



### LOTTA KAILA

Kirjoittaja tekee väitöskirjaa Helsingin yliopistolla kasvin-  
suojeluaineiden vaikutuksista pölyttäjiin.  
Hän on virkavapaalla Turvallisuus- ja kemikaalivirastosta.

lotta.kaila@helsinki.fi

**T**avaraloketju Marks&Spencer sävytti huomioimalla luonnon monimuotoisuuden mainostempauksessaan, jossa se kertoi pelastavansa pölyttäjiä 30 miljoonaan tarhamehiläisen voimin. Ilahduttavaa tässä oli, että biodiversiteetti on löytänyt tiensä jo yritysten mainospuheisiin. Huolestuttavaa maapallomme tulevaisuuden kannalta on, että tarhamehiläisen kaltaisen tuotantoeläimen suojelulla on hyvin vähän tekemistä luonnon monimuotoisuuden suojelun kanssa.

**LEHTIEN SIVUJA JA SOMEA** selaillessa näkee, että pölyttäjäbuumi on nyt valtava verrattuna muutaman vuoden takaiseen. Eipä siis ihme, että tarhamehiläinen keikaroi myös sekä Yhteishyvä- että Pirkka-lehtien sivuilla julistaen molempien tavaratalojen kunnianhimoa suojella luonnon monimuotoisuutta. Lidl taas on perustanut Vantaalla sijaitsevan myymälän pihalle lahoppuaidan ja niityn houkuttelemaan luonnonvaraisia pölyttäjiä.

Vastuu ympäristöstä näkyy monessa yrityksessä nyt mainospuheissa ja varovaisina tekoina.

Nykyiset pörriäisteot tuntuvat kuitenkin valjuilta, kun kyseessä on koko ekosysteemin laajuinen kriisi, hätätila, jonka juurisyyttä on tapamme ylikuluttaa luonnonvaroja.

Jos haluamme pelastaa pölyttäjiä, meidän pitää pelastaa koko ekosysteemi niiden ympärillä. Meidän täytyy pureutua juurisyyhin ja muuttaa kulutuskäyttäytymistämme, sillä globaalia kriisiä ei korjata puuhastelemalla. Uutta kevättakkia ei voi naamioda kestäväksi teoksi muutamalla kukkaniityllä, eikä lahoppuaita kompensoi ylikulutuskraasisän ympäristövaikutuksia.

**HARMITTELEN KOTONA** tekojen pienuutta verrattuna biodiversiteettikriisiin suuruuteen, kun yhtäkkiä radiomainos saa minut höristämään korviani. Sanottiinko mainoksessa tosiaan ”Vältä turhia ostoksia”? Ylijäämäkankaista ja leikkuujätteestä vaatteita valmistava Pure Waste valistaa mainoksessaan,

# Yritykset ovat biodiversiteetin päättäjiä

että kaikki kuluttaminen tuottaa päästöjä.

Kyllä, vihdoinkin ja jippijajee! Tätä me tarvitsemme: yrityksiä, jotka ymmärtävät valtansa vaikuttaa kuluttajien käyttäytymiseen kulutustottumuksien tasolla ja haluavat sitä käyttää. Tämän vastuunkannon rinnalla päälle liimattu pörriäisten pelastaminen tuntuu vaikuttavuudessaan karpäsenkakalta.

**TOIVONI HERÄÄ!** Biodiversiteettikriisin ratkaiseminen on mahdollista, jos yritykset ottavat vastuun kuluttajien ohjaamisesta kestävämpään huomiseen. Nykyisessä kriisitilassa yritysten tehtävänä ei ole vastata kilpaa kuluttajien ostohuumaan, vaan ottaa vastuu koneistona, jonka käsissä on järjestyttävä määrä valtaa ratkaista tulevaisuutemme suunta.

Yritykset, kulutushysteria on yksi biodiversiteettikriisimme juurisyyistä, jonka ratkaisun avaimet ovat taskussanne.

Käyttäkää valtanne viisaasti ja rohkeasti, ja ennen kaikkea välttäkää liitämästä mainospuheilla sieltä, mistä aita on matalin.

*”Biodiversiteettikriisin ratkaiseminen on mahdollista, jos yritykset ottavat vastuun kuluttajien ohjaamisesta kestävämpään huomiseen.”*