruokien valinnasta on tehtävä helppoa ja viesti ilmastovalinnasta on vietävä konkreettisesti linjastolle, lämpimien ruokien ääreen. Lisäksi on panostettava kasvisruokien herkullisuuteen. Merkin kriteerejä on kehitettävä, jotta kasvien monipuolinen käyttö olisi mahdollista. Parhaimmillaan ilmastovalintamerkintä voi kannustaa ravintoloita kasvisruokareseptien kehittämiseen ja luovuuteen, ja asiakkaita hyödyntämään merkin välittämää tietoa ilmastoystävällisestä ruoanlaitosta myös kotona.

Asiasanat: ilmastovaikutukset, ruoka, ruokavaliot, kulutus, työpaikkaruokailu, ympäristömerkintä

SAMMANDRAG

Befrämjande av en hållbar diet i lunchrestaurangen: Märkning av klimatval i försök

En förändrad diet och förändrade kostvanor har hög potential till att förändra den miljöpåverkan som uppstår vid produktion och konsumtion av livsmedel. I denna utredning granskar vi klimatvalsmärkningens lämplighet som verktyg för att upplysning om miljöpåverkan och som styrmedel vid val av lunch. Vi granskar hur ibruktage av klimatvalet i personalrestaurangen på Finlands miljöcentral (SYKE) har påverkat lunchgästernas måltidsval samt restaurangkökets verksamhet under året. Vi utgår ifrån att tidigare vanor och rutiner starkt påverkar lunchvalet. Vi granskar hur klimatvalsmärkning, som en form av styrning genom information, kan påverka denna typ av vanemässig aktivitet. På basen av utredningen bedömer vi klimatvalsmärkningens användbarhet och identifierar centrala områden för utveckling.

På basen av kundenkäten och gruppintervjuernas kan vi dra slutsatsen att ibruktage av klimatvalsmärkning har resulterat i vissa positiva förändringar. Klimatvalsmärkning har bidragit till att kostens miljö- och klimatpåverkan har tagits upp till diskussion och också medfört att andelen matportioner som uppfyller märkningens kriterier i personalrestaurangens lunchutbud har ökat. Trots detta är märkning ändå sällan den avgörande faktorn vid valet av lunch. Den uppmärksamhet som kunderna riktar mot märkning har t.o.m. avtagit med tiden. Information som upplevs som dels förbryllande och dels knappt märkbar har förstärkt detta fenomen. Utan kommunikativ intervention och stimulans drunknar klimatvalsmärkning i restaurangens informationsflöde.

Enligt kundenkäten har SYKE:s personalrestaurang en större andel besökare som håller en diet som övervägande är baserad på grönsaker än vad som är fallet för Finlands befolkning i övrigt. De kunder som har en vegetarisk kostföring, och även de som lägger vikt vid miljövänlighet i sin diet i övrigt, uppmärksammar klimatvalsmärkning aktivare än övriga kunder. Dessa kunder upplever ändå utvecklandet av de vegetariska recepten och mångsidigheten som viktigare än märkning i sig. Enligt kökets personal så begränsar de strikta kriterier för råvarorna, som märkning medför, utvecklandet av en mångsidig vegetarisk kost.

I resultaten av denna studie betonar vi betydelsen av den sensoriska bedömningen för att befrämja och integrera klimatvänlig mat som en del av det dagliga födointaget. Det skall vara lätt att välja den klimatsmarta maten, budskapet om klimatvalet skall konkret nå fram till matkön och finnas strax intill de varma rätterna. Dessutom bör man lägga vikt vid att de vegetariska rätterna är tilltalande. Kriterier för märkning bör utvecklas så att det är möjligt att använda grönsaker mångsidigt. Ett idealutfall är då klimatvalsmärket uppmuntrar restaurangerna till kreativitet och till att utveckla de vegetariska recepten och tillika inspirera kunden till att, även i hemmets matlagning, använda den kunskap om klimatsmart föda klimatmärkning förmedlar.

Nyckelord: dieter, klimatpåverkan, konsumtion, personalbispisning, mat, miljömärkning

ABSTRACT

Promoting sustainable diets through lunch catering: An experiment with climate choice labelling

Changes in diets are needed for reaching climate policy targets. In this report, we examine the potentials of climate choice labelling for guiding food choices and providing information about climate friendly food in lunch canteens. We study how customers of the lunch canteen at the Finnish Environment Institute (SYKE) take labelling into account when making their choices and how the label affected the service and supply of lunch at the restaurant over a one year period. Our assumption is that eating lunch is strongly guided by routines and habits. We examine how label design, which is based on information supply and the guidance of individual lunch choices, can alter eating habits. On the basis of the results we make recommendations for the further development of the label and for the promotion of sustainable diets, more generally.

In the SYKE lunch canteen, the use of the climate choice label induced some positive changes. Amongst the customers, it prompted discussion on climate friendly food and ingredients. It also increased the amount of climate friendly lunch portions consumed. However, according to our results, the label only seldom guided lunch choices directly and attention given to the label decreased over time. Customers made their lunch choices based on the food; evaluating its taste, texture and appearance. Without any additional interventions or visible campaigns, the label easily disappears amongst all the other food related information in the restaurant.

According to our study, the portion of vegetarians and pescatarians in SYKE is greater than the average in Finland. The results show, that these customers also placed more emphasis on the climate choice label when considering their lunch choice. Moreover, they stressed the importance of taste in making the climate or vegetarian choice more appealing. In this respect, the kitchen personnel saw the strict ingredient-based criteria of the climate choice label an obstacle to the development of diverse climate and vegetarian meals.

Our results highlight the importance of taste and sensory evaluation in promoting and mainstreaming climate friendly eating. Customers should be nudged towards the easy choice of climate friendly food through the design of appropriate choice environments. The information on the label should be displayed unambiguously beside the dish. The taste of vegetarian meals, however, cannot be overlooked. The criteria of the climate choice label should be developed so that it allows for the development of diverse and manifold recipes. On the one hand, at its best, the label can encourage restaurants to create and develop new and diverse recipes for climate friendly eating. On the other hand, customers should be able to use this information and experience in their cooking at home. Such an experimental mindset is necessary for learning new ways of using significantly greater amounts of vegetables in our diets.

Keywords: climatic effects, consumption, diets, eco-labeling, food, lunch catering

ESIPUHE

Julkinen ruokailu on avain kokonaisvaltaiseen muutokseen yksilön ruokailukäytännöissä. Työpaikoilla, mutta myös kouluissa, päiväkodeissa ja ystävien parissa nautitut ateriat heijastuvat kokonaisvaltaiseen suhtautumiseemme ja mieltymykseemme ruokaan.

Suomen ympäristökeskus (SYKE) nosti ruoan tuotannosta ja kulutuksesta veteen ja muuhun luontoon kohdistuvien haittavaikutuksien vähentämisen yhdeksi tavoitteekseen kestävä kehityksen yhteiskuntasitoumuksessaan. SYKE toteuttaa sitoumustaan tukemalla työpaikkaruokalaa tarjoilun suunnittelussa sekä ohjaamalla henkilöstöä ruokavalinnoissaan. Tämä raportti syntyi osana sitoumusta.

Ruokatottumusten muuttaminen on vaikea asia, kuten kaikki laihduttamista kokeilleet tietävät. Ilmastomuutosten hillinnässä ruokavalion muuttaminen on kuitenkin yksi keskeisimmistä tekijöistä liikumista ja asumista koskevien muutosten lisäksi. Ilmastopoliittisissa linjauksissa korostetaan lihan- syönnin vähentämistä ja kasvissyönnin lisäämistä.

Vaikuttavimpien muutoskeinojen löytämiseksi tarvitaan tutkimusta. Tämä raportti tuo uutta tietoa ilmasto- ja valintamerkin vaikuttavuudesta työpaikkaruokalan arjessa ja pohdintaa siitä, mitkä keinot voivat olla vaikuttavia kun pyritään muuttamaan julkisissa paikoissa ruokailevien valintoja enemmän kasviksi sisältäviksi.

Raportin päätulos on, että vaikka tieto eri annosten ilmastoystävällisyydestä koetaan tärkeäksi, merkki harvoin suoraan ohjaa ruokavalintoja. Merkki auttoi niitä, jotka jo ennestään kiinnittävät huomiota ruokansa ympäristöystävällisyyteen. Sitä vastoin ne, jotka eivät olleet herkkiä ruokansa ympäristövaikutusten suhteen, eivät innostuneet ilmasto- ja valintamerkin myötä muuttamaan tottumuksiaan.

Tarvitaan siis muita keinoja. Raportin tulosten perusteella esimerkiksi se, miten kasvisruoat sijoitetaan ruokalinjalla voi ohjata ruokailijoita ateriavalinnoissa. Kysymys on kuitenkin monimutkainen, kuten tutkimuksessa käy ilmi: valintaan vaikuttaa aina paitsi ympäristöystävällisyys, myös herkullisuus ja monipuolisuus. Tulokset rohkaisevat miettimään uusia reseptejä, esillepanoja ja kuvailuja, jotka aktivoisivat ruokailijoita näkemään, haistamaan ja maistamaan myös uutta.

Osana yhteiskuntasitoumusta SYKE päätti jakaa tietoa ja ymmärrystä tehdyistä toimenpiteistä, mutta myös haastaa eri organisaatioita kehittämään kestävä ruokailua ja ruokahankintoja. Olkoon tämä raportti innostuksen lähde kaikille julkisia ruokailuja järjestävillä tahoilla oppimaan tuloksistamme ja kokeilemaan, ideoimaan ja toteuttamaan jotain uutta kestävä kehityksen edistämiseksi.

Eeva Furman

Professori

Suomen ympäristökeskuksen ympäristöpolitiikkakeskuksen johtaja

SISÄLLYS

Tiivistelmä	3
Sammandrag	4
Abstract	5
Esipuhe	7
Sisällys	9
1 Johdanto	11
2 Ilmastovalintamerkintä	12
3 Aineisto ja menetelmät	14
3.1 Asiakaskysely	14
3.2 Fokusryhmäkeskustelut	15
4 Tulosten tarkastelu	17
4.1 Ilmastovalintamerkin vaikutus asiakkaiden lounasvalintoihin	17
4.1.1 Viesti sekoittuu ja häviää	17
4.1.2 Merkinnän kriteerit hämmentävät	20
4.1.3 Ilmastovalinta ja kasvissyönti	21
4.2 Ilmastovalinta osana ravintolan ruokalistojen suunnittelua	26
5 Kehittämiskohteita	29
6 Johtopäätökset	30
Lähteet	31
Liite 1. Kyselylomake ravintola-asiakkaille ilmastovalinta-merkinnästä	33
Liite 2. Fokusryhmäkeskustelun teemarunko (Ravintolan asiakkaat)	35
Liite 3. Fokusryhmähaastattelun runko (Ravintolan henkilökunta)	36

1 Johdanto

Ruokailu kuuluu asumisen ja liikkumisen ohella eniten ympäristövaikutuksia aiheuttaviin arkielämän kulutuksen muotoihin. Ympäristöpolitiikassa päähuomio on perinteisesti ollut tuotannosta aiheutuvien ympäristövaikutusten sääntelyssä. Yhä oleellisempaa on kuitenkin tarkastella myös sitä, miten kestävää ruoan kulutusta voidaan edistää. Suomalaisessa ruokakulttuurissa työpaikkojen lounasruokailu on yksi tärkeä vaikuttamisen paikka.

Ruokavaliota ja ruokailutottumuksia muuttamalla voidaan vaikuttaa merkittävästi ruoan tuotannosta ja kulutuksesta aiheutuviin ympäristövaikutuksiin. Näin painotetaan yhä useammissa ruoka-, ympäristö-, ja ilmastopoliittisissa ohjelmissa (MMM 2014; UNFCCC 2015; VRN 2014; YM 2012; ks. myös Lang 2014). Joidenkin arvioiden mukaan ruokavaliomuutoksilla voidaan saada aikaan jopa 50 % vähemmän ruoan kulutuksesta aiheutuvista ilmastopäästöistä (Hallström ym. 2015; vrt. Nissinen ym. 2015). Keskeistä tällöin on nimenomaan kasvien lisääminen ruokavaliossa siten, että lihan käyttö vähenee merkittävästi (McMichael ym. 2007).

Kasvisruokavalioiden noudattaminen on ollut pitkään suosittua tietyn melko pienen ja valikoituneen kuluttajajoukon parissa (Vinnari ym. 2009). Tietoisuus lihantuotannon ympäristövaikutuksista ja ruokavaliomuutosten tärkeydestä on kuitenkin kasvanut myös laajemmin kuluttajajoukon parissa (de Bakker & Dagevos 2012). Tutkijat peräänkuuluttavatkin enemmän huomioita niihin keinoihin ja mekanismeihin, joilla kasvien käyttöä voidaan lisätä ja valtavirtaistaa laajemmin. Suomessa työpaikkojen lounasruokailulla on vahva sija ihmisten päivittäisessä syömisessä (Prättälä ym. 2000; Raulio 2011). Koulu- ja työpaikkaruokailu on myös perinteinen terveys- ja ravitsemusvalistuksen kohde (VRN 2008). Joukkoruokailun avulla on edistetty merkittävästi terveellisiä ruokailutottumuksia. Tutkimuksissa on esimerkiksi osoitettu, että työpaikkaruokaloissa lounastavat henkilöt syövät keskimääräistä useammin kalaa ja kasviksia (Raulio ym. 2010).

Tässä selvityksessä tarkastelemme ilmastovalintamerkin soveltuvuutta ruoan ympäristövaikutuksista viestimiseen ja ruokavalintojen ohjaamiseen lounasruokailussa. Luonnonvarakeskus (Luke, entinen MTT) on kehittänyt ilmastovalintamerkin perustuvan konseptin yhdessä lounasravintoloiden kanssa (Roininen ym. 2014; Pulkkinen ym. 2015). Parhaimmillaan ilmastovalintamerkin käyttöönotto voi auttaa vähentämään ruoan tuotannosta ja kulutuksesta aiheutuvia ilmastovaikutuksia vaikuttamalla sekä ravintolan että kuluttajien toimintaan (ks. myös Spaargaren ym. 2013). Se voi auttaa ravintoloita suunnittelemaan ilmastoystävällisiä lounaita ja lisäämään niiden tarjontaa valikoimassaan. Kuluttajia merkki ohjaa valitsemaan ilmastoystävällisen vaihtoehdon päivän tarjonnasta, mutta se voi myös auttaa viestimään ilmastoystävällisestä ruoasta laajemmin.

Tässä selvityksessä tarkastelemme miten ilmastovalintamerkin käyttöönotto Suomen ympäristökeskuksen (SYKE) henkilöstöravintolassa on vaikuttanut ruokailijoiden lounasvalintaan sekä keittiön reseptisuunnitteluun vuoden aikana. Lähtöoletuksemme on, että aiemmat tottumukset ja rutiinit ohjaavat vahvasti lounasruokailua (Welch & Warde 2015; Niva ym. 2014). Tarkastelemme miten ilmastovalintamerkin tiedollisen ohjauksen muotona voi vaikuttaa vahvasti rutinoituneeseen toimintaan. Selvityksen pohjalta arvioimme merkinnän toimivuutta ja tunnistamme keskeisiä kehittämiskohteita. Noin vuoden ajanjaksolla tapahtuneiden muutosten tarkastelu tuottaa lisätietoa ilmastovalintamerkin kehittämiseen. Merkin kehitysvaiheessa sen vastaanottoa ja käyttöä tutkittiin yhden viikon kestoisten pilottien avulla (Roininen ym. 2014; Pulkkinen ym. 2015).

2 Ilmastovalintamerkintä

Ilmastovalintamerkinnän tarkoituksena on kannustaa ympäristöasioiden huomiointiin ravintola-ruokailussa ja vähentää ruoan ilmastovaikutuksia. Merkintä on vapaaehtoinen ja ravintolan itsensä hallinnoima. Se annetaan ruoka-annoksille, jotka täyttävät merkille asetetut kriteerit.

Ilmastovalintamerkintä otettiin käyttöön Suomen ympäristökeskuksen (SYKE) henkilöstöravintolassa helmikuussa 2015. Käyttöönottoa motivoi SYKEN kestävä kehityksen yhteiskuntasitoutus, jonka mukaan SYKE on sitoutunut vähentämään ruoan hankinnasta aiheutuvia haitallisia ympäristövaikutuksia sekä tukemaan henkilöstöruokalasta vastaavaa Amicaa tarjoilun ja toiminnan suunnittelussa tarjoamalla asiantuntemustaan ja tutkimustietoa.¹ Amica-ravintoloiden toiminnasta vastaava Fazer Food Services oli ollut mukana ilmastovalintamerkinnän kehittämisessä. Ilmastovalinnan käyttöönotto SYKEN henkilöstöravintolassa oli siten luonteva lähtökohta sitoumuksen toteuttamiseen. Tavoitteena oli, että merkin käyttöönoton pitkän aikavälin seuranta toisi lisätietoa myös ravintolan omaan kehittämistyöhön. SYKEN henkilöstöravintolan lisäksi Unicafe on ottanut ilmastovalintamerkin käyttöön opiskelijaruokaloissaan vuonna 2015.²

SYKEN henkilöstöruokalassa käytössä olevassa ilmastovalintamerkissä ilmastovaikutukset on huomioitu raaka-ainepohjaisesti, eikä tarkkaa reseptien tai yksittäisten ruokien ilmastovaikutuksiin perustuvaa laskentaa ole tehty (Roininen ym. 2014, 24-27). Ilmastovalintakonseptin kehittäjät loivat raaka-ainepohjaisen kriteeristön merkin välivaiheeseen, jotta ravintolat pääsevät kokeilemaan merkkiä mahdollisimman vaivattomasti ja nopeasti. Merkin pääkriteerinä on vähintään neljänneksen päästövähennys vastaavan tavanomaisen ruoka-annoksen aiheuttamaan kasvihuonekaasujen päästömäärään verrattuna. Sallittujen raaka-aineiden lista on varsin tiukka:

“Hankkeessa tehdyn yksinkertaistetun aterioiden ilmastovai-
kutusarvioinnin kokemusten ja MTT:n aikaisempien tausta-
aineistojen perusteella hankkeessa arvioitiin että vähintään 25
prosentin päästövähennys pääruuan, sen mahdollisen lisäkkeen ja
salaatin osalta saavutetaan todennäköisesti, jos ne koostetaan
käyttäen vain tiettyjä vähäpäästöisiä kasviksia ja kaloja sekä joi-
takin vähärasvaisia maitotuotteita.” (Roininen ym. 2014, 26.)

Lähes kaikki eläinperäiset raaka-aineet ovat kiellettyjä. Mai-
totuotteiden osalta sallittuja raaka-aineita ovat vain rasvattomat
maidot ja jogurtit. Ruoat joissa on käytetty kananmunaa, voita tai

kermaa eivät voi saada ilmastovalintamerkintää. Ilmastovaikutusten lisäksi merkin kriteereissä on huomioitu ravitsemuskriteerit (STM 2010)³ sekä kalakantojen kestävyys WWF:n Kalaoppaan⁴ mukaisesti.




¹ http://www.syke.fi/fi-fi/syke_info/Yhteiskuntasitoumukset [11.12.2015]

² <http://www.hyvravintolat.fi/ilmastovalinnat-osaksi-unicafeiden-lounastarjontaa/> [11.12.2015]

³ Ilmastovalintakonseptin kehittämisen jälkeen ravitsemussuositukset on uusittu. Uusissa ravitsemussuosituksissa kehoitetaan vielä vahvemmin lisäämään kasvisten määrää ruokavaliossa sekä pienentämään punaisen lihan käyttöä ja suosimaan sesongin mukaisia raaka-aineita (VRN 2014).

⁴ <https://wwf.fi/kalaopas/> [11.12.2015]

SYKEN henkilöstöravintolassa ilmastovalintamerkin saanut lounasvaihtoehto on merkitty pääsääntöisesti -merkillä linjaston alkupäässä olevaan ruokalistaan. Muissa ruokalassa olevissa ruokalistoisissa merkintä on ollut esillä vaihtelevasti tai ei lainkaan. Verkkosivuilla olevassa ruokalistassa merkintää ei ole. Tämän lisäksi ruokapöydissä ja linjastoilla on ollut esillä pöytäkolmioita, joissa kerrotaan ilmastovalintamerkistä yleisesti. (Kuva 1.)



Valitse viisaasti - valitse ilmastoystävällinen vaihtoehto

Hyviä uutisia!
Ravintolassamme on nyt mahdollisuus syödä entistä ilmastoystävällisemmin.

Ilmastoalintamerkin saavat ne ruoat, joiden ilmasto vaikutus on 25% keskiarvoa pienempi. Merkityissä ruokalajeissa on huomioitu myös ravitsemus ja kalakantojen kestävyys.

Seuraa Ilmastoalintamerkkiä lounaslistaltamme, ja nauti herkullisesta ruoasta ja fiksumista valinnoista!



Ilmastoystävällisten ruokien ilmasto vaikutus on 25 % keskiarvoa pienempi

Torstai

	€	Vieras hinta
 Sinappisalakoiha (*, A, G, L)	6,10	9,50
 Keitettyjä perunoita (*, G, L, M)		
Perinteistä hernekeittoa (A, G, L, M)	6,10	6,60
Hienonnettua sipulia (G, L, M, Veg)		
 Ratatouillea (*, A, G, L, M, Veg, VS)	5,05	9,50
 Couscous (A, L, M, Veg)		
 Kasvis-hernekeittoa (*, A, G, L, M, Veg)	4,65	5,50
 Salaatti luomufosta (*, A, G, L, M, Veg)	5,05	
Pannukakkua (A, L)	1,25	
Vaniljakermavaahtoa (A, G, L)		
Mansikkahilloa (G, L, M)		

AMICA

Hyvää ruokahalua!

Amica-ravintola
Suomen ympäristökeskus
Mieskivallat 34 A
00200 Helsinki
09-54 80 21 22

tyy@amica.fi
VL = Vähäkalorinen L = Laktoositon G = Gluteeniton M = Maidoton * = Voi hyvin
A = Sisältää allergeneita Veg = Vegaaniruoka VS = Sisältää luonetta väkösipulua

Kuva 1. Ilmastoalintamerkinnästä kertova pöytäkolmio (vasemmalla) sekä ilmastoalintamerkintä ruokalistassa (oikealla).

3 Aineisto ja menetelmät

Selvitimme ilmastovalintamerkin käyttöönottoa asiakaskyselyn, asiakkaiden ja keittiön henkilökunnan haastattelujen, omakohtaisten havaintojen sekä ravintolassa myytyjen annosmäärien seurannan avulla. Aineistonkeruu suunniteltiin yhdessä ravintolan työntekijöiden ja ilmastovalintakonseptin kehittäneiden tutkijoiden (LUKE) kanssa. Heillä on ollut myös mahdollisuus kommentoida selvityksen tuloksia tulkinnan eri vaiheissa.

3.1 Asiakaskysely

Teimme asiakaskyselyn 23–24.2.2015, jolloin merkki oli ollut käytössä muutamia viikkoja. Kysely toteutettiin paperilomakkeella (Liite 1). Kyselyn tavoitteena oli saada yleiskuva siitä, miten lounasravintolan asiakkaat olivat huomioineet uuden merkin ja miten se oli vaikuttanut heidän lounasvalintoihinsa. Asiakkailta oli myös mahdollisuus kertoa yleisemmin ilmastovalintamerkin herättämistä ajatuksista ja omiin lounasvalintoihinsa vaikuttavista seikoista. Yhteensä 40 % vastaajista jätti vapaamuotoisia kommentteja kyselylomakkeeseen. Taustatietoina kysyimme vastaajan ikää, sukupuolta, ruokavaliota ja työsuhdetta Suomen ympäristökeskukseen.

Kyselyyn vastasi 170 henkilöä. Vastauksista valtaosa (n=162) saatiin kyselyn ensimmäisenä päivänä, jolloin jaoinme vastauslomakkeita henkilökohtaisesti ravintolaan saapuville asiakkaille. Lomakkeita jaettiin tunnin ajan lounasajan alussa noin klo. 11:00–12:00. Lomakkeita oli lisäksi ravintolan pöydillä saatavilla ravintolan sulkeutumiseen asti. Kyselyn jälkimmäisenä päivänä lomakkeet jätettiin ravintolan pöydille vapaasti täytettäväksi. Kyselystä oli kerrottu aiemmin SYKEn intranetissä 30.1.2015 ilmastovalinnan käyttöönottoa koskevan yleisen tiedotteen yhteydessä. Kumpanakin kyselypäivänä vastaajat täyttivät lomakkeen ruokailun yhteydessä ja palauttivat täytetyt lomakkeet ravintolassa olleeseen palautelaitikkoon.

Ensimmäisenä kyselypäivänä 23.2.2015 ilmastolounaana oli ”seitifileetä piparjuurikastikkeessa” ja seuraavana päivänä 24.2.2015 ”kasviksia inkiväärikastikkeessa”. Ensimmäisenä päivänä ilmastolounasta myytiin 73 kpl (26 % 286:sta annoksesta) ja toisena päivänä 29 kpl (10 % 303:sta annoksesta).

Ensimmäisen päivän lounaiden kokonaismäärän (286 kpl) perusteella laskettu vastaajien osuus kaikista ruokailijoista oli 59,4 %. Vastausprosentti on siten kohtuullinen. Valtaosa vastaajista (91,8 %) oli SYKEn työntekijöitä. Kaikista vastaajista hieman yli puolet oli naisia (56,5 %). Noin kolmannes (33,5 %) vastaajista oli 30–40-vuotiaita, hieman alle kolmannes (30,6 %) yli 50-vuotiaita ja miltei viidennes 41–50 -vuotiaita. Alle 30-vuotiaita oli kymmenen prosenttia vastaajista. (Taulukko 1.)

Kolme neljäsosaa (75,9 %) kaikista vastaajista ilmoitti noudattavansa sekaruokavaliota (Taulukko 2). Kasvisruokavaliota noudattajia oli hieman yli kymmenesosa (11,8 %) ja vegaaneja 1,2 % vastaajista. Kyselyn vastausten esittelyssä tarkastelemme kasvis- ja vegaanista ruokavaliota noudattavia yhtenä ryhmänä (12,9 %, n=22). Vaihtoehdon ”muu ruokavaliota” valitsi alle kymmenesosa (7,6 %) vastaajista. Useat vastaajat ilmaisivat tässä kohden pyrkivänsä vähentämään lihan kulutusta tai noudattavansa pääsääntöisesti kala- ja kasvispainotteista ruokavaliota. Tämän lisäksi pieni joukko vastaajia ilmoitti noudattavansa erityisruokavaliota allergioista tai yliherkkyyksistä johtuen (esim. laktoositon tai gluteeniton ruokavaliota).

Taulukko 1. Vastaajien jakautuminen sukupuolen ja iän mukaan

		Ikä					Yhteensä	
		alle 30	30–40	41–50	yli 50	Ei vastausta		
Suku- puoli	Nainen	Määrä	11	33	19	32	1	96
		Osuus	6,5 %	19,4 %	11,2 %	18,8 %	0,6 %	56,5 %
	Mies	Määrä	6	23	21	19	2	71
		Osuus	3,5 %	13,5 %	12,4 %	11,2 %	1,2 %	41,8 %
	Ei vastausta	Määrä	0	1	0	1	1	3
		Osuus	0,0 %	0,6 %	0,0 %	0,6 %	0,6 %	1,8 %
Yhteensä		Määrä	17	57	40	52	4	170
		Osuus	10,0 %	33,5 %	23,5 %	30,6 %	2,4 %	100,0 %

Taulukko 2. Vastaajien jakautuminen työpaikan ja ruokavalion mukaan

		Ruokavalio					Yhteensä	
		Liha ja kasvis	Kasvis	Vegaani	Muu	Ei vastausta		
Työ- paikka	Vierailijat	Määrä	7	1	1	1	0	10
		Osuus	4,1 %	0,6 %	0,6 %	0,6 %	0,0 %	5,9 %
	SYKEN työntekijät	Määrä	118	19	1	12	6	156
		Osuus	69,4 %	11,2 %	0,6 %	7,1 %	3,5 %	91,8 %
	Ei vastausta	Määrä	4	0	0	0	0	4
		Osuus	2,4 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	2,4 %
Yhteensä		Määrä	129	20	2	13	6	170
		Osuus	75,9 %	11,8 %	1,2 %	7,6 %	3,5 %	100,0 %

3.2 Fokusryhmäkeskustelut

Kahdeksan kuukautta merkin käyttöönoton jälkeen järjestimme kaksi fokusryhmäkeskustelua henkilöstöravintolan asiakkaille ja yhden ravintolan työntekijöille. Fokusryhmäkeskustelu on haastattelututkimuksen menetelmä, jossa hyödynnetään osallistujien välistä vuorovaikutusta ja pyritään virittämään monipuolista keskustelua valikoidusta aihepiiristä (Tadajewski 2015; Wilkinson 2004).

Asiakkaiden kanssa käytyjen keskusteluiden tavoitteena oli eritellä ilmastoalinnan käyttöönoton pitkän aikavälin vaikutuksia, pohtia miten se nivoutuu osaksi omia ruokailuun liittyviä käytänteitä sekä arvioida miten merkin käyttöä tulisi kehittää (Liite 2). Ryhmäkeskustelut järjestettiin 8-9.10.2015 lounasaikaan ja ne kestivät noin 1,5 tuntia. Ensimmäiseen keskusteluun osallistui haastattelijoiden lisäksi kahdeksan ja toiseen viisi henkilöstöravintolan asiakasta. Kaikki haastateltavat olivat SYKEN työntekijöitä. Ryhmiin osallistui kuusi miestä ja seitsemän naista. Ryhmiin valittiin osallistujia SYKEN eri henkilöstöryhmistä, ammatillisista taustoista ja ikäryhmistä. Osallistujat kutsuttiin ryhmähaastatteluun henkilökohtaisella sähköpostilla. SYKEN intranetissä oli myös avoin kutsu halukkaille. Henkilöstöravintola tarjosi osallistujille lounaan.

21.10.2015 järjestimme ryhmäkeskustelun henkilöstöravintolan ja sen toiminnasta vastaavan Fazer Food Servicen työntekijöille. Haastatteluun osallistui haastattelijoiden lisäksi viisi henkilöä, jotka olivat vastuussa henkilöstöravintolan toiminnasta, reseptisuunnittelusta tai ravitsemusasioista, ilmastoalinta-konseptista ja vastuullisuusstrategian toimeenpanosta Fazer Food Servicellä. Ryhmähaastattelun tavoitteena oli käydä läpi pitkän aikavälin muutoksia, joita ilmastoalintamerkinnän käyttöönotto oli tuonut ravintolan toimintaan sekä eritellä tarkemmin merkinnän kehittämiskohteita (Liite 3). Keskustelimme myös asiakkaiden antamasta palautteesta ja kokemuksista. Ryhmähaastattelua ennen olimme pyytäneet

kahdelta henkilöstöravintolan edustajalta palautetta helmikuussa tehdystä asiakaskyselystä. Tämä haastattelu järjestettiin 22.4. 2015.⁵ Haastatteluiden lisäksi SYKEN henkilöstöravintola keräsi tietoa vuoden aikana myydyistä annosmääristä ja ilmastolounaista.

Nauhoitimme ja litteroimme kaikki haastattelut ja keskustelut. Analyysi perustuu litteroidusta materiaalista esiin nousseiden keskeisten teemojen erittelyyn ja niiden keskinäisten suhteiden hahmottamiseen (Silverman 2004).

⁵ Ks. myös https://www.youtube.com/watch?v=GYiD_r4X23g [11.12.2015]

4 Tulosten tarkastelu

Kyselystä ja ryhmähaastatteluista saatujen tulosten mukaan ilmastoalintamerkintä on herättänyt keskustelua ruoan ilmastovaikutuksista, mutta se ohjaa vain harvoin suoraan asiakkaiden lounasvalintaa. Merkin huomiointi on jopa heikentynyt ajan myötä. Viesti sekoittuu ja häviää helposti. Kyselyn mukaan kasvisruokavaliota noudattavat ja ympäristöystävällisyyttä ruokavaliossaan painottavat asiakkaat huomioivat ilmastoalintamerkin muita aktiivisemmin. He korostivat sitä, että jos ilmastoystävällistä ruokailua halutaan edistää, kasvisruokareseptejä on kehitettävä edelleen. Keittiön henkilökunnan mukaan ilmastoalintamerkin välivaiheeseen kehitetyt tiukat raaka-ainepohjaiset kriteerit kuitenkin rajoittavat monipuolisen kasvisruoan kehittämistä.

4.1 Ilmastoalintamerkin vaikutus asiakkaiden lounasvalintoihin

4.1.1 Viesti sekoittuu ja häviää

Kyselyn ja ryhmähaastattelujen tulosten mukaan ilmastoalintamerkki ohjaa vain vähän asiakkaiden päivittäisiä lounasvalintoja. Pian merkin käyttöönoton jälkeen tehdyssä kyselyssä yli puolet (58 %) vastaajista ilmoitti, ettei ollut huomionnut merkkiä vastauspäivänä lounasta valitessaan (Kuva 2).



Kuva 2. Ilmastoalintamerkin huomiointi kyselypäivänä

Merkin suora vaikutus näyttää vähäiseltä myös pitemmällä aikavälillä. Kun kysyimme, miten usein vastaajat olivat valinneet ilmastomerkityn vaihtoehdon kuluneen kuun aikana, miltei joka kymmenes (9 %) ilmoitti, ettei ollut valinnut ilmastovaihtoehtoa kertaakaan. Vain 5 % vastaajista ilmoitti valinneensa

ilmastolounaan “lähes aina” tai “aina kun se on ollut mahdollista”. “Silloin tällöin” ilmastolounaan kertoi valinneensa 30 % ja “usein” 15 % vastaajista. Epätietoisten vastaajien osuus oli varsin suuri (38 %). Huomionarvoista on myös se, että naiset kertoivat valitsevansa ilmastomerkityn lounaan useammin kuin miehet (Kuva 3).



Kuva 3. Ilmastovalintamerkin huomiointi kuluneen kuun aikana sukupuolen mukaan

Ilmastovalintamerkin käyttöönotto SYKEn henkilöstöravintolassa herätti aluksi keskustelua asiakkaiden parissa. Asiakkaita puhututti mitkä ruoat saavat ilmastomerkin ja miksi. Huomioarvo kuitenkin laski ajan mittaan. Tämä tuli selkeästi ilmi ryhmähaastattelussa, jotka järjestettiin kahdeksan kuukautta merkin käyttöönoton jälkeen. Eräät keskustelijat totesivat merkin vaikuttaneen muutamia kertoja lounasvalintoihin silloin kun se oli uusi, mutta sittemmin merkin huomiointi oli satunnaisempaa tai siihen ei kiinnitetty lainkaan huomiota.

“Ilmastomerkki, silloin kun se tuli, silloin mä yritin aina kattoo niitä. Mut nyt, niin kuin säkin sanoit, niin se on jotenkin hukkunut sinne. Ja sit mä tänäänkin mietin, et onko se tämä vihreellä sutattu, et se ei oo niinku se merkki vaan se on jotain. Ne menee mulla suoraan sanottuna aika helposti ohi.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 1]


“En mä oikein usko, että ainakaan ton ilmastolounaan takia ois mitään muutosta ollut, se on enempi sitten siellä mielessä. Voi se jotenkin vaikuttaa, mutta kyllä se aika taka-alalla on. Enkä mä sitä tosiaan viime aikoina oo huomionu. Silloin kun se tuli, silloin sen huomasin ja silloin sitä ehkä mieltikin enemmän. Mutta nyt se on sitten jäänyt.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 2]

“Se niinku vaan sulautuu sinne sisustukseen jotenkin, että se ei shokeeraa. Sun olis melkein niinku pakko noteerata se jotenkin.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 1]

“Mä olin itse asiassa siinä käsityksessä, että täällä ei enää edes ole koko ilmastolounasasiaa ollenkaan huomioitu.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 2]

Joillekin ryhmäkeskusteluun osallistuneille oli jopa pieni yllätys, että ilmastovalintamerkki oli edelleen käytössä ravintolassa. Ilmastovalintamerkintään ja siihen liittyvään informaatioon turrutaan herkästi. Kun merkinnän uutuusarvo on hävinnyt, se sivuutetaan herkästi. Turtumisen riski kasvaa, jos informaatio esitetään aina saman muotoisena. Tällöin merkintä muuttuu osaksi ruokalan visuaalista ilmettä, jota ei välttämättä noteerata tietoisesti lounasvalintaa tehtäessä. Tätä osoittaa myös merkintää koskevien

kyselyiden vähentyminen. Henkilöstöravintolan työntekijän mukaan: *“Alussa kyseltiin enemmän, että mitä tää tarkoittaa ja selitettiin. Mutta ei enää, tai siis tänä päivänä, ei siellä kyllä kukaan enää kysele mitään.”*

Ryhmähaastatteluissa ja kyselylomakkeen vapaissa kommentteissa selkeimmin esiin noussut kritiikki ilmastoalintamerkintää kohtaan liittyi viestintään. Asiakkaat eivät löytäneet merkintää sieltä mistä he sitä etsivät tai merkinnän koettiin häviävän muun informaation sekaan. SYKEN henkilöstöravintolassa merkintä on ollut pääsääntöisesti merkittynä linjaston alussa olevaan ruokalistaan. Käytännössä merkintä on ollut -tarra, jolla on osoitettu ilmastoystävällinen ruoka-annos. Asiakaspalautteen jälkeen merkintä vietiin myös lämpimien ruokien päälle linjastossa olevaan ruokalistaan. Käytännön syistä sirkalehtitarran käyttö listoissa ei ole ollut täysin systemaattista: välillä ilmastovaihtoehto on osoitettu pelkästään värjäämällä kyseinen annos vihreällä tussilla listaan. Merkintä on myös verraten pieni ja huomaamaton.

Ryhmähaastatteluissa nousi esille miten asiakkaat käyttävät ruokalistoja eri tavoin lounasvalintaa tehdessään. Erikoisruokavalion noudattajista monet katsovat tiedot lounasvaihtoehdoista etukäteen ravintolan verkkosivuilta. Raaka-aineita koskevat lisätiedot ovat siellä hyvin saatavilla. Ilmastoalintamerkintää sieltä ei kuitenkaan löydy. Asiakkaat eivät myöskään aina tienneet mistä ruokalan listasta merkintä milloinkin löytyy. Erityisesti merkinnän alkuvaiheessa vaihtelevat käytännöt aiheuttivat sekaannusta.



Ilmastoalintamerkki sekoittuu ja hukkuu asiakkaiden mielessä herkästi myös muihin ruokalistoihin käytettyihin merkintöihin ja muuhun ruokalassa olevaan informaatioon. Ilmastoalinnan lisäksi listoissa on päivittäin käytössä seuraavat merkinnät: VL (Vähälaktoositon), L (Laktoositon), G (Gluteeniton), M (Maidoton), A (Sisältää Allergeenia), Veg (Vegaaniruoka), VS (Sisältää tuoretta valkosipulia), * (Voi hyvin). Nämä merkinnät ovat tuttuja

kohderyhmilleen ja ohjaavat monia erikoisruokavaliota noudattavia, mutta muille asiakkaille merkintöjen moninaisuus aiheuttaa sekaannusta. Kun merkintöjä on monia, niiden välittämä informaatio suljetaan kokonaan pois elleivät ne sisälle itselle riittävän tärkeää asiasisältöä (ks. myös Brécard 2014).

“Se merkki ei ole kauheasti vaikuttanut. Johtuen just siitä, että mä en oo ihan sisäistänyt, että mistä mä sen näen sen merkin. Että missä se informaatio on tarjolla. Kun mä en oikeesti kato tota versiota siitä ruokalistasta. Mä katon sitä mikä on siellä hyllyn päällä. Ja siinä ei sitä oo, ehkä se on siinäkin joskus ollut, mutta.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 2]

Tyypillisesti ravintolan asiakkaat tekevät lopullisen valintansa ruoasta vasta linjastolla lämpimien ruokien äärellä, kun vaihtoehtoja on mahdollista arvioida aistinvaraisesti. Tämä on myös paikka, johon sekä kyselyyn vastanneet että haastatteluihin osallistuneet kaipasivat lisää informaatiota ja näkyvämpää merkintää.

”Jos ilmastoystävällisyys olisi helposti havaittavissa kunkin ruokavalinnan kohdalla, tämä vaikuttaisi valintaan huomattavasti enemmän.” [Asiakaskysely, avoin vastaus]

”Laittakaa merkki myös lämpötiskille, muuten oikea laji unohtuu.” [Asiakaskysely, avoin vastaus]

“Jos se tulisi siinä varsinaisessa valintatilanteessa se informaatio, niin saattaa se olla, sitten kun on kahden vaiheilla, niin sitten ottaisikin sen ilmastojutun.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 2]

”En huomannut merkkiä ennen kuin tänään vaikka olen ollut töissä. Merkki olisi hyvä olla tiskinpäällä olevassa listassa. Katson valintani aina siitä.” [Asiakaskysely, avoin vastaus]

4.1.2 Merkinnän kriteerit hämmentävät

Asiakkaat mielsivät ilmastoalintamerkinnän nimenomaan ilmastovaikutusten kautta. Tätä tulkintaa tukevat sekä merkinnän nimi että visuaalinen ilme. Ravitsemuskriteerien sisällyttäminen merkin kriteereihin sekä tiukka kategorinen tulkinta käytettävistä raaka-aineista sekoittavat merkin välittämää viestiä merkittävästi. Ne johtivat välillä jopa arkijärjen vastaisiin merkintöihin, joiden logiikka ei avautunut ruokalistaa lukeville asiakkaille.

”Merkintä on tuntunut osittain sattumanvaraiselta” [Asiakaskysely, avoin vastaus]

”Sitä mä oonkin monta kertaa ihmetelly, et miks tää ei sit oo ilmastolounas, joku metsäsienikeitto.”
[Asiakaskysely, avoin vastaus]

Kyselyviikolla asiakkaat ihmettelivät miksi edellisellä viikolla tarjotut rukiiset silakat olivat saaneet ilmastoalintamerkin, mutta ”lempiruokaviikon” paistetut silakat eivät sitä saaneet. Tämän eron aiheutti ruoan valmistuksessa käytetty voi. Asiakkaat kaipasivat lisäperusteita ja tarkempaa tietoa merkin kriteereistä. Nyt tämä tarkempi informaatio on saatavilla vain ilmastolounas-hankkeen loppuraportista (Roininen ym. 2014), eikä sitä löydy ravintolasta tai Amican verkkosivuilta. Ruokalassa näkyvillä olleet pöytäkolmiot kertoivat kriteereistä vain yleisesti (ks. Kuva 1, kpl 2).

”Silloin etenkin kun se ilmastomerkintä tuli, niin käytiin paljon keskustelua siitä, kun kaikkien mielestä suurin puutos oli se, että ei ollut mitään manuaalia mistä ois voinut lukea, että millä perusteilla nyt on päädytty siihen, että tää nyt on ilmastoystävällistä. Ja sitten ois haluttu tietää, että mitä kaikkia asioita siinä nyt on oikeasti otettu huomioon. Kuinka syvältä sieltä ruoan tuotannosta ja maatalouden käytännöistä se on lähtenyt liikkeelle.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 2]

”Kyllä meilläkin silloin kun se ilmastomerkki oli uus, niin silloin just pohdittiin sitä, että miks joku ruoka ei ollukaan ilmastoruoka tai että sen pitäisi olla. Mutta en tiedä, meitä ei ehkä sillai jäänyt vaivaamaan se asia niin kuin ilmolaisia [Ilmastomuutoksen tutkimusohjelma]. Meille se oli vaan hyvä, että jäitiin miettiä sitä, että miksi joku ruoka ja miksi ei. Me päästiin siitä yli kyllä sitten.”
[Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 2]

Epäselvyyksistä huolimatta – ja osittain myös niistä johtuen – merkki sai asiakkaat pohtimaan mistä ja miten ruoan ilmastovaikutukset syntyvät.

”Kyllä sillä on varmasti vaikutusta sitten ihmisten ajatteluun, jossei nyt ihan suoranaisesti niin kyllä se aina jää jollain tonne takaraivoon kaiheartamaan.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 1]

”Niin kuin mä sanoin, se ei oo kyllä juurikaan ohjannut ruokavalintoja, mutta se on ollut kyllä hyvä siinä, että etenkin silloin alussa kun mä huomasin, että se merkki oli ilmestynyt joihinkin ruokalajeihin. Kyllä sitä miettii. Se on pistänyt miettimään myös muidenkin ruokien kohdalla, kun suuhunsa laittaa, että mistä tää on peräisin ja mitä kaikkee siihen tähän lautaselle saamiseen on tehty ja käytetty. -- -- nää tämmöset kaukaa tuodut kalat ja riistakaristykset ja muut, joita jostain Uudesta-Seelannista tänne rahdataan. Joka kerta sitä miettii siinä lautaselta suuhun mättäessään, että min-kälaisen lenkin tääkin on tehnyt“ [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 1]

”Tiedostin tekevänä ilmaston kannalta huonon valinnan ottaessani suosikkiruokaani kasvislasagnea” [Asiakaskysely, avoin vastaus]

Etenkin ryhmähaastatteluissa moni osallistuja kertoi, ja toivoi, että ilmastoalintamerkki voisi antaa vinkkejä myös omaan ruoanlaittoon kotona. Ilmastolounasmerkintä oli innostanut heitä esimerkiksi kokeilemaan ohraa riisin korvikkeena. Tällöin viestinnän merkitys kuitenkin korostuu entisestään.

“No kyl mä silleen oon kattonu ihan mielenkiinnosta just, että mitä siinä on tai mitä siinä ei ole, voisko sanoo, vähän vinkkiä omaankin ruoanlaittoon. -- -- esimerkiksi tällaset ohra ja vehnäryynien käyttö, et riisiä korvaavana.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 1]

[Haastattelija] *“Minkälainen sen merkin sitten pitäisi olla, että se auttaa siinä [ruoanlaitossa], että se siirtyy siitä muuallekin?”*

[Asiakas 1]: *”Voisko se olla niin, että se ilmastoruoka ois aina siinä samalla paikka ja siinä pleksissä ois selkee merkintä siitä. Että silloin ihmiset oppii, että oikei tässä kohtaa on tämä.”*

[Asiakas 2]: *”Ja mielellään ensimmäisenä siinä, eikä viimeisenä.”*

[Asiakas 3]: *”Mä mietin kanssa samaa, että jos se näkyis siinä suurin piirtein kauhau vieressä, että kun on ottamassa ruokaa, että tossa on nyt se ilmastovaihtoehto. Niin ainakin se tietoisuus siitä, vois siinä ottaessaan miettiä, etä mä otan nyt tätä toista, mutta tota vois tehdä vaikka joskus kotona, jos toi on jotenkin parempaa.” [Asiakkaat, fokusryhmäkeskustelu 2]*

4.1.3 Ilmastovalinta ja kasvissyönti

Kyselyn avoimista vastauksista erottui joukko kuluttajia, jotka näkivät, että ilmastovalintamerkki tukee heitä heidän omista ruokavalinnoissaan. Myös ryhmäkeskusteluissa osallistujat nostivat esille esimerkkejä, joissa merkki oli toiminut positiivisena herätteenä ilmastoystävällisille ruokavalinnoille.

”Olen iloinen, että löytyy ilmastoystävällisempiä ateriavaihtoehtoja. Pyrin itse vähentämään mm. lihan syömistä juuri ilmastoajattelun (ihan oikeesti!). Joten on kiva, jos on mahdollisuus valita lounaalla ateria, joka jo suunnitellusti ottaa ilmasto vaikutukset huomioon. Todella hienoa!”

[Asiakaskysely, avoin vastaus]

“Meillä oli yksi kohtuu iso teollisuuspamppu täällä yhdessä palaverissa. Ja ilman, että me otettiin tämä asia mitenkään puheeksi, niin hän oli käynyt syömässä tuossa alakerrassa ja intoili kauheasti, on nyt ilmeisesti saanut jonkun ympäristöherätyksen ja hirveesti haluaa laskea ja tietää omasta ilmasto vaikutuksistaan ja mitä voi tehdä. Ja hän oli nyt into pinkeenä, että teillä on nyt tää ilmastomerkki, että kyllä on hienoo, ja olipa helppoa.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 2]

Kyselyn mukaan kasvisruokavaliota noudattavat ja ympäristöystävällisyyttä ruokavaliossaan painottavat asiakkaat huomioivat ilmastovalintamerkin muita aktiivisemmin. Kasvisruokavaliota noudattavista 64 % oli huomionnut ilmastomerkityn vaihtoehdon vastauspäivänä. Sekaruokavaliota noudattavilla osuus jäi 40 %:iin. Kasvissyöjien kiinnostus ilmastomerkinä kohtaan näkyi myös kysyttäessä kuluneen kuukauden lounasvalinnoista (Kuva 4).

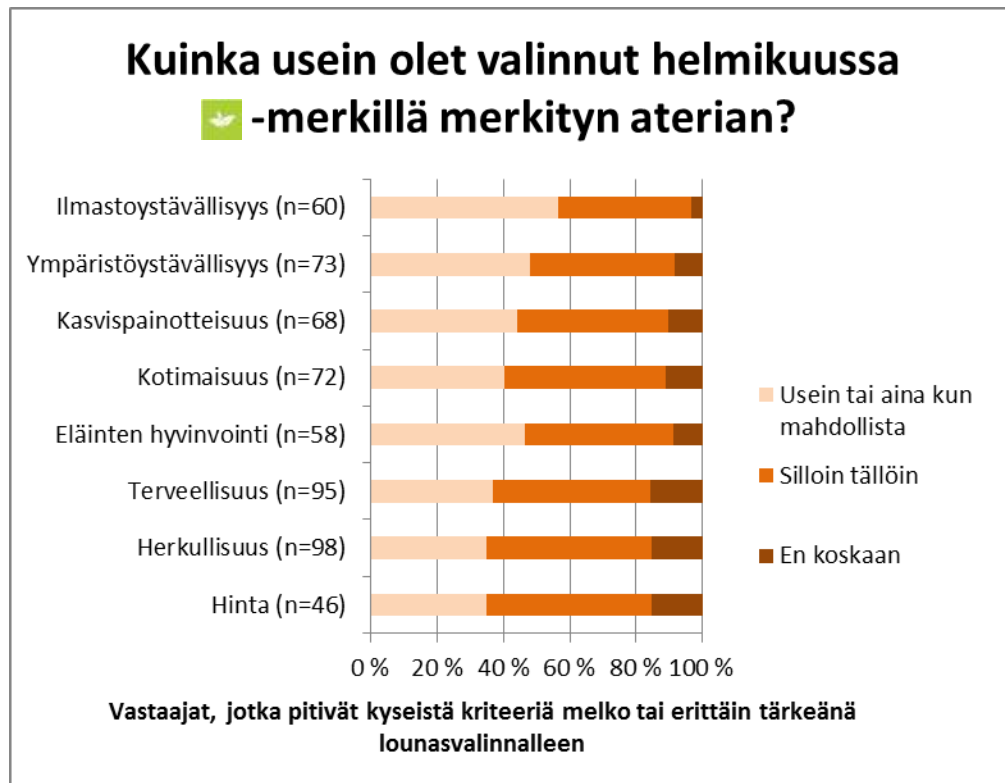
Kasvispainotteisuutta, ympäristöystävällisyyttä ja ilmastoystävällisyyttä erittäin tai melko tärkeänä lounaan valintakriteerinä pitäneistä noin puolet oli huomionnut merkin vastauspäivänä (Kuva 5). Terveellisyyttä tärkeänä pitävistä huomattavasti pienempi osuus (42 %) oli huomionnut merkin kyselypäivänä. Pääsääntöisesti sama painotus näkyi kulunutta kuukautta koskeneissa vastauksissa (Kuva 6). Esimerkiksi lounaan kasvispainotteisuutta erittäin tai melko tärkeänä pitäneistä vastaajista 60 % oli valinnut ilmastolounaan vähintään silloin tällöin. Kasvisruoan suosijista 7 % ilmoitti, ettei ollut valinnut ilmastolounasta lainkaan kuluneen kuukauden aikana.



Kuva 4. Ilmastoalintamerkin huomiointi seka- ja kasvisruokavaliota noudattavien keskuudessa kuluneen kuun aikana. (Puuttuvia vastauksia ja "en osaa sanoa"-vaihtoehdon valinnoita ei ole huomioitu osuuksia laskettaessa.)



Kuva 5. Ilmastoalintamerkin huomiointi kyselypäivänä eri tekijöitä lounasvalinnassaan painottavien keskuudessa. (Puuttuvia vastauksia ja "en osaa sanoa"-vaihtoehdon valinnoita ei ole huomioitu osuuksia laskettaessa.)



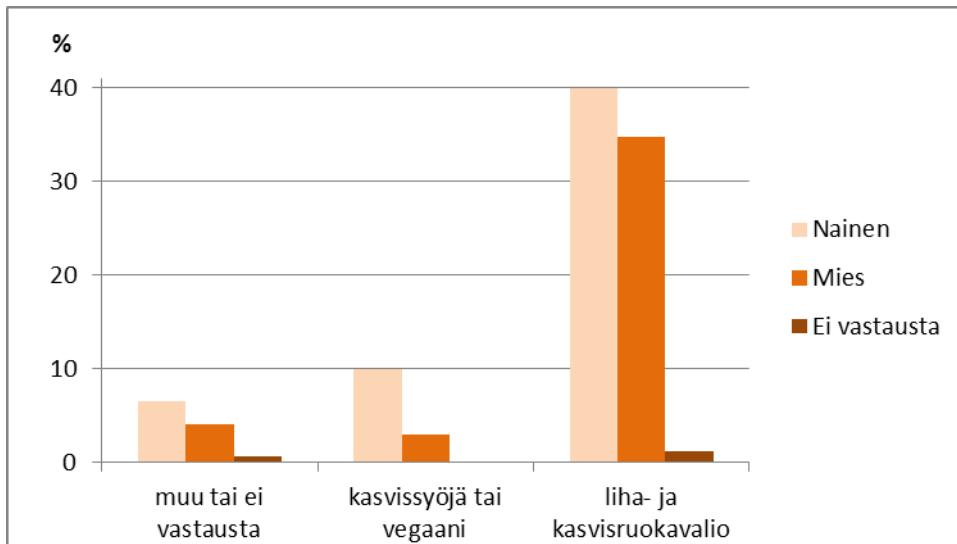
Kuva 6. Ilmastovalintamerkin huomiointi kyselyä edeltäneen kuukauden aikana eri tekijöitä lounasvalinnassaan painottavien keskuudessa. (Puuttuvia vastauksia ja "en osaa sanoa" -vaihtoehdon valintoja ei ole huomioitu osuuksia laskettaessa.)

Asiakaskyselyn mukaan SYKEN henkilöstössä on hieman enemmän kasvissyöjiä tai vegaaneja kuin Suomessa keskimäärin. Kyselyyn vastanneista 13 % ilmoitti noudattavansa kasvis- tai vegaaniruokavaliota (ks. kpl 3). Vuosien 1997–2002 tietoihin perustuvassa tutkimuksessa vastaavaksi kansallisen tason arvioksi saatiin 3,3 % (Vinnari ym. 2009). Kansallisen tutkimuksen mukaan kasvissyönti oli yleisintä nuorten eteläsuomalaisten naisten keskuudessa (emt. 483). SYKEN henkilöstössä naiset noudattavat useammin kasvisruokavaliota, sitä vastoin eri ikäluokkien välillä ei löytynyt merkittäviä eroja. Kyselyssä naisista 18 % ilmoitti noudattavansa kasvis- tai vegaaniruokavaliota, kun miehillä osuus oli 7 % (Kuva 7).

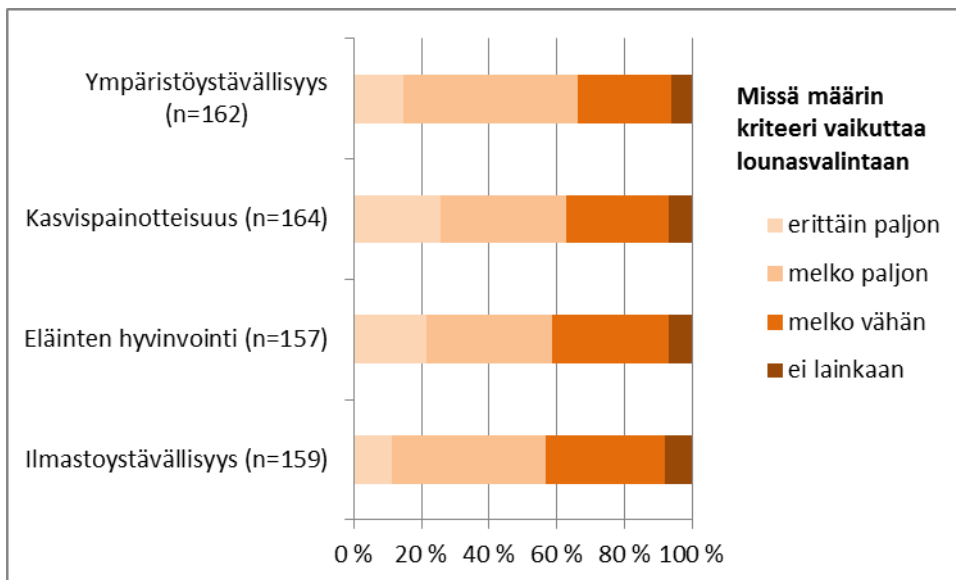
Kyselyssä ja ryhmähaastatteluisissa erottui myös ryhmä kuluttajia, jotka eivät noudata tiukkaa kasvisruokavaliota, mutta pyrkivät vähentämään omaa lihan kulutustaan (Kuva 8). Vastaava lihan kulutuksen vähentämiseen pyrkivä trendi on pantu merkille ruoan kulutusta koskevissa tutkimuksissa (esim. deBakker & Dagevos 2012; Pohjolainen ym. 2015). Fazerin työntekijät korostivat, että juuri tämä piirre erottaa SYKEN henkilöstöruokalan asiakkaat muista heidän ravintoloistaan.

“Täällä on ihan huomattavasti se kalaruoan ja kasvisruoan menekki. Se on se mikä erottaa muista paikoista. Se mikä ei muualla mee, menee täällä. [kaikki nauravat] Elikkä muualla ei osata ymmärtää silakoiden tai muiden arvoa ja näiden kotimaisten kalojen. Nyt tuli uutena nää Lindströmin silakkapihvit tai nää särkipihvit. Muualla sitä ei osata ymmärtää eikä arvostaa, se on joku vieras siellä. Mutta täällä musta tuntuu, että teillä on sitä taustatietoa. Ihmiset uskaltaa maistaa ja ilmeisesti tykkäävät niistä, kun ovat uskaltaneet maistaa. Musta tuntuu että muualla se kynnys voi olla hitaampi.” [Henkilöstöravintolan edustaja]

“Kasvispainotteisuus, se on ollut alusta lähtien täällä voimakkaana.” [Henkilöstöravintolan edustaja]



Kuva 7. Vastaajien jakautuminen sukupuolen ja ruokavalion mukaan



Kuva 8. Kasvispainotteisuus, ympäristö- ja ilmastoystävällisyys sekä eläinten hyvinvointi ruokavalintoja ohjaavina tekijöinä.

Asiakaskyselyssä hieman yli 60 % vastanneista ilmoitti kasvispainotteisuuden tärkeäksi lounasvalintaan vaikuttavaksi seikaksi (Kuva 7). Ryhmäkeskusteluissa monet kasvis- ja kalaruoan syöjät korostivat, että näiden valintojen ja painotusten taustalla on nimenomaan halu vaikuttaa ruoasta aiheutuviin ympäristö- ja ilmastovaikutuksiin. Myös eläinten hyvinvointiin liittyvät seikat nostettiin esiin keskustelussa; kyselyssä viidennes vastaajista piti niitä erittäin tärkeinä ruokavalinnoissaan.

“Mä syön pääosin kasvisruokaa just ilmastoystävällisyyden takia, jo ennen tätä merkkiä. Ja eettisistä syistä ja ympäristöystävällisyyden takia vältän lihaa. Silloin kun se merkki tuli niin kyllä siinä ehkä pari kertaa kävi niin, että olisin ottanut toisen, mutta sitten otinkin sen merkityn lounaan. Jos ei ollu sillee niin väliä. Mutta sitten se on kyllä tietoisella tasolla jäänyt. En muista, että olisin viime aikoina varsinaisesti vaihtanut. Mutta tosiaan, jos se tulisi siinä varsinaisessa valintatilanteessa se informaatio, niin saattaa se

olla sitten kun on kahden vaiheilla niin sitten ottaisikin sen ilmastojutun. Tai miksei ottais, siis jos.”
[Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 2]

[Asiakas 1:] *“Mä syön joko kasvisruokaa tai kalaruokaa. Ja niistä sitten valitsen sen mikä näyttää paremmalta tai on enemmän mieluista. Että mä en oo kauheesti katsonut tuota ilmastomerkintää just siitä johtuen, että sitä ei mun mielestä nää siinä oikeassa kohtaa missä mä oikeesti alan valitsemaan sitä ruokaa. Toki takaraivossa on joku oma ajatus siitä, että mikä on ilmastoystävällistä ja mikä ei. Ja se kyllä saattaa vähän vaikuttaa. Enemmän kyllä vaikuttaa se mikä ruoka vaikuttaa parhaimman makuiselta tai semmoselta mitä haluais syödä. Ja useinhan, kun on kasvissyöjä, niin niitä vaihtoehtoja ei ihan määrättömästi siinä edes ookaan. Että se on se kasvisruoka ja sen sitten ottaa.*

[Haastattelija:] *Mitä mieltä ootte ylipäätään Amican ruoista?*

[Asiakas 2:] *Tähän hintaan mun mielestä on vaikea kuvitella, että se voisi olla parempaa. Tässä Amicassa musta tuntuu, että se kasvisruoka on parempaa kuin jossain toisessa Amicassa. Varmaan he ottaa huomioon asiakaskuntaa.”* [Asiakkaat, fokusryhmäkeskustelu 2]

Nämä kasvissyöjät korostivat ryhmäkeskustelussa, että heidän omat ruokailuun liittyvät periaatteensa ovat niin vahvoja, ettei ilmastovalintamerkintä ole tuonut niihin juuri mitään uutta. Sitä vastoin he kiittivät SYKEN henkilöstöravintolaa hyvästä ja monipuolisesta kasvisruokatarjonnasta. Kasvisruokien herkullisuuteen on panostettu ja reseptiikkaa kehitetty. He näkivät nämä panostukset jopa tärkeämpinä kuin ilmastovalintamerkin käytön. Ruoan maku on korostunut myös aiemmissa ravintolaruokailua koskeneissa tutkimuksissa kasvisannosten valintaan vaikuttavana tekijänä (Rosala 2015).

“Amican ruuat on mennyt tosi kivaan suuntaan, että oikeastaan kaikki mitä on tarjolla on melkein just sellasta. Jos on jotain kotimaista kaalia, kaalilaatikkoa ja juureksia ja tosiaan näit kalapihvejä ja muuta, että aika paljon on joka päivä sellasta, ettei tarvi välttämättä ajatella, että onks tää nyt ilmastojuuttu. Jos siinä on käytetty kotimaista kauden tavaraa niin se on musta tosi positiivista. Sellaisia hyviä vaihtoehtoja on paljon.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 1]

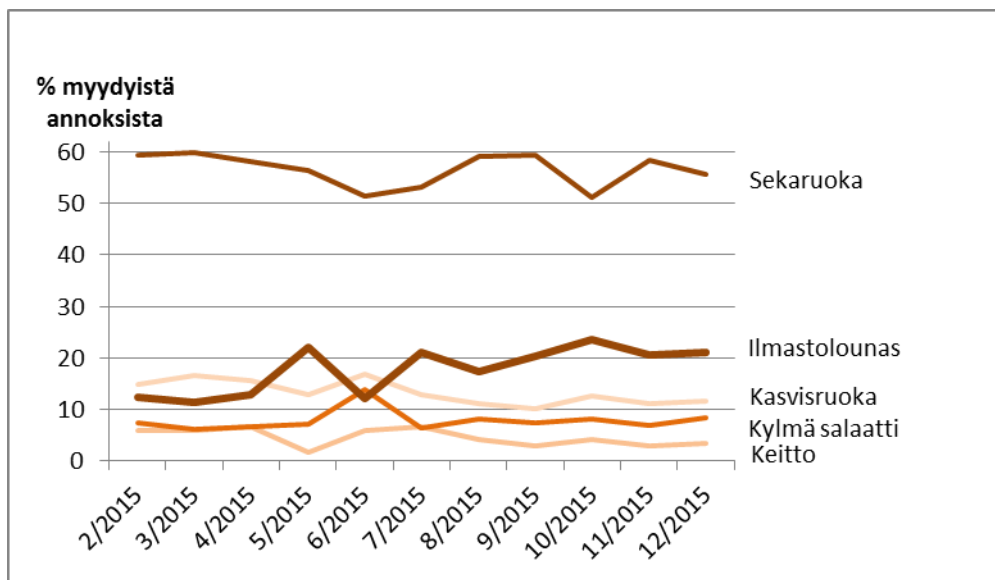
”Mua on jäänyt vaivaamaan tää, että kasvis- ja ilmastoruokiin liitetään, että se ei välttämättä ois hyvää. Mä en tiedä voiko siihen jotenkin puuttua, mutta mun mielestä ne voi olla ihan sairaan hyviä ruokia. Pitäisi pystyy nostaa sitä. Kun vaan osataan se raaka-aine valmistaa.” [Asiakas, fokusryhmäkeskustelu 2]

Kasvisruokavaliota noudattavat asiakkaat näkivät kaiken kaikkiaan tärkeänä, että kasvis- ja ilmastoruokareseptejä kehitetään edelleen. He myös korostivat, että kasvisruokien kohdalla olisi päästävää pois “kevyt lounas” -imagosta. Nyt tämä korostuu etenkin merkittyjen ilmastolounasvaihtoehtojen kohdalla. Niissä ovat sallittuja vain rasvattomat maitotuotteet. Jos ilmastovalinnasta halutaan tehdä houkutteleva, myös ruokien herkullisuuteen on panostettava.

Erityisruokavaliot muodostavat myös oman poikkeuksensa. Monet erityisruokavaliota noudattavat voivat valita vain harvoin kasvis- tai ilmastolounaan. Ne sisältävät usein yleisesti allergisoivia raaka-aineita tai mausteita, kuten selleriä tai papriikkaa sekä gluteiinia. Esimerkiksi ilmastoystävällinen ohra ei käy gluteenitonta ruokavaliota noudattavalle. *“Se on sillai vähän harmi, että sitä kasvisruokaa pystyy syömään niin harvoin”*, yksi ryhmähaastatteluun osallistuneista muistutti.

4.2 Ilmastovalinta osana ravintolan ruokalistojen suunnittelua

SYKEN henkilöstöravintolassa nautittujen ilmastolounaiden määrä on lisääntynyt selvästi merkin käyttöönoton aikana (Kuva 9). Henkilöstöravintolan myyntitilastojen mukaan helmikuussa 2015, kun merkki otettiin käyttöön, noin 12 % myydyistä lounaista oli ilmastolounaita. Syys-joulukuussa ilmastolounaiden osuus oli vakiintunut 20 %:iin myydyistä lounaista. Ilmastovalintamerkin ovat saaneet yleensä joko kasvis-, kala-, tai keittolounaat. Sekaruoka-annoksien myyntiosuudet ovat säilyneet melko tasaisina läpi vuoden, kesäkuukausia lukuun ottamatta.



Kuva 9. Suomen ympäristökeskuksen henkilöstöravintolan myyjien ruoka-annosten jakautuminen 1.2.–31.12.2015.

SYKEN henkilöstöravintolan ruokalistat suunnitellaan neljän kuukauden jaksoissa. Uuden ruokalistat käyttöönotto näkyy myyntitilastossa ilmastolounaita koskeva piikkinä toukokuussa vuonna 2015. Tuolloin uudet ruokalistat alettiin suunnitella niin, että ilmastolounaat saisivat vahvemman sijan annosvaihtoehdoissa. SYKEN henkilöstöruokalassa ilmastolounaat sisällytetään ruokalistaan sen jälkeen kun kaikki muut listojen suunnitteluun vaikuttavat asiat on otettu huomioon.

”Mä saan semmosen aika laajan erinäköisistä ruokavaihtoehdoista koostuvan, missä on jo huomioitu kaikki tavallaan nää ravitsemussuosituksia, että siellä vaihtuu eri ruokalajikkeet, on kalaa tarpeeksi, lihaa ja kasvisruokat, näin. Niistä mä lähdän sitten kokoomaan sellaisia vaihtoehtoja mitä mä toivon, että täällä syötäis ja tykättäis. -- -- Sieltä mä koitan että semmosia pareja mitkä toimis ja tietenkin joudun huomioimaan ton meidän keittiön valmistusprosessin siinä, että ehkä vähän eri olomuotoja pitää olla. -- -- Me on yleensä [nimi poistettu] kanssa luettu läpi se ja katotaan sitten, että toimisko nämä. Siellä tottakai pitää huomioida, että sieltä löytys gluteeniton vaihtoehto, maidotonta ei nyt välttämättä ookkaan. -- -- Nyt on sitten tää ilmastovaihtoehto lisänny sitä, että kun mä saan sen suurin piirtein valmiiksi, niin sitten mä otan sen ilmastoruokalistan ja katon, että mitä niitä ruokia mä saisin sinne vaihdettua niin sanotusti tavallisten vaihtoehtojen tilalle. Se on semmonen aika haastava prosessi aina välillä.” [Henkilöstöravintolan edustaja]

”Kyllä mun täytyy sanoa, että se [raaka-ainelista] on tällä hetkellä harmittavan lyhyt. -- -- No, kasviskeittojen osalta se on aika toimiva. Sieltä löytyy ihan hyvin, mutta kalaruoat on lähestulkoon

kaikki käytössä. Siksi juuri, jos tuntuu, että on samat silakat koko ajan, niin se johtuu siitä, että mä yritän saada sen ilmastoruoan välillä sinne johonkin muuhunkin kuin siihen pelkään kasviskeittoon. Se on harmittavan lyhyt. Toivoisin, että, moniin resepteihin varmaan pienillä muutoksilla sitä pystyis hyvikin lisäämään listaa.” [Henkilöstöravintolan edustaja]

Tiukat raaka-ainepohjaiset kriteerit rajoittavat merkittävästi ruokalistan suunnittelua. Monet kirkaat kasviskeirot täyttävät helposti raaka-ainelistan kriteerit. Kuitenkin esimerkiksi kananmunien kategorinen kieltä sulkee monet kasvispihvit pois ilmastoalintavaihtoehdosta: *“kasvispihvit harvat pysyy kunnolla koossa, jos ei niissä oo sitä kananmunaa”*. Ravintolan henkilökunta haluaisi myös lisätä enemmän kalaruokia ilmastolounaslistalle SYKEN henkilöstön mieltymysten mukaisesti. Tämä on kuitenkin osoittautunut vaikeaksi tiukan raaka-ainepohjaisen tulkinnan takia: voissa paistettu kala ei voi saada ilmastomerkintää. Yksi SYKEN henkilöstön lempiruoista on paistetut silakat.

SYKEN ruokalassa on käytössä merkin välivaiheeseen tarkoitettu tiukka raaka-ainepohjainen kriteeristö, joka ei huomioi ainesosien suhteellisia määriä. Tiukka kategorinen tulkinta kaventaa aterioiden monipuolisuutta merkittävästi, kuten myös asiakaspalautteesta tuli ilmi. Tämä sai henkilöstöravintolan edustajat pohtimaan merkin laajempaa vaikuttavuutta ja käyttöä:

”Jos kriteerit on kauheen tiukat, niin se tarkoitus ei nouse sieltä esille. Sitten kukaan ei ota tätä käyttöön, kun se ravitsemuskin on tässä niin vahvasti mukana. Just tää sun esimerkki tästä kananmunasta on hyvä esimerkki. Että eikö edes kananmuna saa olla mukana ilmastoystävällisessä ruoassa. -- -- Silloin ei ehkä tarkostuskaan oo alunperin ollut toi. [Henkilöstöravintolan edustaja 1]

Siinä on tutkijalta, silloiselta MTTLtä, niin eihän ne halua päästää käsistään sellaista, joka on vähän puolivillaista ja vähän sinne päin. Sitten kun ei ollut tarkkaa tietoa niin he halus vetää sen tiukaksi, että he voi seistä näiden kriteereiden takana. Ja vastata siitä että kyllä tää oikeesti on ilmastoystävällisempää tää ruoka, joka perustuu vaan näihin raaka-aineisiin kuin joku muu ruoka. [Henkilöstöravintolan edustaja 2]

”Silloin me ei saada isossa kansassa mitään muutosta aikaiseksi, koska kokonaisuudessaan meidän kaikkien tavoitteena on tän koko kansakunnan ruokailutottumusten muuttaminen ilmastoystävällisempään suuntaan.” [Henkilöstöravintolan edustaja 1]

SYKEN henkilöstöravintola ei ole kehittänyt uusia ilmastoalintamerkin kriteerit täyttäviä reseptejä. Kehitystyötä ei ole pidetty kannattavana, koska merkki oli käytössä vain yhdessä ketjun ravintolassa. Vuoden 2015 lopussa, kun ilmastoalintamerkki oli ollut käytössä vajaan vuoden, henkilöstöravintola päätti jatkaa merkin käyttöä. Ilmastomerkittyjen annosten – ja kasvisruokien – näkyvyyttä ruokalassa päätettiin myös parantaa sijoittamalla nämä ruoat ensimmäiseksi linjastolle (Kuva 10). Yksittäisten merkintöjen sijaan Fazer Foods Services ketjun edustajat korostivat juuri tällaisten pienten, asiakkaalle jopa huomaamattomien muutosten merkitystä kasvien käytön lisäämisessä.

[Haastattelija:] *“Onko teillä halua kokeilla tätä [ilmastoalintamerkkiä] muualla?”*

[Henkilöstöravintolan edustaja:] *Varmaan osittain, mä yritän vastata tosi diplomaattisesti. Ei varmaan ihan tälläistä enää. Mä luulen, että se liittyy enemmän siihen kasvien käytön lisäämiseen kokonaisuudessaan ja sitä kautta siihen ilmastoystävällisempään ruokailuun siirtymiseen. Mutta se ei oo pelkästään vaan kasvikset, vaan siihen liittyy monta asiaa. Annoskoot, jotka liittyy sitten taas ravitsemukseen ja jopa niin, että joissakin tapauksissa voidaan palata näistä buffet-ratkaisuista jopa siihen annosteluun. -- -- Sillä päästään niihin oikeisiin annoskokoihin sen lihan suhteen ja päästään ehkä siihen, että ne asiakkaat ei syö niin paljon lihaa. Siis ilman muuta, jos tällainen merkki olisi yleisesti käytössä, niin mikään ei estä. Voi olla, että se löytyis meidän ruokalistoilta.” [Henkilöstöravintolan edustaja]*

Voidaan puhua tuuppauksesta (nudge), jonka avulla tietystä hyväksi katsotusta toimintatavasta pyritään luomaan asiakkaalle se kaikkein luontevin (Thaler & Sustein 2008; Chapman & Ogden 2012). Fazerin vastuullisuusstrategiassa näitä toimenpiteitä perustellaan ennen kaikkea terveellisyyteen ja ravitsemukseen liittyvin argumentein.⁶ Kuten henkilöstöravintolan edustaja edellä toteaa, samat toimenpiteet edistävät parhaimmillaan myös ympäristö- ja ilmastoystävällistä ruokailua. Henkilöstöravintolan edustajat muistuttivat myös, että ennen kuin ilmastoalintamerkintä voidaan ottaa laajemmin käyttöön, sen on saavutettava laajempi tunnettavuus ja luotettavuus. Tällöin se voi auttaa *“valveutuneita kuluttajia, tekemään näitä valintoja just siihen asiaan”* (Henkilöstöravintolan edustaja), mutta merkin kriteerin on oltava luotettavia, läpinäkyviä ja käyttökelpoisia.



Kuva 10. Tammikuussa 2016 ilmastoalintamerkinnän näkyvyyttä parannettiin ja ilmasto- ja kasvisruoat sijoitettiin ravintolassa linjaston alkuun.

⁶ <http://www.fazergroup.com/fi/vastuullisuus/> [22.12.2015]

5 Kehittämiskohteita

Ryhmähaastatteluissa kysyimme asiakkailta ja ravintolan henkilökunnalta kehittämisehdotuksia ilmastoalintamerkintään liittyen. Keskusteluissa ja analyysin aikana esiin nousseet ideat on koottu Taulukkoon 3.

Taulukko 3. Ehdotuksia ilmastoalintamerkin kehittämiseksi

Kehittämiskohde	Toimenpiteet	Toteuttajat
Selkeä viesti	Sama merkintä johdonmukaisesti kaikkiin ruokalistoihin	Lounasravintola
	Ilmastoalintamerkin kriteerit kaikkien asiakkaiden saataville	Merkinnän kehittäjät Lounasravintola
	Ilmastoalintamerkin kriteerien kehittäminen ymmärrettäväksi ja yksiselitteisiksi niin, että ne tukevat merkin viestinnällistä tehtävää	Merkinnän kehittäjät yhteistyössä ravintoloiden ja viestinnän ammattilaisten kanssa
Herätteet ja väliintulot	Kampanjat ja teemaviikot kertomaan ruoan ilmasto-vaikutuksista ja muistuttamaan merkinnästä (esim. ilmastolounaspäivä tai -viikko, jolloin tarjolla vain ilmastolounaita)	Lounasravintola Merkinnän kehittäjät
	Esimerkkiaterioiden käyttö ilmastovaikutusten viestinnässä	Merkinnän kehittäjät yhteistyössä ravintoloiden ja viestinnän ammattilaisten kanssa
Valinta linjastolla	Ilmasto- ja/tai kasvislounas ensimmäiseksi linjastolle	Lounasravintola
	Ilmastomerkintä vahvasti esille linjastolle (esim. iso merkintä joka päivä ilmastolounaan kohdalle)	Lounasravintola
Herkullinen kasvisruoka	Kasvis- ja ilmastolounasreseptien edelleen kehittäminen. "Kevyt lounas" -imagosta eroon pääseminen Erytysruokavalioiden huomioonottaminen	Lounasravintola
	Lempikasvisruokakysely asiakkaille Ilmastolounasreseptikysely asiakkaille	Lounasravintola
	Ilmastoalintakriteerien kehittäminen niin, että ne sallivat aterioiden monipuolisuuden	Merkinnän kehittäjät
Ilmastoalintamerkin tunnettuus ja toimivuus	Jatkopilotointi muissa ravintoloissa	Lounasravintolat Merkinnän kehittäjät
	Vertailu muiden kasvien käyttöä lisäävien toimintamallien kanssa (esim. tuupaus; lihaton maanantai)	Tutkimus- ja kehittämissankkeet

6 Johtopäätökset

Ilmastovalintamerkin käyttöönotto SYKEN henkilöstöruokalassa on saanut aikaan joitakin positiivisia muutoksia ilmastoystävällisen ruokavalion edistämiseksi. Se on nostanut ruoan ympäristö- ja ilmastovaikutukset keskusteluun sekä lisännyt merkin kriteerit täyttävien annosten määrää ravintolan lounastarjonnassa. Asiakaskyselyn ja ryhmähaastattelujen perusteella merkintä ohjaa kuitenkin vain harvoin suoraan asiakkaan lounasvalintaa. Asiakkaiden ilmastovalintaan kiinnittäminen huomio on jopa heikentynyt ajan myötä. Sekavaksi koettu ja osin huomaamaton viestintä ovat vahvistaneet tätä ilmiötä. Ilman viestinnällisiä väliintuloja ja herätteitä merkintä katoaa herkästi muun ravintolassa olevan informaation sekaan.

Ilmastovalintamerkin välivaiheeseen tarkoitettujen raaka-ainepohjaiset kriteerit rajoittavat merkin käyttöä merkittävästi. Ravitsemuskriteerien huomioiminen sekä raaka-ainepohjainen kriteeristö sekoittavat merkin välittämää viestiä kuluttajiin päin. Ruokalistassa merkinnät näyttäytyvät usein epäloogisuuksina. Ravintolakeittiön kannalta suppea raaka-ainelista rajoittaa monipuolisten aterioiden tarjontaa ja ilmastoystävällisten reseptien kehittämistä. Koska SYKEN henkilöstöruokalalla ei ole ollut mahdollisuutta kehittää kokonaan uusia ilmastolounasreseptejä, merkin saa nykyään usein juuri kirkaslieminen kasviskeitto, joka mielletään tyypillisesti kevyeksi kasvisruoaksi. Sekä asiakkaat että keittiön henkilökunta korostivat, että tällaisen stereotyyppisen kasvisruokaan liitetyn mielikuvan korostuminen haittaa ilmastomerkin perustavoitteiden toteutumista. SYKEN henkilöstöravintola sai paljon kiitosta monipuolisesta kasvis- ja kalaruokatarjonnasta. Monille asiakkaille tämä oli tärkeämpi ympäristövaikutusten ja vastuullisuuden mittari kuin ilmastolounasmerkin käyttö.

Selvityksen tulokset korostavat aistinvaraisen arvioinnin merkitystä erityisesti kasvien käytön edistämisessä. Viesti ilmastovalintamerkistä on vietävä konkreettisesti linjastolle ruokien ääreen. Terveellisimmiksi ja ympäristöystävällisimmiksi katsottujen vaihtoehtojen valinnasta on tehtävä helppoa. Kun kasvisruokat nostetaan esille linjastolla, asiakkaita voidaan ”tuupata” valitsemaan enemmän kasviksia lautaselleen. On kuitenkin panostettava myös kasvisruokien herkullisuuteen. Merkin kriteereitä on kehitettävä, jotta ne olisivat riittävän yksinkertaisia ja avoimia sekä kasvien monipuolisen käytön sallivia. Näin ne voivat kannustaa ravintolaa kasvisruokareseptien kehittämiseen ja luovuuteen. Helposti ymmärrettävät kriteerit voivat auttaa myös ravintolan asiakkaita hyödyntämään merkin välittämää tietoa ilmastoystävällisestä ruoanlaitosta kotonaan.

Tämän selvityksen mukaan SYKEN henkilöstöravintolassa on kasvisruokavalion, mutta myös kasvis- ja kalapainotteisen ruokavalion noudattajia enemmän kuin Suomen väestössä keskimäärin. Ilmastovalintamerkin kehittämiseksi on tärkeää kerätä vertailevaa tietoa myös muista väestöryhmistä ja ravintoloista. Tutkimustulokset viestinnän, ruokien esillepanon ja kasvisruokien monipuolisuuden merkityksestä pätevät kuitenkin yli kohderyhmän. Merkinnän kehittämisessä asiakkaiden kannalta oleellista on se, miten estetään merkinnän muuttuminen pelkäksi visuaaliseksi elementiksi joka sivuutetaan herkästi rutiininomaisessa lounastapahtumassa. Ravintolakeittiön kannalta oleellista on merkinnän kehittäminen niin, että se mahdollistaa monipuolisen annosvalikoiman sekä luovan kokeilun kasvisruokien kehittämisessä.

Merkinnän kehittäminen on pitkäjänteistä työtä, joka vaatii ravintolan lisäksi myös muiden toimijoiden osallistumista. Merkinnän pohjana olevien kasvihuonekaasupäästöjen laskennan päivittämiseen tarvitaan tutkijoiden osaamista. Viestinnän kehittäminen vaatii ravintolahenkilökunnan, tutkijoiden ja viestinnän ammattilaisten yhteistyötä. Ravintolan henkilökunta tuntee usein parhaiten asiakaskuntansa, mutta viestinnän ammattilaiset voivat auttaa viestin kohdentamisessa ja herätteiden suunnittelussa. Kokkien ja reseptisuunnittelijoiden työpanosta ei tule väheksyä: he ovat parhaita ilmastoystävällisen ruoan edistäjiä. Yhteiskuntatieteilijöiden panosta tarvitaan erilaisten vaikuttamiskeinojen arviointiin.

LÄHTEET

- Brécard, D. 2014. Consumer confusion over the profusion of eco-labels: Lessons from a double differentiation model. *Resource and Energy Economics* 37: 64-84. DOI: doi:10.1016/j.reseneeco.2013.10.002
- Chapman, K. & Ogden, J. 2012. Nudging customers towards healthier choices. An intervention in the university canteen. *Journal of Food research* 1(2): 13-21. DOI: 10.5539/jfr.v1n2p13
- de Bakker, E. & Dagevos, H. 2012. Reducing meat consumption in today's consumer society: questioning the citizen-consumer gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 25: 877-894. DOI: 10.1007/s10806-011-9345-z
- Hallström, E., Carlsson-Kanyama, A. & Börjesson, P. 2015. Environmental impact of dietary change: a systematic review. *Journal of Cleaner Production* 91: 1-11. DOI: 10.1016/j.jclepro.2014.12.008
- Lang, T. 2014. Sustainable diets: Hairshirts or a better food future? *Development* 57: 240-256. DOI: 10.1057/dev.2014.73
- McMichael, J., Powles, J.C., Butler, R. & Uauy, R. 2007. Food, livestock production, energy, climate change, and health. *Lancet* 370(9594): 1253-1263. DOI: 10.1016/S0140-6736(07)61256-2
- MMM [Maa- ja metsätalousministeriö]. 2014. Maatalouden ilmasto-ohjelma - Askeleita kohti ilmastoystävällistä ruokaa. Maa- ja metsätalousministeriö, Helsinki.
- Nissinen, A., Heiskanen, E., Perrels, A., Berghall E., Liesimaa, V. & Mattinen, M. K. 2015. Combinations of policy instruments to decrease the climate impacts of housing, passenger transport and food in Finland. *Journal of Cleaner Production* 107: 455-466. DOI: 10.1016/j.jclepro.2014.08.095
- Niva, M., Mäkelä, J. Kahma, N. & Kjærnes, U. 2014. Eating sustainably? Practices and background factors of ecological food consumption in four Nordic countries. *Journal of Consumer Policy* 37: 465-484. DOI: 10.1007/s10603-014-9270-4
- Prättälä, R. 2000. North European meals: observations from Denmark, Finland, Norway, and Sweden. Julk. Meiselman, H., (toim.). *Dimensions of the meal. The science, culture, business, and art of eating*. Aspen Publishers, Gaithersburg, Maryland. S. 191-197.
- Pohjolainen, P., Vinnari, M. & Jokinen, P. 2015. Consumers' perceived barriers to following a plant-based diet. *British Food Journal* 117(3): 1150-1167. DOI: 10.1108/BFJ-09-2013-0252
- Pulkkinen, H., Roininen, T., Katajajuuri J.-M. & Järvinen, M. 2015. Development of a Climate Choice meal concept for restaurants based on carbon footprinting. *International Journal of Life Cycle Assessment* DOI 10.1007/s11367-015-0913-8
- Raulio, S. 2011. *Lunch eating patterns during working hours and their social and work related determinants. Study of Finnish employees*. National Institute of Health and Welfare, Helsinki. Research 68.
- Raulio, S., Roos, E. & Prättälä, R. 2010. School and workplace meals promote healthy food habits. *Public Health Nutrition* 13: 987-992. DOI: 10.1017/S1368980010001199
- Roininen, T., Pulkkinen, H., Järvinen, M., Nikula, J., Höynälänmaa, S., Katajajuuri, J.-M. & Hyvärinen, H. 2014. *Ilmastovalinta ravintoloissa. Ilmastolounas-hankkeen loppuraportti*. MTT, Jokioinen. MTT-raportti: 160.
- Rosala, H. 2015. Consumer selection of vegetarian meal in restaurants. University of Jyväskylä. School of Business and Economics. Master's Thesis.
- Silverman, D. 2004. *Qualitative research. Theory, method and practice*. Sage, London.
- Spaargaren, G., van Koppen, C. S. A., Janssen, A., Hendriksen, A., & Kofschoten, C. 2013. Consumer responses to the carbon labelling of food: a real life experiment in a canteen practice. *Sociologia Ruralis* 53: 432-453. DOI: 10.1111/soru.12009
- STM [Sosiaali- ja terveysministeriö]. 2010. *Joukkoruokailun kehittäminen Suomessa. Joukkoruokailun seuranta- ja kehittämistyöryhmän toimenpidesuositus*. Sosiaali- ja terveysministeriö, Helsinki. Selvityksiä 2010:11.
- Tadajewski, M. 2015. Focus groups: history, epistemology and nonindividualistic consumer research. *Consumption Markets & Culture*. DOI: 10.1080/10253866.2015.1104038
- Thaler, R. & Sustein, C. 2009. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Penguin Books, New York.

- UNFCCC [United Nations, Framework Convention on Climate Change]. 2015. *Adoption of Paris Agreement*. FCCC/CP/2015/L.9/Rev.1.
- Vinnari, M., Montonen, J., Härkänen, T. & Männistö, S. 2009. Identifying vegetarians and their food consumption according to self-identification and operationalized definition in Finland. *Public Health Nutrition* 12: 481-488. DOI: 10.1017/S1368980008002486
- VRN [Valtion ravitsemusneuvottelukunta]. 2008. *Kouluruokailusuositus*. Helsinki.
- VRN [Valtion ravitsemusneuvottelukunta]. 2014. *Terveyttä ruoasta. Suomalaiset ravitsemussuositukset 2014*. Valtion ravitsemusneuvottelukunta, Tampere.
- Welch, D. & Warde, A. 2015. Theories of practice and sustainable consumption. Julk. In L.A. Reisch & J. Thøgersen (toim.). *Handbook of research on sustainable consumption*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham. S. 84–100.
- Wilkinson, S. 2004. Focus group research. Julk.: Silverman D. (Toim.). *Qualitative research. Theory, method and practice*. Sage, London. S. 177-194.
- YM [Ympäristöministeriö] 2012. *Vähemmästä viisaammin. Kestävän kulutuksen ja tuotannon ohjelman uudistus*. Ympäristöministeriö, Helsinki.

LIITE 1. KYSELYLOMAKE RAVINTOLA-ASIAKKAILLE ILMASTOVALINTA-MERKINNÄSTÄ

ILMASTOYSTÄVÄLLINEN LOUNAS SAAPUI KUHANKEITTÄJÄÄN



Otitko  -merkin huomioon tänään harkitessasi eri lounasvaihtoehtoja?

en, sillä ei ollut merkitystä lainkaan

kyllä, miten? _____

Kuinka usein olet valinnut helmikuussa  -merkillä merkityn aterian?

aina kun se on ollut mahdollista	lähes aina	usein	silloin tällöin	en koskaan	en osaa sanoa
5	4	3	2	1	0

Kuinka paljon seuraavat seikat vaikuttavat lounasaterian valintaasi?

	erittäin paljon	melko paljon	melko vähän	ei lainkaan	en osaa sanoa
Herkullisuus	4	3	2	1	0
Terveellisyys	4	3	2	1	0
Kasvispainotteisuus	4	3	2	1	0
Kotimaisuus	4	3	2	1	0
Ympäristöystävällisyys	4	3	2	1	0
Ilmastoystävällisyys	4	3	2	1	0
Eläinten hyvinvointi	4	3	2	1	0
Hinta	4	3	2	1	0
Muu, mikä _____	4	3	2	1	0

Olen

SYKEN työntekijä

Vierailija

Ikäni

Alle 30

30-40

41-50

Yli 50

Sukupuoleni

Mies

Nainen

Ruokavalioni

liha ja kasvis

kasvis (ml. maito yms.)

vegaani

muu, mikä? _____

Kiitos vastauksestasi!

Palauta kysely palautepöydän laatikkoon.

Käännä!

Sana on vapaa: mitä ajatuksia  -merkki herättää?

Kuhankeittäjässä otettiin helmikuussa käyttöön ilmastoalintamerkintä. Merkin saavat ne ruoat, joiden ilmasto vaikutus on 25% keskiarvoa pienempi. Merkityissä ruokalajeissa on huomioitu myös ravitseminen ja kalakantojen kestävyys.

PKn ja KTKn tutkijat arvioivat ilmastoalintamerkin käyttöönottoa ja vaikutuksia kuluvan vuoden aikana. Tämä kysely kartoittaa ruokailijoiden ensireaktioita merkin käyttöönottoon. Ensi kesänä järjestämme ryhmäkeskusteluja aiheesta SYKE:n ja Amican henkilökunnan kanssa.

Lisätietoja: Minna Kaljonen (0295 251252), Jari Lyttimäki (0295 251 397)

LIITE 2. FOKUSRYHMÄKESKUSTELUN TEEMARUNKO (RAVINTOLAN ASIAKKAAT)

TEEMA	KYSYMYKSET
TERVETULOA	Tutkimuksen esittely
KESKUSTELUN PERIAATTEET	Kaikki puhuu, kuunnellaan ja kunnioitetaan toisen mielipiteitä Nauhoitus Henkilöllisyys ei tunnistettavissa
LOUNASTAMINEN	Miten valitsit lounaan tänään: mikä vaikutti valintaasi? Kerro tarkkaan miten valinnan teit, mitä ajattelit. Mikä lounashetkessä, lounaassa sinulle tärkeää?
ILMASTOVALINTAMERKKI	Miten olet huomionnut ruokalassa käytössä olevan ilmastoalintamerkin? Onko herättänyt keskustelua muiden kanssa, millaista? Oletko huomannut muutosta viime keväästä tähän syksyyn? Tarkennetaan keskustelua esiin nousseiden teemojen pohjalta ja keskustellaan yhdessä kyselyn tulosten kanssa. Miten kehittäisit ilmastoalintamerkintää esiin nousseiden ongelmien ratkaisemiseksi?
ILMASTOYSTÄVÄLLINEN RUOKA ja LOUNASRUOKAILU	Mikä on lounasruokailun rooli ilmastoystävällisen ruokailun edistämisessä? Saako kuluttajien valintoihin puuttua?

LIITE 3. FOKUSRYHMÄHAASTATTELUN RUNKO (RAVINTOLAN HENKILÖKUNTA)

TEEMA	KYSYMYKSET
TERVETULOA	Tutkimuksen esittely
KESKUSTELUN PERIAATTEET	Keskustellaan vapaasti vetäjien johdolla Nauhoitus Henkilöllisyys ei tunnistettavissa
RUOKALISTASUUNNITTELU	Miten suunnittelette lounastarjonnan: mitkä siinä tärkeitä periaatteita? Miten Fazer ohjaa; mikä on Kukankeittäjän omissa käsissä?
ILMASTOLOUNAS	Miten ilmastolounas on vaikuttanut näihin käytäntöihin? Muutos ajassa? Missä isoimmat vaikeudet?
ASIAKKAAT	Mikä tuntuma teillä on: miten sykeläiset ovat ottaneet merkin vastaan? Millaisia asiakkaita sykeläiset ylipäättään ovat: verrattuna muihin amican ravintoloihin? Miten kommentoitte seuraavia asiakaskyselyistä ja – haastatteluista saatuja tuloksia? <ul style="list-style-type: none"> - Ilmastovalintamerkintä huomioitu heikosti: viestintä sekavaa. Viesti vietävä linjastolle; kriteerit selkeiksi ja avoimiksi. Väliintulojen, kampanjoiden merkitys. - Ihmisten omat valintakriteerit, heuristiikat tärkeitä. Miten merkintä voi tukea näitä? Kasvispainotteinen ruokavaliio ilmastotekona vs. laajempaan massaan vaikuttaminen. - Kasvisruokiin panostaminen tärkeä ilmastoteko. Ruokareseptien kehittäminen ja herkullisuus. (Vaikka kritiikkiä ja kehittämisehdotuksia, sykeläiset suhtautuivat asiaan positiivisesti. Toivoivat jopa enemmän aktiivisuutta tämän suhteen)
MERKIN KÄYTTÖ JATKOSSA	Tulisiko merkin käyttöä jatkaa Kukankeittäjässä? Muualla Fazerin ravintoloissa?
TULOSTEN RAPORTOINTI	Miten haluatte, että raportoimme tulokset?



ISBN 978-952-11-4554-4 (PDF)

ISSN 1796-1726 (verkkokj.)