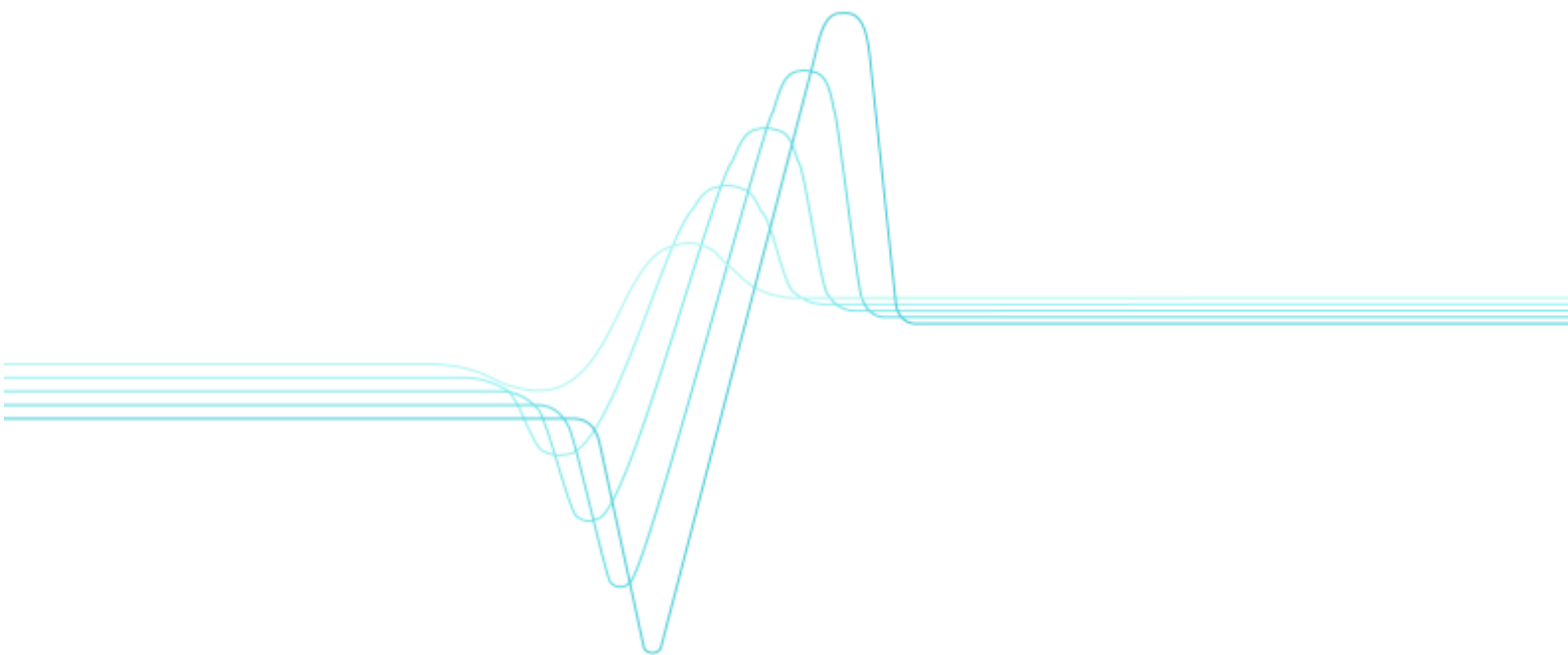


Anne Arvola & Liisa Lähteenmäki

Kuluttajien mielikuvat jalostetuista luomutuotteista

Tietoa markkinalähtöisen tuotekehityksen pohjaksi



Kuluttajien mielikuvat jalostetuista luomutuotteista

Tietoa markkinalähtöisen tuotekehityk- sen pohjaksi

Anne Arvola & Liisa Lähteenmäki

VTT Biotekniikka



ISBN 951-38-6190-2 (nid.)
ISSN 1235-0605 (nid.)

ISBN 951-38-6191-0 (URL: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/>)
ISSN 1235-0865 (URL: <http://www.vtt.fi/inf/pdf/>)

Copyright © Valtion teknillinen tutkimuskeskus (VTT) 2003

JULKAISIJA – UTGIVARE – PUBLISHER

Valtion teknillinen tutkimuskeskus (VTT), Vuorimiehentie 5, PL 2000, 02044 VTT
puh. vaihde (09) 4561, faksi (09) 456 4374

Statens tekniska forskningscentral (VTT), Bergsmansvägen 5, PB 2000, 02044 VTT
tel. växel (09) 4561, fax (09) 456 4374

Technical Research Centre of Finland (VTT), Vuorimiehentie 5, P.O.Box 2000, FIN-02044 VTT, Finland
phone internat. + 358 9 4561, fax + 358 9 456 4374

VTT Biotekniikka, Tietotie 2, PL 1500, 02044 VTT
puh. vaihde (09) 4561, faksi (09) 455 2103

VTT Bioteknik, Datavägen 2, PB 1500, 02044 VTT
tel. växel (09) 4561, fax (09) 455 2103

VTT Biotechnology, Tietotie 2, P.O.Box 1500, FIN-02044 VTT, Finland
phone internat. + 358 9 4561, fax + 358 9 455 2103

Toimitus Leena Ukoski

Otamedia Oy, Espoo 2003

Arvola, Anne & Lähteenmäki, Liisa. Kuluttajien mielikuvat jalostetuista luomutuotteista. Tietoa markkinalähtöisen tuotekehityksen pohjaksi [Consumer views about processed organic food products. Information for market oriented product development]. Espoo 2003. VTT Tiedotteita – Research Notes 2217. 86 s. + liitt. 7 s.

Avainsanat consumers, attitudes, processed food, organic food, healthiness, safety, environmental friendliness, composition, price

Tiivistelmä

Tutkimuksessa selvitettiin jalostettujen luomutuotteiden hyväksyttävyyteen vaikuttavia tekijöitä. Tavoitteena oli saada mahdollisimman laaja käsitys niistä uskomuksista ja mielikuvista, joita kuluttajat liittävät luomuun yleisesti ja jalostettuihin luomutuotteisiin erityisesti. Aineisto kerättiin ryhmäkeskusteluilla (12 kpl, osallistujia yhteensä 81). Yleisesti luomua koskevan keskustelun jälkeen osallistujille esitettiin valokuvin ja tuoteselostein raaka-aineeltaan ja jalostustasoltaan vaihtelevia esimerkkituotteita keskustelun pohjaksi.

Luomutuotantotavan positiiviset vaikutukset ympäristölle ja eläimille, puhtaus ylimääräistä aineista, terveellisyys ja luonnollisuus liittyivät lähes kaikkien käsityksiin luomusta. Osa kuluttajista liitti luomuun lisäksi mielikuvia hyvästä mausta, perinteisestä maataloudesta, pienimuotoisesta tuotannosta, käsityömaisestä valmistustavasta, vaatimattomasta ulkoasusta ja paikallisuudesta. Toiset taas näkivät luomun nykyaikaisena tuotantomenetelmänä ja aikaansa seuraavan, terveystietoisena kuluttajan tuotteena. Aineiston perusteella voitiin päätellä, että luomukäsityksen "perinteisyys" tai "modernius" vaikuttaa oleellisesti siihen, miten hän suhtautuu erityyppisiin jalostettuihin luomutuotteisiin.

Perinteisemmin luomuun suhtautuvat kuluttajat torjuivat tuotteen helpommin, jos se ei vastannut heidän ideaalikuvaansa luomutuotteesta. Esimerkiksi lisäainekoodin näkeminen tuoteselosteessa tai tuotteen einessäisyys, korkea rasvapitoisuus tai ulkomainen raaka-aine saattoi kumota mielikuvan terveellisestä, puhtaasta ja luonnollisesta luomutuotteesta. Nykyaikaisemman käsityksen omaavat eivät yhtä helposti torjuneet luomutuotetta tuotteen ominaisuuksien, tuotetyypin tai alkuperän perusteella, vaan pitivät luomutuotteita suhteellisesti parempina vastaaviin tavanomaisiin verrattuna jo tuotantotavan eroavuuksien vuoksi. Näin ollen he toivottivat tervetulleiksi monentyyppiset, myös jalostetut luomutuotteet. Esimerkiksi luomutuotteita aktiivisesti käyttävät sekä lapsiperheet olivat kiinnostuneet perheen arkea helpottavista ja lapsille maistuvista luomujalosteista.

Keskusteluissa tuli esille myös paljon tiedon puutetta ja epävarmuutta luomuelintarvikkeen määrittelystä ja erityisesti siitä, miten luomutuotanto eroaa tavanomaisesta sen jälkeen, kun elintarvike lähtee tilalta. Julkaisussa kuvataan yksityiskohtaisesti osallistu-

jien mielikuvia luomusta sekä niitä tekijöitä ja tuoteominaisuuksia, jotka aineiston perusteella näyttivät olevan keskeisiä jalostetun luomutuotteen hyväksymiselle.

Tuloksia voidaan hyödyntää luomutuotteiden suunnittelussa sekä pyrittäessä ennakoimaan, minkätyyppisiä mahdollisuuksia ja ongelmia jonkin luomutuotteen markkinointiin voi liittyä. Laadullisen aineiston vuoksi tulokset ovat kuvailevia. Yleistettävien johtopäätösten tekeminen esim. kuluttajien mielipiteiden yleisyydestä edellyttää kvantitatiivista tutkimusta.

Arvola, Anne & Lähteenmäki, Liisa. Kuluttajien mielikuvat jalostetuista luomutuotteista. Tietoa markkinalähtöisen tuotekehityksen pohjaksi [Consumer views about processed organic food products. Information for market oriented product development]. Espoo 2003. VTT Tiedotteita – Research Notes 2217. 86 p. + app. 7 p.

Keywords consumers, attitudes, processed food, organic food, healthiness, safety, environmental friendliness, composition, price

Abstract

The purpose of this study was to find out factors influencing consumer acceptance of processed organic foods. The study aimed to obtain a comprehensive view over consumers' beliefs and associations about organic food in general, and about different types of processed organic food products in particular. The data was collected with focus group discussions (12 groups, overall n=81) starting with discussion of the organic concept in general. After that, the discussion was built on example products. Participants were presented photos (and product declarations) of cereal-, vegetable or meat-based products.

Organic food was usually associated with environmental and animal welfare, health, cleanness, naturalness and sometimes with better taste. In addition, some participants related organic food with issues like traditional farming methods, small scale production, hand-made and modest appearance. Whereas, others perceived organic production methods as modern, and organic users as up-to-date and health-conscious. However, it was clear from the data that there are different types of consumers as regards to their notions what constitutes an organic food product. The differences were realized in specific expectations placed on concrete organic products. Thus, participants' reactions to processed organic foods differed depending on their notions of organic food. The focus group data suggests that important dimensions of these notions are how "traditional" or "modern" view of organic foods the consumer has.

Consumers with more traditional organic notion rejected organic products if they did not correspond with their ideal image of a clean, pure, natural and healthy organic product. This ideal image could be easily broken by "wrong" type of product characteristics, such as E-codes noting the use of a food additive, product type suggesting high processing or unhealthiness, high fat content or foreign ingredients. Consumers with more modern view did not easily reject an organic product because of superficial product characteristics, product type or origin, but placed emphasis on comparative advantages of organic vs. conventional products. Thus they welcomed different types of organic products, also processed ones. E.g. active organic food users

and organic positive families with children were interested in organic alternatives of convenience foods and foods that children would like.

Focus group discussions also revealed lack of knowledge and uncertainty about what actually constitutes an organic product; especially about how the production of organic food differs from conventional after the raw material leaves the farm. The report describes in detail participants' notions about organic farming and food, as well as factors which seemed to influence their acceptance of processed organic foods of different types.

These results can be used to anticipate what kind of possibilities or problems are related to the marketing of different types of processed organic products. Because of their qualitative nature the results are descriptive, and further quantitative data is needed in order to generalize these findings.

Alkusanat

Tässä raportoitava tutkimus on ensimmäinen osa maa- ja metsätalousministeriön rahoittamaa ”Luomujalosteet suomalaisen kuluttajan näkökulmasta” -projektia. Nyt raportoitavassa kvalitatiivisessa tutkimuksessa selvitettiin sitä, mitä uskomuksia ja mielleyhtymiä kuluttajat liittävät nimenomaan jalostettuihin luomutuotteisiin ja mitkä tekijät estävät tai edistävät näiden tuotteiden hyväksyttävyyttä. Tutkimuksen pohjalta muodostettiin hypoteeseja projektin toisen osan kyselytutkimukseen, jonka tavoitteena on tutkia erilaisten uskomusten yleisyyttä ja niiden vaikutusta jalostettujen luomutuotteiden käyttöhalukkuuteen sekä ryhmitellä kuluttajia sen mukaan, mitä he odottavat luomutuotteilta.

Luomutuotteilla on tällä hetkellä positiivinen imago kuluttajien keskuudessa ja niitä kohtaan tunnetaan kiinnostusta. Eräs edellytys luomun suosion kasvulle on se, että tuotevalikoima laajenee ja saatavilla on myös nykyaikaisen ruokatalouden hoitoa helpottavia soveltuvia puolivalmisteita ja valmisteita. Kuitenkin kuluttajien suhtautumisesta jalostettuihin luomutuotteisiin on olemassa vain vähän tietoa. Tämä tutkimus tuo uutta tietoa siihen mahdolliseen ristiriitaan, joka syntyy kuluttajien mielessä, kun luomun luonnollisuus ja puhtaus muuntuu prosessoinnin myötä.

Tutkimus toteutettiin VTT Biotekniikan Kuluttajatutkimus ja aistittava laatu -tutkimusryhmässä. Tutkimuksen vastuullisena johtajana ja ohjaajana on toiminut ryhmäpäällikkö, PhD Liisa Lähteenmäki, tutkijana valt. maist. Anne Arvola ja tutkimusavustajana Eeva-Kaisa Peltokorpi. Seurantaryhmään ovat kuuluneet ylitarkastaja Berit Korpilo ja maakuntaneuvos Mirja Suurnäkki maa- ja metsätalousministeriöstä, tutkimusprofessori Kaisa Poutanen VTT Biotekniikasta, laatujohtaja Maarit Kyyrö Saarioinen Oy:stä, tutkimus- ja tuotekehityspäällikkö Tarja Kujala Vaasan & Vaasan Oy:stä, ympäristösuunnittelija Saira Grav Ruokakeskosta, tutkija Sari Forsman MTT Taloustutkimuksesta, toiminnanjohtaja Marja-Riitta Kottila Finfood LUOMUsta, erikoistutkija Marita Leskinen Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskuksesta sekä tutkimuspäällikkö Johanna Leskinen Kuluttajatutkimuskeskuksesta.

Tutkimusryhmä kiittää lämpimästi maa- ja metsätalousministeriötä rahoituksesta sekä kaikkia ohjausryhmän edustajia hyödyllisistä keskusteluista, kommenteista ja ideoista.

Espoossa 30.6.2003

Liisa Lähteenmäki

Sisällysluettelo

Tiivistelmä.....	3
Abstract.....	5
Alkusanat.....	7
1. Johdanto.....	11
1.1 Haasteena jalostetut luomutuotteet.....	11
1.2 Tutkimuksen tavoitteet.....	13
2. Aineisto ja menetelmät.....	14
2.1 Ryhmäkeskustelumenetelmä.....	14
2.2 Keskusteluihin osallistuneet kuluttajat.....	14
2.3 Keskustelujen kulku.....	17
2.4 Esimerkkeinä käytetyt tuotteet.....	18
3. Mielikuvat ja uskomukset luomusta.....	20
3.1 Houkuttelevaa ja tuoretta?.....	20
3.2 Tuotteiden esillepano ja löytyminen kaupassa.....	21
3.3 Paremman makuista?.....	23
3.4 Terveellistä?.....	26
3.5 Turvallista?.....	28
3.6 Hyväksi lapsille.....	30
3.7 Hyväksi ympäristölle ja tuotantoeläimille.....	31
3.8 Epäluottamus luomutuotteisiin.....	33
3.9 Kotimaisuus ja lähiruoka.....	35
3.10 Perinteistä ja nykyaikaista.....	37
3.11 Tuottajan ja kauppiaan henkilöityminen.....	40
3.12 Kallista?.....	43
4. Jalostettujen luomutuotteiden hyväksyttävyyteen vaikuttavia tekijöitä.....	46
4.1 Tuotteen ainesosat ja koostumus.....	47
4.1.1 Vilja, kasvikset ja liha luomun raaka-aineina.....	47
4.1.2 Alkuperä.....	48
4.1.3 Luomun osuus.....	48
4.1.4 Rasva, suola ja odotukset tuotteen ravitsemuksellisesta terveellisyydestä.....	49
4.1.5 Lisä- ja apuaineet.....	51
4.2 Elintarvikkeen tyyppi ja jalostusaste.....	55

4.2.1	Raaka-aineita vai valmisruokia?	55
4.2.2	Tuoreita vai pakastettuja?	57
4.2.3	Perus- vai herkutteluruokia?	58
4.2.4	Perinteisiä vai nykyaikaisia tuotteita?	59
4.3	Pakkaukselle asetettuja odotuksia	61
4.3.1	Pakkauksen välittämä imago	61
4.3.2	Pakkauksen ympäristöystävällisyys ja toimivuus	62
4.4	Tietämys ja tiedon puute	64
4.4.1	Tietoisuus luomumerkeistä	64
4.4.2	Käsitys luomutuotteiden jalostusvaiheesta	65
4.4.3	Epäselvyys luomun ja tavanomaisen tuotteen eroista luomun kysynnän esteenä	66
4.5	Luomutuote – elintarvike muiden joukossa	67
5.	Esimerkkejä tuote-esimerkkien herättämistä mielikuvista	69
6.	Tulosten yhteenveto ja keskustelu	71
6.1	Luomukäsitys eli mielikuvat luomutuotteista	71
6.2	Kuluttajien väliset erot luomukäsityksissä	73
6.3	Jalostetun luomutuotteen hyväksymisen kannalta kriittiset tuoteominaisuudet	75
6.3.1	Luonnollisuus ja puhtaus	75
6.3.2	Terveellisyys	76
6.3.3	Ympäristöystävällisyys	78
6.3.4	Uskottavuus ja luottamus luomutuotteisiin	78
6.3.5	Luomu verrattuna tavanomaiseen tuotteeseen: erottuminen	80
6.4	Johtopäätöksiä: jalostettujen luomutuotteiden hyväksymisen haasteita ja mahdollisuuksia	82
	Lähdeluettelo	83

Liitteet

Liite 1: Keskustelurunko

Liite 2: Tuote-esimerkit ja niiden tuoteselosteet

Liite 3: Kysymyksiä suhtautumisesta ruokaan

1. Johdanto

1.1 Haasteena jalostetut luomutuotteet

Luomutuotannon kehittämissuunnitelmien tavoitteena on saada luomutuotannosta olennainen osa Suomen elintarviketaloutta. Tavoitteeksi on asetettu mm. se, että kaupoissa olisi saatavana kattava valikoima luomutuotteita kaikissa tuoteryhmissä, myös luomuvalmisruokia pakasteina ja eineksinä (MMM, 2000; MMM, 2001).

Finfoodin teettämän luomubarometrin mukaan (Sedecon Consulting, 2002) jo valtaosalla kuluttajista (83 %) on jotain kokemusta luomutuotteista. Heistä 28 % ilmoittaa käyttävänsä luomutuotteita jatkuvasti ja 51 % satunnaisesti. Valtaosalle luomun käyttäjistä luomutuotteet muodostavat kuitenkin vain alle 10 % päivittäisestä ostoskorista. Luomutuotteiden kysynnän kasvattamisessa on näin ollen vielä mahdollisuuksia ja haasteita.

Luomutuotteiden kulutuksesta suurin osa on toistaiseksi ollut lähinnä vihannesten, hedelmien, leivän ja maitotuotteiden kulutusta niin Suomessa kuin koko Euroopassakin (Klont, 1999; Finfood, 2002). Euroopan luomumarkkinat ovat kuitenkin voimakkaasti laajentuneet myös jalostettuihin elintarvikkeisiin ja valmisruokiin (Klont, 1999), ja Suomessa leipiä ja puurohiutaleita lukuun ottamatta jalostettujen tuotteiden valikoima on vielä suppea ja saatavuus satunnaista. Jalostettujen luomutuotteiden markkinaosuudet ovat Suomessakin kasvussa; tosin kasvu on vielä hidasta. Käsillä olevan tutkimuksen aineiston keräämisen aikoihin, vuonna 2001, suomalaisista luomutuotteiden käyttäjistä noin 13 % sanoi käyttävänsä luonnonmukaisesti tuotettuja pakasteita tai eineksiä (Sedecon Consulting, 2001). A. C. Nielsenin talouspaneelin mukaan teollisista luomutuotteista (omassa tuoteryhmässään) suurimmat markkinaosuudet ovat luomuhiutaleilla (7 %), jauhoilla ja pastoilla (4,4 %) (Finfood, 2002) ja jogurtilla (1 %) (Finfood, 2001b). Nämäkin ovat vielä suhteellisen vähän jalostettuja tuotteita.

Vaikka luomutuotteita alkaa olla jo saatavana lähes kaikissa tuoteryhmissä, kuluttajat ovat pitkään tottuneet näkemään luomutuotteina lähinnä jalostamattomia tai vähän jalostettuja tuotteita. Epätietoisuus siitä, minkälaisilla jalostetuilla luomutuotteilla olisi kysyntää, heikentää elintarviketeollisuuden ja kaupan halua ja mahdollisuuksia panostaa luomutuotteisiin. Vaikka luomutuotteiden kysyntä on ollut länsimaissa jatkuvassa kasvussa ja kuluttajat Suomessakin suhtautuvat luomutuotteisiin myönteisesti, tieto kuluttajien suhtautumisesta nimenomaan jalostettuihin ja erityyppisiin luomutuotteisiin on tarpeen, koska prosessointi saattaa muuttaa luomutuotteen imagoa ratkaisevasti.

Tulokset eri maiden kuluttajatutkimuksista osoittavat johdonmukaisesti, että kuluttajien tavallisimmin mainitsemat syyt luomutuotteiden käytölle ovat liittyneet tuotteiden us-

kotun paremman maun lisäksi uskoon niiden terveellisyydestä, puhtaudesta, luonnollisuudesta, lisääineettomuudesta ja torjunta-ainejäämättömyydestä sekä luomuviljelyn positiivisista vaikutuksista eläinten ja ympäristön hyvinvointiin (Sedecon Consulting, 2002; Schifferstein & Oude Ophuis, 1998; Tauriainen & Pohjalainen, 1992; Wright, 1998). Ensimmäiset luomun kuluttajat ovat olleet elämäntyyliältään esim. ympäristön suojelua, humanistisia arvoja ja kasvissyöntiä kannattava erityisryhmä, jotka ovat olleet valmiita tinkimään henkilökohtaisesta mukavuudestaan ja tuotteen hinnasta tai laadusta sekä oman että ympäristön hyvinvoinnin ylläpitämiseksi (cf. Moisander, 1991; Grunert, 1993; Schifferstein & Oude Ophuis, 1998; Tauriainen & Pohjalainen, 1992). Nykyisin luomun ostajat ovat yhtä useammin keskivertokansalaisia, jotka odottavat luomutuotteiden täyttävän vähintäänkin samat laatuksiteerit kuin tavanomaiset tuotteet (Magnusson ym., 1999; Hartman Group, 1997; Finfood, 2001b).

Miten aikaisemmissa tutkimuksissa esille tulleet mielikuvat luomutuotteiden terveellisyydestä, puhtaudesta ja ympäristöystävällisyydestä näkyvät suhtautumisessa jalostettuihin luomutuotteisiin? Viekö luomutuotteen jalostaminen tuotantotavan tuoman lisäarvon kuluttajien mielissä? Rikkooko jalostaminen mielikuvat luomusta puhtaana ja terveellisenä ruokana?

Lisä- ja apuaineiden käyttöä jalostettujen luomutuotteidenkin valmistuksessa on voimakkaasti rajoitettu siten, että tuotteissa käytetään lähinnä elintarvikkeiden luontaisesti sisältämiä aineita (Leskinen, 2001). Täysin lisääineettomia ne eivät kuitenkaan ole. Kuluttaja ei kuitenkaan välttämättä pysty tekemään eroa erityyppisten lisäaineiden välillä vaan saattaa pitää kaikkia lisäaineita yhtä kielteisinä. Lisäksi kuluttajat liittävät jalostettuihin elintarvikkeisiin usein negatiivisia mielikuvia epäterveellisyydestä, ja prosessoinnin koetaan heikentävän elintarvikkeen laatua ja makua (Holm & Kildevang, 1996; Varjonen, 2001). Toisaalta jo pitkään jatkunut kuluttajien lisääntyvä kiinnostus helppokäyttöisiin, nopeasti valmistettaviin ruokiin (mm. Varjonen, 2001) voisi luoda mahdollisuuksia myös jalostettujen luomutuotteiden kysynnälle. Tässä tutkimuksessa selvitettiin sitä, miten kuluttajat hahmottavat nämä ristiriitaisilta tuntuvat näkökulmat suhteessa jalostettuihin luomuelintarvikkeisiin?

1.2 Tutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena oli hankkia kuluttajalähtöisen tuotekehityksen ja markkinoinnin kannalta hyödyllistä tietoa luomutuotteiden, ja erityisesti jalostettujen luomutuotteiden hyväksyttävyyteen vaikuttavista tekijöistä.

Tässä julkaisussa on tutkimuksen ensimmäinen osa, jossa selvitetään laadullisen aineiston avulla,

- minkälaisia uskomuksia ja mielikuvia kuluttajat liittävät luomutuotteisiin yleisesti ja jalostettuihin luomutuotteisiin erityisesti
- minkälaisia mielikuvia elintarvikejalostuksen ja luomun yhdistäminen herättää kuluttajissa
- minkälaiset asiat kuluttajien mielissä edistävät tai heikentävät prosessoitujen luomutuotteiden hyväksyttävyyttä
- minkälaisia jalostettuja luomutuotteita kuluttajat ovat valmiita hyväksymään ja kiinnostuneita ostamaan.

Tavoitteena on saada tietoa, jota voidaan hyödyntää luomun tuotekehityksessä ja markkinoinnissa sekä kvantitatiivisen jatkotutkimuksen suunnittelussa. Jatkotutkimuksen tavoitteena on tarkastella sitä, kuinka yleisiä tietyt uskomukset luomutuotteista ovat, sekä sitä, minkälaisiin jalostettujen luomutuotteiden markkinoinnin ja tuotekehityksen kannalta relevantteihin kohderyhmiin kuluttajat voidaan jakaa.

Koska tässä julkaisussa esitettävät tulokset perustuvat laadulliseen, rajoitetulla otoksella tehtyyn tutkimukseen, tulokset ovat kuvailevia. Niiden perustella saadaan tietoa siitä, *minkälaisia* erityyppisiä näkemyksiä ja näkökulmia kuluttajat saattavat liittää jalostettuihin luomutuotteisiin ja mihin he perustavat mielipiteensä. Tutkimuksen perusteella ei sen sijaan ole mahdollista tehdä yleistäviä johtopäätöksiä erityyppisten mielipiteiden tai uskomusten yleisyydestä.

2. Aineisto ja menetelmät

2.1 Ryhmäkeskustelumenetelmä

Tutkimusmenetelmäksi valittiin ryhmäkeskustelu, joka soveltuu hyvin ennestään vähän tunnetun aihepiirin kartoittamiseen ja kyselytutkimuksen esitutkimusmenetelmäksi. Sen avulla saadaan esille keskustelijoiden omia, heidän arkikokemukseensa perustuvia näkemyksiä. Tietoa saadaan paitsi ihmisten asenteista, myös tekijöistä, jotka ovat vaikuttamassa näiden asenteiden muodostumiseen. Yksilöhaastatteluista ryhmäkeskustelut eroavat lähinnä siinä, että menetelmä perustuu ryhmän vuorovaikutukseen ja keskustelun vetäjän vaikutus on pienempi. Kun osallistujat kommentoivat toistensa mielipiteitä, esille tulee helpommin sellaisiakin näkemyksiä ja perusteluja, joihin tutkija ei olisi osannut kiinnittää huomiota. Ryhmäkeskusteluissa saatavat tulokset ovat näin ollen hyvä perusta hypoteesien muodostamiselle jatkotutkimuksessa testattaviksi. (Esim. Morgan, 1988.)

2.2 Keskusteluihin osallistuneet kuluttajat

Ryhmäkeskusteluja järjestettiin yhteensä 12 kappaletta 18.5.–20.6.2001. Näistä kaksi oli harjoituskeskusteluja VTT:n omalla henkilökunnalla. Koska harjoittelukertojen aineisto oli vertailukelpoista varsinaisten keskustelujen tuottaman aineiston kanssa, ne on yhdistetty ja analysoitu osana kokonaisaineistoa. Ryhmiin osallistui 4–9 henkilöä. Yhteensä tutkimuksessa mukana olevia kuluttajia oli 81 kpl, joista 66 kuului varsinaisiin, ei siis harjoitushaastatteluihin.

Osallistujat rekrytoitiin useista eri paikoista, lähinnä pääkaupunkiseudulta (ks. taulukko 1). Kaksi ryhmää koottiin kuitenkin Mikkelistä (YTI-tutkimuskeskuksen aistinvaraisen kuluttajaraadin jäsenistä). Tarkoituksena oli saada alustava kuva siitä, poikkeavatko pääkaupunkiseudulla asuvien kuluttajien käsitykset muualla Suomessa asuvien näkemyksistä. Keskusteluihin pyrittiin saamaan erityyppisiä kuluttajia siten, että edustettuina olisi

- miehiä ja naisia
- luomutuotteita säännöllisesti käyttäviä ja niitä, jotka käyttävät luomutuotteita vain harvoin tai eivät lainkaan
- pienten, alle 7-vuotiaiden lasten vanhempia
- nuoria, lapsettomia, alle 35-vuotiaita
- iäkkäämpiä, yli 50-vuotiaita kuluttajia.

Osa ryhmistä koostui pääasiassa yhdyntyyppisistä kuluttajista, esim. nuorista, kun taas osassa ryhmiä oli monentyyppisiä ja -ikäisiä kuluttajia sekaisin. Koska tutkimuksen pää-tarkoitus oli saada esille erityyppisiä näkemyksiä ja selvittää tärkeimpiä hyväksyttävyy-teen vaikuttavia ulottuvuuksia eikä niinkään tehdä johtopäätöksiä erilaisten kuluttajien näkemyseroista, kuluttajia ei systemaattisesti jaettu ryhmiin taustatekijöiden mukaan.

Valtaosa, noin puolet osallistujista, arvioi ostavansa luomutuotteita satunnaisesti. Noin 26 % ilmoitti käyttävänsä luomutuotteita suhteellisen säännöllisesti (lähes viikoittain tai useammin), noin 9 % sanoi ainoastaan kokeilleensa luomua ja vain 3 osallistujaa (4 %) ei ollut koskaan kokeillut luomutuotteita. Kuten tarkoitus oli, suhtautuminen luomuruo-kaan vaihteli suuresti tutkimukseen osallistuneiden kesken. Esim. osallistujista 35 % oli jossain määrin eri mieltä ja 41 % jossain määrin samaa mieltä väittämästä ”Haluaisin syödä vain luomuruokaa”. Vastaajista 59 % oli jossain määrin eri mieltä ja 23 % jossain määrin samaa mieltä siitä, että ”...luomutuotteet eivät ole sen parempia terveydelleni kuin tavanomaisesti tuotetut”. Sen sijaan keskusteluryhmien välillä oli vain hyvin pieniä eroja siinä, kuinka tärkeänä ryhmän jäsenet keskimäärin pitivät ruoan luonnollisuutta ja terveellisyttä. Erot eivät näin pienellä aineistolla olleet tilastollisesti merkitseviä.

Taulukko 1. Keskusteluryhmien kokoonpanot.

NRO	PVM (2001)	Rekrytointipaikka ja osallistujien yleiskuvaus	SUKUPUOLI		IKÄLUOKKA			LAPSET	
			M	N	alle 35	35–50	yli 50	alle 7 v.	8–18 v.
1.	18.5.	VTT (<u>harjoitus</u> , tuoteselosteet heti esillä) VTT Biotekniikan työntekijöitä	1	7	0	7	1	3	6
2.	21.5.	VTT (<u>harjoitus</u> tuoteselosteet heti esillä). VTT:n muita kuin VTT Biotekniikan työntekijöitä (22–56 v.)	2	5	5	0	2	0	0
3.	22.5.	VTT muita kuin Biotekniikan työntekijöitä (31–58 v.)	3	4	1	3	3	2	3
4.	29.5.	Mikkeli, YTI –tutkimuskeskuksen kuluttajapaneelin jäseniä (nuorehkot, 28–37 v.)	0	7	3	4	0	2	0
5.	29.5.	Mikkeli, YTI –tutkimuskeskuksen kuluttajapaneelin jäseniä (iäkkäät, 45–65 v.)	4	5	1	0	8	0	1
6.	31.5.	Yliopisto-opiskelijoita, 27–32 v.	1	3	4	0	0	0	0
7.	4.6.	Voimisteluseura pääkaupunkiseudulla. Seurassa mukana olevien lasten vanhempia (29–47 v.)	0	8	1	7	0	6	7
8.	7.6.	Helsinki, nuorehkoja kuluttajia (24–37 v.)	3	5	6	2	0	2	0
9.	11.6.	Viikon kuntoutuskurssille osallistujia (49–54 v.)	1	4	0	1	4	0	2
10.	12.6.	VTT, muita kuin Biotekniikan työntekijöitä, pienten lasten vanhempia (30–44 v.)	4	3	2	5	0	7	1
11.	18.6.	Kuntoutuskeskus Helsingissä viikon kuntoutuskurssille osallistujia (45–56 v.)	2	4	0	3	3	0	2
12.	20.6.	Helsinki, pienten lasten äitejä (30–37 v.)	0	5	3	2	0	5	0
		YHTEENSÄ	21	60	31	21	20	21	12

2.3 Keskustelujen kulku

Keskustelut toteutettiin etukäteen luodun teemarungon mukaisesti neljässä osassa yleisemmistä yksityiskohtaisempiin teemoihin edeten. Ensin käsiteltiin luomuelintarvikkeita ja niiden kiinnostavuutta yleisellä tasolla. Tervetuloitovotusten ja johdannon jälkeen kutakin osallistujaa pyydettiin vuorollaan kuvaamaan omaa suhdettaan luomuelintarvikkeisiin (onko kokeillut, kuinka usein käyttää, mitä ajattelee asiasta?). Tämän jälkeen aloitettiin varsinainen ryhmäkeskustelu koko ryhmän kanssa yhdessä pohtimalla, mitä sana luomuruoka tai luomutuotanto tuo mieleen.

Toisessa vaiheessa, yleiskeskustelun jälkeen, haastattelija jakoi ryhmälle esimerkkituotteiden kuvat tuoteryhmä kerrallaan. Osallistujia pyydettiin kertomaan, mitä he ajattelevat näistä tuotteista ja olisivatko he kiinnostuneita ostamaan niitä, sekä pohtimaan mielipiteisiinsä vaikuttavia asioita. Kun näytti siltä, että keskustelijoilla ei ollut enää uutta sanottavaa, vetäjä pyysi osallistujia poistamaan tuoteselosteiden edessä olleet laput. Näin tehtiin myös, kun tai jos osallistujat alkoivat pohtia lisäaineita tai tuotteen ainesosia tai muutoin kaivata tuoteselostetta. Pohdintaa tuotteista jatkettiin tuoteselosteiden tuoman lisäinformaation pohjalta. Kun kaksi tai kolme tuoteryhmää oli käyty läpi, siirryttiin keskustelun viimeiseen vaiheeseen. Tässä vaiheessa keskustelun vetäjä otti tarkemman teemalistan mukaisesti esille ne asiat, joista ryhmä mahdollisesti ei ollut spontaanisti keskustellut tai joita koskevia mielipiteitä vetäjä halusi vielä tarkennettavan. Esimerkkejä teemoista ovat ympäristöystävällisyyden, turvallisuuden tai säilyvyyden koettu merkitys jalostetun luomutuotteen hyväksyttävyydelle (Keskustelurunko on liitteenä 1). Lopuksi osallistujia pyydettiin kertomaan terveisensä luomutuotteiden valmistajille eli kertomaan, minkälaisia tuotteita heidän mielestään luomuraaka-aineista kannattaisi kehittää.

Koko keskustelun ajan vetäjä pyrki ohjaamaan keskustelua kommenteilla ja kysymyksillä siten, että osallistujat puhuvat tutkimuksen kannalta oleellisista aiheista mutta kuitenkin siten että keskustelun sisältöä ja mielipiteitä ohjattiin mahdollisimman vähän. Vetäjä odotti esim. asenteiden eri perustelujen tulevan esille spontaanisti ja ohjasi keskustelua esim. esittämällä tarkennuspyynnön, jos tutkimuksen kannalta mielenkiintoinen asia tuli ”sivulauseessa” esille.

Keskustelujen päätyttyä osallistujat täyttivät vielä lyhyen kyselylomakkeen, jossa tiedusteltiin mm. taustatietoja ja suhtautumista ruoan luonnollisuuteen ja terveellisyyteen (liite 3). Keskustelut kestivät noin 1,5 tuntia. Palkkioksi osallistujat saivat noin 17 € (~100 mk) arvoisen puoliksi luomutuotteista koostuvan tuotepaketin. Urheiluseurasta rekrytoidulle ryhmälle palkkiot (n. 25 €) maksettiin seuran tilille ja osallistujat saivat itselleen vain pienen tuotepalkkion. Koska oletettiin, että keskustelujen aikana osallistujille herää kysymyksiä luomutuotteista, heille jaettiin palkkioiden mukana myös luo-

mutuotteista kertova esite. Keskustelun päätyttyä vetäjä myös korjasi mahdollisesti esiintyneet väärinkäsitykset ja vastasi kysymyksiin tietojensa rajoissa.

2.4 Esimerkkeinä käytetyt tuotteet

Keskusteluissa käytetyt tuote-esimerkit esiteltiin valokuvina (taulukko 2). Valokuvien yhteydessä oli tuotteen nimi esim. ”luomumämmi”) ja Kasvintuotannon tarkastuskeskuksen myönnettävä luomumerkki (vihreä ns. aurinko-merkki), sekä tuoteseloste, joka otettiin esiin spontaanin keskusteluosuuden jälkeen. Esimerkkielintarvikkeet olivat kolmesta tuoteryhmästä: viljatuotteet, lihatuotteet ja kasvituotteet. Jokainen keskusteluryhmä sai tarkasteltavakseen esimerkit vähintään kahdesta tuoteryhmästä. Jos aika tuntui riittävän, vetäjä esitti myös kolmannen tuoteryhmän esimerkit. Tyypillistä oli, että kahden ensimmäisen tuoteryhmän esimerkeistä keskusteltiin tarkemmin ja kolmannet esimerkit otettiin loppukeskusteluun mukaan lisävirikkeiksi. Ryhmälle esitetyt tuoteryhmät ja niiden järjestykset vaihtelivat satunnaisesti. Raaka-aineen lisäksi esimerkit jokaisessa tuoteryhmässä vaihtelivat jalostusasteen ja lisäaineiden määrän mukaan. Mukana oli lähes jalostamattomia raaka-aineita, kuten juurekset ja pihvit, puolivalmisteita, kuten kaurahiutaleet, leipä, meetvursti ja suikaloidut juurekset, sekä valmisruokia, kuten cocktailpiirakat, jauhelihapizza ja valkosipuliperunat.

Tuote-esimerkit (yhtä lukuun ottamatta) valokuvattiin VTT:llä. Kuvissa elintarvikkeet pyrittiin esittämään toisiinsa nähden mahdollisimman tasavertaisesti, siten ettei jokin tuote näytä erityisen huonolta tai hyvältä. Kuvatut elintarvikkeet olivat joitakin markkinoilla olevia elintarvikkeita ja ne kuvattiin ilman pakkauksia neutraalilla alustalla. Esimerkkielintarvikkeiden tuoteselosteet olivat osittain keksittyjä. ”Keksityt” luomuelintarvikkeet luotiin ottamalla valokuva jostain tavanomaisesta tuotteesta ja muutamalla sen tuoteselostetta siten, että luomuelintarvikkeissa kielletyt lisäaineet korvattiin sallituilla tai jätettiin kokonaan pois. Tuoteselosteet eivät siis vastaa kuvissa olleiden elintarvikkeiden oikeita tuoteselosteita. Monien jalostettujen luomutuotteiden tuoteselosteeseen tuli suurempi määrä lisäaineita, kuin mitä olemassa olevissa luomutuotteissa yleensä on (liite 2). Nämä ääriesimerkit valittiin tarkoituksella herättämään keskustelua lisäaineiden merkityksestä. Keskustelujen lopuksi osallistujille kerrottiin, minkä asteisesti tuotteet olivat keksittyjä.

Taulukko 2. Keskusteluissa käytetyt esimerkit luomuelintarvikkeista (tuoteselosteet Liitteessä 2).

KASVISTUOTTEET	VILJATUOTTEET	LIHATUOTTEET
Valkosipulikermaperunat	Vadelmatäyteinen leivospöytä	Meetvursti
Perunalastut	Sitruunamuffinssiainekset	Marinoidut broilerin suikaleet
Tuoreet, valmiiksi suikaloidut juurekset	Jauhelihapizza	Possupata
Pakastetut kasvissuikaleet	Mämmi	Jauheliha (sika-nauta)
Tuoreet perunat ja porkkanat	Patonki (vehnä)	Naudan sisäfilee
	Coctailpiirakka	
	Täysjyväruisleipä	
	Kaurahiutaleet	

3. Mielikuvat ja uskomukset luomusta

Ryhmäkeskustelujen tuloksia tarkastellaan kahdessa osassa. Tässä osassa kuvataan, minkälaisia mielikuvia osallistujilla oli luomutuotannosta ja -tuotteista yleisesti. Samalla tarkastellaan näiden uskomusten merkitystä yleensä luomutuotteiden ostamiseen vaikuttavina tekijöinä. Toisessa osassa kuvataan erityisesti jalostettujen luomutuotteiden hyväksyttävyyteen vaikuttavia tekijöitä perustuen pääosin ryhmäkeskustelujen toisen osan aineistoon, jossa osallistujat reagoivat esimerkkeinä olleisiin luomutuotteisiin.

Osallistujien keskustelua tai kommentteja kuvaavissa esimerkeissä keskustelujen vetäjän mahdolliset kysymykset on merkitty V:llä ja keskustelijoiden nimet on muutettu tai jätetty pois. Suluissa tai hakasuluissa on tutkijan lisäyksiä ja tulkintoja yhteydestään irrotettujen kommenttien ja usein keskeneräisten lauseiden ymmärtämisen helpottamiseksi.

3.1 Houkuttelevaa ja tuoretta?

YHTEENVETO

- Luomuruoan tuoreelta vaikuttava ulkonäkö oli oleellinen ehto luomutuotteen valitsemiselle jopa säännöllisesti luomua käyttävien keskuudessa.
- Luomuruoan, erityisesti hedelmien ja vihannesten, tuoreus ja ulkonäkö saivat moitteita, joskin tilanteen todettiin parantuneen viime vuosina huomattavasti.

Ruoan ulkonäöstä tehdään päätelmiä sen tuoreudesta, mausta, rakenteesta ja koostumuksesta. Useimmille keskustelijoille ulkonäön perusteella päätelty laatu oli itse tuotantomenetelmää tärkeämpi valintakriteeri, etenkin syynä ostamatta jättämiselle. Jos luomutuote ei näytä tuoreelta ja hyvältä, keskustelijat sanoivat mielummin ostavansa tavanomaisen tuotteen. Myös luomutuotteita vakituisesti käyttävät kuluttajat kertoivat jättävänsä huonolaatuiset tuotteet hyllyyn.

Esimerkkejä 1. Houkuttelevuus, tuoreus ja laatu.

- **Räjähäneen näkösin se luomuosasto**, jotain nahistuneit vihanneksia ja muuta. Ei kauheesti houkuttele. (luomua viikottain käyttävä nainen, 37 v.)
- Ja ilmeisesti kysyntä on niin pientä, että ainaki mejjän kaupan luomutuotteet **osittain on sen verran heikkolaatusia, et niitä ei voi sen takii käyttää**. Tai sanotaan, ettei oo mitään järkeä maksaa sitä hintaa niistä, mitä pyydetään. (viikottain tai useammin luomua käyttävä nainen, 42 v.)

Useimmiten kokemukset luomutuotteiden huonosta laadusta liittyivät tuoreisiin hedelmiin ja vihanneksiin. Pari henkilöä toi esille kuitenkin myös kokemuksia ja epäilyjä viljatuotteiden laadusta, kuten jyvän kuoriosien epämiellyttävyydestä ja mahdollisista ei-toivotuista eliöistä viljatuotteiden seassa.

Jos kuitenkin kuluttaja oman kokemuksensa perusteella tiesi ko. tuotteen maun erityisen hyväksi, hän oli valmis hyväksymään myös ulkonäkövirheitä, kuten käyrempiä kurkkuja. Kaikkiaan luomuvihannesten huono laatu vaikuttaa edelleenkin olevan yksi keskeisiä luomutuotteiden myyntiä haittaavia tekijöitä.

3.2 Tuotteiden esillepano ja löytäminen kaupassa

YHTEENVETO

- Luomutuotteiden esillepanossa ja löytymisen helppoudessa nähtiin paljon parantamisen varaa.
- Eniten moitteita luomutuotteiden huonosta näkyvyydestä tuli kuitenkin niiltä osallistujilta, jotka eivät olleet erityisen kiinnostuneita luomutuotteista.
- Satunnaiset luomun käyttäjät eivät olleet halukkaita näkemään vaivaa luomutuotteiden etsimiseksi kaupasta. Luomutuotteiden esillepanon ja näkyvyyden parantaminen saattaisikin innostaa luomutuotteiden valintaan juuri näitä kuluttajia, jotka tällä hetkellä ostavat luomua vain hyvin satunnaisesti.

Luomutuotteiden esillepano ja näkyvyys kaupoissa sai paljon moitteita ryhmäkeskusteluihin osallistuneiden keskuudessa. Luomutuotteita harvoin käyttävät valittivat, ettei luomutuotteita tule huomanneeksi kaupoissa ja ettei esillepano ole houkuttelevaa tai luottamusta herättävää. Myös luomun aktiivisemmat käyttäjät kokivat joskus luomutuotteiden löytymisen hankalaksi. Keskustelijat ehdottivat usein, että luomutuotteet kannattaisi laittaa näkyvämmiin esille.

Kuten luomutuotteiden hintaan tai ulkonäköönkin kohdistuneet moitteet, myös esillepano ja huomioarvoa koskevat moitteet tulivat kuitenkin usein sellaisilta henkilöiltä, jotka eivät aktiivisesti käytä luomutuotteita. Vaikutelmaksi jäi se, että luomutuotteiden huomaamatta jääminen johtuu osittain myös kiinnostuksen puutteesta. Moitteita annettiin nimittäin myös sellaisista asioista, jotka useimmissa kaupoissa nykyisin ovat kunnossa. Tyypillisimmin luomun satunnaiskäyttäjä ei halunnut nähdä vaivaa luomutuotteiden etsimiseen kaupasta. Luomua ostettiin kyllä, jos se sattui silmään kaupassa tai oli helposti löydettävissä.

Esimerkkejä 2. Luomutuotteiden näkyvyys ja esillepano kaupoissa.

- Ja mitä nyt X jo mainitsi niin tuo **kaupoissa näytteelle asettaminen on ehkä pikkasen semmosta nuhjusta**. Tulee sellanen pikkasen nuhjunen ja... herättää pikkasen epäluottamusta. (...) pikkusen reippaampi, pikkusen ronskimman olonen markkinointi saattas tehdä sitä luotettavuutta paremmaks. *(luomua satunnaisesti käyttävä mies, 35 v.)*

- Minäki ostan aina luomuleipää, niin mua ärsyttää kaupassa kun on kauppvoja missä ne ripottelee sinne sun tänne ne luomuleivät ja kaikki ei ees paa erivärisiä niitä lappuja sinne missä se hinta on. **Sit niitä saa todella etsiä sieltä**. Mä melkein aina narisen kaupassa, että "Miks te ette paa niitä yhteen läjään." *(luomua päivittäin käyttävä mies, 40 v.)*

- **En oo muuten koskaan nähny semmosta kylttiä että tässä on luomutuotetta**. En oo kyllä hakenukaan niitä sieltä, mutta ei oo tullu sillä tavalla että niitä ois ollu tarjolla siinä. *(luomua harvoin ostava mies, 26 v.)*

- Mä en oo hirveen paljo ostanu niitä [luomutuotteita], (...). **Et en mä lähe niitä sillä tavalla hakemaan enkä sillain. Et jos sattuu kohalle naksahdamaan ja jos on tuommosia esittelyjuttuja niin silloin uteliaisuus herää vähän enemmän**. *(luomua harvoin käyttävä nainen, 59 v.)*

Aktiivisesti luomutuotteita ostavien keskuudessa esintyi kuitenkin paljon toisenlaisiakin näkemyksiä. Heille saatavuus tai löytyminen kaupasta ei ollut ongelma. Usein aktiivikäyttäjät etsivät tietoisesti luomutuotteita kauppaan mennessään, heidän silmänsä olivat harjaantuneet erottamaan ne muista tuotteista ja he olivat myös oppineet, mistä luomutuotteet löytyvät. Luomua käyttävät totesivat myös, että tuotteiden esillepano ja pakkausten houkuttelevuus on selvästi parantunut viime vuosina.

Esimerkkejä 3. Luomun aktiivikäyttäjille tuotteiden löytyminen ei useinkaan ole ongelma.

- Suurin osa mun ruoasta, oikeestaan kaikki mitä syön, löytyy aika hyvin luomuna. Mä oikeestaan valitsen ruokakaupatkin sen mukaan, että mistä niitä sit löytyy *(luomua päivittäin käyttävä nainen, 30 v.)*

- On ne aika paljon alkanu muttua. mones kaupas on kunnan kokonen luomuosasto, et sieltä löytyy ne kaikki. Kyl mäki seuraan niit, vaikken mä oo kauheesti käyttäny. Kyl mä niit pyörittelen että "Jahah, tämmöstäki on tullu", mut se on varmaan isommis kaupois silleen et löytyy paremmin ne luomutuotteet ja on enemmän niitä. *(luomua viikottain käyttävä nainen, 37 v.)*

Joissain ryhmissä käytiin vielä vilkasta keskustelua siitä, miten luomutuotteet olisi parasta laittaa esille kaupoissa. Mielipiteet kävivät melko tasan sen suhteen, olisiko luo-

muutuotteiden parempi olla tavanomaisista erikseen omana ryhmänään vai vastaavien tavanomaisten tuotteiden rinnalla. Keskustelijoiden mielestä erillinen ”luomunurkkaus” voi helpottaa luomutuotteiden löytämistä ja tunnistamista silloin, kun ostaja etsii niitä tietoisesti. Tavanomaisen rinnalla oleva luomutuote taas voi olla joskus vaikea löytää tuotemerkkien viidakosta, toisaalta silloin taas syntyy herkemmin heräteostoksia. Näytti siltä, että mielipide luomutuotteiden parhaasta sijoittelusta riippui kunkin kuluttajan kulloisestakin tavasta etsiä tuotetta kaupasta, esim. siitä lähtikö hän ostamaan kaurahiutaleita vai luomutuotteita.

Esimerkkejä 4. Miten luomutuotteet tulisi sijoittaa kauppoissa.

- Kyllä täytyy olla siinä lähellä missä niitä normaalistikii on, että jauhot on myyty jauhojen vieressä, että ei niitä lähe erikseen jostain eri hyllystä hakemaan. (...) että jos ne olis jossain yhdessä nurkassa, niin siitä tulis kyllä ajettua helposti ohi. Että varta vasten ei lähde sitä hakemaan. *(luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 45 v.)*

- Parempi, että ne on erikseen. Koska sitä todella jouda lukemaan niitä kylkiä, että onko... Tai että ne olis jotenki merkitty. Se varmaan nostaa sitä menekkiä. *(luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 52 v.)*

3.3 Paremman makuista?

YHTEENVETO

- Suurin osa osallistujista uskoi luomutuotteen maistuvan tavanomaista tuotetta paremmalta.
- Luomutuotteiden käyttö oli monilla saanut alkunsa positiivisesta makukokemuksesta.
- Parempi maku on keskeinen osa luomutuotteen koettua lisäarvoa: ollakseen hintansa arvoinen luomutuotteen kuuluu maistua paremmalta.
- Tutkimukseen osallistuneilla oli sekä positiivisia että negatiivisia kokemuksia luomutuotteiden mausta.

Maulla ja makuun liittyvillä odotuksilla on ratkaiseva vaikutus myös luomutuotteiden valintaan, kuten yleensäkin ruoan valintaan. Tässäkin tutkimuksessa maku oli aina ensimmäisiä asioita, joihin keskustelijat kiinnittivät huomiota pohtiessaan kiinnostustaan luomutuotteisiin: Näyttääkö tuote herkulliselta? Onkohan se parempaa kuin vastaava tavanomainen tuote?

Lähes kaikilla tähän tutkimukseen osallistuneista kuluttajista oli jonkinlaista maistamiskokemusta luomutuotteista. Siksi heidän kommenttinsa heijastavat ehkä enemmän heidän (usein tosin vähäisiä) kokemuksiaan kuin ennakoasenteitaan. Jotkut kommentit

heijastivat kuitenkin kokemukseen perustumattomia, positiivisia tai negatiivisia ennakkoluuloja.

Monesti keskusteluun osallistujat kertoivat saaneensa ensimmäisen ylläkkeen luomun ostamiseen joko tuttavvan kehuttua jonkin tuotteen makua tai saatuaan itse – usein sattumalta – positiivisen makukokemuksen luomusta. Joillain luomutuotteiden käyttö rajoitui näihin tiettyihin hyväksi havaittuihin tuotteisiin, toisilla käyttö oli laajentunut myös muihin tuoteryhmiin.

Esimerkkejä 5. Positiivisia makukokemuksia, joiden vuoksi ryhtynyt käyttämään luomutuotteita.

- (...) ..koska mä oon jääny koukkuun niihin [luomutuotteisiin], koska ne useimmat maistuuki tosi paljon paremmilta ku niinku muut. Jotku tomaatit ja porkkanat – ne on ihan eri makusia. (luomua päivittäin käyttävä nainen 30 v.)

- Oon itse kokeillu viime aikoina aika paljo lihaa koska sukulaisten kautta oon saanu sitä helposti ja edullisesti. Ja sitä mä ostan sen takia että se on niin tuoretta ja hyvää verrattuna kaupantiskiltä ostettuun. Että ei suinkaan sen takia että mä pelkäisin mitään tauteja. Sit muita [tuotteita ostan] ihan satunnaisesti. (luomua viikottain käyttävä nainen, 54 v.)

- (kertoo ostaneensa lapselleen luomujauhelihapitzan) Sen mielestä se oli hyvää ja hän syö nyt sitten enää vain luomujauhelihapitsaa. (luomua viikottain käyttävä nainen)

Kokemukseen perustuvat mielipiteet luomuruuan mausta vaihtelivat suuresti. Tuotteesta, tuoteversiosta, kuluttajan motiiveista ja mieltymyksistä riippuen luomutuotteista kerrottiin positiivisia, neutraaleja ja negatiivisia makukokemuksia. Tämä on tietysti ymmärrettävää, kun ottaa huomioon luomutuotteiden sekä kuluttajien asenteiden ja maku-mieltymysten suuren kirjon. Monet luomusta kokemusta omaavat keskustelijat olivatkin huomanneet tuotekohtaista vaihtelua luomutuotteen ja tavanomaisen suhteellisessa maussa. Positiivisia kokemuksia vaikutti olevan enemmän niillä osallistujilla, jotka käyttivät luomutuotteita jokseenkin säännöllisesti kuin niillä, joilla oli vain satunnaisia kokemuksia luomutuotteista.

Esimerkkejä 6. Havaitut makukokemukset vaihtelivat tuotteittain.

- Joissakin elintarvikkeissa se ero [onko luomua vai tavanomaista] on hyvinki selvä. Esimerkiks tällanen makuherkkäutuote kun kananmuna, niin siinä voin sanoo että luomukananmuna on aivan niin kun eri luokkaa kun tavallinen joku kultamuna. (...) Ja suosin esimerkiks siinä tuoteryhmässä ehdottomasti luomutuotteita. (...) Siinäkin on semmonen optimointi, että jos siitä kananmunasta leivotaan vaikka täytekakku, niin ei silloin kannata ostaa luomumunia, koska se maku hukkuu siihen täytekakumössöön. Mut sitte jos syö sen munan munana, niin silloin se niinku luomun merkitys on todellinen. (mies)

- Tomaatteja mä oon ostanu ja mun mielestä ne on ollu parempia kuin ei-luomutomaatit. Mut sit taas jauhois ja tommosis niin eipä oikeestaan huomaa mitään eroo. Ja leipääki... jotain luomuleipää, niin en usko.[että on makueroja]. (...) Mutta ei oikein niis jauhois, mitä mä oon itte leiponu, niin en mä huomaa mitään eroo. (luomutuotteita kuukausittain käyttävä nainen, 51 v.)

Esimerkkejä 7. Ei havaittu eroja luomutuotteiden maussa tavanomaisiin verrattuna.

[oli kokeillut luomua koska..] V: Se maku kiinnosti sua? Oliko se eri makusta?

- Hiukan. **Ei kauheesti mitään.** Ehkä se oli korvien välissä se makuero. *(luomua kuukausittain käyttävä nainen, 49 v.)*

- Mä oon ostanu **luomukaurahiutaleita**, niin **en mä kyl huomaa mitään eroa**. Mä keittän usein kaurapuuroa, niin en oo huomannu mitään semmosta eroa että olis pakko saada lisää luomukaurahiutaleita. *(luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 51 v.)*

Varsinaisesti kielteisiä kokemuksia luomutuotteiden mausta oli vain vähän. Ne tuntuivat perustuvan usein enemmän mielikuviin kuin kokemuksiin. Jotkut ilmaisivat pettyneensä makuun odottaessaan sen olevan selvästi parempi kuin tavanomaisella tuotteella. Kommenteista heijastuikin usein ajatus, että luomuruuan kuuluu maistua paremmalta, muutoin se ei ole hintansa arvoista – tai edes kunnolla ”luomua”. Luomun tulisi maistua paremmalta, jotta sitä kannattaisi ostaa.

Esimerkkejä 8. Luomutuotteen odotetaan maistuvan tavanomaista paremmalta.

- Viimeks ku mä ostin luomutuotteita, mä ostin porkkanoita ku ne poikkeuksellisesti ei ollu tuplakalliimpia ku tavalliset porkkanat. Prismassa viime viikolla ja sit mä olin hirmu tohkeissani et nää on luomuporkkanoita et nää on varmaan tosi hyvii, et tästä saa hyvää raastetta, **mut sit ne maistu ihan puiselta** ja heti tuli semmonen olo ku mä olin kotona että ”Voi hitsi, tää on tietysti ku ei näihin käytetä mitään aineita enää, niin näistä ei tuu enää samanmakusia” **ja mä heitin kaikki luomut mäkeen**. Mutta [käytän] satunnaisesti [luomutuotteita]. *(satunnaisesti luomua käyttävä nainen, 35 v.)*

Must on paljo suurempi vääryys jos luomutuote maistuu pahalta ku tavallinen tuote. Ku sen luomun pitäis olla niin erikoishyvää ja sitte sä usein maksat siitä sen erikoishinnan ja jos siitä huolimatta maistuu puulle, niin sit se on suurempi katkeruus ku et jos sä otat sen tavallisen vihanneksen ja se sattuuki oleen ihan kuiva, niin se nyt vaan oli huono ostos, piste. (...) *(noin 35 v. nainen, lapset alle 7 v.)*

Jos maun tiedettiin tai odotettiin olevan parempi tavanomaiseen tuotteeseen verrattuna, se lisäsi selvästi maksuvalmiutta ja kiinnostusta luomutuotteisiin. Erityisen hyvästä mausta myös satunnainen, luomun ideologiasta erityisesti kiinnostumaton kuluttaja oli valmis maksamaan.

Esimerkkejä 9. Luomutuotteen tavanomaista parempi maku lisää satunnaisenkin kuluttajan maksuvalmiutta.

- (...) Sit vasta jälkeenpäin huomattiin, että ne irtoporkkanat oli ollu luomuporkkanoita. Nehän oli varmasti kilohinnaltaan kyllä kalliimpia. **Mutta mun mielestä siitä kannatti maksaa.** *(luomua satunnaisesti käyttävä mies, 26 v.) **

(luomun käyttäjä kertoo luomu kaurahiutaleiden olevan ”hirveen paljon maukkaampia”)

- Onko nekin parempia?! Tää puoli asioissa kiinnostaa! **Jos ne maistuu paremmilta, siitä vois maksaa.** *(luomua harvoin käyttävä nainen, 32 v, joka aiemmin oli kertonut että hinta ratkaisee hänen ruokavalinnoissaan, ja ettei halua leimautua vaihtoehtokuluttajaksi)**

3.4 Terveellistä?

YHTEENVETO

- Luomutuotteita pidettiin yleisesti tavanomaisia tuotteita terveellisempinä, mutta myös kriittisiä näkökulmia esiintyi.
- Luomutuotteiden terveellisyyden nähtiin perustuvan niiden puhtauteen lisätyistä aineista, lisäaineista, torjunta-aine yms. jäämistä (”myrkyistä”).
- Myös ravitsemuksellinen terveellisyys liitettiin luomuun.
- Terveellisyydestä ajateltiin olevan hyötyä allergioissa, yliherkkyyksissä ja laktoosi-intoleranssissa – näistä keskustelijoilla oli myös omakohtaisia kokemuksia.
- Terveellisyyden merkitys korostui lapsia ajateltaessa.
- Terveysuskomukseen liittyy myös käsitys luomutuotteiden turvallisuudesta.
- Luomutuotteen koetun lisäarvon kannalta tuotteen kokeminen tavanomaista terveellisemmäksi oli hyvin oleellista (luomutuotteelta odotetaan terveellisyyttä).

Yleisesti luomuruokaa pidettiin terveellisempänä kuin tavanomaisesti tuotettua ruokaa, joskin poikkeaviakin näkökulmia esiintyi. Ajatus siitä, että luomuruoka on tavanomaista terveellisempää, perustui siihen, ettei luomutuotannossa käytetä torjunta-aineita, kemiallisia lannoitteita, antibiootteja tai hormoneja. Siksi luomutuotteiden uskottiin olevan puhtaita jäämistä ja lisäaineista – kaikista ylimääräisestä lisätyistä aineista ja ”myrkyistä”. Näillä asioilla uskottiin olevan merkitystä erityisesti allergioiden kannalta. Osa keskustelijoista odotti luomutuotteilta myös ravitsemuksellista terveellisyyttä.

Esimerkkejä 10. Mikä tekee luomutuotteista terveellisempiä?

V: Mitä se terveellisyys sulle tarkoittaa?

- No silleen että **ei oo mitään myrkkijä** käytetty viljelyssä, että se sillä lailla ois terveellisempää [kuin tavanomaiset tuotteet]. Niissähän on kaiken maailman **lisäaineita** ja kaikkia. (...) (*luomua satunnaisesti kuukausittain käyttävä nainen, 51 v.*)*

- (...) Työkaverit innosti, että sit **ku kerta ollaan dieetillä, niin sit syödään puhdasta ruokaa**. Ja sit ostettiin luomutomaatteja. Se oli erikoistapaus ja sitä ei kovin usein tapahdu. (*satunnaisesti kuukausittain luomua käyttävä nainen, 42 v.*)*

Kaikkiaan aineistosta heijastui vahvasti mielikuva luomutuotteista puhtaina ja ihmisen terveydelle laajemminkin hyödyllisinä tuotteina. Terveellisyys liitetään luomutuotteisiin

niin vahvasti, että luomutuotteiden odotetaan ilman muuta olevan tavanomaisia terveellisempiä, jotta niillä nähtäisiin olevan lisäarvoa tavanomaiseen nähden.

Usein mielikuva luomutuotteen terveellisyydestä saattoi joskus olla hyvin epämääräinen: *"Et eiköhän siinä oo vähempi niitä kaikkii ns. pahaa"*, mutta muutaman osallistujan uskomukset luomutuotteiden terveellisyydestä perustuivat omiin kokemuksiin. Luomutuotteisiin siirtyminen oli näiden keskustelijoiden mukaan helpottanut mm. allergia-, yliherkkyys- ja erityisesti laktoosi-intoleranssin oireita. Positiiviset kokemukset olivatkin olleet heillä keskeisin syy luomukuluttajaksi siirtymiselle.

Esimerkkejä 11. Keskustelijoiden omia kokemuksia luomutuotteiden positiivisista vaikutuksista terveyteen.

(V: Mikä tekee luomusta terveellisen?) – (...) Tavallista maitoa mä en voi juoda, mulla on **laktoosi-intoleranssi**. Luomumaitoa voin, et sinne ne bakteerit jätetään. *(luomua säännöllisesti käyttävä nainen, 39 v.)*

Laajimmat näkemykset luomutuotteiden terveellisyydestä esitettiin noin 30-vuotiaiden aktiivisten luomun käyttäjien keskuudessa. Jotkut heistä näkivät terveellisyyden muodostuvan koko ekologisen ravintoketjun kertymänä ja liittivät sen myös sitä kautta koko maailman ja omaan henkiseen hyvinvointiinsa.

Esimerkkejä 12. Laaja näkemys luomutuotteiden terveellisyydestä.

- Se [luomun paremmuus] on [siis] **jotaki kasautumaa sekä maahan että ihmiseen ja ravintoketjussa? Kuitenki näitä syöpiä ja elintasosairauksia löytyy.** *(luomua harvoin käyttävä nainen 32 v.)*

- **Se on terveellisempi tälle systeemille.** Ajattelen – mitä nyt sitten tällä luonnonmukaisella viljelyllä tarkkaan ottaen tarkotetaan – niin kyllähän se perinteinen luontoistalouden kiertoviljelysteemi, jossa viljeltiin heinää ja juurikasveja ja viljaa kiertona pelloilla ja jota sitten jossakin vaiheessa lannotettiin kalkilla, jossakin vaiheessa lehmän lannalla, niin on siis yhteiskunnan kannalta sympaattista, koska siinä ei tarvi kuletella hirveitä etäisyyksiä erinäisiä myrkkyyjä ja ei tarvi käyttää suurta määrää energiaa keinolanotteiden tuottamiseen. (...) **Mä katon niinku isommasta näkökulmasta katsoen, jolloin se tulee kerrannaisvaikutuksena myöskin tämmösiä myönteisiä terveysvaikutuksia.** *(luomua aktiivisesti käyttävä mies, 54 v.)*

Myös kriittisiä näkemyksiä luomutuotteiden terveellisyydestä esiintyi, joskin vähän. Kaikki keskustelijat eivät olleet valmiita uskomaan luomutuotteita tavanomaisia terveellisemmiksi. Syynä oli yleensä näytön, tutkimustiedon puuttuminen. Eräät keskustelijat tulkitsivat omaa ostokäyttäytymistään siten, että riittävän näytön puuttuessa he eivät olleet motivoituneita siirtymään luomutuotteiden käyttäjäksi, vaikka periaatteessa olisivatkin suhtautuneen myönteisesti luomun perusajatukseen.

Luomutuotannon heikkoja kohtia tuotiin hieman yllättävästi esille eniten kaikkein aktiivisimpien luomuihmisten taholta. Vaikutti siltä, että valistuneet ja aktiiviset luomun käyttäjät tiesivät enemmän sekä luomutuotannon vahvuuksista, että heikkouksista. Useimpia muita osallistujia ennen tutkimusta tiedotusvälineissäkin esiintyneet kriittiset näkemykset luomutuotannon mahdollisista haitoista eivät olleet ilmeisesti tavoittaneet. Ne, jotka eivät itse juurikaan käyttäneet luomua, kohdistivat mahdollisen kritiikkinsä lähinnä tieteellisen näytön puutteeseen luomun terveellisyydestä.

Esimerkkejä 13. Kriittisiä näkemyksiä luomutuotteiden terveellisyydestä.

- Näistä ei tiiä. Minäkään **en sillä tavalla usko näihin** [luomutuotteisiin] **että nää ois jostain terveellisempiä**. Koska ei ainakaan minun silmiin oo osunu mitään **tutkimusta, jossa pystyttäis selvästi osottamaan että...** Toisaalta on nykyään paljo allergioita ja kaikkee, että tietysti epäilyttää että onko tässä nykyisessä, tavallisessa tuotannossa jotain. Kun ei tiiä. (*luomua satunnaisesti käyttävä mies, 26 v.*)

- Semmonenki auttas [motivoitumaan luomun käyttöön], jos olis joku **tutkimus jossa sa-nottas että luomua ku syö niin tulee vähemmän syöpää**. Se vaikuttais aika nopeesti. (*luomua harvoin käyttävä opiskelijanainen, 32 v.*)

- Terveys on vähän ongelmallinen, ku siit **ei oo kauheesti mitään näyttöö**. Okei, luomussa on **vähemmän torjunta-ainejämiä**, mut sit siinä on taas enemmän jämiä esimerkiksi homeesta. (*luomua päivittäin käyttävä opiskelijanainen, 27 v.*)

3.5 Turvallista?

YHTEENVETO

- Ruokakriisit ovat lisänneet osallistujien tietoisuutta ruoan turvallisuuskysymyksistä.
- Tämä ei juurikaan näyttänyt vaikuttaneen luomutuotteiden käyttöön, vaan huomiota kiinnitettiin lähinnä lihan kotimaisuuteen.
- Luomuun liittyi kuitenkin mielikuva turvallisuudesta, vaikka muutama epäili tavanomaisten tuotteiden olevan turvallisempia.

Elintarvikkeiden turvallisuuskysymykset nousivat keskustelujen eri yhteyksissä, ja varsinkin lihatuotteiden yhteydessä, usein esille. Lihatuotteiden pakkausmerkintöihin oli alettu kiinnittää selvästi enemmän huomiota ruokakriisien (kuten BSE:n) myötä. Näistä syistä monet kertoivat alkaneensa tarkistaa aina lihatuotteiden kotimaisuuden. Useimmille pelkkä luonnonmukainen tuotantotapa ei ollut riittävä turvallisuuden taek. Mieluummin haluttiin ostaa kotimaista tavanomaista kuin ulkomaista luomulihaa.

Luomutuotteen turvallisuutta tavanomaiseen tuotteeseen verrattuna ei suoraan mainittu syyksi ostaa luomua. Vaikutelmaksi jäi, että monetkaan eivät ajattele luomutuotteita ensisijaisesti mikrobiologisen turvallisuuden ja tautiriskien välttämisen näkökulmasta, vaan turvallisuus liitetään enemmän luomutuotteiden puhtauteen lisä-, torjunta- yms. ylimääräisistä aineista.

Esimerkkejä 14. Luomutuotteet ovat turvallisempia.

- Mä oon tästä tuotteesta (luomumeetvursti) luku, että siinä ei pitäis olla sitä lihaluujauhoa, et pitäis olla syötetty ihan normaalilla viljalla nämä eläimet, mistä se on tehty. *(viikottain luomua käyttävä nainen, 39 v.)*
- Mä pidän, että kotimaiset luomutuotteet ovat turvallisempia, puhtaampia ja parempia kuin kotimaiset vastaavat tuotteet, jotka nekään eivät oo huonoja missään nimessä. *(pienten lasten äidit)*

Keskusteluissa esiintyi myös epäilyjä luomutuotannon hygieniasta ja pohdintoja luomutuotteiden mahdollisesti suuremmista turvallisuusriskeistä tavanomaisiin verrattuna. Luomuun saatettiin liittää mielikuva epähygienisyydestä ja hieman kontrolloimattomista toimintatavoista. Joillain osallistujilla, jotka eivät itse yleensä käyttäneet luomutuotteita, saattoi olla se käsitys, että luomutuotantoa valvotaan huonommin kuin tavanomaista, mutta luomutuotteiden säännöllisillä käyttäjillä oli yleensä tarkempi kuva luomutuotannon valvonnasta, ja he myös luottivat siihen.

Esimerkkejä 15. Onko tavanomainen tuotanto on hygienisempää, turvallisempaa ja paremmin valvottua?

- Mulle tuli vaan mieleen luomukananmunista, että koska luomukananmunat tarkoittaa sitä että ne kanat munii sitten siellä kanalassa vapaasti sinne kakkojensa joukkoon ne kananmunat ja sitte kun ne sieltä kerätään niin ei niitä sit paljoo puhdistellakaan niitä kananmunapintoja. Verrattuna sitte johonki teolliseen tuotantoon sit ku ne tulee sieltä kauriina ja puhtaana. **Kumpi sit on tavallaan hygienisempää**, se luomukananmuna sieltä kakkojen seasta poimittuna vai sitte teollisesti tällain tosi puhtaasti. *(luomua harvoin käyttävä nainen, 37 v., lapset 2 ja 4 v.)*
- **Itse asiassa tuo oli hyvä pointti että tämmöstä kunnan massatuotantoa valvotaan paremmin** kuin sitten taas jos lehmät loikkii tuolla jossakin... *(luomua harvoin käyttävä nainen, 37 v.)*
- Niitä [luomua] valvotaan aika tarkkaan kyllä. *(viikottain luomua käyttävä nainen, 37 v.)*
- Niissä valvotaan nimenomaan sitä että ne on luomua. Ei siinä mitään hygieniajuttuja välttämättä valvota. *(mies, 24 v., ei käytä luomua)*

3.6 Hyväksi lapsille

YHTEENVETO

- Lasten syntyminen on saanut monet kiinnittämään enemmän huomiota ruokavalion terveellisyyteen.
- Jotkut olivat myös lisänneet luomutuotteiden käyttöä tästä syystä.
- Usein luomutuotteita pidettiin ainakin periaatteessa ihanteellisena, parempana ja terveellisempänä ruokana lapsille.

Monet keskustelijat, usein myös lapsettomat, uskoivat luomutuotteiden olevan lapsille jollain lailla parempaa ja terveellisempää ruokaa kuin tavanomaisesti tuotettu: puhtaampaa, myrkyttömämpää, turvallisempaa ja ravitsevampaa. Osittain keskustelut kuitenkin heijastivat enemmän käsitystä ideaalitulanteesta kuin toteutuneita käytäntöjä. Luomuruokaa pidettiin lapsille periaatteessa ihanteellisena ruokana – jos itsellä olisi lapsia tai jos vain ihannetta tulisi käytännössä toteutetuksi.

Esimerkkejä 16. Luomuruoka olisi periaatteessa parempaa ruokaa lapsille.

- **Kyl meillä on ainaki lisääntyny [luomutuotteiden] käyttö** [lasten saamisen myötä], mutta tuotteitaki on tullu enemmän viime aikoina. (*luomua lähes päivittäin käyttävä mies, 30 v., lapset 1 ja 5 v.*)

(keskustelua luomuvalmisruokien tarpeellisuudesta) (...) ne nuoriso ja lapset, niillehän se nimeenomaan on tärkeätä, ettei puhkee **allergioita ja terveysriskejä** tuu sitten. Semmosen on mun mielestä on enemmän katsottava [mitä ostaa] kuin sinkkunaisen. (*nainen noin 50 v.*)

- Ei täs nyt oo enää väliä mitä täs itte syö, että lähdempä tupakalle... Mut jotenki tuntuu et lapsille, **jotenki se tuntuu kauniilta ajatukselta et joo laitän puhdasta ruokaa lapsille tyyliin**. Et niil on vielä jotenki... En mä tiä se on vaan niin kaunis ajatus. Harvoin se käytännössä kyl toteutuu. (*pienien lasten äidit*)

Myös murrosikäisillä lapsilla tai nuorilla näyttäisi olevan suuri vaikutus perheen ruoankäyttötapoihin ja siksi myös luomuruoan käyttöön. Tässä tutkimuksessa ei kohdistettu erityistä huomiota nuorison merkitykseen tai ajatuksiin. Silti oheinen kommentti kertoo sen, että jos perheen nuori kannattaa vahvasti eläinten suojelua, eettistä ja ekologista elämäntapaa, se vaikuttaa yleensä myös muun perheen ruokatottumuksiin.

Esimerkkejä 17. Nuorison vaikutus luomukiinnostukseen.

- Meiän perheessä [luomutuotteiden käyttö] on ollu semmonen tietonen valinta. Perheenäitinä täytyy sanoa, että se ei ollu ees mun tietonen valinta, vaan mun toisen lapsen. Se on nyt **13-vuotias tyttö ja intohimoinen eläinaktivisti** ja se on ollu vakaumuksellinen kas-

vissyöjä kymmenvuotiaasta. Ja se on koulus' vakaamus mitattu ja ala-aste teki sille kasviruokaa, ku se oli ala-asteella. **Ja se on niinku tyynen rauhallisesti käännäny meiat.** Me ei oikeestaan syödä enää lihaa. Jos syödään, niin sitte kaikki ostetaan luomuna. (...) (nainen, 42 v., lapset 13 ja 11 v.)

3.7 Hyväksi ympäristölle ja tuotantoeläimille

YHTEENVETO

- Uskomus luomutuotannon ympäristön ja eläinten hyvinvointia edistävästä vaikutuksesta on keskeinen osa luomumielikuvaa.
- Osalle keskustelijoista tämä oli myös keskeinen syy luomun käyttöön, mutta monille enemmän ylimääräinen hyvän omantunnon tuoja muihin valintakriteereihin nähden.
- Huoli eläinten hyvinvoinnista oli joillekin syy suosia luomua erityisesti lihatuotteissa.
- Usein luomutuotannon eläinten kohtelun arvostus kuitenkin perustui sen oletettuihin vaikutuksiin lihan laatuun ja sitä kautta omaan terveyteen.

Ympäristö- ja eläinystävällisyys liitettiin yleensä aina luomutuotteisiin. Luomun katsottiin liittyvän luontoympäristön ja eläinten hyvinvoinnin edistämiseen, maapallon ja maatalouden kestäväan kehitykseen, yhteiskunnan oikeudenmukaisuuteen, ns. ”maailman parantamiseen” yleisemminkin sekä eettiseen arvomaailmaan. Esimerkin 18. keskusteluotteessa tiivistyy tyypillinen näkemys siitä, mitä kaikkea luomutuotannon ajattellaan olevan.

Esimerkki 18. Mitä luomusta tulee mieleen?

- Mä aattelen, että ne olis sellasia tuotteita, joiden viljelyssä ei olis käytetty lannotteita ollenkaan ja ne olis **puhtaampia ku muut tuotteet** (...), et säilöntäaineet puuttuis sillon.
- Minä yhdistän luomutuotteeseen sen luonnonmukaisen viljelyn. Käytetään **luonnonmukaisia menetelmiä, ei keinolannotteita**, muita lannotteita kylläkin. Ja se että se on perinne ja hyvä asia ja tämmöset mieltää tähän asiaan. (...)
- Ja mä ajattelen lähinnä **luontoa säästävältä** kannalta sitä.
- Ja eläimistä tulee mieleen se, et se ois tavallaan ikäänkuin **eläinystävällisempää** tai jotain tämmöstä.
- Se on ehkä mun mielestä **elämäntapa** aika pitkälle. Varsinkin, jos mieltii luomuviljelijöitä. Niiden arvomaailma ja semmonen on mietitty tarkkaan. (...)
- Omalta kohdaltani mä voin sanoo kolmen lapsen äitinä, että mä ajattelen, että tää mejjän maa ei oo mejjän, vaan se on tavallaan lainaa. Se että mä käytän luomutuotteita, niin sillon mä säästän sitä **luontoa myös tuleville sukupolville**. Se mulla on semmonen kriteeri. (noin 40-vuotiaita 5–13-vuotiaiden äitejä)

Luomua kaikkein aktiivisimmin käytävillä keskustelijoilla ekologiset, eettiset ja arvo-perustaiset syyt olivat usein ensisijainen syy luomutuotteiden käyttöön. Psykologiasta tiedämme, että jo pelkästään omien arvojen toteuttaminen ja niiden kanssa johdonmu-kainen toiminta on ihmiselle sisäisesti palkitsevaa. Kun käyttäytymistä ohjaa tällainen ns. sisäinen motiivi – eikä ulkoinen motiivi, kuten raha tai pelko jostain haitasta – toi-minta on yleensä pysyvämpää eikä yhtä helposti muutu ulkoisten olosuhteiden mukai-sesti. Tämä tutkimusaineisto vahvistaakin käsitystä siitä, että eettisesti ja arvojensa pohjalta luomun käyttöön motivoituneet ihmiset olivat keskusteluihin osallistuneista niitä kaikkein uskollisimpia ja aktiivisimpia luomutuotteiden käyttäjiä. He olivat muita kuluttajia valmiimpia myös tinkimään jossain määrin tuotteen muista hyvistä ominai-suuksista, maksamaan tuotteesta enemmän tai näkemään enemmän vaivaa sen löytämi-seksi. Myös useilla satunnaisesti luomua käytävillä ympäristöön ja eläimiin liittyvät hyödyt antoivat luomutuotteille oman lisäarvonsa. Ympäristöarvojen voimakkuudesta riippumatta tietoisuus luonnonmukaisen tuotannon ekologisista ja eettisistä hyödyistä koettiin palkitsevaksi, hyvää mieltä tuottavaksi. Se antoi tunteen mahdollisuudesta osal-listua maailman parantamiseen.

Esimerkkejä 19. Ekologiset ja eettiset arvot luomutuotteiden valintaperusteina.

- Kyl se aika paljo liittyy ekologiseen elämäntapomukseen. (luomua päivittäin käyttävä nainen, 27 v.)

- Mä oon ajatellu, että kyllä se varmasti on [terveellisempää]. Mutta se ei mulle välttä-mättä oo ihan ensimmäinen ajatus siinä että "No niin tämä on oikein terveystuotetta, sen takia tätä ostetaan", vaan mä ehkä **eniten mietin siinä että se olis ekologista**. Se on kuit-tenkin se torjunta-aineitten käyttö aika valtavaa ja ei oikein pitkään voi jatkaa enää sillä tavalla. (luomua päivittäin käyttävä nainen, 26 v.)

- Mulle tää luomu on enemmän semmonen **eettinen asia** ja semmonen **keino parantaa maailmaa**. En oo kauheen vakuuttunu, onko ne sen parempia maultaan ja terveellisempiä kuin muutkaan. Tietysti se vaihtelee niinkuin muissakin elintarvikkeissa se maku. Siinä on jotenki tämmönen eettinen puoli. (...) Se on varmaan vastaisku tälle tehotuotannolle. Ihan **periaatteesta**. Se on niin kuluttavaa ja **luontoa riistävää se tehotuotanto**, ja siitä on niin paljo haittoja. **Yhteiskunnallisia haittoja**. Jos veis terveempään sunntaan tätä ruoan tuotantoa. Tasapuolisempaan suuntaan, joku tämmönen mielikuva. (luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 52 v.)

- Mä usein ajattelen, et ku yleensä kuitenkin luomutuotteet maksaa enemmän, niin se on ninku **semmonen tietonen päätös**, joka on kauppa joka tapauksessa sit tehtävä, jos sitä ottaa. Et yleensä luomut ei kävele vahingossa mukaan. Mä aina kun mä tuskailen siinä ja mä ajattelen ja sit mä oon oikein pihä, et "Ei". Sit mä kuitenkin, et "Okei", se on kuitenkin semmonen **kannanotto siellä kaupassa tavallaan aatteen puolesta**. Ja sit mä aina huo-maan, **et mä oon kauheen tyytyväinen ku mä oon sen tehny**. Ja sit ku sen on kerran tehny, niin sit se on niin paljo helpompaa tehdä toisen kerran. (luomua viikottain käyttävä nainen, 42 v., lapset 11 ja 13 v.)

Yleisesti uskottiin, että tavanomaiseen verrattuna luonnonmukaisessa kotieläintuotan-nossa eläimillä on paremmat olosuhteet, parempi kohtelu, puhtaampi ruoka, ne ovat terveempiä ja voivat paremmin. Eläinlääkäriä mainittiin usein yhtenä plussana luo-mutuotteelle ja tuotiin kaikissa keskusteluryhmissä ainakin jollain tasolla esille yhtenä syynä kannattaa luomutuotantoa. Joitain keskustelijoita eläinten hyvinvointi tuntui eni-

ten houkuttavan luomutuotteiden käyttöön, ja siitä syystä he pitivät erityisen tärkeänä juuri eläinperäisten tuotteiden ostamista luomuna. Toiset taas näkivät eläinten hyvinvoinnin hyödyt enemmän oman kuin eläinten terveyden kannalta. Uskottiin, että hyvässä elinympäristössä onnellisena kasvaneesta ja puhdasta rehua syöneestä eläimestä saadaan ruokaa, joka on ihmiselle terveellisempää ja paremman makuista.

Esimerkkejä 20. Eläinten hyvinvointi.

- Ku näkee niit jotain niit **filminpätkee, mis niit lampaita hakataan** jossain mis ne ei mahdu liikkua ja muuta jost Englannist Kreikkaan. Mulle vaan tulee se, että nyt mä ostan tavallist luomumaitoo, vaik se ei liity niihin lampaisiin, mut **mä en voi sen jälkeen enää niinku ostaa mitään muuta.** (luomua päivittäin käyttävä nainen 30 v.)

- Mulle ehkä olis luomutuotteista ne kaikki kananmunat ja lihat kaikkein tärkeimpiä, ku sehän nyt on kasviksen kannalta aika sama, missä kasvaa, asutaaks sitä kemikaaleilla vai ei. Mut **elukoille**, ku sen on ite nähny, että **ne oikeesti voi paremmin luomutilalla** niin silleen oisin valmis ehkä siitä maksamaan selvästi enemmän. (nainen noin 26 v.)

Kaikki eivät nähneet luomutuotannon eläinystävällisyyttä oleellisena erona tavanomaiseen tuotantoon nähden, sillä eläimiä voidaan kohdella hyvin tavanomaisessakin tuotannossa.

3.8 Epäluottamus luomutuotteisiin

YHTEENVETO

- Keskustelijat esittivät paljon epäilyjä siitä, voiko siihen luottaa, että luomuksi merkitty tuote on todella luonnonmukaisesti tuotettu.
- Tämä oli tyypillinen perustelu sille, ettei käytä luomutuotteita.
- Luomuaktiivit, jotka tiesivät luomun valvontamenetelmistä, olivat luottavaisimpia.

Oli yleistä, että keskustelijat esittivät epäilyjä luomutuotteen luotettavuudesta – siitä, onko luomutuote todella luonnonmukaisesti tuotettua, ja siitä, onko se todella puhtaampaa kuin tavanomaisesti tuotettu. Eniten näitä epäilyjä näytti esiintyvän niillä kuluttajilla, jotka eivät käyttäneet luomutuotteita säännöllisesti. Luotettavuusepäily saattoi heijastaa tietämättömyyttä luomutuotteiden valvonnasta. Tyypillisesti sitä käytettiin perusteluna sille, ettei ole ostanut luomutuotteita. Joka tapauksessa monet osallistuja olivat varsin epävarmoja siitä, voiko luomuun todella luottaa. He ihmettelivät, miten voisi olla varma siitä, onko luomu todella luomua? Epäilyjen perustana olivat mm. pelko siitä, että hyväuskoisia kuluttajia huijataan luomun positiivisella imagolla, ajatus saasteiden leviämisestä ilman kautta luomupelloille tai epäily ulkomaisen luomutuotteen valvonnasta. Lisäksi luottamukseen vaikuttivat muistikuvat väärinkäytöksistä elintarvikemyynnissä yleensä (kuten ulkomaisten torituotteiden myymisestä kotimaisina). Luomutuotteiden turvallisuuteen liittyvää luottamusta on käsitelty kohdassa 3.5.

Esimerkkejä 21. Voiko siihen luottaa, että luomu on luomua?

- En tiedä. Mä oon ainaki niin **epäluulonen** että jos kaupassa on luomulihaa niin mä en usko. **Kuka niit valvoo** alust saakka mitä niille syötetään. Se on jotenki semmosta et ku on kaiken maailman hullun lehmän taudit, me ei oo oikeestaan sen jälkeen mitään nautanlihaa ostetukaan. (*luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 51 v.*) (...)

- Mulle tulee kyllä vähän negatiivinenki asia mieleen että **kuinka niihin voi luottaa** niihin luomutuotteisiin ylipäänsä. (...) Et jos se on jossain hyvin lähellä liikennettä ja... (*luomua harvoin käyttävä nainen, 52 v.*)

- Hirveen paljon on ollu sitä että sillä varjolla [ideologian] myydään paljon tuotetta ja sitte ne ei välttämättä ookaan luomutuotteita. (*luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 51 v.*)

- Joskus oon mun jääräpäisen isän kans keskustellu näist ku oon ollu sen kans ruokaostoksilla, niin sillä on aina se että "**Joojoo, sinua vaan vedätetään, et mistä voit tietää että se on valvottua?**". Mutta mä vaan uskon kun mä oikeestiki luotan, että **Suomessa aika hyvin toimii se valvonta**. Sit mä aina mietin sitä, että siinä on kaks vaihtoehtoo: että tietää *varmasti* että *ei oo* luomua, [tai tietää että on todennäköisesti luomua] ... (*luomua päivittäin käyttävä nainen, 30 v.*)

Osa keskustelijoista suhtautui kuitenkin luomuun hyvinkin luottavaisesti. Syynä luottamukseen näytti olevan heidän positiivisempi asenteensa luomua kohtaan sekä tarkempi tietämys esim. luomun valvonnasta.

Esimerkkejä 22. Luomuun voi luottaa, koska se on viranomaisten valvonnassa.

- Eiköhän näitä kumminkin **viranomaiset tarkasta** ihan yhtälailla näitä luomutuotteita kuin normaalejakin kotimaisia tuotteita. Ett siinä menis ainakin se arvo, jos mitään pistokokeita ei tehtäis tai tarkistettais niitä tiloja, siit menis se idea ihan täysin. Et toivottavasti näin tehdään. (*pienten lasten äidit*). (...)

(keskustelua siitä, ettei luomun voi luottaa olevan luomua)

- **Mut onhan niillä kontrolli**. (...) Onhan niis pelloissa se et niissä pitää olla se tietty aika et sinne ei oo laitettu lannotetta sitte. Kyllä niitä kontrolloidaan silleen kans. (*satunnaisesti luomua käyttävä nainen, 49 v.*)

3.9 Kotimaisuus ja lähiruoka

YHTEENVETO

- Useat osallistajat eivät luottaneet ulkomaisiin luomutuotteisiin.
- Kotimaisuus on selkeä etu luomutuotteelle.
- Lähiruoka soveltuu luomun ideologiaan, mutta sitä ei yleensä nähdä välttämättömänä ”luomuudelle”.
- Aktiiviset luomun käyttäjät kannattavat luomutuotantoa tuotantomaasta riippumatta.

Monista elintarvikkeita koskevista kuluttajatutkimuksista tuttu tulos tuli erittäin voimakkaasti esille kaikissa keskusteluryhmissä: kotimaisuutta arvostetaan, ja se lisää luottamusta elintarvikkeeseen yleensä kuten myös luomutuotteeseen. Yleensä elintarvikkeevalinnoissa kotimaisuus koettiin parhaaksi takuiksi elintarvikkeen turvallisuudesta. Monille oli tärkeämpää, että tuote oli kotimainen kuin että se oli luonnonmukaisesti tuotettu. Vakaa luottamus kotimaisten tuotteiden puhtauteen vähensi luonnonmukaisen tuotannon koettua lisäarvoa tuotteessa. Kotimaisuuden arvostus korostui keskiikäisten ja vanhempien osallistujien kommentoissa. Nuorten ryhmissä aihe ei tullut yhtä selvästi esille, vaikka hekin kokivat kotimaisuuden aina eduksi elintarvikkeelle.

Kotimaisuus koettiin tärkeäksi myös luomutuotteissa. Jotkut kuluttajat olivat jopa ajatelleet, että luomutuote on ilman muuta aina kotimainen. Syyt kotimaisten luomutuotteiden arvostukseen olivat samoja kuin kotimaisuuden arvostamiseen elintarvikkeissa yleensä (vrt. Varjonen, 2001): luottamus suomalaisen tuotannon puhtauteen, suomalaisten viljelijöiden rehellisyyteen, suomalaiseen valvontaan ja viranomaisten toimintaan. Muita syitä kotimaisuuden tärkeyteen olivat työllisyyden edistäminen sekä kotimaisen tuotannon ja maaseudun elinvoimaisuuden periaatteellinen kannatus.

Esimerkki 23. Kotimaisuuden merkitys.

- Mä niinku ehottomasti **kotimaiseen** kallistun ja sillä lailla niinku, että luomulla ei oo mulle sillee lisäarvo. Et ku ajattelee niin että sitä lannotetaan toisella tavalla, mutta että kuinka puhdas se sinänsä sitten on. (*pienen lasten äidit*)

- Mul on se vakaa luottamus suomalaiseen talonpoikaan. Et mä tiedän se että jos suomalainen talonpoika on ruvennut ja saanut tämmösen luomuideologian, tämmösen niin kun pistoksen, niin kyllä se sitä sitten noudattaa aika suomalaisella mentaliteetillä että ”periksi ei anneta”. Ja siinä mieles varsin luottavaisin mielin kyllä käytän luomutuotteita. (*mies*)

Erityisesti luomutuotteiden kannalta on kiinnostavaa, että kotimaisuuden arvostus tuli yleensä esille vastakohtana ulkomaisen luomutuotannon epäilylle. Monet eivät lainkaan luottaneet ulkomailla tuotettujen luomutuotteiden puhtauteen tai valvontaan. Keskieurooppalaisten luomutuotteiden puhtautta epäiltiin lähinnä saasteiden vuoksi. Eteläeurooppalaisissa ja sitä kaukaisimmissa maissa luomutuotannon luotettavuutta heikensivät uskomukset sikäläisten ihmisten leppäsummasta moraalista ja epäilykset kontrollikäytöjen toimivuudesta. Myös ympäristön kannalta haitalliset pitkät kuljetusmatkat olivat yksi mainittu syy kielteiseen suhtautumiseen ulkomaisia luomutuotteita kohtaan.

Esimerkkejä 24. Epäluottamus ulkomaiseen luomuun.

- Ei me ulkolaiseen luomuun uskota ollenkaan

- Mä ajattelen sitä maantieteellisesti, et ku jonku verran tulee matkusteltua, ja mä tiedän, miltä Eurooppa näyttää ylhäältä päin. Mulla on mielessä semmosii maita, että jos tulee hollantilaista luomua, niin en mä osta sitä. Jos tulee saksalaista luomua, niin hädin tuskin. Pitää olla semmonen maa, että sen tietää, että se on edes teoriassa mahdollista. Tietysti mitä kauemmas menee... Mä ostan esimerkiks luomuteetä, syystä että se mun mielestä maistuu paremmalta. Mut en mä tiä... En mä tosiasiaassa ehkä usko siihen, että niin kaukana se välttämättä on oikeeta luomua. *(luomua viikottain tai useammin käyttävä nainen, 42 v.)*

- monta kertaa mieltä että mulla on kans ollu tyyliin joku hollantilainen luomukukkakaali ja suomalainen tavallinen kukkakaali, **niin kyl mä otan sen tavallisen suomalaisen kukkakaalin**, koska siinä sitten mieltä että onko se luonnonmukaista **lentokoneella** tuoda sitten se kukkakaali tänne meidän kauppaan muoviin pakattuna ynnä muuta. Että ehkä kuitenkin sitten on järkevämpää ostaa se suomalainen. *(pienen lasten äiti)*

Jotkut keskustelijat toivat kuitenkin esille myös ulkomaisen luomutuotannon kannalta myönteisiä näkökulmia. Aivan kaikki ulkomainen ei toki ollut automaattisesti epäluotettavaa. Esimerkiksi muihin pohjoismaihin saatettiin luottaa ja Keski-Euroopan maiden pitkää kokemusta ympäristöasioihin panostamisessa pidettiin luomun luotettavuuden kannalta etuna. Lisäksi luomutuotteiden aktiivisimmat käyttäjät pitivät luomutuotannon suosimista sinänsä tärkeämpänä kuin sitä, missä maassa elintarvike on tuotettu.

Esimerkkejä 25. Ulkomainenkin luomu voi olla hyvää ja luotettavaa.

- Mä oon kans samaa mieltä tosta [lähiruoka-ajatuksen kannatettavuudesta mm. ympäristösyistä]. Mut toisaalta niin mä oon joskus ajatellu, että **Keski-Euroopassa nää luomu ja yleensä ympäristöasiat on...** niinku tietys mielessä siel ollaan **Suomee pidemmällä**. Joku firma joka on vaikka saksalainen tai tanskalainen tai jotain tämmöstä ja sen tuottamaa luomutuotetta myydään, niin kyl mä siihen uskon yleensä. *(luomua viikottain tai useammin käyttävä nainen, 42 v.)*

Lähiruokaidean katsottiin yleensä soveltuvan hyvin osaksi luomun ideologiaa. Joidenkin mielestä lähellä tuotettu ruoka on sitä kaikkein oikeinta luomua. Jotkut myös odottivat tai olettivat luomuruoan olevan lähellä tuotettua. Suurin osa kuitenkin erotti nämä käsitteet toisistaan ja näki, etteivät ne välttämättä kuulu yhteen. Eniten luomu- ja lähiruoan yhdistivät mikkililäiset haastateltavat ja vähiten pääkaupunkiseudun nuoret. Pää-

kaupunkiseudun saasteiden vuoksi mielikuva pääkaupunkiseudun lähetyvillä tuotetusta ruoasta ei aina ollut positiivinen. Kuten kotimaisenkin, myös lähellä tuotetun ruoan etuna pidettiin mm. lyhyitä kuljetusmatkoja, joiden oletettiin säästävän rahaa ja energiaa sekä oman paikkakunnan tai maaseudun elinvoimaisuuden edistämistä.

Esimerkkejä 26. Luomu ja lähiruoka.

- Pyrin suosimaan oman kylän tuotteita, mahdollisimman **lähellä tuotettua**. Haluan kannattaa oman paikkakunnan yrityksiä ja on järkevää, että ostaa siitä läheltä, **ettei tuu niitä kuljetuskustannuksia**, ettei ainakaan ihan samanlaista tuotetta jota saa siitä omasta kylästä kannata lähteä ostamaan jostain muualta (...) (*nainen 51 v.*)

V:Onko luomun kannalta merkitystä, onko se tuotettu lähellä vai jossain kauempana?

- Ei se varsinaisesti sen tuotteen kannalta oo ehkä merkitystä. Mut se, jos miettii sitä ajatusmaailmaa, että yritetään säästää luontoa ja kustannuksia, niin silloinhan se lähiruoka on parempi vaihtoehto. (*luomua säännöllisesti käyttävä nainen, 37 v.*)

-Toisaalta, jos pakkauksessa lukee, että on **tuotettu kehäkolmosen sisäpuolella, nii se ei mua houkuta kyllä**. Jos se on utsjokelaista jotain luomuporoo, niin on se musta mukavampaa, että on kauempaa kuin pääkaupunkiseudulta (*pienien lasten äitejä pk-seudulta*)

3.10 Perinteistä ja nykyaikaista

YHTEENVETO

- Osa kuluttajista mieltää luomutuotannon perinteisen tuotannon kaltaiseksi.
- Osa näkee luomutuotannon perinteisen ja nykyaikaisen yhdistelmänä, jolloin uuden tiedon ja teknologian soveltaminen kuuluu luomutuotantoon.
- Joidenkin mielissä tyypilliset luomukuluttajat ovat vaihtoehtoisia aatteita kannattavia viherpipertäjiä.
- Toisaalta luomu nähdään muoti-ilmiönä, terveystietoisten, aikaansa seuraavien, kaupunkilaisten (naisten) asiana.

Jotkut keskustelijat liittivät luomutuotantoon vahvasti perinteisyyden mielikuvan. He ajattelivat luomutuotannon olevan samankaltaista kuin maataloustuotanto ennen vanhaan. Siksi he myös odottivat luomutuotteiden maistuvan yhtä hyviltä ja samanlaiselta kuin ruoka heidän lapsuudessaan. Viimeksi mainittuja näkemyksiä tuli eniten esille luomua itse käyttämättömien tai keski-ikäisten ylittäneiden keskuudessa. Voimakkaimmin perinteisyysmielikuvat tulivat esille Mikkelin ryhmässä, johon osallistuvat olivat itse maaseudulla kasvaneita ja haastatelluista vanhimpia. Myös muut saattoivat liittää luomuun mielikuvia luomutuotannosta ikäänkuin ”paluuna ajassa taaksepäin”.

Esimerkkejä 27. Luomutuotanto paluuna perinteiseen maataloustuotantoon.

- Toisaalta tää luomu on jännä, ku se on [muka] uusi asia, koska mä oon lapsuudessa taas syöny pelkkiä luomutuotteita. Me periaatteessa pihalta syötiin kaikki. **Mulle tää on lapsuudenasia, ja sit taas välillä ollu pois ja sillain löytyny uudestaan.** Et ei tää sillain mikään uusi asia, siihen aikaan tehtiin näin ennen ku tuli nämä teholannoitteet ja muut. (*lähes viikottain luomua käyttävä nainen, 39 v.*)

- Tai onko luotu semmonen mielikuva, että se olisi jotain..[parempaa]. Ja sen mielikuvan perustella minä **etsin sitä lapsuutta ja sitä hyvää tomaattia.** (*viikottain luomua käyttävä nainen, 62 v.*)

Toisenlaisen näkemyksen omaavat pitivät luomutuotantoa selvästi nykyaikaisempänä. He totesivat luomuviljelyn olevan uuteen tietämykseen perustuvaa ja uuttakin teknologiaa hyödyntävää.

Esimerkkejä 28. Luomutuotanto on nykyaikaa.

- **Paljohan valmistetaan** oli luomuu tai ei...niin **teollisesti.** Se on **nykyaikaa.** Niinku mä sanoin, niin tervettä järkee, et ei sitä saa kaikkia mitenkään... Niinku myllyt ja kaikki missä ne jauhetaan, niin ne on **nykyaikasia myllyjä ja perunalastut tehdään teollisesti oli ne luomuu tai ei.** Eihän me niinku voida palata kuitenkaan sinne jonneki menneisyyteen. (*luomua lähes 20 vuotta säännöllisesti käyttänyt nainen, 37 v.*)

Luomuun liitetään myös mielikuvia luomuviljelijän tai luomun käyttäjän elämäntavoista, ajattelutavoista ja arvoista sekä luomun tuotantomenetelmien vanhanaikaisuudesta tai nykyaikaisuudesta.

Luomutuotteiden käyttäjien kuvaileminen ei ollut ryhmäkeskusteluissa suunniteltuna teemana. Aihe kuitenkin tuli useissa keskusteluissa esille. Spontaaneissa, päällimmäisenä mieleen tulleissa kommentteissa luomutuotteiden käyttäjiä kuvattiin ideologisiksi, ekologisesti ajatteleviksi vaihtoehtokuluttajiksi, harmaiksi, kasvissyöjiksi, hipeiksi, jne. Osa asian esille ottaneista kuvasi näin omaa nykyistä mielikuvaansa luomun käyttäjistä, joku toinen taas muiden ihmisten suhtautumista hänen luomun käyttöönsä muutama vuosi sitten. Negatiivissävytteiset mielikuvat harmaasta vaihtoehtoihmisestä nousivat esiin myös keskustelijoiden pohdiessa, miksi he eivät ole (olleet) kiinnostuneita luomutuotteista. Eräs nuori nainen perusteli välipitämätöntä tai negatiivista suhtautumistaan luomuun juuri haluttomuudellaan leimautua vaihtoehtoihmiseksi. Näitä mielikuvia esiintyi varsinkin vanhempien, yli 40-vuotiaiden, keskuudessa, jotka eivät itse juuri luomutuotteita käyttäneet. Luomua itse käyttävät yleensä pitivät tällaista mielikuvaa vanhentuneena.

Esimerkkejä 29. Mielikuvia luomun käyttäjistä: vaihtoehtokuluttaja.

- Luomutuotannosta tulee yleensä äkkiä mieleen, **viherpiperrys** ja tällöinen niinku **kasvissyönti**, [mitä] se ei välttämättä ole, koska luomulihaa on olemassa. (*luomua satunnaisesti käyttävä mies, 49 v.*)
- Mullekin tulee käyttäjäkuntana joku tällöinen **aatevihreä** äiti virkattuine hattuineen ja lapsia siinä pitkien hameiden helmoissa (*nainen, noin 50 v.*)
- Aika jännä just tuo **vaihtoehtoimago**. Tavallaan mulle se oli jossain vaiheessa kauheen jännä [kokemus], ku jutteli ihmisten kanssa (...) niin ne kysy heti että "**Aijaa, onks sun vanhemmat entisiä kommunisteja?**", mut mä sanoin: "**Ei ku ne äänestää kokoomusta**" sit se oli että "**Mitä! Ne syö luomua!?!"**. (*luomua päivittäin käyttävä opiskelijanainen, 27 v.*)

Koska käyttäjämielikuvat olivat joissain keskusteluissa tulleet spontaanisti esiin, tiedusteltiin niitä tietoisesti joissain myöhemmissä keskusteluissa. Tällöin, kun keskustelijat tietoisemmin kuvasivat luomutuotteiden käyttäjiä, esiin tuli toisen tyyppinen, nykyaikaisempi, kuva luomutuotteiden käyttäjästä. Luomu nähtiin myös nykyaikaisena muoti-ilmionä, johon liittyy kiinnostus terveellisyyteen ja laatuun. Luomutuotteen käyttäjää kuvattiin itsestään ja terveydestään huolehtivaksi, hyvin koulutetuiksi, aikaansa seuraavaksi, usein kaupunkilaisnaisiksi. Tyypillisen käyttäjän ajateltiin voivan olla esim. allergisen lapsiperheen äiti tai yksin elävä nainen.

Esimerkkejä 30. Mielikuvia luomun käyttäjistä: terveystietoinen.

- Varmaan semmonen ihminen joka **itsestään huolehtii enemmän**. Siinä mielessä mä katsosin että semmonen ihminen myös satsaa siihen että se maksaa vähän enemmän. (*luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 49 v.*)
- V: Minkälaisia mielikuvia teille muille, millainen olisi tyypillinen luomuruokien käyttäjä?
- Se voi olla **hyvin koulutettu**, voi olla joku **sinkkunainen**, tai **pienen perheen emäntä**, voi olla , että siinä perheessä on kaikenlaisia allergioita tai sairauksia, ett yrittää välttää niitä tai silt sellanen, että seuraa aikaansa
- Sit se on **muoti-ilmio**, pitää syödä luomuruokaa, ilman sitä filosofiaa, minkä takia syö luomuruokaa (*satunnaisesti luomua käyttävä mies, 49 v.*)

Keskusteluun osallistuneista luomutuotteiden käyttävistä varsin harvat vastasivat mielikuvaa edellä kuvatuista ”aatevihreistä vaihtoehtokuluttajista”, vaikka muutamille aktiivikäyttäjille arvoperusta olikin tärkeä syy luomutuotteiden käyttöön (ks. ympäristön ja eläinten hyvinvointi). Luomua päivittäin käyttävät opiskelijat, jotka itse olivat keskustelijoista lähimpänä kuvattuja ”aatevihreitä” sekä eräät muut nuoret keskustelijat pitivät tällaista imagoa luomulle negatiivisena asiana. ”Hippimäisen” ”vaihtoehtokuluttaja”-mielikuvan koettiin olevan aikansa elänyt ja luomuasian edistämiseksi haitaksi. He toivat esille voimakkaankin kriittisiä näkemyksiä luomuun tyypillisesti liitetystä imagosta, luomupakkauksista ja itse luomu-sanasta. Näitä pidettiin vanhanaikaisina, imagoltaan liian mitättöminä, harmaina ja tylsinä.

Esimerkkejä 31. Kriittisiä näkemyksiä luomun imagosta.

- Joskus on kavereiden kans tullu puhetta, niin eihän se – jos ei oo kauheen innostunu siitä asiasta – niin eihän se **sana "luomu" niinku kerro yhtään mitään. Se kuullostaa sellaselta vettyneelt muovipussilta, et ei se sillain kerro oikein mitään välttämättä.** Tai ehkä se nyt varmaa jotenki, ku siit on ollu paljo juttuja... (*luomua päivittäin käyttävä nainen, 30 v.*)

- Ja sit siinä on vielä se puoli, et ei pelkästään se että miltä se kuulostaa, vaan myös se luonnonmukaisuus. Että jos ajatellaan luomutuotantoa, niin kyllähän se enemmän on tuotantoa ku jotain luonnonmukasta asiaa.....niin **sit herää kysymys, että mitä se luonnonmukaisuus sitte siinä on.** (*luomua päivittäin käyttävä nainen, 27 v.*)

3.11 Tuottajan ja kauppiaan henkilöityminen

YHTEENVETO

- Paikallisuus, pienuus, tuttuus, yksityisyrittäjyys ja käsityöläisyys koettiin luomutuotteen kannalta positiivisina asioina.
- Tuottajan tai kauppiaan henkilöityminen lisäsi tuttuuden ja luotettavuuden tuntua joidenkin osallistujien mielestä.
- Jotkut luottivat enemmän suuriin tuottajiin, joiden valvontamenetelmien ajateltiin olevan parempia kuin pienillä.

Usein keskustelijat yhdistivät luomutuotteisiin mielikuvia tuotannon paikallisuudesta, pienimuotoisuudesta, yksityisyrittäjyydestä sekä tuotteita myyvän kaupan pienuudesta ja läheisyydestä. Yhteistä näille mielikuville on se, että niiden kaikkien koetaan olevan luomutuotteen kannalta positiivisia, luottamusta herättäviä asioita. Tällainen luomuketjun paikallinen pieni toimija koettiin luotettavammaksi, tutummaksi, konkreettisemmaksi ja sympaattisemmaksi kuin vastaava iso ja kaukainen tuottaja tai kauppias. Tätä positiivisten mielikuvien nippua voidaan kuvata termeillä ”henkilöityminen” tai ”koettu läheisyys”. Tuottajan tai kauppiaan konkretisoituminen, henkilöityminen ja näihin liittyvä tuttuuden kokemus näyttivät joillekin kuluttajille tuovan lisäarvoa luomutuotteelle.

Esimerkkejä 32. Pieni on kaunista ja kuuluu luomuun.

- Tommonen voiskii olla joku **pikkukauppa** semmonen että vois luottaa laatuun. citymarkettiin ku menee niin eihän sillen voi uskoo. (...) Ehkä jos se on **pikkumaatilasta, niin ehkä se on semmonen kotosemman tuntunen**, [verrattuna siihen] jos aattelee, että

se on joku iso kansallinen yritys. Joka Suomessa on tehny sen, se jotenki tuntuu semmoiselta **läheisemmältä ja kodikkaammalta**. (*luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 51 v.*)

(...) Että kun tietää paikkakunnalla, mistä niitä tulee, niin se on jotenki **konkreettisempaa** se homma kuin se, että se tulee tuolta... Kyllähän nyt joka paikassa tavallisesti viljellään maata, mutta että kun luomun tietää omalla paikkakunnalla, se on niinkun **tutumppaa**, et se on niinkun siinäkin mielessä **turvallisempaa**. (*harvoin luomua käyttävä nainen, 59 v.*)

Mihin positiivinen mielikuva pienuudesta sitten perustui? Joissain se perustui tapauksissa keskustelijan omaan kokemukseen. Esim. pienen lähikaupan paremmuutta luomun myyjänä saatettiin perustella kauppiaan tuttuudella ja omilla kokemuksilla hyvästä ja vakaasta laadusta. Turvallisuuden ja tuttuuden tunne syntyi joskus myös henkilökohtaisesta kontaktista alkutuottajaan. Kuvaavaa näille mielikuville kuitenkin oli, että ne eivät välttämättä perustuneet konkreettiseen kokemukseen paremmasta laadusta. Oma kokemus saattoi olla lähinnä viitteellinen. Oleellista positiivisen luottamusmielikuvan syntymiselle oli tunnistamisen, tuttuuden ja personoitumisen tunne, jonka saattoi saada aikaan pelkkä maatilän näkeminen auton ikkunasta ohi ajettaessa. Vastaavasti jo pelkkä tuottajan yhteystietojen merkintä pakkauksessa tai tuotantotilan näkeminen konkreettisesti mielikuvaa tuottajasta ja lisäsi luottamusta. Tällöin kuluttajalla olisi – ainakin periaatteessa – mahdollisuus halutessaan ottaa yhteyttä tuottajaan.

Esimerkkejä 33. Omat kokemukset luottamuksen perustana.

(kertoo, ettei luota isojen kauppojen luomuun) – Pikkukaupassa... jos olis joku määrätty lihakauppa **jonka oppis tuntemaan**. Meillä oli ennen semmonen pikkukauppa, missä kävin, ja se ties ja **sieltä sai tosi hyvää lihaa**, mutta jonneki isoon kauppaan ku menee niin siellä on niin eritasosta, niin erilaista se liha. Joskus voi saada tosi hyvät pihvit, mut sitte ku menee seuraavan kerran niin ihan toista saa sitte. (*satunnaisesti luomua käyttävä nainen, 51 v.*)

... et **heti ku jonku maatilän ohi ajaa niin heti tulee semmonen positiivinen imago, et sieltä sais varmaan puhtaampaa ruokaa**. Et varmaan se jotenki ajatus hämärtyy, ku se on siellä kaupan nurkassa, siitä alkuperäisestä luomusta. (...) Et heti ku kuulee, et voisi maatilalta ostaa tai muuta, niin heti tämmönen niin sanottu ei-luomuihminen viehtätty. (*luomua harvoin käyttävä nainen, 31 v.*)

Toinen perusta pienuuden herättämälle luottamukselle oli romanttinen käsitys, jossa pienuus ja paikallisuus liitettiin inhimillisyyteen, rehellisyyteen ja motiivien vilpittömyyteen. Pienen tilan luomuviljelijän uskottiin olevan motivoitunut rehelliseen ja eettiseen toimintaan aatteensa ja ideologiansa pohjalta. Pienen, läheisen, henkilökohtaisesti tunnetun yrittäjän katsottiin olevan vaikeampaa huijata menettämättä pientä asiakaskuntaansa.

Kaupan tai tuottajan pienuuden arvostamista perusteltiin myös sillä, että pienessä yksikössä omistajan tai kauppiaan uskottiin pystyvän paremmin kontrolloimaan laatua ja olemaan tietoinen esim. elintarvikkeiden alkuperästä. Tästä syystä jotkut ajattelivat pienellä kauppialla olevan paremmat mahdollisuudet luotettavan tiedon antamiseen esim. valmistajasta.

Esimerkkejä 34. Pieneen yrittäjään voi luottaa.

- Mulla on sama mielipide siitä, et se on joku semmonen **pienempi**. Ehkä tuote on **tehty sydämellä**. Esimerkkinä tästä on ruisleipä, koska tuun tuolta Itä-Suomesta. Siellä ruisleipä on helkutin hyvä, sit täällähän se on niinku... [pahaa]. (*luomua viikottain käyttävä mies, 27 v.*)
- Toisaalta minä uskon, että siinä [pienellä tuottajalla] on **oma aate, ideologia, arvo-maailma niin vahvana, joka ryhtyy sitä tekemään**
- [pieni kauppias]..on tarkempiki sen homman kanssa (...) se niinku enempi satsaa siihen että asiakkaat pysyy ja käy uudestaanki. Pieni asiakasmäärä, niin **ei** se varmaan **uskalla** sillä tavalla **huijata** niinku näissä isois kaupois menee mitä vaan. (*luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 51 v.*)

Vastaavasti suuri elintarvikeyritys, erityisesti ylikansallinen yritys, saatettiin kokea kasvottomaksi. Pitkä elintarvikeketju, suuret hankintaerät ja vaihtuvat tavarantoimittajat söivät luottamusta suureen kauppaketjuun. Jotkut epäilivät tällaisen yrityksen mahdollisuutta kontrolloida ja vaikuttaa siihen, että jonkin elintarvike on todella luonnonmukaisesti tuotettu. Lisäksi suurten yritysten moraalialia epäiltiin. Niiden toiminnan vaikuttimena nähtiin ennemminkin voiton tavoittelu kuin moraalinen toiminta. Toisaalta joskus pienuus ja tuttuus saattoivat olla myös ristiriidassa, kun tutuin onkin suuren valmistajan tuote.

Kaikki keskustelijat eivät toki pitäneet pientä ja paikallista tuottajaa tai kauppiasta ilman muuta parempana suurempaan yritykseen verrattuna. Keskustelijat tunnistivat myös paljon suuryritysten etuja. Suurella yrityksellä on yleensä esim. enemmän resursseja käytettävissään, jolloin mm. hygienia on helpompi taata. Ison ja kotimaisen – mutta ei ylikansallisen – yrityksen katsottiin olevan pientä elintarvikeyritystä luotettavampi, koska sen valvontamekanismit todennäköisesti olisivat systemaattisia ja kattavia. Luottamusta lisäsi myös se, ettei isolla, tunnetulla elintarvikeyrityksellä myöskään uskottu olevan varaa menettää mainettaan. Kotimaisilla, suomalaisittain suurilla elintarvikeyrityksillä on näin ollen (suomalaisen kuluttajan näkökulmasta) etunaan yhtäältä tuttuus, luottamus kotimaiseen ja toisaalta hyvien resurssien ja asiantuntijuuden herättämä luottamus.

Esimerkkejä 35. Luottamus suuriin ja ylikansallisiin kauppaketjuihin tai valmistajiin.

- Sit jos ois joku iso firma... Sanotaan, et mä ostan nykyään luomucornflake-seja. Jos niit myis joku Kellog's, niin mä en ostais niitä. Koska mä **en mitenkään jaksu uskoa, että tämmönen maailmanlaajunen liikeyritys oikeesti haluis luomua maailmalle myydä**. (*luomua viikottain käyttävä nainen, 42 v.*)
- Mulla ainaki vaikuttaa [tuottajan koko], koska lisäks mä vielä **vastustan näitä ylikansallisia firmoja**. Jos mä huomaan että joku pieni tuottaja on tuottanu niin kyllä mä ilman muuta valitsen sen, jos se muuten on tasa-arvonen jonkun tunnetun suuren valmistajan kanssa se tuote.
- [toisaalta] jos on isossa ruokatehtaassa luomulinja, niin kyllähän se voi olla uskottava ... **Terveysriski**, ettei se olisi luomua, **ei ole niin suuri isoissa ympyröissä**, pikku paikat voivat tehdä mitä vain

- Sit taas **toisaalta** jos kaupast ostaa, niin jos mul on niinku siin kaupan hyllys jotain tuotteita ja joku on **sellanen merkki joka on suuri ja tuttu ja luotettava**, niin esimerkiksi helposti ostaa Valion tuotteen, jos siel on jotain muita joit ei tunne. (*luomua päivittäin käyttävä nainen, 26 v.*)

Arkiseen ruoanvalintatilanteeseen nähden ryhmäkeskustelujen tilanne, jossa asioita varta vasten pohditaan, on omiaan tuomaan esille sellaisiakin ajatuskulkuja, jotka eivät käytännön ostotilanteessa ole päällimmäisenä mielessä. Osittain ”pieni on kaunista” -puhetapa voi olla normatiivista ja kuvastaa enemmän ihanteita kuin arkisen ruoanvalinnan perusteita. Tämä käy hyvin ilmi oheisesta kotimaisuutta koskevasta keskusteluteksteistä.

Esimerkki 36. Arvostus ei aina toteudu valinnoissa.

(keskustelua kotimaisuuden tärkeydestä)

- Kuinka pitkälle sä viet [kotimaisen suosimisen]? Että otatsä mieluummin sen Estrella-sipsin kun sen Pringles-pakkauksen?
- Mitäs eroa niillä on? (*luomua harvoin käyttävä mies, 35 v.*)
- Pringles on Amerikasta ja Estrella Suomesta.
- Täytyy kyllä tunnustaa tuo, että mä en yleensä kyllä kattoo, missä maassa on sapuska tehty.

3.12 Kallista?

YHTEENVETO

- Luomutuotteisiin liitetään edelleen vahvasti mielikuva kalleudesta.
- Korkeaksi koettu hinta on keskeinen syy jättää luomutuote ostamatta.
- Osa keskustelijoista ei nähnyt perusteita luomutuotteiden korkeammalle hinnalle.
- Koettu hinta riippui kuitenkin voimakkaasti siitä, kuinka tärkeäksi luomutuotteen hyödyt koettiin.

Aikaisemmissa luomun kuluttajatutkimuksissa luomuruoan kallista hintaa pidetään yleensä yhtenä suurimmista esteistä luomutuotteiden käytön yleistymiselle. Näin voidaan päätellä myös tämän tutkimuksen aineistosta. Tuotteen kalleus on kuitenkin aina subjektiivinen arvio, joka on suhteessa kuluttajan motivaation voimakkuuteen, tuotteen koettuun arvoon suhteessa muihin vastaaviin tuotteisiin sekä käsitykseen hintatasosta. Jotkut luomutuotteita kalliina pitävät eivät olleet tarkistaneet käsityksensä paikkaansa-pitävyyttä käytännössä. Luomutuotteita vakituisesti käyttävät tiesivät tuotteiden hinta-

eron tavanomaiseen nähden vaihtelevan suuresti mm. tuotteesta riippuen. Toisaalta joskus oli sattunut niinkin, että joku päätynyt luomutuotteen valintaan huomattuaan sen olevan kaupassa tavanomaista tuotetta halvempi tai samanhintainen.

Vaikka luomuruoan ympärillä on selvästi positiivinen hohde ja luonnonmukaisen tuotantotavan nähdään tuovan lisäarvoa elintarvikkeelle, monet keskustelijat eivät olleet halukkaita maksamaan luomutuotteista tavanomaisia enempää. Aineiston perusteella voidaankin päätellä, että luomua satunnaisesti ostavat eivät useinkaan koe luomutuotteella olevan vastaavaan tavanomaiseen tuotteeseen niin paljon parempaa laatua, että siitä kannattaisi maksaa huomattavaa lisähintaa. Luomutuotteen ostamisen todettiin edellyttävän tietoista aikomusta ostaa ja etsiä kaupasta luomutuote. Jos hintaeroa ei olisi, tuotantotavan tuoma lisäarvo johtaisi satunnaiset ostajat valitsemaan luomutuotteen.

Esimerkkejä 37. Ei halukkuutta maksaa lisähintaa luomusta.

- Jos ois kaks tuotetta saman hintasta, luomutuote ja tavallinen tuote, niin kyl mä ostasin sitä luomutuotetta just sillain et ajattelin että se olis vähän **terveellisempää**. Mut jos on monta markkaa eroo, niin kyl mä sit ostan sitä tavallista. (*satunnaisesti luomua käyttävä nainen, 51 v.*)

Kuluttajat, joiden motivaatiopohja on aatteellis-eettinen, suhtautuvat luomutuotteiden hintaan toisella tavalla. Heille luomutuotteiden käyttö on enemmän periaatteellinen kysymys. Suhteessa arvioituihin hyötyihin luomutuotteen hintaa ei pidetä välttämättä kovana.

Esimerkkejä 38. Luomu on hintansa arvoista.

- Suurin osa mun ruoasta, oikeestaan kaikki mitä syön, löytyy aika hyvin luomuna. (...) Se ei oo **todellakaan kovinkaan paljo kalliimpaa** ku muu ruoka. (...) Mut jotenki **sit mun** vanhemmat, jotka tienaa ehkä 50 kertaa enempi ku mä, ei voi ostaa luomukauraryynejä, koska ne on kaks markkaa kalliimpi se paketti. Se on ehkä semmonen niinku asenne monella, että en maksa penniäkään liikaa, mut mulle se on semmosta laatuu, mistä mielelläni maksan. (*luomua päivittäin käyttävä opiskelijanainen, 30 v.*)

(...) ruoka on oikeesti ihan naurettavan halpaa ku kattoo miten paljo siihen menee työtä. Siis tuettua ruokaahan me syödään koko aika! Siis must se on niinku niin naurettavaa, et ihmiset jaksaa vinkua jostain muutamast markasta. Ku ajattelee meidän kulurakenetta, niin meillä menee hirveän vähän rahaa ruokaan. Ku vertaa johonki kehitysmaiden ihmisiin, joilla menee tasan kaikki rahat siihen, että ne saa syötävää. (*luomua päivittäin käyttävä opiskelijanainen, 27 v.*)

Oma ryhmänsä olivat keskustelijat, jotka kokivat, ettei korkeammalle hinnalle ole lainkaan perusteita. Muutama osallistuja epäili, että korkeammat hinnat eivät perustu suurempiin kustannuksiin vaan ovat vain keino rahastaa tyhmiä kuluttajia. Tämä käsitys saattaa olla luomuun negatiivisesti suhtautuvien keskuudessa yleisempikin, sillä tässä aineistossa luomuun hieman kielteisesti asennoituvia oli kuitenkin vain muutama.

Esimerkkejä 39. Luomun korkeampi hinta on kuluttajien huijausta.

- Jonkin verran, se on se hintajuttu, se on vaan keksitty juttu se nimi, että saadaan hintaa enemmän, mitä muuten on tuotteella. Sehän on luonnollisesti kasvatettu, jätetään vaan ne myrkyt pois siitä. Hintaväli estää ostamasta, varmaan ostais enemmänkin, jos vaan olisivat halvempia. *(satunnaisesti luomua käyttävä nainen, 56 v.)*

- "Taloustieteilijä" [viittaa mieheensä] meillä kotona on sitä mieltä että se ei voi olla niin paljon kalliimpaa tuottaa luomua, et sinne pistetään takuulla väliin tällöinen **luomulisä**, mikä on vaan sen takii että saadaan luomuleima siihen niin voidaan laittaa kymppi kilohintaa lisää siitä hyvästä mikä jää vaan sinne jonnekin väliportaaseen. *(nainen)*

4. Jalostettujen luomutuotteiden hyväksyttävyyteen vaikuttavia tekijöitä

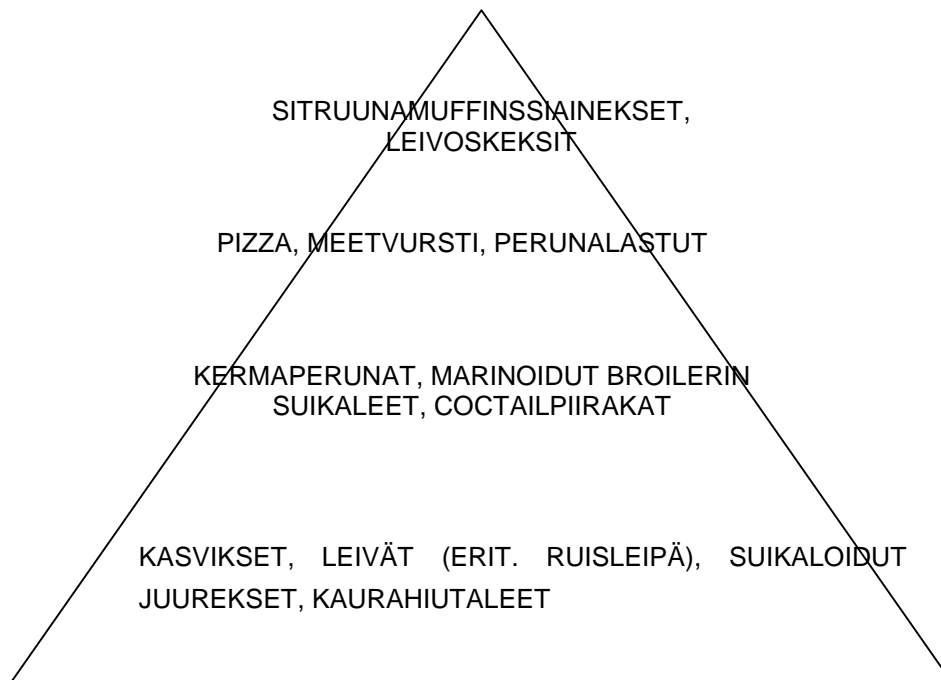
Tässä luvussa analysoidaan materiaalia pääosin ryhmäkeskustelujen toisesta osasta, jossa keskustelut käytiin esimerkkituotteita esittävien valokuvien ja tuoteselosteiden pohjalta. Luvussa tarkastellaan, minkälaisia jalostettuja luomutuotteita kuluttajat ovat valmiita hyväksymään. Kuvaamme, miten osallistujat reagoivat erityyppisiin jalostettuihin luomutuotteisiin: miten nämä erityyppiset tuotteet vastasivat heidän luomutuotteille asettamia odotuksiaan ja minkälaiset asiat, kuten tuoteominaisuudet, koettiin näiden odotusten mukaisiksi tai niiden vastaisiksi. Tulosten esittely pyritään tekemään tuotekehityksen ja markkinoinnin näkökulmaa painottaen.

Jalostusaste vaikutti selvästi luomutuotteen hyväksymiseen. Mitä vähemmän jalostettu tuote oli, sitä useamman kuluttajan luomumielikuviiin se sopi. Osallistujien mielikuvissa jalostusaste liittyi sellaisiin elintarvikkeen ominaisuuksiin, kuten tuotteen käyttövalmiusasteeseen (raaka-aine, puolivalmiste, valmisruoka/eines), säilyvyysaikaan, käsittelyn voimakkuuteen, säilöntä- ja muiden lisäaineiden määrään (joko havaittuun tai oletettuun) sekä raaka-ainekoostumuksen monimutkaisuuteen. Esimerkiksi tuotteen koettu einessäisyys (pizza), marinadi (broilerisuikaleissa), pitkä säilyvyysaika (meetvursti) tai korkea käyttövalmiusaste (valmismuffinssiainekset) herättivät mielikuvia suuresta lisäaineiden määrästä ja huonosta ravintoarvosta. Kaikkiaan jalostettuun ruokaan liittyi ajatus epäterveellisyydestä, ja ”ei-puhtaudesta”, jotka koettiin usein ristiriitaisiksi luomutuotteille asetettujen odotusten kanssa. Nämä olivatkin usein keskeisimpiä syitä mahdolliselle kielteiselle suhtautumiselle luomutuote-esimerkkiin.

Esimerkkejä 40. Vähemmän jalostettu sopii paremmin luomutuotteeksi.

- Nää vaikuttaa hyviltä. Leipä nyt olis tietysti hyvä. Ja tää mun mielestä – jos ajatellaan tätä cocktailpiirakkaa – niin **ei enää tästä enemmän jalostettua ruokaa luomuna**. Mä en niinku oikein nää sitä[tarpeellisena]. Samoten nuo pullat ja keksit on mun mielestä vähän niinku överia täs hommassa. Mutta nää on mun mielestä semmosia luontevia luomuja [määmi, karjalanpiirakat, leipä, hiutaleet]. (*luomua säännöllisesti käyttävä nainen, 43 v.*)

- (minkälaiset tuotteet sopivat luomuksi) Minusta kaikki sopii, mutta ehkä tosiaan mieluiten tällaset **mahollisimma alkutekijöissään olevat tuotteet**, että ei kovin pitkälle jalostetut. Tällaset niin ku tuo jauheliha ja kasvissuikaleet... (*luomua säännöllisesti käyttävä nainen 26 v.*)



Kuva 1. Esimerkkiluomutuotteita jaoteltuna karkeasti sen mukaan kuinka moni osallistuja oli kiinnostunut tai hyväksyi tuotteen luomutuotteeksi. Kolmion leveässä päässä on esimerkkejä laajimmin luomuksi hyväksytyistä tuotteista.

Osallistujien keskuudessa oli kuitenkin runsaasti sellaisiakin kuluttajia, joilla jalostamisenkin mahtui mielikuvaan luomutuotteista. Monet toivoivat kauppoihin luomuvaihtoehtoja monentyypisistä tuotteista. Seuraavissa kohdissa käsitellään tarkemmin näitä erilaisia mielipiteitä ja niitä tuoteominaisuuksia ja mielikuvia, jotka vaikuttivat jalostetun hyväksyttävyyteen luomutuotteena.

4.1 Tuotteen ainesosat ja koostumus

4.1.1 Vilja, kasvikset ja liha luomun raaka-aineina

Ryhmäkeskusteluissa kuluttajille esitetyt esimerkit luomutuotteista olivat joko vilja-, kasvis- tai lihatuotteita. Lihalla oli jossain määrin erityinen rooli luomutuotteiden raaka-aineena. Jotkut keskustelijat olivat erityisesti huolestuneita eläinten hyvinvoinnista ja lihan turvallisuudesta. Siksi he sanoivat pyrkivänsä ostamaan ennenkaikkea lihatuotteet luonnonmukaisesti tuotettuina. Kasvissyöjät tai lihaa eettisistä ja kestävästä kehityksen näkökulmista välttävät eivät todennäköisesti suhtaudu positiivisesti luomulihaan. Tutkimukseen osallistuneista vain yksi keskustelija piti lihaa luomutuotteisiin sopimatto-

mana raaka-aineena, koska hän näki sen olevan ristiriidassa kestävän kehityksen periaatteiden kanssa (lihan tuottamisen elinkaari kuluttaa kasviksia enemmän energiaa ja raaka-aineita).

Esimerkkejä 41. Eläinten hyvinvoinnin vuoksi erityisesti lihan luomutuotanto on tärkeää.

- Mä haluaisin ostaa sitä **luomulihaa**. Jotenki se tehokarjatalous, tämmönen joku ameriikkalainen hirmuversio, että niihin vaan tumpataan että ”Syökää, syökää, lihokaa ja kaikkee”, niin minusta se kuullosta ankeelta. Isot teollisuuskanalat ja naudan kasvattamot ja.. (*pienten lasten äidit*)

4.1.2 Alkuperä

Esimerkkituotteita ja niiden tuoteselosteita tarkastellessaan keskustelijat kiinnittivät usein huomiota ainesosien alkuperään – joko oletettuun tai merkittyyyn valmistusmaahan. Aikaisemmin on jo käsitelty osallistujien ajatuksia luomutuotteen ulko- tai kotimaisesta alkuperästä (kohdassa 3.9). Mielenkiintoista oli, että pienikin määrä ulkomaisia ainesosia saattoi viedä kuluttajan luottamuksen tuotteeseen. Jotkut eivät pitäneet tällaista tuotetta aidosti luomuideologian mukaisena mm. pitkien kuljetusmatkojen vuoksi. Mausteet, kaakao, sitruuna tai muut eksoottisemmat ainesosat herättivät epäluottamusta tuotteen puhtauteen, koska ulkomaiseen luomutuotantoon ei monesti luotettu. Raaka-aineiden alkuperän herättämien mielikuvien vaikutus kuluttajan ostohalukkuuteen koskee erityisesti jalostettuja luomutuotteita, sillä useasta aineesta koostuvien tuotteiden kaikkia raaka-aineita on usein vaikea, ellei mahdoton saada kotimaasta.

Esimerkkejä 42. Ulkomaisten ainesosien herättämiä kielteisiä ajatuksia.

- Mä ostin luomuketsuppia. Erittäin hyvän makusta ketsuppia oli. Mut sit mä luin sen takaa, mikä pienellä oli kirjoitettu, **niin kaikki tuotteet oli eri maasta. Se oli järkyttävää**, että kaikkii oli lennätetty ympäri Eurooppaa. Että onko tää enää tarkoitus. Sillon mä aatelin, että en osta toista kertaa. (*nainen, käyttää luomua säännöllisesti*)

- **Minä en oikein jaksaa uskoa, että tämä [leivoskeksit] ois luomua, ku kattoo tätä luetteloo. Esimerkiks kaakaopuu, jota viljellään Afrikassa**, onks se nyt ihan varma juttu että se on luomua? (*luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 52 v.*)

4.1.3 Luomun osuus

Luomuraaka-aineiden mahdollisimman suuri osuus ja tuotteen raaka-ainekoostumuksen tuttuus oli joidenkin osallistujien mielestä etu jalostetulle luomutuotteelle. Tuotteen uskottavuutta vähensi, jos joku sen keskeisistä raaka-aineista ei ollut luonnonmukaisesti tuotettu. Osittain nämä mielipiteet tuntuivat johtuvan tiedon puutteesta. Osa keskustelijoista oli olettanut luomutuotteen olevan 100-prosenttisesti luomuraaka-aineista val-

mistettua ja hämmästyi, kun huomasi, ettei näin ollut. Mm. juuri tuttuutensa vuoksi esim. leipä oli aina luomutuote-esimerkeistä parhaiten hyväksytyjen joukossa.

Esimerkkejä 43. Luomutuotteen uskottavuus parempi, kun kaikki raaka-aineet ovat luomua.

- Tässä ainakin jos kattoo, niin on ainaki miun mielestä semmonen aika täysverinen luomutuote kun tää luomutäysjyväruisleipä, kun tässä on merkitty tähdellä mikä on luonnonmukaisesti tuotettu, **niin täs on jopa voikii luonnonmukaisesti tuotettua.** (*mies, 59 v.*)

- Tää on aika **rehellinen luomutuote tää leipä.** Tässä ei ole luonnonmukaisesti tuotettu vesi, suola, hiiva. Ja kaikki muut on. Voisko hiiva olla luomua? (...) **Silleen että se on silleen normaalijärelläkin ajateltavissa, että mitkä pystyy olla luomua niin ne on.** Missäs mä näin jonku luomutuotteen, jossa oli montaa osasta, mä en muista mikä se oli mut siinä oli montaa asiaa. Oisko se ollu valmisruoka, mut sipuli – se ei ollu luomu. Se sipuli ei ollu luomu. Sitä mä ihmettelin, et luomusipuliahhan saa paljonki. Se on yks helpoimmista luomutuotteista saada. Tai sit siinä oli virhe. Se sipuli ei ollu luomua siinä jutussa. **Kyllä se semmonen tois uskottavuutta sille tuotteelle, jos tämmöset aineosat, jotka saa silleen hirmu helposti ja mitä siinä on** – kuiteski silleen enemmän ku mämmissä jotain pomeranssinguorta – niin **että ne ois kaikki luomua.** (*luomua säännöllisesti käyttävä nainen, 35 v.*)

4.1.4 Rasva, suola ja odotukset tuotteen ravitsemuksellisesta terveellisyydestä

Aikaisemmin totesimme, että näkemys luomutuotteiden terveellisyydestä perustuu paljolti käsitykseen niiden puhtaudesta ylimääräisistä keinotekoisista aineista, kuten lisäaineista ja torjunta-ainejäämistä. Kuitenkin myös elintarvikkeen ravitsemuksellinen terveellisyys, joka ei ole seurausta luonnonmukaisesta tuotantotavasta, liitettiin usein luomutuotteeseen kuuluvaksi ominaisuudeksi. Näin ollen esimerkkituotteesta syntynyt mielikuva terveellisyydestä vaikutti siihen, miten ”oikeana” luomutuotteena elintarviketta pidettiin ja koettiin ”luomuuden” tuovan lisäarvoa tuotteelle. Suolaisuudella, rasvaisuudella, tai muulla epäterveelliseksi mielletyllä ominaisuudella perusteltiin usein kielteistä tai kriittistä suhtautumista esimerkkeinä olleisiin luomutuotteisiin. Tällä perusteella tyypillisesti torjuttuja luomutuotteita olivat leivoskeksit, muffinssiainekset, perunalastut, meetvursti, marinadi broilerisuikaleissa, jauhelihapizza, cocktailpiirakat ja kermaperunat. Luomuleivän odotettiin sisältävän enemmän jyvän kuoriosia ja täysjyvää ja siten enemmän kuitua ja ravintoaineita. Tästä syystä kaikki eivät nähneet vaaleassa luomupatongissa lisäarvoa tavanomaiseen nähden. Kysyttäessä, minkälaiset elintarvikkeet sopisivat luomutuotteiksi, keskustelijat ehdottivat usein tuotteita, joita he pitivät ravitsemuksellisesti terveellisinä tai ei-lihottavina.

Esimerkkejä 44. Onko rasvaisuudella ja suolaisuudella vaikutusta luomutuotteen koettuun lisäarvoon?

- Sanotaan, että kuitenkin makkarassa on **rasvaa**, siinä on varmasti **kaloreita** ja näin päin pois, niin se nyt on vähän niinku yks lysti [onko tuote luomua] ... (*luomua satunnaisesti käyttävä mies, 35 v.*)
- Luomumeetvursti - vaikuttaa kyllä aika mielenkiintoselta. Siinä on kans sellanen yhtälö, että meetvursti **on hirveen rasvasta ja suolasta ja sit ku mä siihen luomusanaan laitaan paljon kaiken maailman terveystuotteita niin jotenki se ei sovi**. Mutta kyllä kai tätä vois mielummin ottaa ku tavallista meetvurstia. Riippuen tietenkin mausta. (*satunnaisesti luomua käyttävä nainen, 40 v., lapset 5, 11 ja 12 v.*)
- Mulla on sellanen käsitys, en tiedä pitääkö se paikkansa, mutta esimerkiks leivät ja muut ja riisit ja muut ei oo niin puhdistettuja. Siis on jätetty myös kuoriosia, se on niinku sitä kautta terveellisempää. (*luomua harvoin käyttävä nainen, 29 v.*)

Luomutuotteiden ravitsemuksellisella terveellisyydellä on merkitystä myös siinä mielessä, että terveellistä ruokavaliota esim. sairauden tai muun syyn vuoksi noudattavat kuluttajat usein pitävät jotain terveydellistä ominaisuutta (esim. vähäsuolaisuutta) huomattavasti tärkeämpänä ruoanvalinnan kriteerinä kuin luonnonmu-kaista tuotantotapaa. Luomutuote saattaa heiltä jäädä valitsematta, jos vieressä on tavanomainen vähäsuolaisempi vaihtoehto. Keskusteluryhmistä erityisesti kuntoutus-kurssilaiset kiinnittivät tuoteselosteissa ensimmäisenä huomiota rasvan ja suolan määrään. Vastaavasti, jos luomutuote koettiin terveysominaisuksiltaan tavanomaista vaihtoehtoa paremmaksi, se oli joillekin ratkaiseva lisäisy luomutuotteen valitsemiseksi.

Esimerkkejä 45. Terveellisen ruokavalion vaikutus luomutuotteiden valintaan.

- Tos meetvurstissa on semmonen kausi, et meetvurstii menee, mut yleensä sit' kevyt meetvursti. Siinä sitte ehkä kattosin kuitenkin jos olis luomumeetvurstii tai kevytmeetvurstii, niin mä **ehkä kuitenkin otan sen kevytmeetvurstin**, vaikka ne olis samanhintasia. (*pienien lasten äidit*)
- Tekis mieli kokeilla nuita juuri sen takii, että onko ne erilaisii, koska ne normaalit perunalastut on niin älyttömän **rasvasia ja suolasia**, et oisko nää parempia? (*viikottain luomua käyttävä nainen, lapset 7 ja 11 v.*)
- Täs ruisleiväs on yks, minkä takia mä mielellään ostan luomuruisleipää. Siinä on aina **suolaa** vähemmän ku muissa. Ne ei oo niin suolasi ku muut leivät. Mä oon huomannu sen. Se on myös yks syy käyttää luomutuotteita. (*luomua viikottain käyttävä, nainen, 39 v.*)

Edellä kuvattuja näkemyksiä siitä, että luomutuotteen kaikkien ominaisuuksien tulisi olla johdonmukaisia luomulta odotetun terveellisen imagon kanssa, tuli jossain määrin esille monentyyppisten ja eri-ikäisten keskustelijoiden kommentissa ja lähes kaikissa keskusteluryhmissä. Varsinkin noin 50-vuotiaat, jotka kuntoutuskurssillaan olivat juuri saaneet terveystietoa, toivat tämän asian esille. Usein myös keskustelijat, jotka eivät itse juuri käyttäneet luomutuotteita, mielsivät ravitsemuksellisen terveellisyyden osaksi luomukäsitettä. Toisenlaisiakin näkemyksiä esiintyi kuitenkin runsaasti. Nämä keskustelijat, jotka yleensä itse käyttivät luomua säännöllisesti, erottivat käsitteellisesti ravit-

semuksellisen terveellisyiden ja luonnonmukaisen tuotantotavan tuomat muut edut toistaan. Heille luomutuotanto tuo lisäarvoa tuotteelle riippumatta sen rasvaisuudesta, suolaisuudesta tai viljan puhdistusasteesta. He kommentoivat, että tuotevalinta riippuu käyttötarkoituksesta ja kulloisistakin tarpeista. Silloin kun halutaan ostaa vaaleaa leipää tai rasvaista makkaraa, luomu on kuitenkin parempi vaihtoehto kuin tavanomainen tuote.

Esimerkkejä 46. Ravitsemuksellinen terveellisyys ei ole välttämätöntä luomutuotteelle.

- Se just mitä mäki äsken sanoin tuossa, että **ei niinkään se että se on terveysruokaa, niin se voi yhtä hyvin olla rasvasta ja epäterveellistä ruokaa ja silti mieluummin valitsee sen ku se on luomu.** Mut sitte jos haluaa syödä kevyttä niin kyllä varmasti luomusta sitäki löytyy, että ei se oo siinä ongelma. *(luomua päivittäin käyttävä nainen, 26 v.)*

- Mulla on semmonen mielikuva, että **luomu liittyy lähinnä tuotantomenetelmiin eikä sinällään siihen että mitä siitä tehdään varsinaisesti.** Luomukamasta voi pistää jonkun tosi epäterveellisen kasaan ja se on luomua. Se on kuluttajan oma asia, mitä se pistää kitusiinsa. Tietysti ihmisillä saattaa olla se mielikuva, että ku se on luomu, niin sen pitää olla terveellistä. *(luomua säännöllisesti käyttävä mies, 35 v., lapset 4, 6 ja 10 v.)*

4.1.5 Lisä- ja apuaineet

Miten lisäaineet tai prosessoinnin apuaineet tuotteessa vaikuttavat sen hyväksyttävyyteen luomutuotteena? Koska suuri osa keskustelijoista liitti luomutuotteisiin mielikuvia puhtaudesta, terveellisyydestä, ”myrkyttömyydestä” ja lisäaineettomuudesta, oli odotettua, että lisäaineet aiheuttivat paljon negatiivisia reaktioita, ja monien oli vaikea hyväksyä lisäaineita luomutuotteissa.

Osassa keskustelijoita pelkkä jalostetun tuotteen kuvan näkeminen (ilman tuoteselostetta) herätti heti negatiivisia mielikuvia epäterveellisyydestä ja lisäaineista. Heidän mielikuvissaan ristiriita luonnonmukaisen tuotantotavan kanssa oli ilmeinen. Negatiivisia miellehtymiä lisäaineista herättivät eniten sitruunamuffinssiainekset, vadelmatäytekeksit, pizza sekä broilerisuikaleiden marinadi. Tässä vaiheessa kielteisimmin reagoivat ne, jotka eivät omien sanojensa mukaan käytä valmisruokia ja pyrkivät yleensäkin välttämään lisäaineita. Vastaavasti silloin, kun osallistuja oletti luomutuotteen olevan lisäaineeton, tämä koettiin selkeänä etuna tavanomaiseen tuotteeseen verrattuna. Ajatus lisäaineiden välttämismahdollisuudesta herätti lisäaineita yleensä välttämään pyrkivien keskustelijoiden mielenkiinnon luomutuotteisiin.

Ennen tuoteselosteiden esille ottamista monet keskustelijoista eivät kuitenkaan tulleet ajatelleeksi lisäaineita. Tällöin heidän huomionsa kiinnittyi itse tuotteeseen ja tuotteen muut ominaisuudet ja valintakriteerit olivat päälimmäisenä mielessä. Tuotteen kiinnostavuutta alettiin usein tarkastella lähinnä kunkin omista käyttötarpeista mieltymyksistä lähtien. Jos näistä näkökulmista ei löytynyt syytä tuotteen hylkäämiseen, reaktiot

saattoivat olla tässä vaiheessa kiinnostuneen positiivisia tyyliin ”voisin kokeilla”, ”näyttää herkulliselta” tai ”miksi ei”.

Esimerkkejä 47. Reaktioita lisäaineisiin ennen tuoteselosteiden esille ottamista.

- Tää on tämmösiä sitruunamuffinssiaineiksia ja kyllä ensimmäiseks uskaltaisin epäillä, että **onks nää luomua ja kuinkahan paljo näissä on lisäaineita?** Mä en koskaan osta näitä valmiita leivonnaisia, et lisää vain vesi, koska niissä on säilöntäaineita vaikka kuinka paljon. (*luomua satunnaisesti käyttävä nainen*)

- Samoin ku noita keksejäkään [ei olisi kiinnostunut ostamaan]. Kun en mäkään siis osta luomu- enkä mitään muitakaan keksejä koskaan. (...) Pitäis päästä paremmin lukemaan tuomosten täytekeksien tuoteselostetta ennen kun tekis sen ostopäätöksen. **Että jos siellä on monta E:tä, niin en varmaan osta.** (*luomua säännöllisesti käyttävä nainen, 36 v., lapsi 2 v.*)

(marinoidut broilerinsuikaleet) Se marinadi on siinä liikaa. En oo nähny vielä, mitä se **marinadi** sisältää, mutta **arvaan, että paljon kuitenkin lisäaineita.** (*luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 32 v.*)

Tuoteselosteiden esilleottamisen jälkeen useimmat keskustelijat reagoivat negatiivisesti lisäainemerkintöjen näkemiseen. Jotkut olivat suorastaan järkyttyneitä ja kokivat mielikuvansa luomutuotteista romuttuneen täysin. (Keskustelujen jälkeen kaikille ryhmille selitettiin, että osa tuotteista oli keksittyjä ja niiden tarkoitus oli herättää keskustelua.) Pelkkä luonnonmukainen tuotanto ja sen mukanaan tuomat muut edut eivät näille kulluttajille riittäneet antamaan luomutuotteelle lisäarvoa vastaavaan tavanomaiseen tuotteeseen nähden. Lisäaineiden koettiin jollain lailla kumoavan luomutuotannon hyvät puolet, terveellisyden ja esim. torjunta-aineiden välttämisen viljelyn aikana. Nämä keskustelijat eivät siis tehneet eroa erilaisten ”myrkkujen” välillä, vaan esim. torjunta-ainejäämät ja lisäaineet nähtiin yhtä haitallisina.

Esimerkkejä 48. Reaktioita esimerkkituotteisiin tuoteselostusten esillä ollessa.

- Tuo oli mulle **yllätys, että luomutuotteissa käyetään näitä synteettisiä aineita** [viittaa lisäaineisiin]. Mulla oli semmonen mielikuva et se on täysin, 100-prosenttisesti luonnon menetelmillä valmistettua. (*mies 24 v., vain kokeillut luomua*)

[lukee sitruunamuffinssiaineiden tuoteselostetta] Tässä ku lukee tätä **ainesluetteloa niin mun mielestä tässä menee vähän jalat alta** kun täällä on laitettu nostatusaineeksi natriumseskvikarbonaatti, kalsiumvetyfosfaatti, emulgointiainetta, maltodekstriiniä, luontaiset väriaineet... Niin ei tää musta kuulosta enää luomulta! (*nainen 58 v., käyttää ostoluomua satunnaisesti, mutta viljelee mökillä itse*)

- Vaikka niinku uskoi noista kekseistä, että ne on luonnonmukasia, mutta jos siellä on **hirmu litania kaikkia lisäaineita, niin kumoaako se jotenki ne vaikutukset tai...** Onko tää sen terveellisempi keksi ku tavallinen keksi. (*satunnaisesti luomua käyttävä nainen, 45 v.*)

Kaikkien mielestä lisäaineiden olemassaolo tuotteessa ei kuitenkaan tuhonnut luomutuotteen arvoa. Osa piti oleellisempänä itse luonnonmukaista tuotantotapaa, ja monet vertasivat mielessään lisäaineiden suhteellista määrää vastaavassa tavanomaisessa tuot-

teessa. Vaikutelmaksi jäi, että osa luomutuotteiden aktiivikäyttäjistä kuului tähän ryhmään, joka hyväksyi jossain määrin jalostamisen ja lisäaineet luomutuotteissa. Toisaalta myös ne keskustelijat, jotka eivät yleensäkään ruokaostoksilla kiinnittäneet jalostusasteeseen tai lisäaineisiin huomiota, saattoivat hyväksyä ne myös luomutuotteissa. He eivät kuitenkaan olleet erityisen kiinnostuneita luomutuotteista muutoin. Lisäaineiden hyväksymiseen vaikutti myös tietoisuus siitä, että jotkut lisäaineet ovat elintarviketaloustuksessa lähes välttämättömiä. Myönteisesti luomun lisäaineisiin suhtautuvan mielestä oli tärkeämpää, että luomuvaihtoehtoja on useista tuotteista saatavilla.

Esimerkkejä 49. Tuotantotapa oleellisempaa luomussa kuin lisäaineet.

- Mulle se on ihan sama [onko luomussa lisäaineita]. Koska **eihän sillä pitäis olla sen kanssa mitään tekemistä. Kun ne raaka-aineet itessään on sitä luomua.** (luomua säännöllisesti käyttävä mies, 35 v.)

- Se luomuhan tarkoittaa kummiski sitä, miten ne on tuotettu raaka-aineet. **Silti siinä voi olla muita säilytysaineita ihan yhtä hyvin ku tavallisissakii.** Luultavasti on. (luomua päivittäin käyttävä nainen, 26 v.)

- Mun mielestä kaikkii ei voi välttämättä tehdä sillä tavalla [valmistaa ilman lisäaineita]. Otetaan nyt ne keksit, (...) jos niitä **verrataan niiden lisäaineiden osuutta, niin luomutuotteessahan on kuitenkin niitä paljo vähemmän**, ku niis ei saa olla ku korkeintaan se viis prossaa. Kyllähän seki mun mielestä ratkasee, et siel on vähemmän sitä ylimäärästä, mitä mä en mielellään laittais sisukseeni vaik mä en ookaan mikään kauhee luomufani ollu. (luomua viikottain käyttävä nainen, 37 v., lapset 6 ja 7 v.)

Vain harvat huomioivat eroja eri lisäaineiden laadussa. Yleisintä oli, että mikä tahansa lisäaine, varsinkin E-koodilla merkittynä, koettiin negatiivisena. Tuoteselosteesta katsottiinkin lähinnä E-koodilistan pituus. Joukossa oli myös kuluttajia, jotka ainakin periaatteessa tiesivät, että lisäaineiden välillä on eroja ja tunnistivat jotkut aineet ”vaarattomiksi”. Silti hekin käytännössä usein katsoivat vain E-koodilistan pituutta jo senkin vuoksi, ettei E-koodiavainta yleensä pidä mukanaan. Kuluttajien yleinen nyrkkisääntö lisäaineiden suhteen näyttäisi siis olevan: mitä pitempi E-koodilista, sitä todennäköisemmin epäterveellinen tuote. Kaikkiaan vaikutelmaksi jäi, että osallistujan kokemus luomutuotteista ja tietämys lisäaineista edisti lisäaineiden käytön hyväksymistä myös luomutuotteissa.

Esimerkkejä 50. E-koodilistan pituus ja lisäaineiden laatuero.

- Jos tos ois neljä ja tavallises ois kaheksan [E-koodia], niin oishan toi parempi. (ei juurikaan luomua käyttävä nainen, 32 v.)

- Täs on nää sitruunamuffinssiainekset, niin tääl on sit E.tä kolme. **Et heti tulee semmonen reaktio, että mikä luomu tää tämmönen on, vaikka en mä tiää, mitä nää aineet oikeesti on.** (pienen lasten äidit)

- Joo kaliumkloridi, se on suola, magnesiumsulfaatti, natriumkloridi on tavallinen ruoka-suola. **Nää on ihan normaaliaineita.** (mies 56 v. ei käytä luomua)

V: Mitä te lisäaineista katotte?

- Siis ylipäänsä **E-koodisarjaa**. Mitä siellä on. Tottakai **E-koodeissa on ihan ok-tavaraa kanssa**, mutta se et mun mielestä mitä enemmän niitä siellä on – ja ne täytyy kuitenkin asianmukaisesti ilmottaa – niin kyllä se menee tavallaan yli mun mielenkiinnon.

- Mut siis esimerkiks tässä mä katoin et **pektiini**, mut sehän on suoraan marjoissa omaan, mutta se että sen takii mä sanoin että **kaikki E-koodit ei oo huonoja**.

V: Vaikuttaako ostohalukkuuteen, minkälaisia lisäaineita tuotteissa on?

- Mä en hirveesti kato, mut mä katon vaan sen, et **jos näitä E-alkusia alkaa hirveesti oleen, niin sit se ei oikeen kiinnosta**, koska se maistuu sit semmoselta. (*luomua päivittäin käyttävä nainen, 30 v.*)

- Niin mut eihän ne kaikki E-jutut oo sellaisii. Et ongelmahan on, et **E-koodeista aika monet on kummiski silleen luonnoinaiteita**. Mun mielest se on kummiski silleen, et jos niit E-koodeja on kauheesti, niin **en mä niit osta enkä mä jaksa...** on mulla kotonani E-koodiavain, mutta en mä sitä herranjumala koko ajan mukanani raahaa. (*luomua päivittäin käyttävä nainen 27 v.*) (...)

(sama henkilö myöh.) – Täs on leivinjauhetta, lesitiiniä ja pektiiniä, **niin eihän ne nyt oo mitään vaarallisii**. Mulle ei vaikuttais mitään. (*luomua päivittäin käyttävä nainen, 27 v.*)

Mielipiteet luomutuotteen odotetusta säilyvyydestä olivat kiinteästi yhteydessä siihen, miten lisäaineisiin suhtauduttiin. Tieto siitä, että luomutuote saattaa sisältää joitain säilöntäaineita tai olla pitkään säilyvä, rikkoi joidenkin osallistujien aikaisemman mielikuvan luomutuotteista. Yleinen käsitys oli, että luomutuotteet eivät ole eikä niiden pidäkään olla pitkään säilyviä. Tuoreutta pidettiin usein luomutuotteelle oleellisempänä ominaisuutena kuin pitkää säilyvyyttä. Pitkään säilyvältä vaikuttava luomutuote saattoi herättää epäluottamusta ja lyhyt säilyvyysaika vastaavasti mielikuvan tuoreudesta ja luonnollisuudesta. Toisen näkökulman mukaan monenlaiset tuotteet, myös pitkään säilyvät, voivat olla luomua.

Esimerkkejä 51. Luomutuotteen säilyvyys.

- Eikö se kuulu luomutuotteen luonteeseen, ettei sen tarvitse säilyä monta viikkoa?(*noin 50-v. nainen*)

- minä **oon kyllä pettyny**. Koska minä taas ajattelen niin että **jos on parasta-ennen jostain kaks vuotta eteen päin, niin minua se ihan hirvittää**. Minä voisin ostaa semmosen jossa ei ois niin pitkä [säilyvyysaika], koska mulle se kertoo sen, että se on pakattu vasta ja tuore. Minua hirvittää se että jos se kestää ihan älyttömän kauan. Aattelen, että tässä on vaikka mitä. (*nainen 29 v, ei juuri käytä luomua*).

- Minun mielestä voi olla [säilöntäaineita luomussa]. Tosiaan mieluiten noin mutta kyllä ihan hyvi tämmösissäki tuoteryhmissä, missä on just käsitelty tai niinku oli aikasemmin puhe että oli paljo lisäaineita ja tämmöstä. **Kyllä mun mielestä semmosissaki tuoteryhmissä voi olla luomua**. Ei ois mitään estettä. (*luomua päivittäin käyttävä nainen, 26 v.*)

Vaikka vuosien säilyvyys ei useimpien mielestä sovi luomutuotteille, keskustelussa tuotiin esille myös tilanteita ja tuotteita, joiden kohdalla pitkähkö säilyvyysaika on kuitenkin tarpeen. Loppujen lopuksi ajatukset luomutuotteiden säilyvyydestä riippuivat myös kyseessä olevasta tuotteesta. Joissain tuotteissa pitkä säilyvyysaika koettiin tarpeellisemmaksi tai siihen ei kiinnitetty huomiota. Oleellista keskustelijoiden suhtautu-

misen kannalta oli myös se, miten säilyvyys on saatu aikaan: luonnolliseksi miellettyillä keinoilla, kuten pakastamalla tai sokerilla, vai keinotekoisiksi miellettyillä lisäaineilla.

4.2 Elintarvikkeen tyyppi ja jalostusaste

Elintarvikkeen rooli kuluttajan ruokatavoissa ja elintarvikkeeseen ennestään liitetyt odotukset vaikuttavat selvästi siihen, koetaanko luomutuotannon tuovan lisäarvoa ko. tuotteelle. On siis tarpeen huomioida, mikä rooli kehitettävällä luomutuotteella tulee olemaan kuluttajan arjessa, mitä tarpeita se palvelee, kuka sitä käyttää ja mihin tarkoitukseen. Luomutuotteisiin suhtautumisen kannalta oleellisia elintarviketyyppien luokituksia tai ulottuvuuksia näyttäisivät olevan ainakin tuotteen helppokäyttöisyys tai valmistuksen nopeus, säilytystapa ja käyttötarkoitus (esim. arkeen, herkutteluun, vieraille).

4.2.1 Raaka-aineita vai valmisruokia?

Suhtautuminen luomuvalmisruokiin (eineksiin, pikaruokiin) vaihteli keskustelijoiden parissa. Osa keskustelijoista ei ollut lainkaan kiinnostunut tavanomaisistakaan valmisruoista, koska he pyrkivät välttämään lisäaineita ja valmistamaan ruokansa itse. Keskusteluista välittyi usein itse tehdyn ruoan ihanne. Monissa osallistujissa ajatus luomujalosteesta herätti mielikuvia epäterveellisyydestä, mikä koettiin niin ristiriitaiseksi luomuajatuksen kanssa, ettei luonnonmukaisella tuotannolla nähty olevan lisäarvoa tällaisessa tuotteessa.

Esimerkkejä 52. Kielteinen suhtautuminen valmisruokiin.

- Yleensä noihin **valmisruokiin, niin en mä varmaan vaivautuis ettiin luomuu.** - - - Mun mielestä se on jo muutenkin niin pohjanoteeraus ostaa valmista, että tavallaan niiku se, että sitte on **ihan sama jo mitä syö.** Vois kuvitella että monet nuoret ostais – ku niille on tämä luomu tärkeä juttu – niit valmisruokia. (*luomua harvoin käyttävä nainen, 29 v.*)

- **Kuka tarvii sitruunamuffinssiaineiksia?** Rehellinen kysymys. Mun mielestä kukaan ei tarvi. Kaikki osaa tehdä muffinsseja itse. (*päivittäin luomua käyttävä opiskelijanainen, 27 v., ei juuri käytä valmisruokia*)

Osalla keskustelijoista suhtautuminen luomujalosteisiin oli ristiriitainen. Yhtäältä jalostettu luomutuote ei kuulostanut heistä ihanteelliselta, mutta toisaalta he totesivat kaipaavansa helppokäyttöisiä tuotteita kiireisen arkensa helpotukseksi. Jonkinlaisena kompromissina useimmat olivat valmiita hyväksymään luomutuotteina ainakin puolivalmisteita, mutta eivät kaikkein äärimmäisiä keskustelussa esitettyjä esimerkkejä (sitruunamuffinssit ja leivoskeksit). Osallistujien mielipiteet vaihtelivat kuitenkin laidasta laitaan: muutama toivotti myös leivoskeksit tervetulleiksi luomuversiona. Tarvetta luomuvaihtoehdoille valmisruoissa ja puolivalmisteissa näytti selvästi olevan. Jalostami-

sesta huolimatta monet pitivät luomuelintarviketta tavanomaiseen verrattuna puhtaampana ja terveellisempänä vaihtoehtona, jonka valitseminen toisi hyvän omantunnon. Tällaisia mielipiteitä esiintyi luomutuotteita käyttävien keskustelijoiden, kiireisten lapsiperheiden, mutta myös luomua aiemmin käyttämättömien nuorten keskuudessa. Monesti ehtona jalostetun luomutuotteen hyväksyttävyydelle oli kuitenkin hyvän maun ja puhtaus-, terveellisyys- ja lisäaineettomuusehtojen täyttyminen.

Esimerkkejä 53. Kiire luo tarvetta jalostetuille luomutuotteille.

- Vähän on kaks asiaa vastakkain. Oikeesti toinen on se, mitä tuo Jouko sano siitä et ku työpäivän jälkeen tuut kotiin ja muuta, et sä et välttämättä haluu ruveta alusta asti tekemään. Mut toisaalta tuossa sitruunamuffinsseissa pahiten mitä tässä pöydällä on näit tuotteita niin särähtää tuo koko luomuajatus. Ku aattelen niit sitruunamuffinsseja mitä kaupast saa ja minkälaisii todella non-helthy-pommeja ne alkaa oleen ihmiselle, niin en mä välttämättä teidä sopiiks se enää luomukuvioon. **Ehkä jossain se raja menee. Ois kiiva, et ois ainaki jotain puolivalmisteita.** Mut ei ehkä kuitenkaan noin pitkälle viedyt tuotteet istu siihen alkuperäseen filosofiaan. (*luomua päivittäin käyttävä mies, 30 v., lapset 1 ja 5 v.*)

(keskustelua siitä sopiiko valmisruoka luomutuotteeksi)

- Luomusitruunamuffinsaiinekset. Tätä mä oon itseasiassa kaivannu, jotain luomupikaruokaa ja luomueineksiä ja sitte tämmösiä jotain. (*pienten lasten äidit*)

Joidenkin osallistujien näkemys oli, että jalostettujen luomutuotteiden valikoiman lisääntyminen kaupoissa muuttaisi mielikuvaa luomusta tavalliselle kuluttajalle helpommin hyväksyttäväksi. Vaihtoehtojen lisäys nähtiin tarpeelliseksi myös, jotta luomuruokien käyttö olisi mahdollista myös niille kuluttajille, joilla ei ole aikaa tai halua ruoan valmistamiseen raaka-aineista lähtien.

Esimerkkejä 54. Luomun tuotevalikoiman laajeneminen jalosteisiin toisi luomun lähemmäksi tavallisia kuluttajia.

- Mullon vähän sama homma. Mun mielestä on **hyvä että luomutuotteissa on näitä perunalastuja ja keksejä.** Ehkä siinä onki se että halutaan muuttaa näitä käsityksiä, kun kaikille on iskostunu se että se on sitä hömppää, sen pienen piirin juttua. (*luomua satunnaisesti käyttävä mies, 26 v.*)

- Koska on semmosiaki ihmisiä, jotka ei kovin paljo käytä tämmösiä mahollisimman alkuperäisiä tuotteita kuin kaurahiutaleita tai tollasta, haluaa käyttää valmisruokia. Minun mielestä heillekin pitä olla mahdollisuus käyttää silti luomua. Ei kaikki jaksa tai halua tai ehdi tai viitsi - - - Koska **jos ei olis valmisruokia, sillonhan se sulkis pois aika ison joukon ihmisiä jotka syö paljon valmisruokia,** jotka ei tee itse ruokaa. **Koska sillon ne mieltää luomuruoan ilman muuta semmoselle, jotka hirveesti koko ajan ajattelee vihreitä asioita ja hirveesti käyttää aikaa ruoanlaittoon.** Minkä ihmeen takia ei sitten vois olla kaikenlaisia myös valmiita ruokia, kaikenlaisille ihmisille siis (*luomua päivittäin käyttävä nainen, 26 v.*)

- Siinä on se **tavallisen kuluttajan tavallinen ruoka,** joka ei ite niinku kasvata vihanneksia tai laita hirveesti ruokaa. **Vaivattomuus, helpous ja sitte mulleki hyvä omatunto** ja semmonen mielikuva, ettei tää oo ihan niin epäterveellistä tää pitsa ku tää on luomua. (*nainen, 32 v., ei juuri käytä luomua*)

Tyypillisesti luomuvalmisruokia kaipasivat eniten lapsiperheet. Usein he toivoivat niitä kehitettäväksi erityisesti kouluikäisille lapsille. Lasten mieltymysten todettiin ohjaavan perheen ruokavalintoja niin voimakkaasti, että luomutuotteiden käytön edellytys on niiden maistuvuus lapsille. Paljon toivottiin luomuruokia, jotka helpottavat perheen kiireistä arkea ja/tai sopivat koululaiselle välipalaksi. Esimerkkeinä mainittiin mm. valmispizzat, makaronilaatikko, lihaperunalaatikko, maksalaatikko, lihapullat ja pinaattiletut. Luomuersioita pidettiin tärkeinä myös sellaisista, epäterveellisiksikin mielletyistä tuotteista, joita heidän lapsensa joka tapauksessa syövät. Tällaisia ruokia ovat esim. perunalastut, pizzat, keksit. Näin he toivoivat voivansa taata lapsilleen kuitenkin parhaan mahdollisen ravinnon tarvitsematta taistella heidän ruokavalintojaan vastaan.

Esimerkkejä 55. Tarvetta lapsille maistuvista luomuruoista.

- Ois muuten ihanaa ku ois jotain luomupinaattilettuja ja luomulihaperunalaatikkoo, koska meidän viisivuotiaan ehdotonta lempiruokaa on nykyisin maksalaatikko tai sitten lihaperunalaatikko. Ja ne on tosi perus. Aina jos mennään kauppaan, puhutaan että "Laitetaan sunnuntaina ruokaa, et mitä laitetaan niin?". "Joo, ostetaan sitä lihaperunalaatikkoo". Sit vähän semmosta et jos se olis luomu, se olis kyllä tosi ihanaa, sitä olis paljon mukavampi syödä. Et ne einekset löytys. (...) Pakastepinaattilettuja, pakastelihaperunalaatikkoo – ois kyllä ihanaa. Jotain luomujauhelihapitsoja on vaikee uskoo, koska se on just semmonen peruslisäaine-eines (*pienen lasten äidit*).

V: Mihinkä tarkotukseen te ostaisitte [luomujauheliha-] pitsaa?

- Meillä menee kyllä aika paljo just tämän tapasia valmispitsoja. Kyl lapset syö niitä, ne on helppo lämmittää. Kyl voisin vaihteeks ostaa näitä luomupitsoja. (*luomua harvoin käyttävä nainen, lapset 5, 11 ja 12 v.*)

(keskustelua luomupizzasta)

- Niin kato mä en pysty ihan kontrolloimaan... Tietysti itteni ja mieheni syömistä kontrolloimaan, mutta kun on näitä koululaisia, jotka on kasvavassa iässä ja joilla on nälkä, niin kyl niille täytyy olla tällasii nopeita ruokii sitte. Ja tietysti sitte valitsis mieluummin mahdollisimman turvallisimman sellasen. (*luomua viikottain käyttävä nainen, 43 v., lapset 12 ja 15 v.*)

4.2.2 Tuoreita vai pakastettuja?

Vaikuttaako jalostus- tai säilöntämenetelmä siihen, miten tuote hyväksytään luomutuotteeksi? Keskustelijat eivät juuri spontaanisti pohtineet erilaisten jalostusmenetelmien soveltuvuutta luomutuotteeseen. Säilöntämenetelmien, kuten pakastamisen tai säilyketölkien, soveltuvuuteen sen sijaan kiinnitettiin jonkin verran huomiota. Jälleen yksinkertaisuus ja tuoreus sopivat parhaiten useimpien mielikuvaan luomutuotteista. Leivän leivontaa ei myöskään pidetty sillä tavoin keinotekoisena prosessina, että se olisi ollut ristiriidassa luomun imagon kanssa. Muista käsittely- tai säilöntätavoista helpoimmin hyväksyttäviä olivat kuivaus ja pakastaminen. Marinointi jakoi voimakkaasti mielipiteitä. Osalle keskustelijoista marinadi edusti lisäaineiden käytön huippupäätä ja pahimman laatuista epäterveellistä jalostustapaa.

Äärimmäisen mielipiteen mukaan jopa juuresten suikalominen tai tuotteiden pakastaminen olisi luomutuotteen laadun kannalta epäilyttävää tai ainakin ei-toivottavaa. Eräs keskustelija epäili, etteivät suikaloidut vihannekset säily hyvännäköisinä ilman jonkinlaista lisäainekäsittelyä. He haluaisivat ostaa luomutuotteen mieluiten raaka-aineina.

Esimerkkejä 56. Luomutuotteeseen sopivia säilöntä- ja käsittelymenetelmiä.

(keskustelua luomutuotteeseen sopivista käsittelytavoista)

- Se on taas kiinni siitä tuotteesta . Jokuhan on pakko kuivaa joku tuote, mutta **en mä nyt luomuu mielellään osta pakastettuna**. Mun mielestä se ois **just se lyhyt kiertö**, että se olis tuoretta ja mahdollisimman vähän käsitelty ja muuta. *(luomua viikottain käyttävä nainen, 37 v., lapset 6 ja 7 v.)*

(...)

- Tietenki jos ajattelee **pakastettuja kasvissuikaleita** tai jotain tollaasii niin **eihän niis oon tarviinnu laittaa mitään lisäaineita** tai muit mätkei sinne. Nehän on niinku pakastettu, et ku sä ota ne sieltä, jos sä aattelet et sä meet tänään kauppa ja seuraavan kerran käyt viikon päästä kaupassa, **niin onhan näppärää, et sul on pakkasessa niitä**, et ne on niinku tuoreena sit omalla tavallaan kuitenkin. *(luomua viikottain käyttävä nainen, 37 v., lapset 6 ja 7 v.)*

4.2.3 Perus- vai herkutteluruokia?

Osallistujat olivat yhtä mieltä siitä, että luomutuotteista tulisi ensisijaisesti olla saatavilla jokapäiväisiä perustuotteita. Sen sijaan suhtautuminen kausituotteisiin ja herkutteluruokiin vaihteli. Jotkut eivät nähneet luonnonmukaisella tuotannolla olevan lisäarvoa tuotteissa, joita ostetaan lähinnä herkutteluun tai muusta syystä vain harvoin. Terveellisyyssyistä luomua ostavien mielestä ei ole mitään mieltä ostaa epäterveelliseksi mielletystä tuotteesta luomuversiota (ks. myös kohtaa 5.2.4). Lisäksi saatettiin ajatella, että jos tuotetta käytetään ja ostetaan vain harvoin, luomutuotannon muidenkaan hyötyjen kannalta sillä ei olisi merkitystä, valitseeko luomun vai tavanomaisen vaihtoehdon.

Esimerkkejä 57. Jokapäiväistä perusruokaa vai herkuja.

(keskustelua siitä, minkälainen luomutuote kiinnostaisi tai olisi hyvä)

- Jos on jokapäiväistä ravintoa... (...) **Sillä ei oo niinku mun terveydelle eikä kaupan käynnille eikä eettiselle näkökulmalle suurta merkitystä mun henkilökohtasella pannotella, koska minä en käytä niitä [keksejä] kuin joskus**. Että sillä on sitte merkitystä, mitä minä joka päivä syön, mikä on se minun arkiruoka, mitä minä käytän ihan päivittäin, niin se merkitsee ihan joka suuntaan niin terveyden kuin yhteiskunnankin näkökannalta. *(satunnaisesti luomua käyttävä nainen, 65 v.)*

- Täällä on vadelmatäytteinen leivoskeksi. (...) Mutta jotenki mä ajattelen sitä että jos mä lähdän tämmöstä **erikoistuotetta syömään, mikä ei kuulu mun perusruokavalioon, niin silloin se on oikeestaan se ja sama, minkälainen se keksi on, koska mä syön yhden tai kaks**. Mun mielestä tää on semmonen **extraherkku**, minkä ei tarte olla luomu. Vähän samaan sarjaan ku muffinssit. *(satunnaisesti luomua käyttäviä, noin 50-vuotiaita)*

- (...) vadelmatäytteiset leivoskeksit maistuu niin hyvälle, et oli ne luomua tai ei, **maun takiahan niitä ostetaan** ja sen takia että se suklaa ja se vadelmatäyte sulaa suussa. Ne on niinku liian epäterveellisiä, et sitä vois mitenkään hyvittää kenellekään ostamalla luomua. (luomua viikottain tai useammin käyttävä nainen, 42 v.)

- Mä en missään tapauksessa ostais luomu vadelmatäytteisiä leivoskeksijä tai luomusuklaata, koska se kuullostais liian terveelliseltä. Siis luomuleipä on ihaan okei, ja luomuliha ja luomumaito, mutta kuka nyt ostais luomupurukumia tai luomusuklaata tai luomujäätelöä. (...) **Ne on niinku liian epäterveellisiä, et sitä vois mitenkään hyvittää ostamalla luomua.**(luomua viikottain käyttävä nainen, 42 v.)

Sellaisiakin näkökulmia esiintyi, että herkuttelutuotteita voisi ostaa luomuna juuri siksi, että niitä ei osteta usein. Tällöin niiden kalliimpi hinta ei olisi haittana ja luomun ostamisesta saisi hyvän omantunnon. Osa keskustelijoista ei nähnytkään mitään ristiriitaa herkuttelutuotteen ja luomun yhdistämisestä, vaan luonnonmukaisen tuotannon koettiin tuovan aina tuotteelle lisäarvoa. Heistä oli ainoastaan myönteistä, että luomuvaihtoehto on aina mahdollista useamman tuotteen kohdalla. He toivoivat luomuvaihtoehtoja monista ei-jokapäiväisistä tuotteista, kuten jäätelöstä, viinistä, suklaasta ja makeisista.

Esimerkkejä 58. Myös herkuttelutuotteita luomuna.

- Siis tuommonen keksi, niin sehän on semmonen harvinainen herkku, ei niitä nyt ihan urakalla söis kuin jotain leipää, **että kyllä mä voisinkin herkutteluun ostaa. Vaikka se olis hintansa puolesta pikkasen kalliimpaa**, kun sitä kuitenkin menee huomattavasti vähemmän kuin jotain leipää tai kaurahiutaleita tai jotain tämmöstä. (luomua lähes viikottain käyttävä nainen, 25 v.)

- Perunalastut kun ovat **täysin turha tuote, niin jos niitä ostais luomuna, niin siitä sais paremman omantunnon** (luomua satunnaisesti käyttävä mies, 49 v.)

- Mä tykkäisin siitä viini-ideasta tai sanotaan että kaikki oikeesti hyvät **viinit** on luomuviinejä, mutta sellaset jotka on allergisia viineille, pystyy juomaan niitä. Mä tykkään siitä että on **peruskamaa**, kaiken maailman maidot ja viilit ja leivät ja kananmunat ja sellaset. Kanamunis tulee kans se päivän hyvä työ, että Nyt ne kanat sirkuttavat siellä vapaina-fiilis. Mä toivoisin, että olis kaikkii semmosia perushommii, **mut sit jos tulee kaikkii herkkua ja karkkia – niin mikäs sen kivempaa – ja jätskii.** (luomua päivittäin käyttävä nainen, 30 v.)

4.2.4 Perinteisiä vai nykyaikaisia tuotteita?

Edellä, mm. kohdassa 3.10., on kuvattu, miten toiset osallistujat mielsivät luomutuotannon perinteiseksi ja toiset taas näkivät sen olevan nykyaikainen tuotantotapa. Vastavasti luomutuotantoon perinteisiä mielikuvia liittäneet kuluttajat tuntuivat pitävän luomutuotteen imagoon kuuluvana ja luomutuotteen kannalta myönteisenä asiana, jos niiden tuotannossa oli käytetty perinteisiä menetelmiä tai reseptejä. Perinteisyyden positiivinen mielikuva liitettiin sellaisiin tuotteisiin kuin ruisleipä (varsinkin jos valmistusmenetelmä olisi perinteinen raskitus hiivan sijasta), mämmi (varsinkin perinteisesti imellyttämällä valmistettu) ja karjalanpiirakat (esimerkkituotteena cocktailpiirakat). Muita perinteisyyteen läheisesti liitettyjä ominaisuuksia olivat vaatimaton, käsin tehty ja käsin tehdyn näköinen (hieman karkea, ei niin viimeistelty). Ne, jotka odottivat luomutuot-

teelta edellä kuvatunlaista perinteistä imagoa, olivat yleensä vähemmän halukkaita hyväksymään pitkälle jalostettuja luomutuotteita. Perinteisyys tuntui olevan joillekin keskustelijoille merkki tuotteen luonnollisuudesta.

Esimerkkejä 59. Mielikuva perinteisyydestä on luomutuotteelle etu.

- Tuo luomumämmi, niin siihen valmistusprosessiin liittyy semmonen muistakin yhteyksistä **tuttu, perinteinen, vanha imellyttämisseemi**, niinku johonki imellytettyyn perunalaatikkoon ja mä liittäsin tämän näihin perinteisiin vanhoihin ruoanvalmistustapoihin niinku hapattaminen tai käyttäminen, josta tulee todella terveellisiä tuotteita, niinku muinainen karjalainen kauralima. *(luomua aktiivisesti käyttävä ja itsekin viljelevä mies, 54 v.)*

- Mulla on semmonen kuva luomusta, et se ois enemmän niinku **kotitekonen**. Ja kotitekoiset on tunnetusti semmosia **ruskeita ja houkuttelevan näköisiä ja vähän jauhosia**.

V: Onko teillä muilla samanlaisia ajatuksia?

- Yleensä luomutuotteet on vähän semmosia eri näköisiä että ne on pikkasen...*(25–37-vuotiaita)*

Tuotteiden perinteisiin resepteihin ja valmistusmenetelmiin suoraan viittaavat kommentit eivät kuitenkaan olleet vallitsevia. Suurin osa keskustelijoista ei kiinnittänyt asiaan lainkaan huomiota. Aiemmin on jo useassa yhteydessä kuvattu, kuinka keskusteluun osallistujista osalla oli varsin avara käsitys siitä, mitä luomutuote on ja mitä sen tulee olla. He hyväksyivät luomutuotteiksi hyvin monenlaisia tuotteita: jalostettuja elintarvikkeita, valmisruokia, herkutteluruokia, ulkomaisia raaka-aineita jne. Nämä osallistujat eivät pitäneet perinteisyyttä luomutuotteiden kannalta oleellisina tai niiden arvoa kohottavana. Päinvastoin, esim. yliopisto-opiskelijoiden ryhmässä luomu-tuotteille toivottiin trendikkäämpää, laadukkaampaa ja nykyaikaisempaa imagoa.

Uskomus luomutuotteiden perinteisyydestä saattoi olla negatiivista luomutuotteen kannalta myös, jos kuva perinteisestä ruoasta oli epäterveellinen. Esim. eräs mies uskoi luomusianlihan olevan tavanomaista rasvaisempaa kuten sianliha ennen vanhaan. Toinen ei nähnyt syytä ostaa luomucoctailpiirakkaa, koska hänen kokemuksensa mukaan karjalanpiirakat ovat rasvaisia. Tavanomaiseen tuotteeseen liitetty perinteisyysmielikuva saattoi myös olla vastaavan luomutuotteen kannalta haitaksi, koska luomutuote ei ehkä tällöin erottunut selvästi tavanomaisesta. Esim. jotkut pitivät tavanomaisiakin kaurahiutaleita tai määmiä niin perinteisinä ja ”luonnollisina”, että luonnonmukaisen tuotantotavan ei katsottu tuovan juurikaan lisäarvoa.

Esimerkkejä 60. Tuotteen perinteinen ja puhdas mielikuva luomutuotteelle haitta.

- Mulle tulee taas mieleen, jos mä ajattelen jotain **määmiä, et se on niinku niin perinteistä, että se on joka tapauksessa jotenki vähän luomuhtavaa, vaikei se olis luomua**. Se luomun lisäarvo on aika pieni. Et tämmöseen ei-perinteisellä tavalla valmistettuun sillä luomulla on isompi muutos. Tai sanotaan, että sen luomun ja tavanomaisen tuotteen välillä se ero on isompi. *(viikottain luomua käyttävä nainen, 42 v.)*

(keskustelua lihatuote-esimerkeistä)

- Tässä on ainaki ollu **rasvasta** lihaa ku possupataa. Varmaan jos on luomupossua ollu niin se on ollu rasvanen. Mä yhdistän että sialla on paksu rasvakerros jos se on luomulla kasvatettu. (...) Tämmönen tuli mieleen vaan. **Ennen vanhaan oli luomua, possuissa oli hyvin vahva tää rasvakerros.** (luomua lähes viikottain käyttävä ja itse kasvattava mies, 53 v.)

4.3 Pakkaukselle asetettuja odotuksia

Elintarvikkeen ostotilanteessa kuluttaja tekee päätelmiä tuotteen ominaisuuksista paljolti sen ulkonäköön perustuen. Pakkaus ja sen luomat mielikuvat ovat tässä olennaisia. Siksi luomutuotteen pakkauksella on tärkeä merkitys sen kannalta, minkälainen mielikuva kuluttajalle muodostuu esim. tuotteen tuoreudesta, luonnollisuudesta, terveellisyydestä, puhtaudesta, ”myrkyttömyydestä”, mausta, tyylistä ja soveltuvuudesta eri käyttäjille ja eri tarkoituksiin. Pakkauksen tärkeydestä kertoo se, että asia otettiin useissa keskusteluissa spontaanisti puheeksi, vaikka se ei kuulunut keskustelun teemoihin.

4.3.1 Pakkauksen välittämä imago

Keskusteluissa kuluttajat toivat esille erilaisia näkemyksiä siitä, pitääkö luomutuotteen olla ”ruma” ja vaatimaton, esim. ruskeassa paperi- tai pahvipakkauksessa vai voiko tai pitääkö sen olla värikäs ja trendikäs. Perinteisen luomunäkemyksen omaavat pitivät usein vaatimatonta pakkausta luomutuotteisiin sopivana. Lisäksi vaatimattomasta pakkauksesta luomu oli joidenkin mielestä helppo tunnistaa ja erottaa muista tuotteista, koska sentyyliisiin luomupakkauksiin oli totuttu. Kaikki kuitenkin olivat yhtä mieltä siitä, että luomutuotteen tunnistettavuus on tärkeää, oli se miten hyvänsä pakattu.

Esimerkkejä 61. Vaatimaton pakkaus kuuluu luomutuotteen imagoon.

(keskustelua luomutuotteelle sopivasta pakkauksesta) – kaikki tämmöset missä käytetty näitä **uusiopapereita, vähän ulkokuori ruskeeta**, että mun mielestä se on päinvastoin hyvä. **Vähän aneeminen**, ei niin pramee se ulkokuori niin mun mielestä se on parempi. (49–56-vuotiaat, ei luomun aktiivikäyttäjiä)

- Voisin kuvitella että hyllystä epäilisin että joku tuote on luomu, jos se ei olis valkaisuun pahviin pakattu vaan valkasemattomaan pahviin. Jos vieressä on kirkkaanpunanen puuropurkki ja sit olis tämmönen **rusehtavan äklön harmaa**, niin jos pitäs äkkiä sanoo että mikä niist on luomuu kyl mä ilman muuta kuvittelisin että se on se valkasemattomaan rusehtavaan pakattu. (pienten lasten vanhempia)

Toisen näkemyksen mukaan luomun pitäisi päästä irti harmaasta ja vaatimattomasta imagostaan ja tuotteiden tulisi olla houkuttelevammin, trendikkäämmin ja ehkä värikäämmin pakattu. Näin toivoivat erityisesti noin 30-vuotiaat luomun aktiivikuluttajat

sekä samaan ikäluokkaan kuuluvat pienten lasten äidit. Viimeksi mainitut ajattelivat pakkausten houkuttelevuutta lasten näkökulmasta.

Esimerkkejä 62. Luomulle trendikkäämpi imago ja iloisemmat, laatua viestivät kauniimmat pakkaukset.

... esimerkiksi **Ruotsissa, [missä] ne pakkaukset on kauniilla tavalla laadukkaita.** Että ne on semmosia laatu [-tuotteita], et tää on vähän niinku **luksusta**, mutta meillä on lähetty **Suomessa** siitä että tää nyt on tämmöstä **villapaitameninkii.** (...) Mulle on **visuaaliset seikat** tärkeitä siel ruokakaupassa. (*luomua päivittäin käyttävä nainen, 30 v.*)

- Ja sit siinä on se ärsyttävä leppis niis paketeis. Jotenkin luomuun liittyvät tunnukset ja systeemit on grafiikaltaan tosi ala-arvosia ja monet niist pakkauksistakii. Et jos mä menisin vaan sillä tavalla tsekkaan, että mikä on kivan näkönen pakkaus, niin se ei ois se luomu. (*luomua päivittäin käyttävä opiskelijanainen 30 v.*)

- **Lasten valinta aika paljo vaikuttaa. Jos mä kaadan viidakkojogurttipurkkiin tavallista litrajogurttia niin se menee ihan täysillä läpi.** Sillä ei oo mitään väliä. Pääasiasia, että se on leijonajogurttia ja toinen saa sit apinajogurttia. Maulla ei oo mitään merkitystä.

- Semmonen **kaunis ja hygienisen näkönen paketti, mikä houkuttelee.** Jos se vaan on mahdollista. (*pienten lasten äidit*)

4.3.2 Pakkauksen ympäristöystävällisyys ja toimivuus

Erityyppiset keskustelijat eri ryhmissä olivat hyvin yksimielisiä siitä, että luomutuotteen tulee olla ympäristöystävällisesti pakattu. Tiukimman näkemyksen mukaan luomutuotteet tulisi myydä pakkaamattomana irtotavarana.

Pakkaus voi olla ympäristöystävällinen monella tavalla. Keskusteluissa selvimmin esille tulleet ympäristöystävällisyyden ulottuvuudet olivat pakkausmateriaalin laatu ja määrä sekä kierrätettävyys. Muovi herätti voimakkaimmin mielikuvia ei-ympäristöystävällisyydestä. Erityisesti mainittiin luomutomaatin pakkauksessa käytettävä alusta ja muovipäällisyys negatiivisena esimerkkinä. Liasta pakkaamisesta koettiin olevan ympäristöhaittojen lisäksi käytännön haittaa kotona jätteiden säilyttämisen kannalta.

Esimerkkejä 63. Luomutuotteen tulee olla ympäristöystävällisesti pakattu.

- Mä oon huomannu sen, että luomuvihanneksia myydään pienemmis erissä ja voi olla sillain että on yks **tomaatti, ja sit se on sellasella Styrox-alustalla**, ja sit siinä on se yks tomaatti ja sit se alusta on sille tomaatille liian iso ja sit siihen on vedetty se muovi siihen päälle. Ja sit siin on hyvä lyky on vielä joku oikein iso etiketti ja muuta. Se itseasiassa on **luotaantyöntävä** se pakkaus. (*luomua viikottain tai useammin käyttävä nainen, 42 v.*)

- Minua harmittaa, kun luomuhedelmät on hirveen monikertaisesti pakattu. Se vesittää [luomun idean] Ne pitäis mielellään, jos mahdollista, niin ostaa **irtomyynnistä** ja pakata paperipussiin. (*luomua lähes päivittäin käyttävä nainen, 26 v.*)

Se, kuinka paljon pakkauksen ympäristöystävällisyyttä jaksettiin miettiä ostotilanteessa, vaihteli kuitenkin suuresti. Muutama kuitenkin mainitsi jättäneensä luomutuotteen kauppaan juuri vääränlaisen, ei-ympäristöystävällisen, pakkauksen vuoksi. Jotkut keskustelijat kuitenkin myönsivät, etteivät he käytännön ostotilanteessa juuri mieti luomutuotteen pakkaustapaa.

Esimerkki 64. Pakkauksen ympäristöystävällisyyttä ei välttämättä ajatella kaupassa.

Mä en oo sitä taas koskaan aatellu. Sillonki kun mä niitä luomutomaatteja ostin niin mä otin semmosen muovipussin ja ladin ne siihen niinku mä oisin muutenki tomaatit latonu. En mä siellä ruvennu paperipussia ettimää, vaikka niitäki siellä ois varmaan ollu. Ei tullu kyl mieleen [ajatella pakkausta]. (*pienten lasten äidit*)

Kuten missä tahansa elintarvikepakkauksessa, myös luomutuotteen pakkauksessa kuluttajille merkittäviä asioita olivat itselle sopiva pakkauskoko, pakkauksen toimivuus ja se, miten pakkaus täyttää tehtävänsä ruoan säilyttäjänä ja suojana. Myös tästä näkökulmasta arvosteltiin luomuvihannesten pakkaamista muoviin: muovin katsottiin heikentävän niiden säilyvyyttä ja laatua.

Esimerkkejä 65. Muovipakkaus heikentää luomuvihannesten laatua.

- Vaikuttaa sillä lailla että esimerkiksi nää vihannekset on **liian tiiviisti pakattu**, niin ne on valmiiks pilaantuneita. Jos on hirvee määrä muovia... Jos on muovikelmuun pakattu ja toinen on pahviin niin kyl mä mielellää sen avoimen, jos on esimerkiksi banaaneita, kyl mä mieluummin sen valitsen mikä on siinä pahvirasiassa ku se että on muovissa. **Mieluummin se, ettei oo pakattu ollenkaan.** (...) Siellä kaupas, missä mä useimmiten käyn, niin luomukurkut tulee niissä avonais muovipusseissa, mut ne on **märkiä ja ne pilaantuu tosi nopeesti.** (*luomua vakituisesti käyttävä nainen, 37 v.*)

Melko usein keskusteluissa toivottiin vaihtoehtoja luomutuotteiden pakkauskokoihin. Saatavana olevien pakkauskokovaihtoehtojen määrä vaikutti selvästi liian pieneltä. Kunkin omista tarpeista riippuen pakkausta pidettiin joko liian pieninä tai liian suurina. Toisaalta pelkkä sopivan kokoinen pakkaus saattoi jollekin olla syy luomutuotteen valintaan.

Esimerkkejä 66. Vaihtoehtoja pakkauskokoihin.

- Se ois hyvä, että niitä saisi pienissä erissä. Että ei esimerkiksi kananmunia tarvi ostaa kakstoista. Mutta toisaalta siinä on se hinta, että ne on kalliimpia kun ne myydään pienissä erissä. (*luomua harvoin käyttävä nainen, 29 v.*)

- Mulla on kaks semmosta pientä poikaa jotka syö aika hirveesti. Mä taas ostan kauheit satsei kaikkii. Puurohiutaleitki kaikkein isoin mitä löytyy ja se menee suurin piirtein viikossa. Täysin päinvastan tää kulutustottumus. (*luomua viikottain käyttävä nainen, 37 v.*)

4.4 Tietämys ja tiedon puute

4.4.1 Tietoisuus luomumerkeistä

Keskusteluissa esimerkkeinä olleet luomutuotteiden kuvat oli merkitty ns. aurinkomerkillä, joka kertoo suomalaisen viranomaisen valvovan luomutuotantoa. Tällöin tuote on valmistettu, pakattu tai etiketoitu mutta ei välttämättä valmistettu, Suomessa. Merkki noudattaa EU:n asetuksen luomuehtoja ja sen myöntää Kasvintuotannon tarkastuskeskus (KTTK). Toinen Suomessa yleinen luomumerkki on ns. Leppäkerttumerkki, joka kertoo Luomuliiton luomuvaatimusten noudattamisesta. Lisäksi se edellyttää myös suomalaista alkuperää: kotimaisuusaste alkutuotteissa on 100 % ja jalosteissa 75 % (www.luomuliitto.fi). Näiden lisäksi Suomessa myytävissä tuotteissa esiintyy runsaasti muiden maiden luomumerkkejä.

Luomumerkin ja sen tarkoituksen tunnistaminen oli selvästi yhteydessä kuluttajan omaan kiinnostukseen luomutuotteista. Sitä erikseen kysyttäessä useimmat, varsinkin luomun käyttäjät, muistivat nähneensä sekä Luomuliiton leppäkerttu- että KTTK:n aurinko-luomumerkin. Ne kuluttajat, jotka eivät juuri luomua käyttäneet, eivät usein myöskään tieneet merkkien merkitystä. Epäselvyydet liittyivät useimmiten luomumerkin saamisen edellytyksiin, valvontaan, kotimaisuusvaatimuksiin sekä luomuraaka-aineiden osuuksiin. Yllättävästi osallistujat eivät kiinnittäneet huomiota edessään olevan merkin tekstiin ”Valvottua tuotantoa” edes keskustellessaan epäilyistään luomutuotteiden valvontaa kohtaan. Sekaannusta näyttivät aiheuttavan myös erilaisten merkkien kirjavuus – ulkomaisissa tuotteissahan merkinnät vaihtelevat paljon.

Esimerkkejä 67. Tietoisuus luomumerkeistä ja niiden merkityksestä.

(joku kertoi, että luomutuotteet merkitään leppäkerttumerkillä)

- Mulle oli uutuuksia tää et mä en tienny et tää **leppäkerttu** on niiden tunnus. Sitä vois tehdä vähän tunnetummaks. (luomua harvoin käyttävä nainen, 37 v.)

- Rajottuuko se leppäkerttu joihinki tiettyihin elitarvikkeisiin? (luomua harvoin käyttävä nainen, 25 v.)

- Onko se nyt elintarvikevirasto, mikä antaa sen virallisen luomuhyväksynnän ja ne saa sen leppäkerttumerkin. (luomua viikottain käyttävä nainen, 37 v., lapset 6 ja 7 v.)

- Mä en oo kyllä kuullu mistään leppäkerttumerkistä aikasemmin. (mies, 24 v., ei käytä luomua)

- Sithän siitä on **semmonen toinenki merkki, sellanen vihreä ympyrä, jossa on vähän niinku kuusen lehvät**. Se on mun mielestä joku toinen instanssi, joka antaa sen hyväksynnän. Onko niitäki sitten pari eri paikkaa mistä sitte saadaan luomumerkkihyväksyntä. Niillähän on **aika tärkeet ne kriteerit ja muut**. (luomua viikottain käyttävä nainen, 37 v., lapset 6 ja 7 v.)

- Varmaan sitä luomua saa kuitenkin käyttää [kuka vaan], sitä ei oo varmaan mitenkään rekisteröity. (luomua harvoin käyttävä nainen, 37 v.)

- Niin no mä en oo varma, mut musta tuntuu, että sitä ei saa käyttää. Et se on nimen-
omaan, et ku niitä käydään tarkastelemassa, ne käy paikan päällä niinku tutkimassa että
käyttääkö ne just niitä luonnonmukasia menetelmiä ja muuta (luomua viikottain käyttävä
nainen, 37 v., lapset 6 ja 7 v.)

4.4.2 Käsitys luomutuotteiden jalostusvaiheesta

Suurimmalla osalla keskustelijoista oli pääpiirteittäin käsitys siitä, miten luonnonmu-
kainen alkutuotanto eroaa tavanomaisesta tuotannosta. Alkaessaan pohtia tarkemmin
suhtautumistaan esimerkkituotteisiin keskustelijat usein kuitenkin havaitsiivat oman
tietämättömyyteen tai epävarmuuteensa siitä ”mitä se luomu loppujen lopuksi tar-
koittaa” tai ”miten luomutuote eroaa tavanomaisesta”. Näitä pohdintoja nousi esille
erityisesti, kun keskustelija huomasi tuoteselosteesta, että luomutuotteessa saattaa olla
lisäaineita ja hiukan tavanomaisesti tuotettua raaka-ainetta. Kuluttajien tietämyksen
aukot ovat erityisen oleellisia jalostettujen luomutuotteiden hyväksymisen kannalta,
sillä suurimmat epäselvyydet liittyivät luomutuotteiden jatkojalostukseen, lihantuotan-
toon sekä jalostettujen tuotteiden luomukriteereihin.

Päätellen siitä, että luomutuotantoa kuvattiin yleensä vain alkutuotannon näkökulmasta,
osallistujilla oli varsin hatara käsitys siitä, miten luomutuotanto eroaa tavanomaisesta
sen jälkeen, kun raaka-aine lähtee tilalta. Tämä epäselvyys tuli myös suoraan esille pa-
rin keskustelijan kommentoissa. Jalostusvaiheen jääminen vähälle huomiolle heijastanee
sitä, etteivät kuluttajat tavanomaisessakaan elintarviketuotannossa juurikaan hahmota
elintarvikkeen jatkojalostusvaihetta elintarviketekijän osana (vrt. Landgren, 2001). Näin
ollen luomutuotantokin miellettiin pääasiassa alkutuotannon (ja kaupan) kautta.

Tiedon puute luomutuotteiden jatkojalostuksesta saattoi johtaa osallistujan päätelmään,
että luomutuotteen jalostaminen tapahtuisi alkutuotannon jälkeen samalla tavoin kuin
tavanomaisessa tuotannossa. Tämä taas vähensi heidän luottamustaan jalostettuihin
luomutuotteisiin. Vastaavasti ne, jotka olivat tietoisempia luomutuotteiden jalostusvai-
heesta ja hyväksyivät teollisen jalostuksen osaksi luomutuotantoa, suhtautuivat myön-
teisesti myös jalostettuihin luomutuotteisiin.

Esimerkkejä 68. Miten luomutuotteiden jalostus eroaa tavanomaisesta?

- Mihin se loppuu se luomu? Jos joku lehmä lahdetaan, niin ne **tuotantotavat on ihan
täsmälleen samat ku muilla elukoilla, niin vois' kysyä että onks se luomua enää.**
(luomua säännöllisesti käyttävä mies, 35 v.)

Tiedon puute tuli useinmiten esille epävarmuutena siitä, mitkä ovat luomutuotteeksi
hyväksymisen ja luomumerkin kriteerit: kuinka suuri osuus tuotteen raaka-aineista pitää
olla luomua, voiko luomutuotteessa käyttää lisäaineita ja voiko lisäaine tai hiiva olla
luomua? Tällaiset epäselvyydet vaikeuttivat selvästi osallistujien mahdollisuuksia ar-

vioida sitä, onko tuote heidän mielestään riittävän luonnonmukainen ja luotettava luomutuote. Epäselvyyksiä esiintyi myös rajanvedossa eri käsitteiden välillä: ovatko vaapaana kasvavien kanojen munat tai reilun kaupan banaanit luomua, mitä eroa on biodynaamisella ja luomulla? Epävarmuus ja tiedon puute liittyi usein vähäiseen kiinnostukseen ja luottamuksen puutteeseen luomua kohtaan.

Esimerkkejä 69. Epätietoisuus luomutuotteiden kriteereistä.

- Siis nyt **musta tuntuu, että mä en tiedä yhtään mitään**. Siis mitä se tarkoittaa?
- **Onko se sitten luomua se viljapossu?** (*luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 54 v.*)
- Onko luomu oikeesti luomua ja mitä mitä se tarkoittaa minkäki tuotteen osalta, **koska oletan että jokaisella ruoka-aineella on erilaiset ne tuotantovaatimukset jotta ne täyttää ne luomun kriteerit. Niit ei kauheen hyvin tuoda julki.** (...)
- Niin **mikä täs on tää sääntö että ne saa tätä luomumerkkiä käyttää?** Voiko täs olla kuinka paljon mukana sitten muuta? (*satunnaisesti luomua käyttävä nainen, 54 v.*)
- Tää onki jännä, **ettei se luomu ole sataprocenttisesti** luomua. Koska täällä on nimenomaan tähdellä merkitty. (...) meinaan tuota **leimaa** ku lukee luomu. (...) (*luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 54 v.*)
- **Voiko tämmönen säilöntäaine ollakaan luomua?** Ei kai se voi ollakaan. (*luomua satunnaisesti käyttävä nainen, 54 v.*)

4.4.3 Epäselvyys luomun ja tavanomaisen tuotteen eroista luomun kysynnän esteenä

Uskomus, tieto tai havainto siitä, että luomutuote on jossain ostajan kannalta merkittävässä suhteessa parempi kuin vastaava tavanomainen tuote, on yksi oleellinen edellytys luomutuotteiden ostamiselle. Siksi epäselvyyttä luomutuotannon tai -tuotteiden eroista tavanomaisiin verrattuna voidaan pitää selkeästi haittana luomutuotteiden kysynnälle. Osallistujat perustelivatkin usein tiedon puutteella haluttomuuttaan ostaa luomutuotteita.

Esimerkkejä 70. Tiedon puute esteenä luomutuotteiden ostamiselle.

- Mun kokemukset luomutuotteista on aika satunnaisia. (...) Ei oo pahemmin pistäny silmään ja sitten en oo kanssa niiden paremmuudesta [varma]... Kerran just luomunakkeja söin, et en tiedä sitten **mikä niiden ero tavallisiin nakkeihin oli, just tuntee ettei oo tietoa asiasta.** (...) Mä edustan kans just tätä enemmistöä, mikä varmaan johtuu just siitä että ei oo mitään allergioita, ei oo mitään tämmösiä ongelmii, mikä olis pannu ajattelee sitä kautta. Ja sit just toinen on tää että ei oo oikein tietoo siitä luomusta ja mitä se on. (*satunnaisesti luomua käyttävä nainen, 31 v.*)
- ja kaupasta aika satunnaisesti hankin luomutuotteita. Pyrkimys on kova, mutta hinnat hätkähdyttää. Mutta muuten kovasti oon viime aikoina ajatellu **perheen parhaaks**, että ois mukavampi syödä enemmän luomutuotteita ja tämmöstä... vihanneksia ja hedelmiä. Mut maitoja mä en oo vielä kokeillu, mut **en oo nähny mitään syytä vielä**. Mutta tästä luomuasiasta ajattelin, että jos tässäki tilaisuudessa saisi jotain **lisätietoo**, niin se olis oikein hyvä asia. Sitä nyt tulee niin ristiriitasta tietoo nykysin joka puolelta, ettei tiedä miten suhtautuis. (*luomua viikottain käyttävä nainen, 43 v., lapset 12–15 v.*)

- Voiskohan semmosta ideaa kehittää - kun esimerkiksi minä joka jonkun verran luen ja seuraan tiedotusvälineitä, niin mulla ei oo hirveen hyvin muodostunu kokonaiskuva, mikä tuo luomu on. En mä tiä että onko siinä tarkoituski mielikuvilla pelata, mutta – **ois ihan vaikka kaupoissa jotain esitteitä joissa ois lyhyesti kerrottu mitä nää on.** (luomua satunnaisesti käyttävä mies, 26 v.)

Pohtiessaan, mitä luomutuotteet ovat, keskustelijat totesivat usein, että joko omat tai oletetusti muiden käsitykset luomutuotteista perustuvat epämääräisiin mielikuviin, eivät niinkään tietoon. Kritisoidessaan luomutuotteiden imagoa vanhanaikaiseksi ja ankeaksi he totesivat luomusanan epäinformatiiviseksi ja riittämättömäksi kertomaan, mitä luomu on.

Luonnollisesti ostohaluttomuuden pääasiallinen syy voi olla välinpitämätön tai kielteinen suhtautuminen luomutuotantoon, joka puolestaan johtaa siihen, ettei kuluttaja kiinnitä luomutiedotukseen huomiota. Henkilöllä, joka on tyytyväinen tavanomaisesti tuotettuun ruokaan eikä ole huolissaan omasta terveydestään, ympäristön saastumisesta tai eläinten kärsimyksistä, saattoi toisaalta olla (osin väärä) käsitys siitä, ettei luomusta ole tietoa saatavilla. Kuitenkin suuri osa kuluttajista, kuten nämäkin keskustelijat, suhtautuivat luomutuotteisiin neutraalin positiivisesti. Luomutiedotuksen kannalta nämä luomutuotteisiin periaatteessa positiivisesti suhtautuvat kuluttajat, jotka eivät kuitenkaan juuri osta luomutuotteita, lienevätkin haastavin ryhmä.

*Esimerkkejä 71. Tiedon etsimiseksi ja luomuasiaan perehtymiseksi ei haluta nähdä vai-
vaa.*

- Tuli mieleen yleiset asenteet, että kun yleissivistykseen kuuluu tämmönen luomu- ja luontoteitosuus, jos se ois ollu mulla koulussa jossain yläasteella ku oli köksää ja muuta, niin se vois olla aika selvää. Sitä ei tarviis kyseenalaistaa. Mutta tiettyyn ikään mennessä ei halua kyseenalaistaa asioita eikä jaksa tarkistaa niitä mistään. Mut jos johonki asiaan perehtyis niin tulee semmonen tunne, että pitäis ottaa selville kunnolla. **Pitäis ottaa hirveen määrä selville asioita [luomusta] ja minä en haluu lähteä siihen. Mulla on muitakii ajateltavia ongelmia. Joku semmonen torjunta ihan.** (nainen, 32 v., ei käytä luomua)

4.5 Luomutuote – elintarvike muiden joukossa

Esimerkit luomutuotteista esitettiin keskusteluissa aina ensin pelkkinä kuvina, tuoteselosteet otettiin vasta myöhemmässä vaiheessa esille. Ennen tuoteselosteiden esilleottamista keskustelijat arvioivat luomutuotetta kuten mitä tahansa muutakin elintarviketta. Päällimmäisenä mielessä oli tuotteen ulkonäön antama mielikuva mausta, omat maku-mielitymykset, käyttötottumukset ja -tarpeet. Ratkaisevaa oli esim. se, käytettiin-kö perheessä kaurahiutaleita tai pitikö puhuja mämmistä vai ei. On itsestään selvää, että nämä asiat vaikuttavat kuluttajan ruokavalintoihin, mutta tarkoituksena tässä on muistuttaa lukijaa tässä julkaisussa esille tuotujen luomutuotteen hyväksyttävyyteen vaikuttavien asioiden suhteellisesta merkityksestä kuluttajan elintarvikevalinnassa. Käytännön va-

lintatilanteessa monet keskusteluista käsitellyistä asioista eivät ole kuluttajalla aina aktiivisen pohdinnan kohteena. Ottaen huomioon, että keskustelu oli sitä ennen koskenut luomua ja keskustelijat tiesivät luomun olevan tutkimuksen aiheena, ns. tavalliset ruoanvalintakriteerit saivat paljon huomiota ensireaktioissa. Luomuelintarvike on siis ennen kaikkea elintarvike ja ruokaa, vasta toissijaisesti luomua.

Jos vastaava tavanomainen tuote koetaan turvalliseksi, puhtaaksi ja luonnolliseksi, luomuvaihtoehdolla ei välttämättä ole riittävää lisäarvoa kuluttajalle. Esim. mielikuvia puhtaudesta saatettiin liittää kotimaiseen ruokaan yleensä, tuotteista esim. kaurahiutaleisiin ja määmiin. Varjosen (2001) haastattelema kuluttaja luotti tavanomaisten lastenruokien turvallisuuteen siinä määrin, ettei nähnyt luomuvaihtoehtoa mielekkääksi. Kuluttajan arvostuksista riippuu siitä, missä ominaisuudessa luomutuotteen odotetaan eroavan edukseen.

Esimerkkejä 72. Tyytymättömyys tavanomaiseen joskus yllykkeenä luomun käyttöön.

- Mietin tuossa, mitä oon viimeks ostanu luomutuotteita, niin tässä ostin porkkanoita eka kertaa. **Kun ei kaupassa ollu sopivan kokosessa pussissa muita ku luomuporkkanoita**, niin minä ostin sitten luomuporkkanoita ja sitten ne olikin mun mielestä paremman makusia kun tavalliset porkkanat. (*luomua viikottain käyttävä nainen, 62 v.*)

- **Mulla ehkä oma luomun käyttö lähti mansikoista** kun ne oli enempi semmosia [epämiellyttävän] hyytelöisiä ja niistä lähti semmosta 'kivaa' punasta väriä niistä tavallisista mansikoista. Niin tota sit mä kävin hakemassa luomumansikoita ja ne oli ihan eri makusia ja muutenki eri olosia. (...) (*nainen*)

A: Mulla oli ainakin se että **lihat alko maistua niin kakkosneloselta**, niin sen takia olen kokeillut [luomulihaa], mutt niitä on aika harvassa kaupassa, ett jatkuvasti oo samassa kaupassa. Aina yritän kyllä katsoa, ett löytyis ainakin jauhelihaa, jota meidän poika hirveesti syö, pitsaa tekee itse muunmuassa. On se maku, joka ratkasee. Nuo muut ovat työntäneet luotansa, joskus saa niin kauheeta jauhelihaa, ett siinä maistuu sellanen viistoista vuotiaan sianliha (*45–56-vuotiaita*)

- Mun mielestä suomalainen, **kotimainen** ruoka on – oon kuvitellu ainaki – et se on **lähes yhtä puhdasta**. En mäkään oikein vakuuttunu oo siitä et se on niin paljo parempaa et mä maksan puolet enemmän siitä tuotteesta. (*pienen lasten äidit*)

Ollakseen valmiita maksamaan luomutuotteesta enemmän suuri osa kuluttajista näyttää odottavan, että luomutuotteen tulisi olla erilainen ja selkeästi parempi kuin vastaava tavanomainen tuote. Pelkät positiiviset ympäristövaikutukset eivät useille kuluttajille riitä, vaan paremmuuden tulisi olla havaittavissa omin aistein tai edes pääteltävissä tuotteen ulkonäöstä. Jos eroa tavanomaiseen ei havaita, syytä ostamiseen ei ole.

Esimerkkejä 73. Luomun paremmuus pitäisi voida havaita omin aistein.

- Ja se, että niissä on se maku ainaki. En mä niissä karkeis hirveesti sitä terveellisyyttä ajattele, mutta se että ne on hiton hyviä. Ne **maistuu sille marjalle**. Jos vähän liiottelee, niin vois vähän kuvitella että ne ois sellasii kivettynietä marjoja. Ne maistuu marjalle, ne ei maistu sellaselle esanssille. Ne on kyl semmonen ehoton poikkeus. (*pienen lasten äitejä*)

5. Esimerkkejä tuote-esimerkkien herättämistä mielikuvista

Edellä kuvatut jalostettujen luomutuotteiden sekä yleensä luomutuotteiden hyväksyttävyyteen vaikuttavat asiat painottuvat eri tavoin tuotteesta riippuen. Taulukkoon 3 on koottu jo edellä kerrottuja asioita erityyppisten tuotteiden näkökulmasta. Taulukossa esitellään, minkälaisiin asioihin keskustelijat kiinnittivät huomiota pohtiessaan juuri tämäntyyppisen tuotteen sopivuutta luomutuotteeksi.

Käsittelemättömät elintarvikkeet, kuten naudan sisäfilee ja juurekset, hyväksyttiin yleensä aina luomutuotteiksi. Kiinnostus niiden ostamiseen ei siten riippunut juuri muista tuoteominaisuuksista kuin odotetusta mausta ja tuoreudesta. Leipiä ja kaurahiutaleita pidettiin vähän jalostettuina, luonnollisina elintarvikkeina ja siten luomutuotteiksi sopivina. Myös mämmi ja karjalanpiirakan tyyppinen pieni coctailpiirakka koettiin luomutuotteiksi sopiviksi. Luomuversiona jauhelipizzasta ja marinoiduista broilerinsuikaleista pidettiin tarpeellisina, arkea helpottavina tuotteina; tosin joidenkin keskustelijoiden mielessä näiden tuotteiden, samoin kuin leivoskeksien, lisäaineet ja oletettu epäterveys heikensivät luomuimagoa.

Taulukko 3. Keskustelijoiden näkökulmia esimerkkeinä olleista luomutuotteista.

	Positiiviset huomiot	Negatiiviset huomiot
Naudan sisäfilee ja juurekset	+ Yksinkertainen on luonnollista ja sopii luomutuotteeksi + Sisäfilee: hyvän näköinen ja luomuvaihtoehtoja lihatuotteista kaivataan + Suomalaista	- Aina ei jaksa laittaa ruokaa raaka-aineista lähtien - Lihan syöminen on ristiriidassa kestävän kehityksen idean kanssa
Kaurahiutaleet ja leivät	+ Sopii luomutuotteeksi, koska mielikuva leivistä ja hiutaleista on vähän jalostettu, luonnollinen ja terveellinen + Yksinkertainen koostumus sopii luomuksi + Perinteinen, tuttu tuotetyyppi + Leivät ja hiutaleet tuttuja luomutuotteina + Kotimaisuus + (Ei lisäaineita)	- Ei erotu riittävästi tavanomaisesta tuotteesta, jota myös pidetään luonnollisena, terveellisenä ja puhtaana - Mahdollisesti pitkä keittoaika - Joidenkin mielestä epämiellyttävä suutuntuma, koostumus tai maku
Coctailpiirakat	+ Perinneruoka (mahdollisesti lähiruoka) + Yksinkertainen koostumus + Terveellisinä pidetyt raaka-aineet	- Karjalanpiirakka on rasvainen ja suolainen

jatkuu...

Taulukko 3 (...jatkoa). Keskustelijoiden näkökulmia esimerkkeinä olleista luomutuotteista.

	Positiiviset huomiot	Negatiiviset huomiot
Mämmi	<ul style="list-style-type: none"> + Kaikki ainesosat luomua + Perinteinen valmistustapa, sopii luomutuotteeksi + Perinteisen oloinen pahvipakkaus + Herkullinen, aidon perinteinen maku - jo sellaisenaan syy ostaa 	<ul style="list-style-type: none"> - Ei selvästi erotu tavanomaisesta mämmistä, jota sitäkin pidettiin luonnollisena ja perinteisenä - Lisäaineet pilasivat luonnollisuusmielikuvaa - Harvoin käytetty herkuttelutuote > luomun ostamisella saatavat hyödyt jäävät mitättömiksi - Käytön kausiluontoisuus
Jauhelihapizza	<ul style="list-style-type: none"> + Uskottava luomutuote: vain yksi lisäaine (eikä sekään E-koodilla) + Lähes 100 % luomuraaka-aineista valmistettu + Liha suomalaista + Helppokäyttöisyyden ja hyvän omantunnon yhdistämismahdollisuus + Tavanomaista einestä/pikaruokaa parempi vaihtoehto lapsille ja nuorille 	<ul style="list-style-type: none"> - Einesmielikuva pilaa mielikuvaa luonnollisuudesta ja terveellisyydestä - Epäterveellisenä pidettyä tuotetta oli joidenkin mielestä turha ostaa luomuna
Marinoidut broilerin-suikaleet	<ul style="list-style-type: none"> + Sopii luomuksi, koska monien mielestä riittävän matala jalostusaste + Lähes kaikki ainesosat luomua + Yksinkertainen raaka-ainekoostumus + Liharuoka (luomuna huonosti saatavana, ja luomuversiota arvostetaan eläinten hyvinvoinnin edistämisen vuoksi) + Helppokäyttöisyys + Sopivuus omiin käyttötottumuksiin (valmiiksi marin. lihatuotteita käytetään paljon > tarpeellinen tuote) + Kotimaisuus 	<ul style="list-style-type: none"> - Marinadi herättää mielikuvia epäterveellisyydestä - Lisäaineet, korkea suolapitoisuus
Leivoskeksit	<ul style="list-style-type: none"> + Mahdollisuus ostaa suurempi osa elintarvikkeista luomuvaihtoehtona, ja näin kannattaa luomua + Harvoin ostettava, joten korkeammalla hinnalla ei niin suurta merkitystä + Lisäaineiden määrä pienempi kuin vastaavassa tavanomaisessa; puhtaampi ja terveellisempi tavanomaiseen verrattuna. + Tavanomaiseen verrattuna parempaa tarjottavaa lapsille 	<ul style="list-style-type: none"> - Suuri määrä lisäaineita pilasi luonnollisuuden, puhtauden ja terveellisyyden mielikuvan - Harvoin käytettävä herkuttelutuote (luomuudesta ja terveellisyydestä saatava hyöty merkityksetön)

6. Tulosten yhteenveto ja keskustelu

Tulosten yhteenveto aloitetaan tarkastelemalla tähän tutkimukseen osallistuneiden yleistä luomukäsitystä ja vertaamalla tuloksia aikaisempiin tutkimuksiin. Luomukäsityksellä tarkoitetaan tässä sitä mielikuvien ja odotusten kokonaisuutta, jonka kuluttaja liitti luomuun ja luomutuotteisiin yleensä. Koska suhtautumisessa erityyppisiin luomutuotteisiin ja kuluttajien luomutuotteille asettamissa odotuksissa oli paljon eroja osallistujien kesken, seuraavaksi tarkastellaan vastaajien välisiä eroja. Lopuksi katsotaan niitä tekijöitä, joilla on erityistä merkitystä jalostettujen luomutuotteiden käytön esteenä tai edistäjänä.

6.1 Luomukäsitys eli mielikuvat luomutuotteista

Aikaisempia luomua koskevia kuluttajatutkimuksia vastaavasti tässäkin useimpien osallistujien luomumielikuvan kannalta keskeisiä olivat uskomukset luomutuotteen terveellisyydestä, puhtaudesta, luonnollisuudesta, ympäristöystävällisyydestä sekä tavanomaiseen nähden paremmasta mausta ja tuoreudesta. (vrt. esim. Jolly ym., 1989; 1991; Magnusson ym., 2001; Schifferstein & Oude Ophuis, 1998; Sedecon Consulting, 2002; Tauriainen & Pohjalainen, 1992; Varjonen, 2001). Luomutuotannon ympäristöystävällisyydestä oltiin varsin yksimielisiä, sen sijaan terveellisyydestä esitettiin myös epäileviä näkökantoja. Jotkut valittivat lähinnä todisteiden puutetta.

Terveellisyyttä pidetään usein yleisimpänä luomutuotteiden käyttöön motivoivana tekijänä (von Alvensleben, 1998; Huang, 1996; Mathisson ja Schollin, 1994; Torjusen ym., Wandell & Bugge, 1997; Wier & Calverley, 2002). Terveellisyyden, maun ja ympäristöystävällisyyden suhteellinen merkitys luomutuotteiden ostoon motivoivina asioina näyttää kuitenkin **vaihtelevan erilaisten kuluttajien** (Wandel & Bugge, 1997) sekä eri maiden välillä (Borch, 1999; Beharrell & MacFie, 1991). Borchin (1999) mukaan ekologiset kuluttajat eivät eri Pohjoismaissa ole yhtenäinen ryhmä. Eräät tutkijat ovat esittäneet hypoteesin, jonka mukaan luomutuotteiden ostomotiivien tärkeyserot eri maiden välillä heijastaisivat paitsi maiden välisiä kulttuuri- ja olosuhde-eroja, myös maiden välisiä eroja luomumarkkinoiden kehitysvaiheessa (Squires ym., 2001). Hypoteesin mukaan terveellisyys olisi yleisempi valintakriteeri markkinoilla, joilla luomutuotteet ovat vielä varsin uusia, mutta markkinoiden kehittyessä ympäristö- ja eettisten motiivien painoarvo lisääntyisi. Hypoteesin mukaisesti Squires ym. (2001) havaitsivat, että Tanskassa ympäristöystävälliseksi itsensä kokeminen ennusti kuluttajan kuulumista luomutuotteiden suurkuluttajien ryhmään paremmin kuin terveyssuuntautu-neisuus. Uudessa-Seelannissa sekä terveellisyys- että ympäristömotiivit olivat tärkeitä.

Myös tässä tutkimuksessa terveellisyys tuli voimakkaasti esille luomuun yhdistettynä piirteenä, mikä saattaa heijastaa suomalaisen luomumarkkinan nuoruutta (Squires ym., 2001). Terveellisyys voitiin käsittää suoraan oman hyvinvoinnin paranemisena, kun syötiin ”puhtaita” luomutuotteita, tai välillisesti sitä kautta, että ympäristön parempi kunto ja eläinten hyvinvointi heijastuvat kuluttajan omaan terveydentilaan. Luomutuotannon positiivisia vaikutuksia **ympäristöön** ja eläinten hyvinvointiin ei juuri kyseenalaistettu.

Luomutuotteiden paremman **maun** suhteen osallistujien kesken oli vielä enemmän eriäviä näkemyksiä, mikä johtuu osittain erilaisista makukokemuksista ja osittain asenneeroista. Melko yleisesti katsottiin kuitenkin, että ollakseen ostamisen arvoista luomutuotteen tulisi maistua paremmalta. Parin tutkimuksen mukaan kuluttajan arvio mausta ennustaakin parhaiten (83 % vaihtelusta) kuluttajan koko laatumielikuvaa ympäristöystävällisestä tuotteesta (Kyriakopoulos & Van Dijk, 1998; Tiilikainen, 1998).

Negatiiviset luomuun liitetyt miellelyhtymät olivat lähinnä korkeaksi koettu hinta, hedelmien ja vihannesten joskus puutteellinen tuoreus sekä epäilyt luomutuotteiden aitoudesta tai luotettavuudesta. Myös nämä kaikki ovat tuttuja muista Suomessa ja muualla tehdyistä luomututkimuksista (vrt. samat lähteet kuin edellä). Ongelmat luomuvihannesten **tuoreudessa** ovatkin olleet yksi perinteisistä luomutuotteiden kysyntää haittaavista ongelmista (Hammit, 1990; Sparling ym., 1992).

Muiden kuluttajia koskevien luomututkimusten mukaan kuluttajat pitävät luomutuotteita turvallisempina kuin tavanomaisia tuotteita (Varjonen, 2001; Sedecon Consulting, 2001). Vaikka uusimmassa ulkomaisessa kirjallisuudessa BSE:n ja muiden viimeaikaisten ruokakriisien katsotaan lisänneen turvalliseksi koettujen luomutuotteiden kysyntää, tähän tutkimukseen osallistujat eivät perustelleet luomuoostoksiaan turvalli-suuspyrkimyksillä. Osallistujista monet liittivät kyllä luomutuotteisiin mielikuvan turvallisuudesta, vaikka jotkut epäilivät luomutuotannon olevan vähemmän hygieenistä. Tämän tutkimuksen keskusteluissa kuluttajat viittasivat turvallisuus-sanalla kuitenkin useimmiten ”puhtaudesta” ja ”myrkyttömyydestä” johtuvaan turvallisuuteen, harvemmin mikrobiologisten tautiriskien välttämiseen. Erot ulkomaisiin lähteisiin voivat osittain johtua myös maiden välisistä eroista ruokakriisien ja niiden vastaanottamisen suhteen.

Tutkimukseen osallistuneiden yleisin luomukäsitys vastasi siis pääpiirteittäin kirjallisuudesta tuttua kuluttajien mielikuvaa luomutuotteiden ominaisuuksista. Näiden aikaisemmista tutkimuksista tuttujen luomumielikuvien lisäksi osa tutkimukseen osallistuneista liitti luomuun runsaasti mielikuvia, joita voidaan kuvata ”perinteisen romanttiksi”. Oleellista tuloksissa kuitenkin oli, että osallistujien välillä oli suuriakin eroja siinä, mitä asioita luomutuotteelta odotettiin. Erot osallistujien luomukäsityksissä vaikuttivat siihen, miten he tulkitsivat tuotteeseen liittyvien ominaisuuksien olevan osoituksia

tuotteen luonnollisuudesta, puhtaudesta, terveellisyydestä, ja luotettavuudesta. Näitä kuluttajien välisiä eroja aikaisemmissa tutkimuksissa on käsitelty hyvin vähän.

6.2 Kuluttajien väliset erot luomukäsityksissä

Seuraavassa kuvataan niitä eroja kuluttajien luomumielikuvissa, jotka tämän aineiston perusteella näyttäisivät vaikuttavan oleellisesti siihen, miten kuluttaja suhtautuu jalostettuihin luomutuotteisiin. Erot luomukäsityksissä vaikuttavat suhtautumiseen, koska käsityksistä riippuen kuluttaja antaa tuotteeseen liittyville ominaisuuksille erilaisia merkityksiä. Esitetyn jaottelun perusteella voidaan tehdä hypoteeseja siitä, minkälaiset kuluttajat olisivat valmiita hyväksymään erityyppisiä luomutuotteita.

Aineistomme perusteella voidaan alustavasti päätellä, että luomumielikuvan ”perinteisyys”–”nykyaikaisuus”, luomun käyttötottumukset sekä mahdollisesti tietotaso luomusta vaikuttavat keskeisesti siihen, miten jalostettuihin luomutuotteisiin suhtaudutaan. Osalla kuluttajista näyttää olevan ns. perinteinen mielikuva luomutuotteista, -tuotannosta ja luomua käyttävistä ihmisistä, kun taas toiset liittyvät luomuun enemmän nykyaikaisia piirteitä. Tässä ”perinteiseksi” kutsutun käsityksen mukaan luomua käyttävät ovat ”vaihtoehtoihmisiä”, luomutuotteen pakkauksen kuuluu näyttää vaatimattomalta ja vähän ankealta ja luomutuotanto on lähes sama asia kuin maanviljely ennen vanhaan. Perinteisen luomukäsityksen mukaan luomutuotteen kuuluu mieluiten olla käsityönä tehty, pienen paikallisen tuottajan tuote. Luomuun liitetään vahvasti paikallisuus, maalaisuus, perinteisyys, yksityisyrittäjyys ja vastaavasti luomutuotteisiin yksinkertainen perinteinen resepti, jalostamattomuus ja ravitsemuksellinen terveellisyys. Esimerkiksi epäterveelliseltä vaikuttavan, rasvaisen, suolaisen tai herkuttelutuotteen ostamista luomuna ei pidetä mielekkäänä. Näin ajattelevia kuluttajia oli tässä aineistossa etenkin vanhempien mikkelijäisten osallistujien keskuudessa ja noin 50-vuotiaiden kuntoutuskurssilaisten keskuudessa.

Nykyaikaisemman näkemyksen omaavien mielestä tärkeintä luomussa on sen tuotantotavan ja itse tuotteen erot tavanomaiseen verrattuna. Näin ollen itse tuoteominaisuuksilla, tuotteen raaka-aineilla, tuotetyypillä tai jalostusasteella ei ole yhtä suurta merkitystä. Nämä ihmiset näkevät modernin tuotantoteknologian, tutkimuksen ja elintarviketeknologian luontevaksi osaksi luomutuotteita. Heille luomutuotannon periaatteellinen kannatus (ympäristö- ja eettiset vaikutukset) tai tuotteen suhteellinen paremmuus (esim. terveellisyys) vastaavaan tavanomaiseen tuotteeseen nähden ovat riittäviä tuomaan luomutuotteille lisäarvoa. Siksi he toivovat, että luomuvaihtoehtoja olisi saatavissa mahdollisimman monentyyppisistä tuotteista. Näin ajatteleva osallistuja oli usein hyvin koulutettu, nuori pääkaupunkiseutulainen, joka käytti aktiivisesti luomutuotteita. Toisaalta myös moni satunnaisempi luomun käyttäjä ja jopa luomuasioita aiemmin miettimätön kuluttaja kuului näin ajattelevien joukkoon.

On huomattava, että yllä kuvatut luonnehdinnat eivät ole toisensa poissulkevia luokiteluja vaan kuvaus niistä ulottuvuuksista, joilla osallistujien näkemykset oleellisesti vaihtelivat. Kuvaukset ovat vasta hypoteettisia, sillä laadullinen aineisto ei anna mahdollisuuksia yleistämiseen eikä aineistoa ole myöskään analysoitu kvantitatiivisesti. Jatkotutkimuksena tehtävässä kyselytutkimuksessa paneudutaan siihen, onko suomalaisten kuluttajien välillä havaittavissa tällaisia eroja, minkälaisiin ryhmiin suomalaiset kuluttajat ovat jaettavissa luomukäsitystensä perusteella ja miten ne ovat yhteydessä luomutuotteiden hyväksymiseen. Jos erityyppisiä kuluttajaryhmiä löydetään, minkälaisia niihin kuuluvat kuluttajat ovat taustatekijöiltään.

Taulukko 4. Perinteiseen ja nykyaikaiseen luomumielikuviin liittyviä piirteitä.

LUOMUN KÄYTTÖ ↓	LUOMUKÄSITYS	
	Nykyaikainen tai eriytynyt	Perinteinen tai eriytymätön
SÄÄNNÖLLISTÄ	<p>Tietävät paljon luomusta.</p> <p>Luomu-uskomukset monipuolisia, seurauksiin perustuvia ja osin kriittisiäkin.</p> <p>Luomutuotteiden keskeinen lisäarvo itse tuotantotapaan liittyvää, tuoteominaisuudet toissijaisia.</p> <p>Vahvasti luomun käyttäjiä.</p>	<p>Luomun käyttö perustuu mielikuvaperusteiseen uskomukseen.</p> <p>Luomun käytön syynä enemmän terveellisyys tai maku kuin ympäristö.</p> <p>Luomutuotteiden ominaisuuksille asetetut odotukset saattavat olla tiukkoja (p.o. perinteinen, vähärasvainen, täysin lisäaineeton, jalostamaton yms.).</p> <p>Vääränlainen luomutuote torjutaan herkästi.</p> <p>Vaarana positiivisen mielikuvan romuttuminen.</p> <p>Huono tietämys luomusta.</p>
SATUNNAISTA	<p>Eivät ole riittävän motivoituneita maksaakseen luomusta enemmän.</p> <p>Eivät pidä luomua ratkaisevasti tavansa parempana (esim. koska luottavat kotimaiseen tai eivät tiedä eroista).</p> <p>Edellyttävät todisteita ja faktaa luomutuotteiden paremmuudesta ja luotettavuudesta.</p>	<p>Luomuun kielteisesti suhtautuvia.</p> <p>Luomun käyttäjiin ei haluta samaistua (vaihtoehtokuluttajia, viherpipertäjiä).</p> <p>Eivät luota luomutuotteisiin.</p> <p>Eivät ole kovin vastaanottavaisia luomuinformaatiolle.</p>
EI LAINKAAN	<p>?</p> <p>Edellyttävät todisteita ja faktaa luomutuotteiden paremmuudesta ja luotettavuudesta.</p>	<p>Luomuun kielteisesti suhtautuvia.</p> <p>Luomun käyttäjiin ei haluta samaistua (vaihtoehtokuluttajia, viherpipertäjiä).</p> <p>Eivät luota luomutuotteisiin.</p> <p>Eivät ole kovin vastaanottavaisia luomuinformaatiolle.</p>

6.3 Jalostetun luomutuotteen hyväksymisen kannalta kriittiset tuoteominaisuudet

Kuluttajan luomukäsitys vaikutti siihen, tulkitsiko hän luomutuotteisiin liittyvien ominaisuuksien tukevan käsitystä tuotteen ”luomuudesta”. Nimenomaan jalostetun luomutuotteen hyväksymisen kannalta kriittiseksi saattoi muodostua kuluttajalle tuotteesta muodostuneen käsityksen ristiriitaisuus hänen luomutuotteelle asettamiensa odotusten kanssa. Seuraavissa alakohdissa tehdään yhteenveto niistä mielikuva-alueista, joilla osallistujat useimmin toivat esille ristiriitoja tuotteen herättämien mielikuvien ja heidän luomulle asettamiensa odotusten välillä. Nämä ovat samalla niitä alueita, joilla kuluttajien tulkinnat erosivat eniten heidän luomukäsityksensä mukaisesti. Tällaisia alueita olivat kuluttajan muodostamat mielikuvat jalostetun luomutuotteen

- luonnollisuudesta ja puhtaudesta
- terveellisyydestä
- ympäristöystävällisyydestä
- uskottavuudesta ja luottamuksesta luomutuotteeseen
- luomu vs. tavanomainen tuote: erottuminen

(vrt. Kuva 1.).

6.3.1 Luonnollisuus ja puhtaus

Luonnollisuus-käsite oli sisällöltään keskustelijoiden käsityksissä hyvin paljon puhtauden ja terveellisyyden kanssa päällekkäinen. Luonnollista pidetään usein puhtana ja siten myös terveellisenä. Näin ollen samat tuoteominaisuudet, jotka toimivat vihjeinä puhtaudesta, liitettiin helposti myös mielikuvaan luonnollisuudesta. Tällaisia viheitä olivat **tuotteen kotimaisuus, lisäaineettomuus, tuotteen käsittelemättömyys** ja (koostumuksen ja käsittelyn) **yksinkertaisuus**. Luonnollisuus oli kuitenkin puhtautta epämääräisempi ja ilmeisesti emotionaalisempi mielikuva, eikä se useinkaan pohjautunut syy- ja seuraussuhteiden pohdintaan. Myös sellaiset asiat, kuten **reseptin perinteisyys tai mielikuva pienestä, persoonallisesta, yksityisyrittäjästä tai käsityöläisyydestä** saatettiin kokea luonnollisuuteen viittaaviksi vihjeiksi. Kantanen (2002) on tutkimuksessaan tehnyt samansuuntaisen havainnon. Kuluttajat tulkitsivat em. pienuuteen ja läheisyyteen liittyvät asiat vihjeiksi minkä tahansa, ei ainoastaan luomuelintarvikkeen, luonnonmukaisuudesta (Kantanen, 2002). Luonnollisuus-mielikuvaa tuntuu vahvistavan kokemus persoonallisesti ja käsin tehdystä kasvottoman teollisen tuotannon vastakohtana.

Puhtausmielikuvaan perustana olivat ensinnäkin käsitykset itse luonnonmukaisen tuotantotavan menetelmästä. Luomutuotteiden oletettiin olevan puhtaita alkutuotannossa käytettävien mahdollisesti haitallisten aineiden (lannoitteiden, antibioottien, torjunta-aineiden) jäämistä. Toiseksi puhtausmielikuvaan vaikuttivat tuotteeseen sen valmistusvaiheessa lisätyt aineet. Käytännössä osallistujat eivät (aivan muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta) tehneet eroa erityyppisten haitallisina pitäminään aineiden välillä. Sekä alkutuotannon torjunta- ym. aineiden jäämät että elintarviketeollisuuden tuotteeseen lisäämät erilaiset lisä-, apu- tai säilöntäaineet miellettiin yhtä lailla terveydelle haitallisiksi, jopa ”myrkyiksi”. Tämä myös muissa suomalaisissa tutkimuksissa havaittu tulos (Landgren, 2001; Kantanen, 2002) heijastaa ihmisten taipumusta käyttää arkiajat- telussa yksinkertaistavia päättelysääntöjä, jotka helpottavat päätöksentekoa (Lindeman ym., 2000). Tästä syystä jopa erityyppisten lisäaineiden eroista tietävät katsoivat tuote- selosteesta lähinnä E-koodilistan pituutta arvioidessaan tuotteen luonnollisuutta. Useat kokivat luomutuotteessa olevien lisäaineiden kumoavan tuotantotavan luonnollisuudesta tulevat hyödyt.

Tuotteen **korkea jalostusaste, ainesmääisyys, raaka-aineiden ulkomaisuus, pitkä säilyvyysaika, lisäaineet, niiden suuri määrä tai yleensä E-koodilistan pituus** ovat esimerkkejä niistä asioista, jotka kuluttajat tulkitsevat vihjeiksi elintarvikkeen epäpuhtaudesta. Siksi monet keskustelijoista hyväksyivät helpommin sellaisen jalostetun luomutuotteen, joka oli vain vähän jalostettu eikä sisältänyt paljoa tai lainkaan lisäaineita ja jonka siten koettiin olevan puhdas. Puhtausmielikuvat olivat hyvin lähellä mielikuvaa elintarvikkeen luonnollisuudesta.

Hahmottaessaan tulevaisuuden ruokatrendejä Varjonen (2001) toteaa, että pelkistetyille, yksinkertaisille tuotteille olisi kysyntää tulevaisuudessa. Hänen mukaansa raaka- ainekoostumukseltaan yksinkertaiset, vähän käsitellyt ja mielellään vielä puhtaasti tuotetut elintarvikkeet palvelisivat monenlaisia, myös erilaisista allergioista ja intoleransseista kärsiviä kuluttajia. Juuri tällaisia tuotteita monet tämän tutkimuksen keskustelijoista pitivät oikeina luomutuotteina.

Ryhmäkeskusteluaineiston perusteella voidaan esittää hypoteesi, että ns. perinteisemmän luomumielikuvan omaavien käsitys tuotteen luonnollisuudesta ja puhaudesta rikkoutuu herkemmin, jos tuote esimerkiksi ei ole yksinkertainen perustuote tai on teollisesti valmistettu.

6.3.2 Terveellisyys

Käsitykseen luomutuotteen terveellisyydestä tiivistyi hyvin monia tuotteeseen liitettyjä mielikuvia. Luomutuotteen ajateltiin ja odotettiin olevan terveellinen ennen kaikkea sen

tuotantotavasta johtuvan puhtauden vuoksi, joten kaikki edellä mainitut puhtauden tai luonnollisuuden vihjeinä toimivat tuoteominaisuudet vahvistivat yleensä myös mielikuvaa terveellisyydestä. Monet osallistujista kuitenkin odottivat luomutuotteen olevan lisäksi myös ravitsemuksellisesti terveellinen. Näin ollen kaikki jollain lailla epäterveellisiksi koetut tuoteominaisuudet saatettiin kokea ristiriitaiseksi luomumielikuvan kanssa, jolloin tällaisen jalostetun tuotteen ostamista luomuna ei pidetty mielekkäänä. Esim. **rasvaisuus, suolaisuus, makeus, leivän vaaleus** yms. toimivat vihjeinä luomutuotteen epäterveellisyydestä. Kuluttajat Suomessa näyttävät kiinnittävän huomiota erityisesti runsaan rasvan ja suolan aiheuttamaan epäterveellisyyteen elintarvikkeessa. Samoin käsitys jalostettujen ja ainesmäärien tuotteiden epäterveellisyydestä näyttää olevan edelleen yleinen Suomessa (vrt. Kantanen, 2002; Varjonen, 2001, 28). Rasva ja suola toimivatkin kuluttajille vihjeinä ei ainoastaan luomutuotteen, vaan minkä tahansa tuotteen, epäterveellisyydestä (Kantanen, 2002).

Puhtaus, luonnollisuus ja terveellisyys liittyivät useiden keskustelijoiden puheissa voimakkaasti yhteen, mikä tulee esille muissakin tutkimuksissa. Kantanen (2002) on tutkinut kuluttajien päätöksentekoa kaupassa haastatteleamalla 53 vaasalaista ja iisalmelaista kuluttajaa ostokierroksen jälkeen. Kantasen aineistossa terveellisyys ruoanvalintaperusteena tuli esille lähinnä pyrkimyksenä välttää vahingollisia aineita. Vahingollisiksi aineiksi kuluttajat ovat mieltäneet niin lisäaineet, elintarvikkeen alkutuotannon kemialliset jäämät kuin myös rasvan ja suolan. Kantasen haastatteleminen ruokaostoissaan erityisesti vahingollisten aineiden välttämiseen suuntautuneiden kuluttajien ihanteellisen elintarvikkeen ominaisuudet ovat siten hyvin lähellä monien tähän tutkimukseen osallistujien käsityksiä luomutuotteista ja niiden terveellisyydestä. Kuten Kantasenkin (2002) tutkimuksessa, myös tässä aineistossa vahingollisuuteen liittyvät terveysasiat saivat paljon enemmän kuluttajien huomiota kuin muuten terveellisyyteen liittyvät asiat, kuten vitamiini- ja hivenainepitoisuus ja monipuolinen ruokavalio. Tässä tutkimuksessa muitakin ravitsemuksellisia näkökulmia tuotiin kuitenkin esille luomutuotteiden terveellisyydestä puhuttaessa. Tämä vahvistaa käsitystä siitä, että tuotevalintatilanteessa kuluttaja suhtautuu luomutuotteeseen kuin mihin tahansa yhteen tuotevaihtoehtoon.

Luomutuotteen kokeminen jollain lailla vastaavaa tavanomaista tuotetta terveellisemmäksi, puhtaammaksi tai luonnollisemmaksi on useimmille osallistujille edellytys jalostetun luomutuotteen hyväksymiselle. Jotkut kuluttajat näyttävät arvioivan lisäksi **koiko terveellisyysvaikutusten kertymää**. Arvioidessaan terveellisyyskertymän liian pieneksi nämä kuluttajat kokivat luomutuotteeseen sijoittamisen turhaksi ja torjuivat tällä perusteella luomun harvoin käytettävänä herkuttelu- tai kausituotteina. Esim. Kantasen tutkimuksessa jotkut perustelivat luomutuotteen torjuntaa sillä, että riittäviä terveysvaikutuksia ei ehdi kertyä, koska ikä on jo niin korkea, tai koska luomutuotteiden osuus ruokavaliosta jäisi liian pieneksi (Kantanen, 2002).

Ryhmäkeskusteluaineiston perusteella voidaan päätellä, että tuotteen johdonmukainen terveellisyysmielikuva edistää jalostetun luomutuotteen hyväksyttävyyttä, mutta osalle kuluttajista – nykyaikaisemman luomukäsityksen omaaville ja/tai luomua paljon käyttäville – oleellisempaa on uskomus luomutuotteen suhteellisesta paremmuudesta tavanomaiseen nähden. Tällöin esim. luomutuotteen rasvaisuus tms. ei ole este tuotteen hyväksymiselle.

6.3.3 Ympäristöystävällisyys

Jalostettujen luomutuotteiden ympäristöystävällisyyttä ei yleensä asetettu kyseenalaiseksi. Terveellisyys- ja puhtausmielikuviiin verrattuna keskustelijat varsin harvoin torjuivat jalostetun luomutuotteen riittämättömän ympäristöystävällisyyden perusteella. Laaksosen ja Mäntylän (2000) tekemän tutkimuksen mukaan kuluttajat arvioivat tuotteen ympäristöystävälliseksi, kun se ei sisällä vahingollisia aineita, sen valmistuksessa ei ole käytetty ympäristöä tai ihmistä vahingoittavia aineita ja sen pakkaus on ympäristöystävällinen. Samalla tavoin tässäkin tutkimuksessa puhtaus-, terveellisyys- ja ympäristöystävällisyysarviot kietoutuivat toisiinsa. Uskomus luomutuotteen ympäristöystävällisyydestä perustui pääosin sen tuotantotavan oletettuun ympäristöystävällisyyteen. Lisäksi ympäristöystävällisyysmielikuvaan vaikuttivat tuotteen pakkausmateriaali ja -tapa. Muovi ja runsas pakkausmateriaalin määrä herättivät vahvimmin mielikuvan ympäristölle haitallisesta pakkauksesta, mikä aiheutti epäluottamusta luomutuotetta kohtaan. Vastaavasti vaatimaton ulkoasu ja kierrätettävä materiaali vahvistivat mielikuvaa ympäristöystävällisyydestä. Keskusteluissa osallistujat nostivat usein esille kysymyksen luomutuotteiden pakkauksista, vaikka esimerkkituotteissa ei esitetty tuotepakkauksia.

Jalostetun luomutuotteen kokemista oikeaksi luomutuotteeksi saattoivat haitata myös sellaiset asiat, joista saattoi päätellä tuotteen tai sen raaka-aineen kuljetusmatkojen olleen pitkiä ja siten ympäristöä rasittavia. Myös tästä näkökulmasta ulkomainen tuote tai ulkomainen raaka-aine, varsinkin jos niitä oli useita, vähensi jalostetun luomutuotteen arvostusta luomutuotteena. Vastaavasti ympäristöystävällisyysmielikuvaa vahvistivat tiedot kotimaisesta tai paikallisesta alkuperästä.

6.3.4 Uskottavuus ja luottamus luomutuotteisiin

Vain harvoin kuluttaja voi oman kokemuksen perusteella todeta luomutuotteen terveellisuuden, puhtauden tai ympäristöystävällisyyden, jotka ovat keskeisiä luomutuotteelle lisäarvoa tuottavia tekijöitä. Tästä syystä kuluttajan on voitava luottaa muualta saamaansa tietoon ja niihin ulkoisiin merkkeihin, joiden on tarkoitus viestiä näistä laatu-

ominaisuuksista. Kokeakseen luomutuotteen ostamisella olevan lisäarvoa kuluttajan tulee siis voida luottaa siihen, että luomutuote on todella luonnonmukaisesti tuotettua.

Luomumerkin toimivuus luottamuksen lisääjänä ei ollut tutkimuksen kohteena, eikä se tullut keskusteluissa esille. Sen sijaan keskusteluista oli havaittavissa, että luomutuotteen aitoutta epäilevät kuluttajat olivat usein **tietämättömiä** luomumerkin merkityksestä ja sen saamisen kriteereistä, kuten siitä, että luomumerkki on osoitus valvonnasta ja että sitä ei voi käyttää kuka tahansa. Luomutuotteita käyttäville asia oli selvempi.

Osallistujat määrittivät luomutuotannon yleensä alkutuotannon kautta. Tämä muissakin tutkimuksissa havaittu kuluttajien vaikeus hahmottaa elintarvikkeiden jalostus- ja jakeluketjua (Landgren, 2001; Varjonen, 2001) tuli tässäkin aineistossa esille. Tämä näkyi keskusteluissa siten, että useimmilla osallistujilla ei tuntunut olevan mitään mielikuvaa siitä, mitä luomutuotanto on sen jälkeen, kun raaka-aine lähtee tilalta. Tarkemmin asiaa ajateltuaan joku pohti, että jos käsittelymenetelmät ovat jalostusvaiheessa samantyyppiset kuin tavanomaisien elintarvikkeiden jalostamisessa, ei luomutuotteella ole enää lisäarvoa.

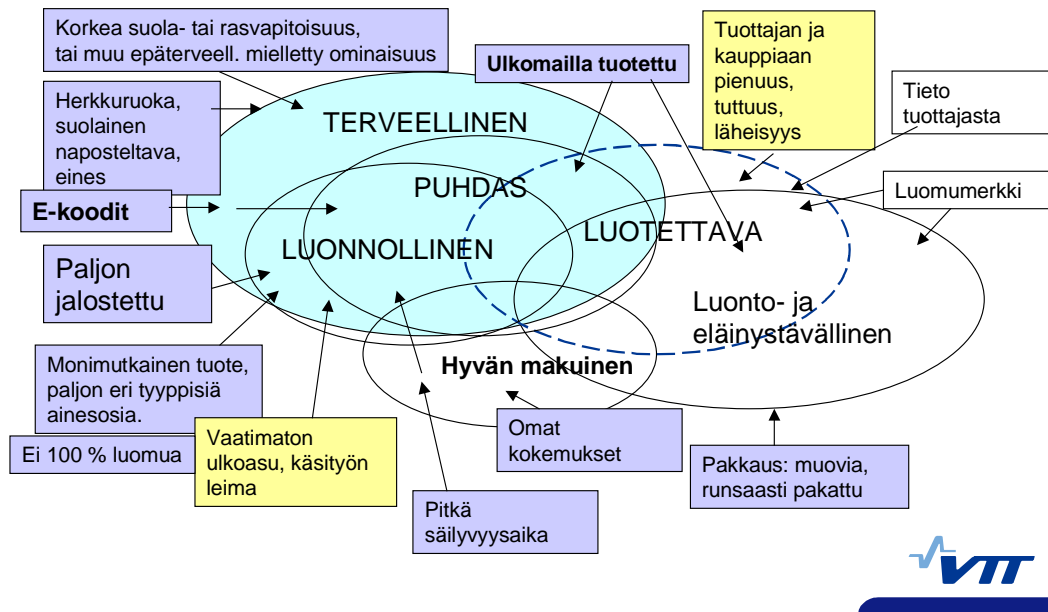
Keskeistä luottamusmielikuvan muodostumisessa oli tunne tuottajan tai kauppiaan **henkilöitymisestä**, läheisyydestä, tuttuudesta – **tunne siitä, että tietää, miten ja missä tuote on tehty**. Tällaista tuntemusta saattoi lisätä tuotannon pienimuotoisuus, pienyrityisyys, käsityömyyisyys, paikallisuus, läheisyys, perinteisyys, maatilaa näkeminen tai tuottajan yhteystiedot. Toisella tavoin ajattelevien kuluttajien mielissä suuret tai keski-suuret yritykset herättivät luottamusta, koska niiden toiminnan uskottiin olevan systemaattista ja kontrolloitua. Suurehkojen yritysten etuna oli, että tuttuun tuotemerkkiin luotettiin. Usein tuttuuden luottamusta luova merkitys näyttikin olevan suurempi kuin pienuuden luoma romanttinen kuva moraalisesta ja sydämellään tuotteita valmistavasta yrityksestä. Vastaavasti Varjosen haastatteleminen kauppiaiden mukaan kuluttajat eivät kovin innokkaasti osta pienten tuntemattomien valmistajien tuotteita (Varjonen, 2001). Luomutuotteiden kohdalla pienuus saa kuitenkin osittain toisen merkityksen – se on myös vihje luonnollisuudesta ja alkuperäisyydestä. Myös Kantasen (2002) haastattelemat kuluttajat pitivät pienuutta, aitoutta, perinteisyyttä ja vastaavia ominaisuuksia luomun kuuluvina asioina. Ryhmäkeskusteluaineiston perusteella voidaan esittää hypoteesi, että pienuuden, paikallisuuden ja perinteisyyden merkitys luottamuksen lisääjänä olisi suurempi perinteisen luomukäsityksen omaaville kuluttajille.

Finfoodin teettämä luomubarometri osoittaa kuluttajien kokeman kaupan luotettavuuden olevan tärkeä kehityskohde luomumarkkinoilla. Luottamus kauppiaseen vaikuttaa selvästi ostohalukkuuteen, mutta kuluttajilla oli siitä enemmän huonoja kuin hyviä kokemuksia syksyllä 2001 (Sedecon Consulting, 2001). Luottamuksen merkitys ostohaluk-

kuuteen vaikuttavana tekijänä oli lisäksi vain kasvanut vuoden 2001 aikana (Sedecon Consulting, 2001).

LUOMUTUOTTEESTA SYNTYVÄÄN KÄSITYKSEEN VAIKUTTAA.

Tuoteominaisuuksia, jotka voivat olla kompastuskiviä luomutuotteen hyväksymiselle (tummempi suorakaide) TAI edistää tuotteen luomuimagoa (vaaleampi suorakaide)



Kuva 2. Jalostetun luomutuotteen hyväksymisen kannalta kriittiset ulottuvuudet ja niistä viestivät tuoteominaisuudet.

6.3.5 Luomu verrattuna tavanomaiseen tuotteeseen: erottuminen

Kuluttajien mielikuvat luomutuotteista ovat jatkuvassa muutoksessa. Luomutuotteet ovat vielä varsin uusia tulokkaita Suomen elintarvikemarkkinoilla. Tämän aineiston pohjalta näyttää siltä, että monilla kuluttajilla on varsin hatara ja epämääräinen käsitys siitä, miten luomutuotteet eroavat tavanomaisista tuotteista. Käsityksen epämääräisyys on toisaalta ymmärrettävää, koska luomutuotteiden ei ole voitu tieteellisin tutkimuksin todistaa olevan esimerkiksi tavanomaisia tuotteita terveellisempiä tai maukkaampia (Bourn & Prescott, 2002; Muukka ym., 2003). Myös ympäristövaikutuksista keskustellaan. Näin ollen luomutuotteiden markkinoinnissaakaan ei ole voitu tehokkaasti vedota luomutuotteiden paremmuuteen näissä suhteissa.

Chrysochoidois (2000) pitää luomutuotteiden kyvyttömyyttä erottautua tavanomaisista tuotteista keskeisenä syynä luomutuotemarkkinoiden hitaaseen kasvuun. Hän on kolle-

goineen tutkinut tämän tekijän vaikutusta luomutuotteiden ostohalukkuuteen Kreikassa (N = 888). Ne kuluttajat, jotka ajattelivat luomutuotteiden olevan tavanomaisiin verrattuna erilaisia ja parempia, olivat myös halukkaampia ostamaan luomutuotteita. Yleisesti ottaen nämä kreikkalaiset kuluttajat eivät kuitenkaan pitäneet luomutuotteita kovin paljon tavanomaisista poikkeavina.

Luomutuotteiden erottautumisen vaikeus oli selvästi havaittavissa myös tämän tutkimuksen aineistossa. Osallistujat kommentoivat esimerkkituotteita yleensä sanomalla, ettei tämä näytä sen kummemmalta kuin tavallinenkaan. Selvästi monet keskustelijat odottivat luomutuotteen poikkeavan tavanomaisesta jollain lailla (ulkonäöltään, maullaan tai muuten laadultaan) myönteisesti. Monet tuntuivat odottavan luomutuotteelta ulkoisesti havaittavissa olevia ominaisuuksia, joiden perusteella sen voisi päätellä olevan paremman makuinen, terveellisempi tai ympäristöystävällisempi tai vain jollain erityisellä tavalla kiinnostava. Pelkkä tieto tuotantotavasta ei monessa tapauksessa yksin vakuuttanut tuotteen lisäarvosta. Ulkoisesti havaittavien tuoteominaisuuksien merkitys tuli esille myös pyydettyä osallistujia muistelemaan vaikuttimia viimeisiin luomutuoteostoksiinsa. Tällöin monet mainitsivat sellaisia tuoteominaisuuksia, jotka eivät ole mitenkään riippuvaisia luonnonmukaisesta tuotantotavasta. Luomutuote saatettiin valita yksinkertaisesti, koska se senhetkisiin vaihtoehtoihin verrattuna näytti tuoreemmalta, paremmalta, oli sopivan kokoisessa pakkauksessa, kiinniitti huomiota tms.

Se, miten luomutuote pystyy erottautumaan vastaavasta tavanomaisesta tuotteesta, riippuu paitsi ko. luomutuotteen, myös vertailukohtana toimivan tuotteen herättämistä mielikuvista. Jos käsillä olevaan tutkimukseen osallistuneen kuluttajan **mielikuva vastaavasta tavanomaisesta tuotteesta** oli kovin luonnollinen, puhdas tai terveellinen, moni luomua harvoin ostava kuluttaja ei nähnyt luomutuotteen ostamisessa mitään lisäarvoa. Esimerkkejä tällaisista tuotteista ovat mm. määmi, kaurahiutaleet ja lasten purkkiruokat. Luomutuotteen erottumista tavanomaisista tuotteista näyttää erityisesti vaikeuttavan kuluttajien **tyytyväisyys tavanomaisiin tuotteisiin** ja **luottamus suomalaiseen** ruokaan (ks. myös Kantanen, 2002; Varjonen, 2001). Muissakin tutkimuksissa on havaittu, että tavallisen suomalaisen ruoan katsotaan olevan hyvin lähellä luomua (Kantanen, 2002; Varjonen, 2001). Kun kotimaista tavanomaista ruokaa pidetään puhtaana, turvallisena ja laadukkaana, miksi siis ostaa luomua?

Tämän aineiston perusteella näyttää siltä, että erityisesti sellaiset kuluttajat, jotka eivät ennestään ole käyttäneet tai ovat vain harvoin ostaneet luomutuotteita, edellyttävät luomutuotteilta lisäksi muutakin lisäarvoa kuin tiedon tuotantotavasta. Juuri he ovat tyytyväisiä tavanomaiseen ruokaan eivätkä näe mitään erityistä syytä ostaa luomua. Vastavasti aineiston perusteella voidaan esittää hypoteesi, että perinteisemmän luomukäsityksen omaaville suunnattujen luomutuotteiden on mahdollista erottautua ulkoisilla ominaisuuksilla, jotka herättävät mielikuvia esim. käsityömäisyydestä, luonnollisuudesta ja

perinteisyydestä. Sen sijaan nykyaikaisemman käsityksen omaaville erottautumisperusteeksi saattaa riittää tuotantotapa, jos siihen vielä yhdistyy helppokäyttöisyys, muu käyttöarvo tai heidän identiteettiään vastaava trendikkäämpi imago. Kaikkille kuitenkin on tärkeää, että luomutuotteen laatu (tuoreus, maku) on hyvä ja mielummin parempi kuin vastaavalla tavanomaisella tuotteella. Luomutuotteiden kehittäminen ja markkinoinnin suunnittelu edellyttää kuitenkin tarkempaa tutkimusta siitä, minkälaiset tuotteen ominaisuudet ja imagot vastaavat erilaisten kuluttajien luomukäsityksiä.

6.4 Johtopäätöksiä: jalostettujen luomutuotteiden hyväksymisen haasteita ja mahdollisuuksia

Luomu tuo tuotteisiin kuluttajien mielestä lisäarvoa, mutta lisäarvon kokeminen riippuu tuotteen ja kuluttajan ominaisuuksista. Jalostettujen luomutuotteiden ympäristöystävällisyyttä ei yleensä aseteta kyseenalaiseksi, mutta valmisruokien epäterveellinen imago, tuotteiden luonnollisuuden kyseenalaistavat prosessointimenetelmät sekä lisäaineiden käyttö voivat olla ristiriidassa luomutuotteiden perusmielikuvan kanssa. Mielikuvat ja luomutuotteille asetetut odotukset ovat kuitenkin erilaisia eri kuluttajilla. Ryhmäkusteluaineiston perusteella näyttää siltä, että yksi suhtautumista määrittävä ulottuvuus on se, onko kuluttajilla ns. moderni vai perinteiden luomukäsitys. Perinteisen käsityksen omaavat haluavat tuotteensa puhtaina perusraaka-aineina eikä teollinen jalostaminen sovi heidän ajatuksiinsa luomutuotteista, kun taas niin sanotun modernin käsityksen omaavat ovat avoimia myös jalostetuille luomutuotteille. Tulevissa tutkimuksissa olisi syytä selvittää, keitä näiden erilaisten luomukäsitysten takana on ja miten luomukäsitykset heijastuvat erityyppisten luomutuotteiden käyttöhalukkuuteen.

Luomun havaitseminen myös modernina trendinä antaa luomutuotteille mahdollisuuden profiloitua myös nykyaikaisena tuotantotapana, joka ottaa huomioon ympäristöarvot samalla, kun tuotetaan myös puolivalmisteita ja valmisteita helpottamaan arkista ruokatalouden hoitoa. Tällaisena käsitteenä se voi olla houkuttelevampi keskivertokuluttajalle. Haasteena profiloitumiselle voi kuitenkin olla luomutuotteiden erottumattomuus tavanomaisista tuotteista. Kotimaisen tuotannon arvostus ja useiden perinteisten jalostettujen tuotteiden luonnollisuus voivat himmentää luomun ja tavanomaisen tuotannon eroja.

Lähdeluettelo

- Alvensleben, R. von 1998. *Ecological aspects of food demand: the case of organic food in Germany*. Institute for Agricultural Economics, University of Kiel, Germany.
- Beharrell, B. & MacFie, J. 1991. Consumer attitudes to organic foods. *British Food Journal*, 93(2), s. 25–30.
- Borch, L. W. 1999. Økologiske forbrugergrupper i Skandinavien – Hvem er de? Og hvorfor vælger de at købe Økologiske fødevarer? *Maelkertidende*, 112(11), s. 276–279.
- Bourn, D. & Prescott, J. 2002. A comparison of the nutritional value, sensory qualities, and food safety of organically and conventionally produced foods. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 42(1), s. 1–34.
- Chrysochoidis, G. 2000. Repercussions of consumer confusion for late introduced differentiated products. *European Journal of Marketing*, 34(5/6), s. 705–722.
- Finfood 2001a. Kampanja motivoi luomuun. *Finfood-uutiset* 24.9.2001. www.finfood.fi.
- Finfood 2001b. Kuluttajat vaativat luomulta jo laatuakin hinnan vastineeksi. Tuloksia Sedecon Consultingin luomubarometristä syksyiltä 2001. *Finfood-uutiset* 2.10.2001. www.finfood.fi.
- Finfood 2002. Barometrin mukaan luomun kulutus kasvussa. Tuloksia A. C. Nielsenin talouspaneelistä ajanjaksolla 31.12.2002. *Finfood-uutiset* 3.5.2002. www.finfood.fi.
- Grunert, S. C. 1993. Green consumerism in Denmark: some evidence from the ØKO foods-project. *Der Markt*, 32(3), s. 140–151.
- Hammit, J. K. 1990. Risk perceptions and food choice: an exploratory analysis of organic- versus conventional-produce buyers. *Risk Analysis* 10(3), s. 367–374.
- Holm, L. & Kildevang, H. 1996. Consumers' views on food quality. A qualitative interview study. *Appetite*, 27, s. 1–14.
- Huang, C. L. 1996. Consumer preferences and attitudes towards organically grown produce. *European Review of Agricultural Economics* 23, s. 331–342.
- Jolly, D. A., Schutz, H. G., Diaz-Knauf, K. V. & Johal, J. 1989. Organic foods: consumer attitudes and use. *Food Technology* (November), s. 60–66.

- Jolly, D. A. 1991. Differences between buyers and nonbuyers of organic produce and willingness to pay organic price premiums. *Journal of Agribusiness* 9(1), s. 97–111.
- Kantanen, T. 2002. Kuluttaja luomuvalinnan edessä: Tutkimus päivittäistavaroihin liitettyjen laaja-alaisten kulutusseuraamusten hyväksymisestä ja torjunnasta. *Acta Wasaensia* No 97. 247 s.
- Klont, R. 1999. Growing organic foods. *The World of Ingredients*(May/June), s. 40–44.
- Kyriakopoulos, K. & van Dijk, G. 1998. Post-purchase intentions for organic foodstuff: a conceptual framework based on the perception of product value. *Julkaisematon artikkelikirjoitus*.
- Laaksonen, P. & Mäntylä, M. 2000. Tuotteen ympäristöystävällisyys – kuluttajien ja asiantuntijoiden käsitysten vertailua. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja 5/2000.
- Landgren, F. 2001. *Kuluttajan arvoihin perustuva maataloustuotannon merkkituote*. Case: Kemira Agro. Pro gradu. Helsingin yliopisto, Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta, Taloustieteen laitos.
- Leskinen, M. 2001. Luomuelintarvikkeiden valmistus ja lisäaineet. *Kehittyä Elintarvike*, 5/2001, s. 6–7.
- Lindeman, M., Keski-Vaara, P. & Roschier, M. 2000. Assessment of magical beliefs about food and health. *Journal of health psychology* 5, s. 199–213.
- Magnusson, M., Arvola, A., Koivisto-Hursti, U.-K., Åberg, L. & Sjöden, P.-O. 2001. Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. *British Food Journal*, 103(3), s. 209–226.
- Mathisson, K. & Schollin, A. 1994. *Konsumentaspekter på ekologiskt odlade grönsaker – en jämförande studie* (Consumer aspects on organic vegetables – a comparative study). Uppsala: Sveriges Lantbruksuniversitet, Institutionen för växtodlingslära.
- Moisander, J. 1991. *Sosiaaliset arvot luomutuotteiden kulutuksessa (Social values in organic food consumption)*. (Julkaisu D-144). Helsinki: Helsingin kaupunkorkeakoulu.
- Moisander, J. 1996. *Attitudes and ecologically responsible consumption* (Research Reports 218). Helsinki: Statistics of Finland.

- Morgan, D. L. 1998. *Focus groups as qualitative research*. Sage, USA: Qualitative research methods, Vol. 16.
- Muukka, E., Myllykangas, J., Leskinen, M., Mertanen, E., von Wright, A. & Tuomisto, J. 2003. Luomun terveellisyys ja turvallisuus. Kuopio: Kansanterveystieteenlaitoksen julkaisu B4/2003.
- MMM 2000. Kansallinen luomuviljaohjelma 2000–2005. Maa- ja metsätalousministeriö. Luomuviljastrategiatyöryhmän muistio.
- MMM 2001. Ehdotus luonnonmukaisen elintarviketuotannon kehittämistä. Maa- ja metsätalousministeriö. Työryhmän muistio.
- Sedecon Consulting 2001. Finfood LUOMU:n teettämän kuluttajabarometrin julkaisematon tutkimusraportti 10/2001.
- Sedecon Consulting 2002. Finfood LUOMU:n teettämän kuluttajabarometrin julkaisematon tutkimusraportti 09/2002.
- Shifferstein, H. N. J. & Oude Ophuis, P. A. M. 1998. Health-related determinants of organic food consumption in the Netherlands. *Food Quality and Pref.*, 9(3), s. 119–133.
- Sparling, E., Wilken, K. & McKenzie, J. 1992. *Marketing fresh organic produce in olo-rado supermarkets – final report*. Colorado: Colorado State University, Department of Agricultural and Resource Economics.
- Squires, L., Juric, B. & Cornwell, T. B. 2001. Level of market development and intensity of organic food consumption: cross-cultural study of Danish and New Zealand consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 18(5), s. 392–409.
- Tauriainen, J. & Pohjalainen, L. 1992. *Luonnonmukaisten elintarvikkeiden kysyntämarkkinat* (Reports and discussion papers 39). Helsinki, Finland: Food & Farm Facts (Elintarviketieto).
- Tiilikainen, A. 1998. *Kuluttajien käsityksen muodostuminen ympäristöystävällisten elintarvikkeiden laadusta, arvosta ja ostohalusta. Koetun laadun ja koetun arvon mallien empiirinen sovellus* (Julkaisu 20, Markkinointi). Helsingin yliopisto, Taloustieteen laitos.

Torjusen, H., Lieblein, G., Wandel, M. & Francis, C. A. 2001. Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway. *Food Quality and Preference*, 12, s. 207–216.

Varjonen, J. 2001. Elämyksiä, terveyttä, vaihtelua – 2000-luvun ruokatottumukset. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja 3/2001.

Wandel, M. & Bugge, A. 1994. Til bords med forbrukerne. Forbrukernes ønsker og prioriteringer på matområdet i 90-årene (Consumers, food and the market; consumer valuations and priorities in the nineties). Lysaker, Norway.: National Institute for Consumer Research.

Wandel, M. & Bugge, A. 1997. Environmental concern in consumer evaluation in food quality. *Food Quality and Preference*, 8(1), s. 19–26.

Liite 1: Keskustelurunko

Keskustelurunko on viitteellinen keskustelun vetäjän runko, käytännössä kysymykset muotoutuivat keskustelutilanteen mukaan.

ALOITUS:

Tervetuloivotus
Haastattelijan ja avustajan esittely
Kuvaus keskustelun kulusta

ESITTELYKIERROS

- esittely
- mielipiteet ja kokemukset luomutuotteista

YLEISKESKUSTELU LUOMUSTA

- oletteko käyttäneet tai kokeilleet? kuinka usein, mitä tuotteita?
- mihin tarkoitukseen, miksi ja missä yhteydessä käytätte luomua?
- minkälaisia mielikuvia teille tulee mieleen sanasta luomu / luomuruoka / luomutuotanto.

TUOTEKOHTAINEN KESKUSTELU

Katsokaa pöydällä olevia kuvia tuotteista ... kertokaa

- Mitä niistä tulee mieleenne / mitä mieltä olette näistä tuotteista?
.....ja miettikää ostaisitteko näitä tuotteita ja
ostaisitko sitä mielummin luomutuotteena vai tavallisesti tuotettuna?
- Kertokaa mitkä asiat vaikuttavat halukkuuteesi ostaa tai käyttää näitä tai muita luomutuotteita?
- Mistä näiden tuotteiden ominaisuuksista pidät tai et pidä?
- Mitkä näiden tuotteiden ominaisuuksista vaikuttavat?

Näiden kuvien on tarkoitus toimia vain esimerkkeinä siitä, minkälaisia tuotteita on tai voisi olla olemassa. Toivon, että ette kiinnitä kauheasti huomiota juuri tässä kuvassa esiintyvän tuote-esimerkin ulkonäköön, väriin tms., koska todellisuudessa vastaavanlaisen tuotteen ulkonäkö voi olla hieman erilainen.

- Mitä se asia merkitsee sinulle?
- Minkälaisia luomutuotteita toivotte markkinoille?
- Tuleeko mieleenne minkälainen tuote ei sovi luomutuotteeksi tai minkälainen sopii erityisen hyvin?

LOPPUKESKUSTELU

- minkälaiset luomutuotteet ja niiden ominaisuudet olisivat teidän mielestänne hyviä ja minkälaiset huonoja. minkälaisia tuotteita haluaisitte

Lisäkysymyksiä tarpeen mukaan

- Oletteko joskus toivoneet, että jotain tietynlaista luomutuotetta olisi saatavilla? tai onko jokin tuote, jota ostaisitte, jos sitä olisi saatavana luomuna?
- Minkälaisia tuotteita uskoisitte kuluttajien yleensä haluavan.
- Tuleeko mieleenne minkälainen tuote ei sovi luomutuotteeksi tai minkälainen sopii erityisen hyvin?
- Minkälaisia ominaisuuksia et voisi hyväksyä luomutuotteella olevan?

TEEMAKOHTAINEN JAOTTELU (tuotekohtaisen keskustelun yhteydessä haastattelija nostaa teemoja esille, elleivät ne spontaanisti nouse keskustelussa esiin)

Mitä ajatuksia teissä herättää ... miten mielipiteisiinne vaikuttaa se onko luomutuote ...?

- luonnollinen
- tuore, prosessoimaton, jalostamaton - pitkälle jalostettu, valmisruoka
- "puhdistamaton" (esim. riisin kokojyväreisiä, leivän kokojyväleipää)
- lisäaineeton - sisältää lisäaineita (onko merkitystä lisäaineiden laadulla?)
- terveellinen - epäterveellinen.... mitä luomutuotteen terveellisyys merkitsee teille?
- suola, rasva, vitamiinit
- perinteinen, perinteisin valmistusmenetelmin tuotettu
- herkullinen - huonomman makuinen kuin tavallinen?
- helppokäyttöinen valmisruoka
- kasvisperäinen - lihaa sisältävä
- pitkään säilyvä - tuore
- ekologinen, eläinystävällinen
- paikallisuus, kotimaisuus, alkuperä
- elintarvikeyrityksen koko
- luotettavuus (luotatteko luomutuotteisiin?)
- turvallisuus (ruokakriisit)
-
- onko muita ominaisuuksia, joita luomutuotteella pitäisi tai ei saisi olla?
- Mikä tuote sopii luomuksi, mikä ei? Onko tuotteita, jotka eivät sovi luomuksi?

Muiden ominaisuuksien merkitys?

- raaka-aine
- käyttötarkoitus, tilanne, kohde
- käyttäjä (esim. lapset)
- tuotetyyppi (leivänpäällisrasvat, valmisruoat, naposteltavat, lastenruoat, nautintoaineet, juomat, lisukkeet kuten lihaliemi tai maustekastike, herkkuruoat kuten jäätelö tai keksit)

LOPETUS

- taustakyselyn täyttö
- kerro mitkä tuotteet todellisia olemassa olevia tuotteita, ja että osa tuotteista luotu keskustelun herättämiseksi
- kiitos ja palkkioiden jako

Liite 2: Tuote-esimerkit ja niiden tuoteselosteet

Ohessa on lista esimerkkituotteista, joita vastaavien tuotteiden valokuvat näyttettiin ryhmäkeskustelujen toisessa vaiheessa osallistujille. Esimerkkituotteiden reseptit on muunnettu olemassaolevien tuotteiden reseptien pohjalta. Kaikki tuotteet oli merkitty Kasvintarkastuskeskuksen vihreällä aurinkomerkillä. Oheisia tuoteselosteita ei näytetty osallistujille heti, vaan heidän annettiin ensin reagoida pelkkiin tuotekuviin ja luomumerkkiin.

* Luonnonmukaisesti tuotettu

VILJA

Kaurahiutaaleet

Aineosat:
kaura*

Patonki

Aineosat:
vehnäjauho*

vesi
hiiva

suola 1,2%

Täysjyväruisleipä

Aineosat:
täysjyväruisjauhoa*
vehnäjauhoa*
vettä
suolaa (1,2%)
hiivaa

Coctailpiirakka

ohrasuurimo*
ruisjauho*
vehnäjauho*
vesi
voi*
maitojauhe*
suola (1,5%)
vesi

Vadelmatäytteen leivokset

raakaruokosokeri*
tärkkelyssiirappi*
suklaapäällyste* (kaakaomassa, raakaruokosokeri, kaakaovoi, täysruokosokeri, vanilja)

KASVIS

Perunat ja porkkanat kokonaisina

peruna*
porkkana*

Tuoreet, valmiiksi suikaloidut juurekset

peruna*
porkkana*
retikka*

Pakastetut kasvissuikaleet

peruna*
porkkana*
palsternakka*
purjo*
selleri*
sipuli*

Valkosipulikermaperunat

peruna*
kuohukerma* (17%)
vesi
sipuli*
valkosipuli*
maissitärkkelys
sokeri
(rasvaa 6,7%)

Perunalastut

peruna*
kasviöljy*
suola

LIHA

Luomu naudan sisäfile

Suomalainen luomu naudan sisäfile

Nauta-sikajauheliha

Suomalainen luomu naudanliha
suomalainen luomu sianliha

Marinoidut broilerisuikaleet

suomalainen suikaloitu broilerin rintafile* (79%)
Marinadi:
vesi
kasviöljy*
suola
etikka*
mausteet* (paprika, valkopippuri, chili, curry, korianteri)
soijakastike*
valkosipuli*
sakeuttamisaineena guarakumi (E412) ja
Johanneksen leipäpuujauhe (E410)

suolaa: 0,8%

rasvaa: 7,9%

Meetvursti

Aineosat:
naudanliha*
sianliha*
suola(4%)
mausteet
hapettumisenestoaine (E300)
säilöntäaine (E250)

kasvirasva*
vadelmasose*
vehnäjauho*
kananmuna*
soijaöljy*
happamuudensäätöaineet
(sitruunahappo ja vehnätärkkelys)
hyytelöimisaine (pektiini
(E440))
nostatusaineet (ammonium-
vetykarbonaatti (E503) ja
natriumkarbonaatti (E500))
luontaiset aromit
suola
emulgointiaine (lesitiini
(E322))

Sitruunamuffinssiainekset

vehnäjauho*
sokeri
kasvirasva*
rasvaton maitojauhe*
tärkkelyssiirappi*
nostatusaineet (natriumsesk-
vikarbonaatti (E500) ja kal-
siumvetyfosfaatti (E341))
vehnätärkkelys*
luontaiset aromit
emulgointiaine (E471)
suola
maltodekstriini*
sitruunahappo
luontaiset väriaineet

Mämmi

vesi
ruisjauhoa*
ruismallasta*
mineraalisuolaa (suolaa 0,3%,
kaliumkloridia, magnesium-
sulfaattia, lysiinihydrokloridia)
pomeranssinkuorta*

Luomupossupata

sianliha*
vesi
suola (1,2%)
mausteet (valkopippuri,
maustepippuri, inkivääri,
timjami, rosmariini)

Jauhelihapizza

vehnäjauho*
suomalainen naudan jauheli-
ha*
tomaattisose*
suomalainen juusto*
vesi
sipuli*
sokeri
kasviöljy*
hiiva
suola
etikka*
maissitärkkelys
mausteet * (paprika, valkopip-
puri)
valkosipuli*
sitruunahappo

Liite 3: Lopuksi vielä muutamia kysymyksiä suhtautumisestasi ruokaan

Olen hyvin tarkka siitä, että syömäni ruoka on terveellistä.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

Mielestäni luomutuotteet eivät ole sen parempia terveydelleni kuin tavanomaisesti kasvatetut.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

Noudatan aina terveellistä ja tasapainoista ruokavaliota.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

Minulle on tärkeää, että päivittäin syömäni ruoka on vähärasvaista.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

Minulle on tärkeää, että päivittäin syömäni ruoka sisältää runsaasti vitamiineja ja hivenaineita.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

En välitä, vaikka päivittäin syömissäni elintarvikkeissa on lisäaineita.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

Syön mitä mieleni tekee välittämättä kovin paljon ruoan terveellisyydestä.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

Mielestäni keinotekoisesti makeutetut elintarvikkeet eivät ole haitallisia terveydelleni.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

Ruoan terveellisyys ei kovin paljon vaikuta ruokavalintoihini.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

Välipalan terveellisyys on minulle yhdentekevää.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

Haluaisin syödä vain luomuruokaa.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

En vältä mitään ruokia, vaikka ne kohottaisivat kolesteroliarvojeni.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

Pyrin syömään elintarvikkeita, joissa ei ole lisäaineita.

täysin eri mieltä 1 2 3 4 5 6 7 täysin samaa mieltä

TAUSTATIEDOT:

B1. Olen Mies Nainen

B2. Syntymävuosi _____ .

B3. Kuinka monta aikuista ja lasta talouteenne kuuluu?

Talouteeni kuuluu (minä itse mukaan lukien) _____ aikuista ja _____ lasta

Lasten iät ovat _____ v., _____ v., _____ v., _____ v. _____ v.

B4. Käytätkö luomutuotteita? Jos käytät, arvioi suurin piirtein kuinka usein.

- en ole kokeillut, enkä käytä lainkaan luomutuotteita
- olen kokeillut luomutuotteita, mutta en juurikaan käytä niitä

Käytän luomutuotteita...

- vain satunnaisesti kerran, pari vuodessa
- satunnaisesti kerran, pari kuukaudessa
- jatkuvasti lähes viikottain
- säännöllisesti viikottain tai useammin
- lähes päivittäin tai useammin

B5. Korkein suorittamasi koulutustaso:

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Perus- tai kansakoulu | <input type="checkbox"/> Opistotason tutkinto |
| <input type="checkbox"/> Keskikoulu | <input type="checkbox"/> Alempi korkeakoulututkinto |
| <input type="checkbox"/> Ammatillinen koulu | <input type="checkbox"/> Ammattikorkeakoulu |
| <input type="checkbox"/> Ylioppilastutkinto | <input type="checkbox"/> Ylempi korkeakoulututkinto |

B6. Kuinka usein perheessänne käytetään täysin valmiita, vain lämmitystä vailla olevia aterioita?

- 5 tai useampana päivänä viikossa
- 2–3 kertaa viikossa
- 1–4 kertaa kuussa
- vielä harvemmin

B7. Kuinka usein perheessänne käytetään puolivalmisteita? (kuten pilkottuja pakastevihanneksia, marinoituja broilerisuikaleita)

- 5 tai useampana päivänä viikossa
- 2–3 kertaa viikossa
- 1–4 kertaa kuussa
- vielä harvemmin

B8. Mitkä seuraavista ruoka-aineista kuuluvat ruokavalioosi?

- Sian tai naudan liha
- Siipikarjan liha (kana, kalkkuna)
- Kala
- Maitotuotteet
- Kanamunat
- Kotimaiset viljat, viljatuotteet
- Kasvikset

Noudatanko jotakin erityisruokavaliota?

- En
- Kyllä, tarkenna: _____

LÄMPIMÄT KIITOKSET OSALLISTUMISESTASI !

Tekijä(t) Arvola, Anne & Lähteenmäki, Liisa			
Nimeke Kuluttajien mielikuvat jalostetuista luomutuotteista Tietoa markkinalähtöisen tuotekehityksen pohjaksi			
Tiivistelmä <p>Tutkimuksen tavoitteena oli saada mahdollisimman laaja käsitys niistä uskomuksista ja mielikuvista, joita kuluttajat liittävät luomuun yleisesti ja jalostettuihin luomutuotteisiin erityisesti. Aineisto kerättiin ryhmäkeskusteluilla (12 kpl, osallistujia yhteensä 81). Ryhmissä keskusteltiin aluksi luomusta yleisellä tasolla. Sen jälkeen osallistujien reaktioita, mielikuvia ja käyttöhalukkuuteen liittyviä tekijöitä kartoitettiin valokuvien esitettyjen, jalostustasoltaan vaihtelevien esimerkkituotteiden avulla.</p> <p>Luomutuotteelle oleellisena pidetään sen tuotantotavan positiivisia vaikutuksia ympäristölle ja eläimille, elintarvikkeen terveellisyyttä, luonnollisuutta, puhtautta ja hyvää makua. Kuluttajien kesken havaittiin kuitenkin selviä eroja heidän luomukäsityksissään. Mielikuvat luomun alkutuotannosta olivat varsin yhteneviä, mutta luomutuotteiden valmistusta, jalostusta, ja tuotetyyppejä koskevat odotukset erosivat. Aineiston perusteella tunnistettiin kaksi erilaista luomukäsityksen tyyppiä ns. "perinteinen" ja "moderni". Perinteisemmin luomuun suhtautuvat kuluttajat torjuivat tuotteen helpommin, jos se ei vastannut heidän ideaalikuvaansa mm. puhtaasta, luonnollisesta ja terveellisestä luomutuotteesta. Esimerkiksi lisäainekoodin näkeminen tuoteselosteessa tai tuotteen einessäisyys, korkea rasvapitoisuus tai ulkomainen raaka-aine saattoi kumota tämän mielikuvan. Nykyaikaisemman käsityksen omaavat kiinnittivät enemmän huomiota itse tuotantotapaan. He eivät yhtä helposti torjuneet luomutuotetta tuoteominaisuuksien, tuotetyypin tai alkuperän perusteella. Esimerkiksi luomutuotteita aktiivisesti käyttävät, sekä lapsiperheet olivat kiinnostuneet monenlaisista, myös jalostetuista luomutuotteista. Keskusteluissa tuli esille myös monien osallistujien tietämättömyys luomuelintarvikkeen määrittelystä ja erityisesti siitä, miten luomutuotanto eroaa tavanomaisesta sen jälkeen kun elintarvike lähtee tilalta.</p> <p>Laadullisella tutkimusotteella saatu tieto on kuvailevaa, ja tulosten perusteella voidaan ennakoita minkä tyyppisiä mahdollisuuksia ja ongelmia jonkin luomutuotteen markkinointiin voi liittyä. Kyselyaineistoon perustuvassa jatkotutkimuksessa pyritään selvittämään tulosten yleistettävyyttä.</p>			
Avainsanat consumers, attitudes, processed food, organic food, healthiness, safety, environmental friendliness, composition, price			
Toimintayksikkö VTT Biotekniikka, Tietotie 2, PL 1500, 02044 VTT			
ISBN 951-38-6190-2 (nid.) 951-38-6191-0 (URL: http://www.vtt.fi/inf/pdf/)			Projektinumero B1SU00179
Julkaisu-aika Lokakuu 2003	Kieli Suomi, engl. tiiv.	Sivuja 86 s. + liitt. 7 s.	Hinta B
Projektin nimi Luomujalosteet suomalaisen kuluttajan näkökulmasta		Toimeksiantaja(t) Maa- ja metsätalousministeriö MMM	
Avainnimeke ja ISSN VTT Tiedotteita – Research Notes 1235-0605 (nid.) 1455-0865 (URL: http://www.vtt.fi/inf/pdf/)		Myynti: VTT Tietopalvelu PL 2000, 02044 VTT Puh. (09) 456 4404 Faksi (09) 456 4374	

Published by



Series title, number and
report code of publication

VTT Research Notes 2217
VTT-TIED-2217

Author(s) Arvola, Anne & Lähteenmäki, Liisa			
Title Consumer views about processed organic food products Information for market oriented product development			
Abstract <p>The purpose of this study was to find out factors influencing consumer acceptance of processed organic foods. The study aimed to obtain a comprehensive view over consumers' beliefs and associations about organic food in general, and about different types of processed organic food products in particular. The data was collected with focus group discussions (12 groups, overall n=81) starting with discussion of the organic concept in general. After that, the discussion was built on example products. Participants were presented photos (and product declarations) of cereal-, vegetable or meat-based products.</p> <p>Organic food was usually associated with environmental and animal welfare, health, cleanness, naturality and sometimes with better taste. In addition, some participants related organic food with issues like traditional farming methods, small scale production, hand-made and modest appearance. Whereas, others perceived organic production methods as modern, and organic users as up-to-date and health-conscious. However, it was clear from the data that there are different types of consumers as regards to their notions what constitutes an organic food product. The differences were realized in specific expectations placed on concrete organic products. Thus, participant's reactions to processed organic foods differed depending on their notions of organic food. The focus group data suggests that important dimensions of these notions are how "traditional" or "modern" view of organic foods the consumer has.</p> <p>Consumers with more traditional organic notion rejected organic products if they did not correspond with their ideal image of a clean, pure, natural and healthy organic product. This ideal image could be easily broken by "wrong" type of product characteristics, such as E-codes noting the use of a food additive, product type suggesting high processing or unhealthiness, high fat content or foreign ingredients. Consumers with more modern view did not easily reject an organic product because of superficial product characteristics, product type or origin, but placed emphasis on comparative advantages of organic vs. conventional products. Thus they welcomed different types of organic products, also processed ones. E.g. active organic food users and organic positive families with children were interested in organic alternatives of convenience foods and foods that children would like.</p> <p>Focus group discussions also revealed lack of knowledge and uncertainty about what actually constitutes an organic product; especially about how the production of organic food differs from conventional after the raw material leaves the farm. The report describes in detail participants' notions about organic farming and food, as well as factors which seemed to influence their acceptance of processed organic foods of different types.</p> <p>These results can be used to anticipate what kind of possibilities or problems are related to the marketing of different types of processed organic products. Because of their qualitative nature the results are descriptive, and further quantitative data is needed in order to generalize these findings.</p>			
Keywords consumers, attitudes, processed food, organic food, healthiness, safety, environmental friendliness, composition, price			
Activity unit VTT Biotechnology, Tietotie 2, P.O.Box 1500, FIN-02044 VTT, Finland			
ISBN 951-38-6190-2 (soft back ed.) 951-38-6191-0 (URL: http://www.vtt.fi/inf/pdf/)		Project number B1SU00179	
Date October 2003	Language Finnish, Engl. abstr.	Pages 86 p. + app. 7 p.	Price B
Name of project Luomujalosteet suomalaisen kuluttajan näkökulmasta		Commissioned by Ministry of Agriculture and Forestry MMM	
Series title and ISSN VTT Tiedotteita – Research Notes 1235-0605 (soft back edition) 1455-0865 (URL: http://www.vtt.fi/inf/pdf/)		Sold by VTT Information Service P.O.Box 2000, FIN-02044 VTT, Finland Phone internat. +358 9 456 4404 Fax +358 9 456 4374	

Luomutuotevalikoiman laajentaminen edellyttää luomuraaka-aineiden jalostamista. Kuluttajien mielikuvat jalostamisesta, lisäaineista ja valmisruoista saattavat kuitenkin olla ristiriidassa luomutuotteille annettujen merkitysten kanssa. Miten kuluttajat reagoivat, kun nämä mahdollisesti ristiriitaiset mielikuvat yhdistyvät jalostetuissa luomutuotteissa? Minkälaisia mielikuvia jalostetut luomutuotteet synnyttävät? Miten erityyppisiin jalostettuihin luomutuotteisiin reagoidaan? Miten erilaisten kuluttajien suhtautuminen vaihtelee? Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli tuottaa tietoa jalostettujen luomutuotteiden suunnittelun, kehittämisen ja markkinoinnin avuksi vastaamalla edellä olevan tyyppiin kysymyksiin. Julkaisussa kuvataan, millä perusteella kuluttaja arvioi elintarvikkeen ”luomuutta”; minkälaisia ominaisuuksia pidetään luomutuotteelle soveltuvina, ja minkälaiset ominaisuudet herättävät näille odotuksille vastakohtaisia mielikuvia. Tutkimus perustuu kahteentoista ryhmäkeskusteluun, joissa kuluttajat keskustelivat valokuvien ja tuoteselostein esitetyistä luomutuote-esimerkeistä. Tulosten perusteella on mahdollista arvioida, mitkä tekijät edistävät ja mitkä haittaavat prosessoitujen luomutuotteiden hyväksyttävyyttä.

Tätä julkaisua myy
VTT TIETOPALVELU
PL 2000
02044 VTT
Puh. (09) 456 4404
Faksi (09) 456 4374

Denna publikation säljs av
VTT INFORMATIONSTJÄNST
PB 2000
02044 VTT
Tel. (09) 456 4404
Fax (09) 456 4374

This publication is available from
VTT INFORMATION SERVICE
P.O.Box 2000
FIN-02044 VTT, Finland
Phone internat. + 358 9 456 4404
Fax + 358 9 456 4374