

Muu maa?

Suomalaisten fleksaajien motivointi kasvipohjaisen ruokamurroksen kynnyksellä

TIIVISTELMÄ

Muu maa?

Suomalaisten fleksaajien motivointi kasvipohjaisen ruokamurroksen kynnyksellä

Fleksaaminen on joustavaa tilanneriippuvaista ruokailua, joka pyrkii kasvipainotteisuuteen kieltämättä kuitenkaan eläinperäisiä raaka-aineita. Kasvipohjaisia eläinperäisiä tuotteita korvaavia ruokavalmisteita on jo runsaasti tarjolla kuluttajille, mutta niiden kulutus on vielä pientä Suomessa. Kestävän kehityksen mukaista ja reilua ruokajärjestelmää edustava planetaarinen ruokavalio tuodaan esiin monella taholla, mutta julkinen keskustelu kärjistyy helposti vastakkainasetteluksi. Tässä opinnäytetyössä tutkittiin, miten muutosta kasvipohjaisempaan ruokailuun voitaisiin vauhdittaa fleksaajien kautta selvittämällä motivaatiointerventioteorian avulla kasviruokakokeiluihin liittyviä haasteita, esteitä ja motivaatioita Suomessa. Työssä hyödynnettiin palvelumuotoilun käyttäjälähtöisiä tutkimus- ja yhteiskehittämismenetelmiä toimeksiantajayritys Oatlyn kanssa. Tavoitteena oli ideoida keinoja motivoida suomalaisia fleksaajia uusiin kasviruokakokeiluihin ja käyttämään kasvipohjaisia ruokavalmisteita monipuolisemmin.

Työ toteutettiin neljässä vaiheessa: selvitä, ymmärrä, kehitä ja ratkaise. Selvitä-vaiheessa tehtiin taustatutkimus ja rakennettiin teorettinen viitekehys motivaatiointerventio, reilun ruokajärjestelmän, ravitsemussuositusten, vastuullisen liiketoiminnan ja tulevaisuuden

Johanna Salovaara
Opinnäytetyö 2021
Muotoilun tutkinto-ohjelma YAMK
METROPOLIA AMMATTIKORKEAKOULU

Ohjaaja: Merita Soini
Toimeksiantaja: Oatly Oy Ab

96 sivua + 5 liitettä

Avainsanat: PALVELUMUOTOILU, MUOTOILUAJATELU, YHTEISKEHITTÄMINEN, KÄYTTÄJÄLÄHTÖINEN SUUNNITTELU, MOTIVAATIOINTERVENTIO, KULUTTAJATUTKIMUS, MUOTOILULUOTAIMET, REILU RUOKAMURROS, KASVIPOHJAISET RUOKATUOTTEET

ennakoinnin näkökulmista. Ymmärrä-vaiheessa toteutettiin laadullinen tutkimus kasvipohjaisten aterioiden kokeiluna, fokusryhmää ja muotoiluluotaimia hyödyntäen. Kehitä-vaiheessa visioitiin kasviruokailun tulevaisuutta Suomessa, ja yhteiskehittiin keinoja lisätä kasvipainotteista ruokailua kerätyn aineiston pohjalta. Ratkaisevaihe keskittyi ideakonseptien prototyyppeihin ja niiden validointiin fokusryhmän keskuudessa.

Työn tärkeimmät löydökset viittaavat siihen, että varsinaisia esteitä kasvipainotteisemman ruokailun lisäämiseen ja kasvipohjaisten ruokavalmisteiden käyttöönottoon fleksaajien keskuudessa ei ole, ja että onnistuneet kokeilut ovat avain motivaatioon silloin kun ateriaratkaisut tehdään helposti tartuttaviksi, hinnaltaan tasa-arvoisiksi ja hyödyt esiin tuoden. Motivaatio on siis onnistuneiden kokeilujen seuraus, eikä laukaisin kuten alussa oletettiin. Suomessa kotimaisuus ja ehdottomuuden välttäminen korostuu ruokahankinnoissa. Työn pohjalta laadituissa ideakonsepteissa korostui lapsiperheiden kasviruokailun helpottaminen ja uuden ravitsemussuositusten mukaisen ja kasvipohjaisemman ruoka-arjen edistäminen. Osa työn tuloksista on salattua tietoa ja vain Oatlyn käyttöön.

ABSTRACT

The Rise of the Flexitarian

How to Motivate Finns to Plant-Based Dining

A flexitarian diet aims for plant-based dining without eliminating animal-based ingredients completely. As a phenomenon flexitarianism is very wide introducing a whole spectrum of producers and consumers on a journey towards a more plant-based and sustainable food system. The plant-based grocery selection is quite vast in Finland yet the transition from milk and dairy to plant-based options is slow. Finnish dietary recommendations are mostly plant-based however the media attention highlights the confrontation between animal and plant-based food production leaving consumers baffled. This thesis seeks to understand how to motivate Finns to eat more plant-based, what could push the plant-based food sector towards “New Normal”, and what could Oatly do about that in Finland. Service design methodology including design thinking, user-centered research and co-creation was applied in this thesis.

The project had four parts following the service design double diamond: discover, define, develop, and deliver. The discover phase focused on background research, and the theoretical framework based on motivation intervention, just food system, dietary recommendations, corporate responsibility, and futures thinking. In the define phase

Johanna Salovaara
Master's Thesis 2021
Master's Degree Programme in Design
METROPOLIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Instructor: Merita Soini
Client: Oy Oatly Ab

96 pages + 5 appendices

Keywords: SERVICE DESIGN, DESIGN THINKING, CO-CREATION, USER-CENTERED DESIGN, MOTIVATION INTERVENTION, USER RESEARCH, DESIGN PROBES, JUST FOOD SYSTEM, PLANT-BASED FOOD PRODUCTS

qualitative research was conducted through a plant-based meal experiment with a flexitarian focus group and design probes. The develop phase utilised the collected data in two workshops: a future scenario workshop and an ideation workshop. The aim was to cocreate nudging concepts to increase the use of veggies and plant-based ingredients in everyday cooking. The scenarios and ideas were turned into a prototype and validated among the focus group in the deliver phase.

The key findings of this thesis suggested that successful experiments are best motivators in the transition towards a more plant-based diet, and that no actual obstacles were found which could prevent plant-based meal experiments altogether among flexitarian Finns. Local production and guilt-free dining are valued. Flexitarians prefer solutions which are easy to find and cook, which are inexpensive and can be found in many places, which promote health, versatility, and taste, and are suitable for the whole family. In other words, motivation follows positive experiences, not the other way around. Some parts of the project and its outcomes are hidden from this publication to be used in future strategic planning at Oatly.

SISÄLTÖ

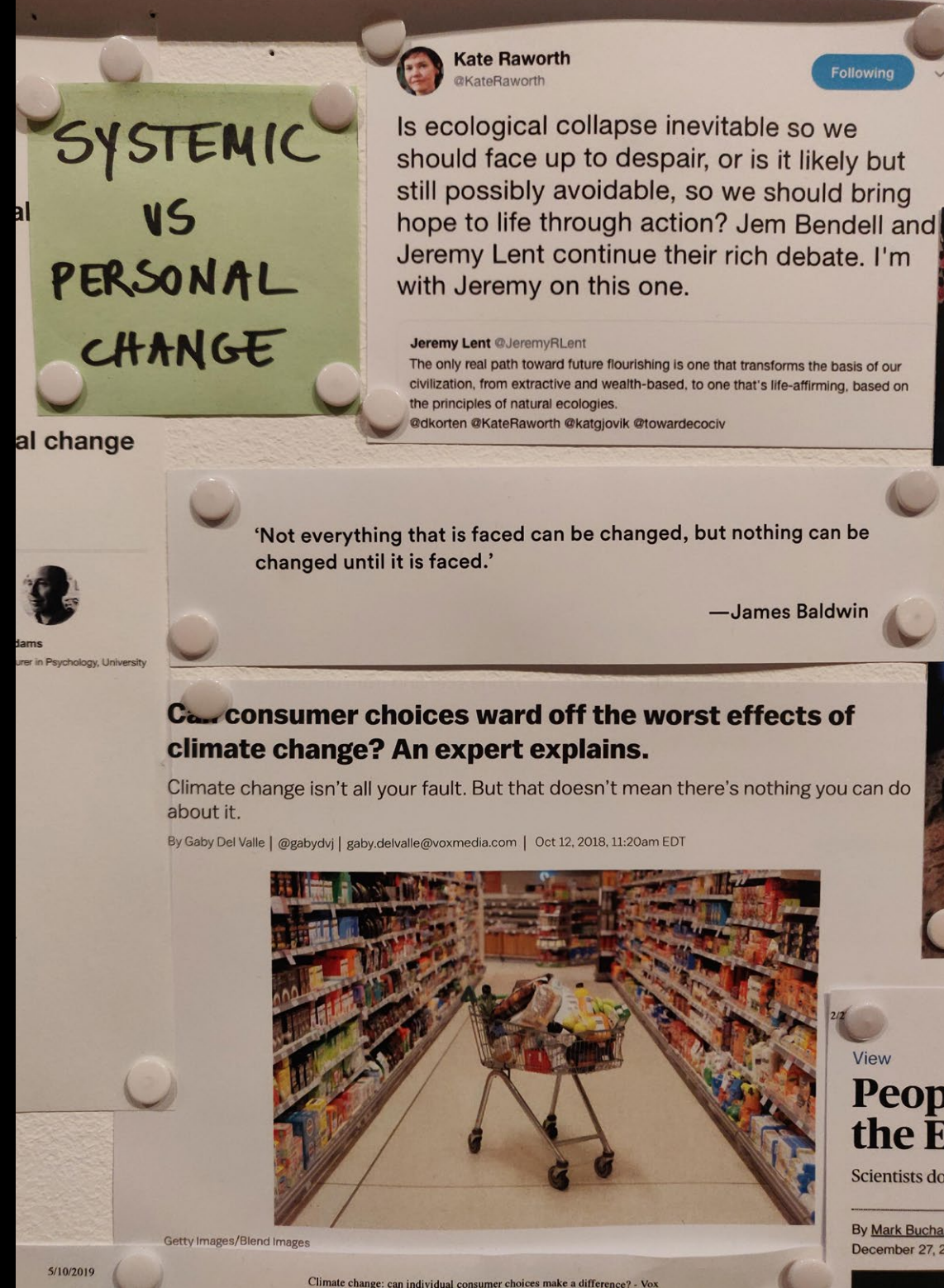
01 JOHDANTO				
	1.1 Ajankohtaisuus	4		
	1.2 Toimeksiantaja	5		
	1.3 Tausta ja avainsanat	8		
	1.4 Rakenne ja tavoitteet	11		
02 SELVITYS Teoreettinen viitekehys	2.1 Palvelumuotoilu ja käsitteet	16		
	2.2 Kahdeksan syytä - teoriatausta ja käsitteet	19		
	2.2.1 Systeemiajattelu	19		
	2.2.2 Resilienssi	20		
	2.2.3 Reilu ruokajärjestelmä	20		
	2.2.4 Yksilöllistyminen, yhteisöllisyys ja osallistavuus	22		
	2.2.5 Itsemääräämisteoria ja motivaatiointerventio	23		
	2.2.6 Arvot, kulttuuri ja ravitsemus	26		
	2.2.7 Kestävyys ja vastuullisuus osana liiketoimintaa	27		
	2.2.8 Tulevaisuuden ennakointi	31		
	2.3 Yksilöstä yhteisöön - teoreettinen viitekehys	34		
03 YMMÄRRYS Tutkimusellinen viitekehys	3.1 Tarvelähtöisyys	36		
	3.2 Tutkimuskysymykset	37		
	3.3 Tutkimusmenetelmät	38		
	3.4 Taustatutkimus	39		
	3.4.1 Fleksaajat Suomessa	41		
	3.4.2 Ravitsemussuosituksien ja planetaarinen ruokavalio	44		
	3.4.3 Näkökulmia suomalaisiin mieltymyksiin	47		
	3.5 Laadullinen tutkimus	50		
	3.5.1 Ateriakokeilu, tavoitteet ja fokusryhmä	50		
	3.5.2 Datan kerääminen ja analysointityökalut	52		
	3.5.3 Päätelmät	53		
			04 KEHITYS	
			Palvelumuotoilun	
			menetelmät	
			4.1 Fokusointi	66
			4.2 Työpajat	67
			4.2.1 Tulevaisuustaaajuuspaja	67
			4.2.2 Ideointipaja	69
			4.3 Valittujen ideoiden validointi	75
			05 RATKAISU	
			Yhteenveto ja	
			ehdotukset jatkolle	
			5.1 Yhteenveto	79
			5.2 Synteesi	83
			5.3 Seuraavat askeleet	85
			5.4 Arviointi	87
			LÄHTEET	91
			LIITTEET	96

01 JOHDANTO

*"Change might not be fast and it isn't always easy.
But with time and effort, almost any habit can be reshaped."
— Charles Duhigg, The Power of Habit: Why We Do What We
Do in Life and Business*

Tässä luvussa esittelen opinnäytetyön kannalta aiheen valintaan ja ajankohtaisuuteen liittyviä tekijöitä sekä toimeksiantajayrityksen. Samalla tiivistän aiheeseen liittyvää taustatietoa ja hahmottelen työn tavoitteet ja rakenteen.

Kuva 1. Kuva Olafur Eliassonin *In Real Life* -näyttelystä (Tate Modern Lontoo), syyskuussa 2019.
Kuva Johanna Salovaara.



SYSTEMIC
VS
PERSONAL
CHANGE

Kate Raworth
@KateRaworth

Following

Is ecological collapse inevitable so we should face up to despair, or is it likely but still possibly avoidable, so we should bring hope to life through action? Jem Bendell and Jeremy Lent continue their rich debate. I'm with Jeremy on this one.

Jeremy Lent @JeremyRLent

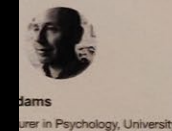
The only real path toward future flourishing is one that transforms the basis of our civilization, from extractive and wealth-based, to one that's life-affirming, based on the principles of natural ecologies.

@dkorten @KateRaworth @katgjovik @towardecociv

al change

'Not everything that is faced can be changed, but nothing can be changed until it is faced.'

—James Baldwin



James
Lecturer in Psychology, University

Can consumer choices ward off the worst effects of climate change? An expert explains.

Climate change isn't all your fault. But that doesn't mean there's nothing you can do about it.

By Gaby Del Valle | @gabydvj | gaby.delvalle@voxxmedia.com | Oct 12, 2018, 11:20am EDT



Getty Images/Blend Images

5/10/2019

Climate change: can individual consumer choices make a difference? - Vox

View

People
the E

Scientists do

By Mark Bucha
December 27, 2



1.1 Ajankohtaisuus

Kestävämpään elämäntapaan liittyviä ratkaisuja kehittäville yrityksillä ja instituutioilla on oltava syvälinen ymmärrys ihmisten arjesta. Tämä edellyttää uusia valmiuksia, ekosysteemejä ja tietämystä siitä, miten nykyiseen kysyntään voidaan parhaiten vastata ja miten sitä voidaan vauhdittaa.¹ —Sitra, 2020

Tähän ajatukseen peilaten lähdimme työstämään yhteistyöprojektia Oatly Suomen kanssa. Ruoantuotannon systeeminen kestävyysmurros puhuttaa, ja se koskettaa koko globaalia ihmiskuntaa, mutta julkinen keskustelu on usein keskittynyt eläinperäisen ja kasvipärisen ruoan vastakkainasetteluun sekä viljelijöiden aseman haastavuuteen, ja taas vähemmän ruoan ilmastovaikutuksiin. Ruoka itsessään on merkittävä päästölähde: 17 prosenttia suomalaisen hiilijalanjäljestä, josta 79 prosenttia on peräisin liha- ja maitotuotteista (vuonna 2019).² Tämän keskustelun ulkopuolelle jää kuitenkin tärkeitä kysymyksiä. Ovatko kuluttajat binäärisesti puolesta tai vastaan kun puhumme ruoantuotannon kasvipohjaisesta murroksesta, kuinka tarkoituksenmukaisesti ruokavalio valitaan ja mikä motivoi sen

¹ Korkman O., Greene S., & Hantula K, 2020. Lifestyles after lockdown. Sitra Studies. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/en/publications/lifestyles-after-lockdown/>

² Lewis A., Lettenmeier M., Koide R., Toivio V., & Amellina A. 2019. 1.5-Degree Lifestyles: Targets and Options for Reducing Lifestyle Carbon Footprints: Institute for Global Environmental Strategies, Aalto University, & D-mat Ltd. S. 14. Luettavissa: <https://www.iges.or.jp/en/pub/15-degrees-lifestyles-2019/en>

Kuva 2. Peltomaisema. Kuva Johanna Salovaara.

kuin annetaan ymmärtää vai onko muillakin tekijöillä tai niiden yhdistelmillä vaikutuksia kuluttajien motivointiin kokeilemaan kasvipohjaisia ruokavalmisteita osana kestäväää ruokavaliota? Ruoan kuluttajatutkimuksessa puhutaan nyt fleksaajista (eng. flexitarians), eli kuluttajista, jotka haluaisivat syödä kasvipainotteisemmin, mutta eivät halua kokonaan lopettaa sekasyöntiä, joka sisältää myös eläinperäisiä tuotteita.³ Flexaajat jäävät helposti kärjistyneen ja arvolutautuneen mediahuomion varjoon, mutta he voivat olla avainasemassa ruokajärjestelmän ja kuluttajuuden yhteyden, toiminnallisen arjen ja yksilöllisten erojen ymmärtämisessä. Varsinkin fleksaajissa uskotaan olevan voimaa, joka voisi muuttaa ruokajärjestelmäämme avoimempaan, reilumpaan ja kestävämpään suuntaan.⁴

3 Duckett D., Lorenzo-Arribas A., Horgan G. & Conniff A.; 2020. Amplification without the Event: The Rise of the Flexitarian. Luettavissa: <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1800066>

4 Clay, N., Sexton, A.E., Garnett, T. ym.; 2020. Palatable Disruption: The Politics of Plant Milk. *Agric Hum Values* 37, 945–962. Luettavissa: <https://doi.org/10.1007/s10460-020-10022-y>

1.2 Toimeksiantaja

Oatly on kaurapohjaisia ruokavalmisteita (mm. juomia, jäätelöitä, ”gurtteja” ja ruoanvalmistustuotteita) valmistava ruotsalainen yritys, joka on poikkeava monessakin mielessä. Oatly eroaa monista muista kategorian tuottajista muun muassa siinä, että Oatlyn kampanjat pyrkivät haastamaan totuttuja normeja ruoantuotannossa ja herättelemään kuluttajia siirtymään kasvipohjaiseen ruokaan. Muun muassa *Post Milk Generation* ja *Wow No Cow* -lausahduksien ansiosta yhtiön kaurapohjaiset tuotteet ovat saaneet laajasti huomiota ja brändiuskollisia kuluttajia erityisesti urbaanien kuluttajaryhmien keskuudessa. Oatlyn suosittua iKaffe kaurajuomaa saa jo lähes kaikista erikoiskahviloista ja ruokakaupoista ympäri Suomen, ja sen asema lehmänmaitoa korvaavana tuotteena on vakiintunut. Oatlyn Suomessa myytävät tuotteet tulevat pääosin Landskronan tehtaalta Ruotsista, jossa käytetään lähinnä ruotsalaista kauraa. Oatly ostaa kauraa myös Suomesta, mutta se menee tällä hetkellä Alankomaissa sijaitsevaan tehtaaseen, josta tuotteet myydään Euroopan markkinoilla.

Oatlyn alkuperäinen idea on tieteellisessä tutkimuksessa, jonka ruotsalaisen Lundin yliopiston tutkijat loivat etsiessään laktoositonta kasvipohjaista vaihtoehtoa lehmänmaidolle jo 1980-luvulla. He kehittivät menetelmän, jossa kaurasta ja vedestä saatiin luonnollisen entsyymikäsittelyn avulla pehmeää ja ravinteikas kaurapohja maitoa korvaaville tuotteille. Oatly perustettiin tuolle innovaatiolle vuonna 1994, mutta varsinainen kasvu alkoi vuoden 2012 jälkeen, kun yritys palkkasi toimitusjohtajakseen Toni Peterssonin. Hänen ja luovan johtajan John Schoolcraftin avuin luotiin Oatlylle uusi agenda kestävyuden puolestapuhujana; agenda, joka yhä kantaa Oatlyn

toimintaa ja jolla pyritään luomaan uutta läpinäkyvää ja keskustelevaa yrityskulttuuria. Oatly siis omien sanojensa mukaan lupaa olla hyvä yritys ja pyrkiä läpinäkyvyyteen kaikessa toiminnassaan.⁵ Kuuluisia kansainvälisesti toteutettuja Oatly kampanjoita ovat olleet muun muassa kaurajuomien inhimillisyyttä esiintuova *It's like milk but made for humans* ja Oatly jäätelöiden lanseerauksessa käytetty tuotteiden herkullisuutta korostava *It's vegan in the way french fries are vegan*.

Oatlyn syksyllä 2020 Suomen markkinoilla toteutettu kampanja Maitomyytit - Onko kaikki, mitä tiedät maidosta, totta?⁶, jossa mainonnan eettisen neuvoston antaman lausunnon mukaan syyllistettiin hyvän tavan vastaiseen mainontaan⁷, pyrki avaamaan keskustelua eläinperäisen ruoantuotannon haittavaikutuksista kyseenalaistamalla maitoon liitettyjä yleisiä uskomuksia ja asenteita. Kampanjan ydinviesti oli tämä:

Suomen Maitopropagandatoimisto perustettiin yli 90 vuotta sitten, ja siitä lähtien maidolla on ollut erityisasema Suomessa – etenkin kouluissa. Ja paljon siitä, miten ajattelemme ja tunnemme, juontaa juurensa lapsuudesta. Mutta pitääkö kaikki, mitä meille on opetettu, paikkansa? Tai tarkemmin sanottuna, pitääkö se yhä paikkansa? Asiat muuttuvat. Sivusto jolla olet, on Oatlyn tekemä. Olemme yritys, joka valmistaa kaurajuomia. Olemme vakuuttuneita siitä, että ihmiskunnan on alettava syödä ja juoda enemmän kasvipohjaisia

5 Oatly, 2020. Sustainability Report 2019. Luettavissa: <http://sustainability.oatly.com/> (haettu 2/2021)

6 Maitomyytit - Onko kaikki mitä tiedät maidosta, totta? Oatly, 2020. Oatly. Luettavissa: <https://maitomyytit.fi/>

7 Mainonnan eettinen neuvosto, lausunto MEN 9/2021: Oy Oatly Ab, 2021. Luettavissa: <https://kauppakamari.fi/men-9-2021-oy-oatly-ab/>



Kuvat 3 ja 4. Oatlyn mainoslauseita. Kuvat Oatly

tuotteita, sekä terveydellisistä että ilmastollisista syistä. Uskomme myös vahvasti avoimeen keskusteluun. Joten selaillessasi tätä sivustoa on hyvä pitää mielessä, että asiat eivät ole mustavalkoisia. Nämä ovat hankalia ja usein myös hyvin monimutkaisia kysymyksiä. Se, mitä mieltä olemme asioista, perustuu aina siihen, mitä tiedämme niistä. Joten kannattaa perehtyä aiheeseen, kuunnella eri osapuolia, keskustella toisten kanssa ja muodostaa sitten oma mielipide asiasta. Siten saavutetaan usein paras lopputulos.

Viestintä voidaan tulkita keskustelunavauksena, joka on pyritty muotoilemaan kärjistystä välttämällä ja avoimuutta korostaen. Toisaalta kampanjan seurauksena käytyä julkista keskustelua seuranneena sai mielikuvan, että kampanja hyökkäsi suomalaisia arvoja vastaan ja tällä aiheutettiin tarpeetonta vastakkainasettelua. Esimerkiksi MTV3 Uutisaamu televisio-ohjelmassa 27.10.2020 asiasta keskustelivat Valion viestintäjohtaja Helena Karhujoki ja Oatlyn kestävyysasiantuntija Liisa Kolehmainen.⁸ Ohjelmassa keskustelu Valion ja Oatlyn edustajien välillä oli rauhallista ja sovittavaa molemmin puolin, ohjelman juontajan provosoinnista huolimatta. Asia on kuitenkin uutisoitu niin, että maidontuottajat ja kaurajuoma-ala ovat napit vastakkain. Karhujoen ja Kolehmaisen kuvat on jopa asetettu vastakkain uutisessa⁹, vaikka alkuperäisellä videolla he istuvat samalla puolella⁸. Onko siis luottaminen lööppeihin, jos tutkitaan mitä kuluttajatasolla ollaan mieltä suomalaisen lehmänmaidon ja kasvipohjaisten juomien vastakkaisuudesta? Olisiko ääripäiden korostuneiden mielipiteiden

⁸ MTV3 Uutisaamu 27.10.2020. Katsottavissa: <https://www.mtv.fi/sarja/uutisaamu-33001003011/tiistai-27-10-klo-625-1314314>, kohta 1:07:50.

⁹ Taskinen H. & Tuominen P., 2020. Onko kaikki, mitä meille on uskoteltu maidosta oikeasti valletta? Kaurajuomavalmistaja Oatly aloitti rajun kampanjan – näin vastaa Valio. MTV uutiset. Luetavissa: <https://www.mtvuutiset.fi/makuja/artikkeli/onko-kaikki-mita-meille-on-uskoteltu-maidosta-oikeasti-valetta-kaurajuomavalmistaja-oatly-aloitti-rajun-kampanjan-nain-vastaa-valio/7966328>

välissä löydettävissä kokemuksellista ja hiljaista tietoa, joka avaisi asenteita, motivaatioita ja haasteita kasvipohjaisen ruokailun ja sen edistämisen tiimoilta?

Täten opinnäytetyö rakentuu sille oletukselle, että asenteet eivät ole yhtä mustavalkoisia, binaareja, tai vastakkain aseteltuja kuin erilaisissa medioissa annetaan ymmärtää. Tässäkin asiassa on parempi kysyä lisää kuin luottaa oletuksiin. Palvelumuotoilun ihmiskeskeiset prosessit ja työkalut antavat siihen oivalliset mahdollisuudet.



Kuva 5. Kuvapositiointi verkkouutisessa. MTV Uutiset 27.10.2020.⁹

Kuva 6. Todellinen positiointi uutisvideolla. MTV Uutiset 27.10.2020.⁸

1.3 Tausta ja avainsanat

Ilmassa ristivetoa - Löytyykö yhteinen ymmärrys? -hankkeen tutkimuksessa E2 Tutkimus ja Vaasan yliopiston InnoLab selvittivät mitkä ilmastonmuutoksen tekijät yhdistävät suomalaisia ja miten tietoa voisi hyödyntää ilmastotoimia suunnitellessa. Hankkeen loppuraportti⁹ toi esiin mielenkiintoisia ristiriitoja suomalaisten näkemyksissä, kulutuksessa ja aikeissa ilmastonmuutoksen vastaiseen työhön. Muun muassa 80 prosenttia suomalaisista kokivat elämäntapansa jo kokonaan tai lähestulkoon kestäviksi ympäristön kannalta, vaikka lähes 40 prosenttia koki toistuvasti tai melko usein ristiriitoja tietämyksensä ja toimiansa välillä. Vain 15 prosenttia aikoi muuttaa kulutustottumuksiin nopealla aikavälillä osallistua ilmastotavoitteiden saavuttamiseen. Suuri osa oli sitä mieltä, että yksilön teoilla ei ole merkitystä ja siksi he eivät koe huonoa omaatuntoa siitä, etteivät aio muuttaa elintapojaan. Mielikuvista huolimatta vuosittain uutisoidaan, että Suomen laskennallinen ylikulutuspäivä on kolmesta neljään kuukautta aiemmin kuin globaalisti. Ylikulutuspäivällä tarkoitetaan vuoden sitä päivää, jolloin kalenterivuoden alusta laskien maapallon vuoden tuottamat luonnonvarat ovat loppuun käytetyt. Vuonna 2021 Suomen ylikulutuspäivä saavutettiin jo 10. huhtikuuta kun globaali ylikulutuspäivä oli 29. heinäkuuta¹⁰. Asiaan vaikuttaa merkittävästi se, että kulutustaso kulkee käsi kädessä kasvihuonepäästöjen kanssa¹¹. Suomalaisten hiilijalanjälki on korkea suhteessa globaaliin keskiarvoon ja päästöjen tulisi siis laskea roimasti, jopa 80–93 prosenttia vuoteen

9 Lehtonen T, Niemi M. K., Perälä A., Pitkänen V. & Westinen, J, 2020. Ilmassa ristivetoa - löytyykö yhteinen ymmärrys? Tutkimus kansalaisten, kuntapäättäjien ja suuryritysten johtajien ilmastoasenteista. Hanketyöryhmä, E2 Tutkimus ja Vaasan yliopisto. Luettavissa: <https://www.uwasa.fi/sites/default/files/2020-11/Ilmassaprosenttia20ristivetoaprosenttia20loppuraportti.pdf>

2050 mennessä.¹² Myös maitotuotteiden kulutuksessa suomalaiset ovat omaa luokkaansa. Suomessa käytetään maitotuotteita eniten maailmassa. Laskennallisesti asia ei ole toisaalta yksiselitteinen, ja tilastoja esitetään vaihtelevin vertailuluvuin (maidon kulutus voidaan ilmoittaa juomana, juustoina ja muina tuotteina erikseen tai kaikki yhdessä). Esimerkiksi voidaan ottaa vuosi 2013, jolloin suomalaiset kuluttivat maitoa (sisältäen kaikki maitotuotteet) 430 kilogramman verran vuodessa, joka on noin kaksi kertaa enemmän kuin toisissa maitotuotteita rakastavassa pohjoismaassa Islannissa, tai samoilla korkeusasteilla sijaitsevassa Kanadassa.¹³ Toki kulutuksen kehityssuunta on verkkaisesti laskusuuntainen. Näiden ristiriitaisten tietojen valossa voisi siis päätellä, että ilmastolliset syyt eivät ole muutoksen motivoinnin ytimessä. Mikä sitten voisi liikuttaa laajempia kuluttajaryhmiä kohti *planetaarista ruokavaliomallia*¹⁴ ja kokeilemaan kasvipohjaisia ruokavalmisteita, mikäli ilmastoargumentin teho ruokavalioiden muutokselle ei ole tarpeeksi tehokas?

10 Global Footprint Network, 2021. Suomen ylikulutuspäivä 2021. Luettavissa: <https://www.overshootday.org/newsroom/country-overshoot-days/>

11 Global Footprint Network, 2021. Suomen ylikulutuspäivä 2021. Luettavissa: <https://www.overshootday.org/newsroom/country-overshoot-days/>

12 Lewis A., Lettenmeier M., Koide R., Toivio V., & Amellina A. 2019. 1.5-Degree Lifestyles: Targets and Options for Reducing Lifestyle Carbon Footprints: Institute for Global Environmental Strategies, Aalto University, & D-mat Ltd. S. 14. Luettavissa: <https://www.iges.or.jp/en/pub/15-degrees-lifestyles-2019/en>

13 List of Countries by Milk Consumption Per Capita, 2013. Wikipedia. Luettavissa: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=List_of_countries_by_milk_consumption_per_capita&direction=next&oldid=990679063

14 Suomen Tietotoimisto, 2021. Planetaarinen ruokavaliomalli vaikuttaa tuleviin ravitsemussuosituksiin myös Suomessa. Yle Uutiset. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11967364>.

Motivaatiopsykologian perusteos *Mikä meitä liikuttaa?*¹⁵ pureutuu kolmannessa osassa hyvinvointiperustaisen muutoksen motivointiin. Siinä esitetyn keskeisen motivaatioteorian, itsemääräämisteorian, mukaan ihmisen kolmen perustarpeen (yhteenkuuluvuudentunne, autonomia, pätevyys) tyydyttyminen samanaikaisesti on *yhteydessä hyvinvointiin, hyvään suoriutumiseen ja sisäiseen motivaatioon*. Tieto ei ole yksinään riittävä tekijä muutostarpeiden mahdollistajana. Käyttäytymiseen liittyy vahvasti myös sosiaalisia, arvopohjaisia, uskomuksellisia ja tunneperäisiä tekijöitä. Muutoksen motivoinnin tueksi voidaan käyttää *motivaatiointervention* suunnittelumallia, jossa pyritään tukemaan kaikkia kolmea käyttäytymisen taustatekijää (motivaatio, kyvykkyys, tilaisuudet) samanaikaisesti jotta toivottu yksilötason muutos olisi kokemuksena positiivinen ja pysyvä. Tämän lisäksi intervention suunnittelussa on hyvä pitää huolta jakelukanavien, kustannusvaikuttavuuden ja skaalautuvuuden osa-alueista, joilla on merkitystä kokeilujen juurtumisessa pysyviksi tavoiksi ja käyttäytymiseksi. Kirjassa esitetty taulukko käyttäytymisen alkulähteiden ja teoreettisten aihealueiden synteisistä kertovat syvemmin käyttäytymisen osa-alueista (ks. taulukko 1).

Viitekehystä voi huomata selvästi sen, että tapojen muutokseen vaikuttavat sisäisten motivaattorien lisäksi myös hyvin arkiset ja konkreettiset tekijät kuten tiedon selkeys ja omaksuminen, sosiaaliset vaikutteet (asenneilmapiiri) sekä fyysiset tilaisuudet (hinta, saatavuus, helppous). Jotta kaikki tekijät loksahaisivat paikoilleen kasviperustaisen ruokamurroksen kannalta suotuisasti, tarvitaan edellä mainittujen tekijöiden ainakin osittain samanaikaista onnistumista.

15 Salmela-Aro K., Nurmi J-E & Feldt T., 2017. Mikä meitä liikuttaa: Motivaatiopsykologian perusteet. 3. täysin uudistettu painos ed. Jyväskylä: PS-kustannus.

Näin ollen olennaisena jatkumona yksilön sisäiseen tasapainoiluun on tarve koko ruokaketjun systeemiseen muutokseen. Suomalaisessa *Just Food* -hankkeessa selvitetään parhaillaan *millaisia haasteita ruokamurros tuo ruokapöytiin ja päätöksentekoon, kun tavoitteena on tasa-arvoinen mahdollisuus terveelliseen, turvalliseen ja kestäväan ruokavalioon*¹⁶. Havainnollistavana esimerkkinä on muun muassa tämä: jotta suomalainen lihan kulutus ja lihan tuotanto (jonka kanssa maidontuotanto on symbioosissa) saataisiin kestäväälle tasolle vaatisi se vahvaa poliittista ohjausta, kulutuksen muutosta ja vähintään 20–30 vuoden aikajännettä, jolloin tuottajat ehtisivät sopeutua muutokseen

COM-B-malli		Teoreettisten aihealueiden viitekehysten (TDF) aihealue
KYVYKKYYS	Fyysiset	Taidot
	Psyykkiset	Tieto Kognitiiviset ja interpersoonalliset taidot Käyttäytymisen säätely Muisti-, päätöksenteko- ja havaitsemisprosessit
MOTIVAATIO	Reflektiivinen, tiedostettu	Omia kykyjä koskevat käsitykset Käyttäytymisen seurauksia koskevat käsitykset Sosiaalinen ja ammatillinen rooli, identiteetti Tavoitteet Aikomukset Optimismi
	Automaattinen	Tunteet Vahvistaminen
TILAISUUDET	Sosiaaliset	Sosiaaliset vaikutteet
	Fyysiset	Ympäristön olosuhteet ja resurssit

16 Reilu ruokamurros -hankkeen verkkosivut. Just Food, SYKE, 2019. https://www.justfood.fi/fi-FI/Tietoa_hankeesta

Taulukko 1. Käyttäytymisen alkulähteiden (COM-B malli) ja teoreettisten aihealueiden (TDF) synteisistä viitekehys.¹⁵

ja tasata pääomansa aiemmista investoinneista. Aluksi lihan- ja maidontuotannon väheneminen vaatisi myös paljon tuontiravintoa ennen kuin Suomessa viljelty ravinto riittäisi vastaamaan kysyntään. Ja mikäli kasvipohjaisten ratkaisujen kysyntä lähtisi voimakkaaseen kasvuun saattaisi se välillisesti halventaa eläinperäisten tuotteiden hintaa, ja entisestään tehdä niitä houkuttelevimmiksi niin hintavetoisten kuluttajaryhmien keskuudessa kuin kilpailutettujen ruokapalveluiden tarjonnassa.¹⁷ On siis selvää, että vahvempaa poliittista ohjausta ja yksilöihin kohdistuvaa tuuppausta (eng. nudging) tarvitaan. Esimerkiksi hinnan, saatavuuden ja houkuttelevuuden säätelyllä voitaisiin osin vähentää kestävämmien kulutustottumusten houkuttelevuutta.

JustFood -hankkeen reilu ja suvaitsevainen äänensävy on sellainen, jota tässä opinnäytetyössä pyritään pitää kantavana ajurina. On selvää, että etenkin tietyllä ruokakulttuuria tarkastelevalla mittapuulla Suomi voidaan nähdä jokseenkin homogeenisenä. Lisäksi kuluttajista hiljainen enemmistö kokee, että nykyinen ruokakeskustelu on kärjistynyttä.¹⁸ Nämä tekijät huomioon ottaen kestävä ruokamurros vaatii onnistuakseen muutosta ajavien tahojen sovittavaa asennetta, syvempää ymmärrystä ihmisten ruoka-arjesta, sekä ruoan tuottajien ja jälleenmyyjien aseman kriittistä tarkastelua. Taustatutkimuksessa (alaluku 3.4) syvennytään näiden tekijöiden vaikutukseen yksilöiden elämässä.

17 Lehtonen H., 2016. 5 Lihankulutuksen merkitys Suomen maataloudelle. Toim. Mattila H., 2016. Vähemmän lihaa : Kohti kestäväää ruokakulttuuria. Helsinki: Gaudeamus. S. 118-125.

18 Beanit ruokakysely 2021. Verso Food Oy. Luettavissa: https://www.beanit.fi/wp-content/uploads/2021/02/Beanit_ruokakysely_raportti_100221.pdf

Opinnäytetyössä käytettyjä avainsanoja ja käsitteitä:

Fleksaajat = kaikkiruokaiset kuluttajat, jotka syövät jo kasvipainotteisesti tai ovat kiinnostuneita lisäämään kasviksien ja kasvipohjaisten tuotteiden osuutta ruokavaliossaan, mutta syövät edelleen myös eläinperäistä ravintoa tilanteen mukaan

Reilu ruokamurros = siirtymä ilmastoviisaaseen ja terveelliseen ruokajärjestelmään, joka toteutetaan kestävästi, hyväksyttävästi ja oikeudenmukaisesti

Kasvipainotteinen ruokavalio = kasviksia ja viljoja suosiva ruokavalio (saattaa sisältää eläinperäisiä tuotteita vallitsevien ravitsemussuosituksen raameissa)

Kasvipohjainen = vain kasvikunnan raaka-aineita sisältävää ravintoa¹⁸

Motivaatiointerventio = toiminto, jonka tavoitteena on vaikuttaa ihmisten käyttäytymiseen positiivisten ja kokonaisvaltaisten ratkaisujen kautta

18 Vertaa termiin vegaani, joka lähestyy asiaa myös eläinoikeuksien näkökulmasta.

1.4 Rakenne ja tavoitteet

Opinnäytetyö pyrkii selvittämään kuvassa 8 esitetyn viitekehysten, *Mikä meitä liikuttaa?* -kirjanitsemäärämisteorian ja *motivaatiointervention* mallin sekä palvelumuotoilun keinoin, mitä ajureita Oatly voisi vahvistaa Suomen markkinalla, jotta se tukisi isomman kuluttajaryhmän kasvipohjaisen ravinnon kokeilukulttuuria, ja siten helpottaisi estemuurin läpäisyä. Tutkimuksen kohteena on siten sekä kuluttajien kokemat esteet kasvipohjaisten tuotteiden kokeiluille, että kokeilusta seuranneet kokemukset matkalla kasvipohjaiseen ruokavalioon.

Opinnäytetyö jakautuu neljään osaan. Ensimmäisessä osuudessa rakennetaan teoreettinen viitekehys. Toisessa osassa tehdään taustatutkimus ja laadullinen tutkimus, jossa annettiin kuluttajille ääni muotoiluluotaimia hyödyntävän ateriakokeilun avulla. Kolmannessa osassa pureudutaan ymmärtämään kerättyä empiiristä dataa. Kolmannessa osuudessa myös hyödynnetään yhteiskehittämistä kahdessa työpajassa. Neljäs, ja viimeinen, osuus käsittää valittujen ideoiden prototyypit sekä niiden validoinnin. Lopputulos on tämä raportti prosessin eri vaiheista, ja sisältää tutkimukseen ja yhteiskehittämiseen perustuvat ehdotukset seuraaville askelille kasvipohjaisen ruokamurroksen tukemiseksi. Ideoinnin ja prototyypin yksityiskohdat jäävät vain Oatlyn sisäiseen käyttöön.

Tutkimusmenetelminä ovat siis kvalitatiiviset, etnografiset, ihmisiä osallistavat sekä teoriaa ja käytäntöä yhdistävät metodit. Olen käyttänyt suunnittelutoimisto Ideon kehittämää *Mood Meter*²⁰ -työkalua kuvaamaan metodien vaiheistuksen, jossa näkyy konkreettisen ja abstraktin synteesisistä ponnistava tutkimuksen kaari (ks. kuva 9).

Tutkimusmenetelmät vastaavat hyvin palvelumuotoilun perusviitekehystä, niin kutsuttua tuplatimanttia, mutta *Mood Meter*issä se on kuvattu sukeltavana kaarena tuoden esiin epävarmuustekijöiden läsnäolon, kun dataa käsitellään ja sen pohjalta ideoidaan. Synteesivaiheessakin on siis vielä epäselvää mitä lopputulokset tulevat olemaan.

Vuonna 2020 julkaistu tulevaisuuden hyvinvointiyhteiskuntaa varten suunniteltu sivistyksen ja edistyksen käsitteitä uudelleenmäärittelevä opas *Sivistys vaurautena - Radikaalisti mutta lempeästi kohti kestävä yhteiskunta*²¹ toimii tämän opinnäytetyön arvopohjana. Kirjassa kuvataan hiljaista vallankumousta, jonka vaikutukset alkoivat 2000-luvun puolella, kun vuosina 1980–2000 syntyneet ryhtyivät kyseenalaistamaan kapitalistisen yhteiskuntajärjestelmän mahdollisuuksia tarjota hyvää elämää tuleville sukupolville. Kirjan tavoitteena on ymmärtää olemassa olevia tapahtumaketjuja ja antaa Suomen valtion päättäjille ja kansalaisille henkisiä työkaluja, joilla voidaan tavoitella koettua hyvinvointia materiaalsen hyvinvoinnin sijaan tai ainakin sen ohella tulevaisuudessa. Kirjassa painotetaan yhteisöllisyyden läsnäolon tärkeyttä ihmisten hyvinvoinnin ja merkityksellisyyden tunteen luomisessa. Miten tämä kaikki sitten liittyy kaurajuomia tuottavaan ruotsalaiseen yritykseen? Siten että *Sivistys vaurautena* -kirjalla on hyvin samankaltainen viesti kuin Oatlyn kestävyysmanifestilla²²:

20 Speicher S., 2019. The Best Business Breakthroughs Come from Moments of Doubt. Ideo. Luettavissa: <https://www.ideo.com/journal/the-best-business-breakthroughs-come-from-moments-of-doubt>

21 Joutsenvirta M., Salonen A-O & Jaaksi A.; 2020. Sivistys Vaurautena: radikaalisti, mutta lempeästi kohti kestävä yhteiskunta. Helsinki: Basam Books.

22 The Oatly Way. Oatly. Luettavissa: <https://www.oatly.com/fi/the-oatly-way>

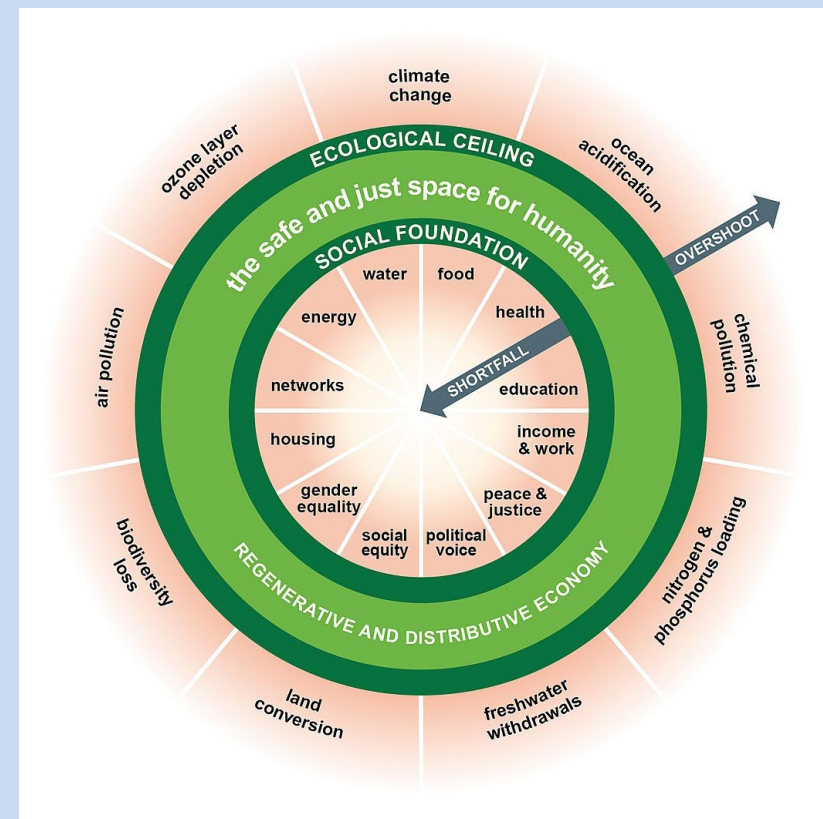
We promise to be a good company which means that our drive to help people upgrade their lives always comes before the reckless pursuit of profit.

Toisin sanoen nähdään, että ihmisten hyvinvointia voidaan paremmin tukea systeemisten muutosten ja vähemmän maapallon resursseja kuluttavan mallin avulla. Joutsenniemi ja Salonen viittaavat henkisen hyvinvoinnin merkitykseen kestävyiden onnistumisessa, ja Oatly pyrkii osaltaan ratkaisemaan nykyisen kestävämmän ruokajärjestelmän ongelmia niin että kestävä toimintamalli on liiketoiminnan ytimessä.

Toinen opinnäytetyötä ohjaava teos on englantilaisen taloustieteilijän Kate Raworthin kirjoittama *Donitsitaloustiede: Seitsemän tapaa ajatella kuin 2000-luvun taloustieteilijä*²³. Donitsitalousteorian keskiössä on uudenlainen talouden viitekehys, donitsi, jossa planetaarinen ja riittävän hyväksi koettu elämä (sosiaalinen perusta) määrittelee alarajan eli donitsin sisimmäisen renkaan, ja maapallon fyysinen kantokyky luo ihmisen kulutusta rajaavan ekologisen katon eli donitsin uloimman renkaan. Tämän donitsin rajoja kunnioittaen olisi siis teoriassa mahdollista saavuttaa kestävä tulevaisuus, johon ihmiskunnalla on mahdollisuus vaikuttaa, mittaroiden niin ihmisten hyvinvointia kuin planeetan sietokykyä. Kirjassa esitellään uusiutumiskykyinen (regeneratiivinen) ja vaurautta tasaisemmin jakava talusteoria, jossa ihmisten olisi, ainakin oman vaikutuspiirinsä ehdoilla, mahdollista elää turvallista ja oikeudenmukaista elämää. Raworth puhuu uudenlaisen visuaalisuuden tarpeesta niin että perinteisiä jatkuvan kasvun lineaarisesti kuvaavia kaavioita pitäisi vaihtaa syklisiin muotoihin, joissa tuodaan esille myös maapallon kantokyvyn rajat. Näin ollen myös

23 Raworth K, suom. Pietiläinen J, 2018. Donitsitaloustiede: Seitsemän Tapaa Ajatella Kuin 2000-Luvun Taloustieteilijä. Helsinki: Terra Cognita.

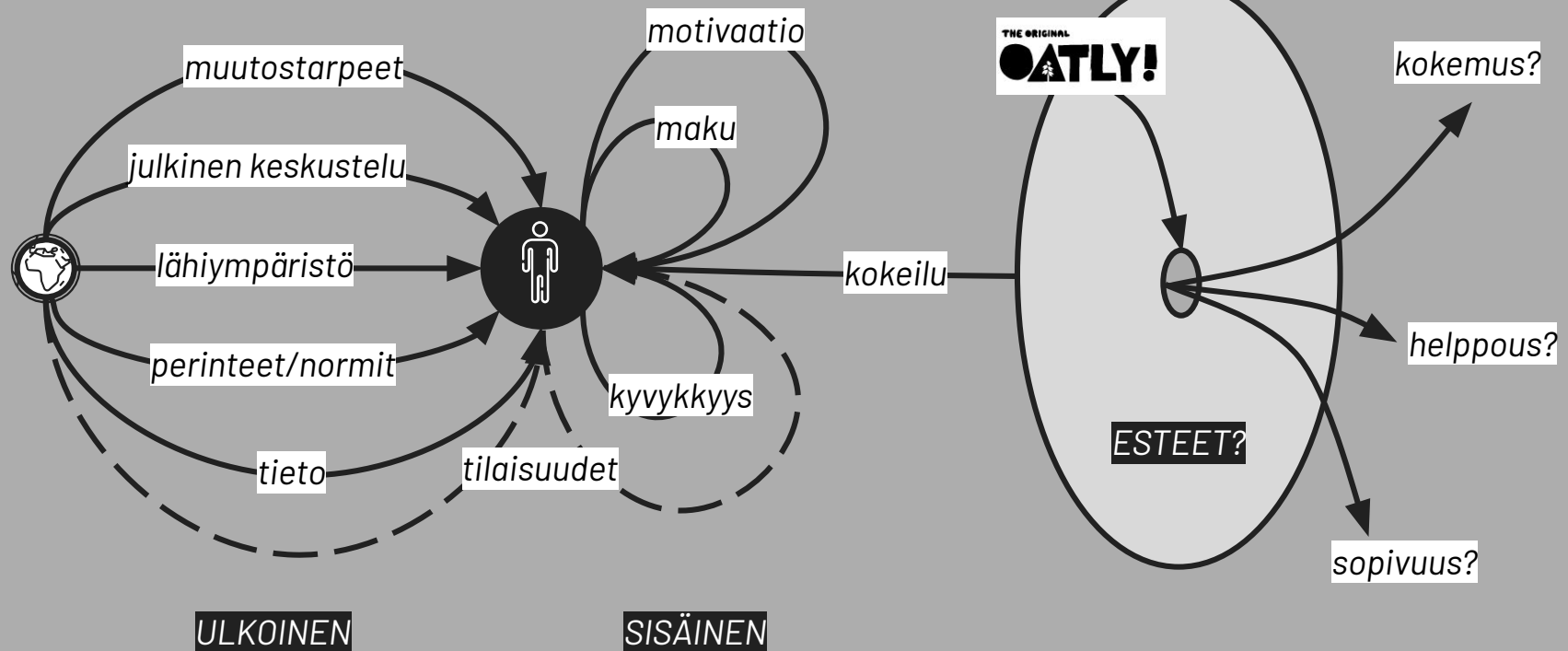
kulutustuotteiden tekemisessä pitäisi entistä enemmän ottaa huomioon resurssitehokkuus suhteessa saavutettavaan hyötyyn. Ravitsemuksessa se tarkoittaa esimerkiksi siirtymistä kasvipainotteisempaan ruokaan myös niin, että viljelyalaa käytetään suoraan ihmisten ravinnon eikä eläinten rehun kasvatukseen, samalla tukien luonnon monimuotoisuutta. Tämä on tietenkin helpommin sanottu kuin tehty ja monet hankkeet Suomessa (mm. *Just Food*) selvittävät tällä hetkellä, miten kestävyysvajetta saadaan kurottua ihmisravinnon kautta.



Kuva 7. Donitsitaloustieteen toiminnallinen viitekehys. Lähde: Wikipedia, 2021. [https://en.wikipedia.org/wiki/Doughnut_\(economic_model\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Doughnut_(economic_model))

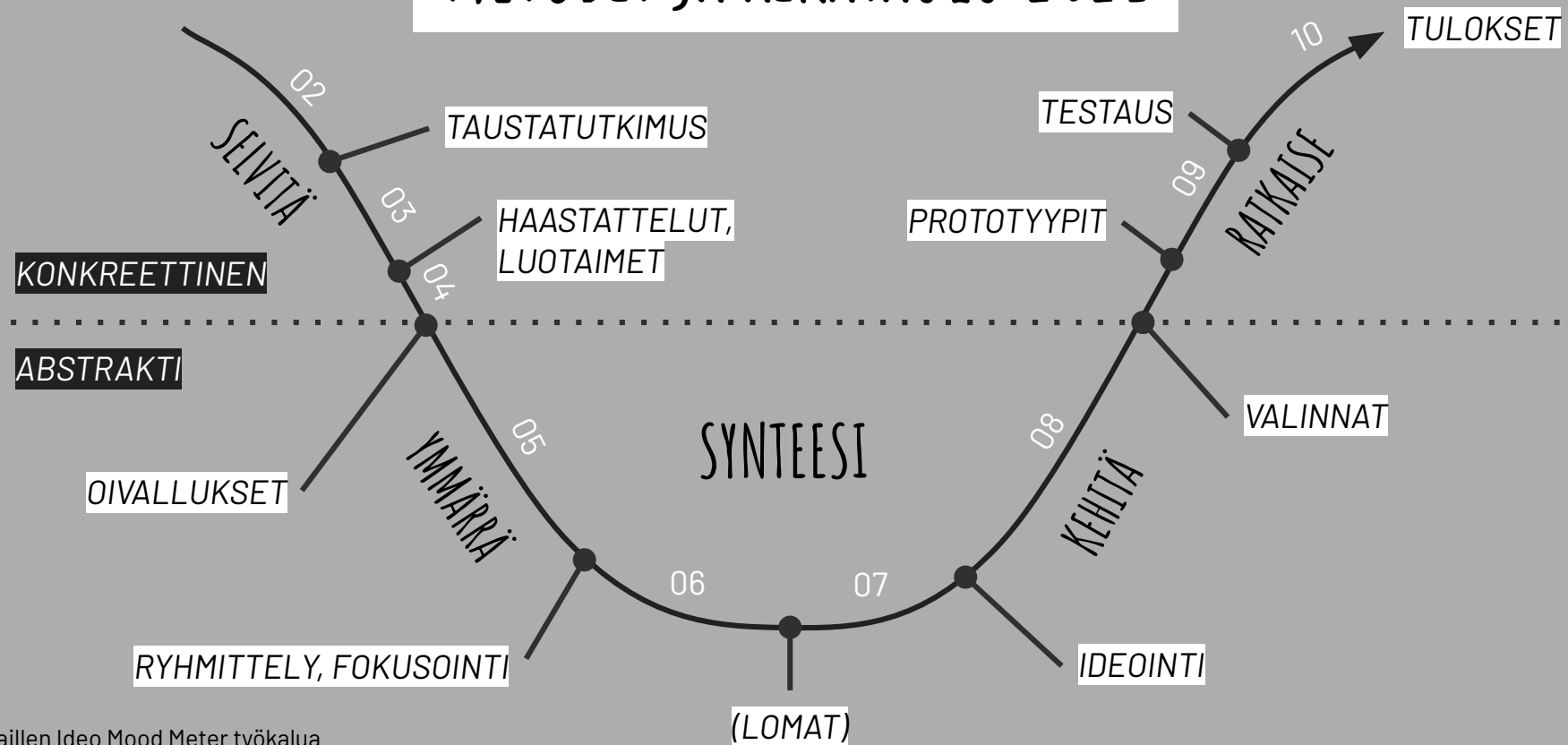
VIITEKEHYS

YKSILÖÖN VAIKUTTAVAT MOTIVAATION JA MUUTOKSEN AJURIT KASVIPOHJAISTEN ATERIÖIDEN KOKEILUUN



Kuva 8. Opinnäytetyön tutkimuksellinen viitekehys (avataan lisää luvussa 02 Selvitys).

METODIT JA AIKATAULU 2021



Mukaillen Ideo Mood Meter työkalua

<https://www.ideo.com/journal/the-best-business-breakthroughs-come-from-moments-of-doubt/>

Kuva 9. Tutkimusmetodien ja opinnäytetyön aikataulun visualisointi Ideon Mood Meter -työkalua mukaillen.

02 SELVITYS

Teoreettinen viitekehys

“Small wins are exactly what they sound like, and are part of how keystone habits create widespread changes. A huge body of research has shown that small wins have enormous power, an influence.”

— Charles Duhigg, *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business*

Tässä luvussa käyn läpi palvelumuotoilun teoriaa sekä tässä opinnäytetyössä sovellettuja palvelumuotoilun toimintaperiaatteita ja termejä. Tämän lisäksi avaan tarkemmin kasvipohjaiseen ruokamurrokseen liittyvää tutkimusta, teoriaa ja termistöä, sekä suomalaisessa että globaalissa kontekstissa. Lisäksi esittelen opinnäytetyön viitekehysten, jossa fokus on yksilöön vaikuttavissa motivaatio- ja muutosajureissa sekä vallitsevan ruokakulttuurin jännitteissä ajatellen siirtymää kasvipohjaiseen ruokavalioon.

Kuva 10. Liikennemerkkin taustapuoli Reykjavikin rannalla kesäkuussa 2019.
Kuva Johanna Salovaara.





2.1 Palvelumuotoilu ja käsitteet

Palvelumuotoilu (eng. service design) on yksinkertaisesti ilmaistuna muotoilun ala, joka on laajentanut perinteistä muotoilun käsitettä kattamaan tuotteen, palvelun, kokemuksen ja sidosryhmien mukaan ottamisen kehittämisprosessiin. Palvelumuotoilija Juha Tuulaniemi sanoittaa asian näin:

Palvelumuotoilu auttaa organisaatiota havaitsemaan palveluiden strategiset mahdollisuudet liiketoiminnassa, innovoimaan uusia palveluita ja kehittämään jo olemassa olevia palveluita. Palvelumuotoilu on osaamisala, joka tuo muotoilusta tutut toimintatavat palveluiden kehittämiseen ja yhdistää ne perinteisiin palvelun kehityksen menetelmiin. Palvelumuotoilu ei ole uusi innovaatio vaan pikemminkin tapa yhdistää vanhoja asioita uudella tavalla. Palvelumuotoilu elää omien oppiensä mukaisesti jatkuvassa kehittämisen tilassa. Edellä kuvatun kulttuurisen, taloudellisen ja sosiaalisen murroksen vaatimaa osaamista voidaan kutsua palvelumuotoiluksi.²⁵

A *Tiny History of Service Design* -kirjasessa palvelumuotoilun katsotaan leikkimielisesti alkaneen jo silloin kun ihminen on alkanut suunnittelemaan ja toteuttamaan hyödykkeitä ja palveluja toiselle ihmiselle²⁶, eli todella kauan aikaa sitten. Teollinen vallankumous,

²⁵ Tuulaniemi J., 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

²⁶ Catalanotto D., 2018. A Tiny History of Service Design. Blurb, Incorporated. Luettavissa: <https://service-design.co/book-a-tiny-history-of-service-design-368ed603797c>

Kuva 11. Lapsen kanssa ruokakaupassa. Kuva Johanna Salovaara.

markkinatalous ja yksilökeskeisyys nostivat palvelujen ja kokemuksen merkitystä elämänlaadun parantamisessa, ja toisaalta ergonomia sekä sosialistiset aallot 1970-luvulla loivat osallistavan muotoilun ja muotoilujattelun käsitteet ja metodit. Kuitenkin termi palvelumuotoilu otettiin ensimmäistä kertaa käyttöön 1980-luvulla, jolloin myös käyttäjälähtöinen muotoilu alkoi vahvistaa asemaansa. 1990-luvulla palvelumuotoilusta syntyi tiedonala, kun muun muassa monialainen suunnittelutoimisto IDEO perustettiin Palo Altossa Kaliforniassa.²⁷ IDEOn toimintaperiaate on *We Create Positive Impact Through Design*, ja sillä on ollut merkittävä vaikutus muotoilualan kehittymiseen globaalilla tasolla. Liiketoimintana ja koulutusalan palvelumuotoilu lähti leviämään laajemmin 2000-luvulla voimistuen ja kasvaen globaaliksi verkostomaiseksi ilmiöksi 2010-luvulla liittäen myös kestävän kehityksen ja vastuullisuuden agendat vahvasti muotoilujatteluun.

Mitä palvelumuotoilu sitten on? Perinteinen ja ytimekäs kuvaus on tämä: jos kadulla on kaksi kahvilaa vierekkäin, jotka tarjoavat suurin piirtein samanlaisia tuotteita niin se kahvila, joka palvelee jatkuvaa tyytyväisten asiakkaiden virtaa, käyttää palvelumuotoilua osana kestävän liiketoiminnan suunnittelua. Toisin sanoen, jos et tunne asiakkaitasi ja toimintaympäristöäsi ja et osaa olla muuntautua tarpeen mukaan niin et menesty. Laajemmin katsottuna palvelumuotoilua voidaan soveltaa hyvin erikokoisten ja erilaisten organisaatioiden kehittämistyössä. Puhutaan siitä, että laitetaan muotoilijan lasit päähän ja lähdetään ulos, kohdataan ihmisiä, mielipiteitä, kehitysideoita, mahdollisuuksia,

26 Catalanotto D., 2018. A Tiny History of Service Design. Blurb, Incorporated. Luettavissa: <https://service-design.co/book-a-tiny-history-of-service-design-368ed603797c>

27 IDEO Global Design Company, verkkosivut. <https://www.ideo.com/>

luodaan yhdessä uusia ratkaisuja, testataan niitä ja kehitetään taas uudelleen kokemuksen perusteella. Toimialana palvelumuotoilu siis pyrkii tuomaan yhteen monialaisia osaajia, erilaisia sidosryhmiä, osallistavia työkaluja ja luomaan merkityksellisiä, vaikuttavia ja kestäviä ratkaisuja yhteiskehittämisen ja jatkuvan oppimisen metodein. Palvelumuotoilu voi myös sisältää fyysistä ja/tai digitaalista tuotesuunnittelua, jos se yhdistää asiakaskeskeisiä sekä yhdessä luotuja prosesseja sekä palvelullisia näkökulmia. Palvelumuotoilijan työnkuva vaihtelee suuresti organisaatiosta tai toimeksiantajasta riippuen. Palvelumuotoilijan kompetensseihin voi siis lukeutua vaikkapa muotoilujattelun ja yhteistyötaitojen lisäksi sosiaali- ja kulttuuriantropologian ymmärrystä, tilastotieteitä, visualisointitaitoja, tuotesuunnittelua, empatiakykyä, liiketoimintaosaamista, markkinointia, puheviestintää, improvisaatiotaitoja, resilienssiä, digiosaamista, kestävän kehityksen ymmärrystä, systeemijattelua, yhteisöjen kehittämistä ja tulevaisuuden ennakkointia.²⁸

Palvelumuotoilulla voidaan merkittävästi parantaa ymmärrystä ja yhteistyötä eri sidosryhmien välillä, oli sitten kyse isosta kaupungista, pienestä startup-yrityksestä tai vaikkapa kaurapohjaisia ruokatuotteita valmistavasta globaalista yrityksestä. Oatlylla on poikkeuksellinen mutta selvä agenda tukea kasvipohjaisen ruokamurroksen onnistumista maailmanlaajuisesti eikä vain kasvattaa kauratuotteiden myyntiä.²⁹ Eri markkina-alueet ja kulttuurit ovat kuitenkin vastaanottaneet Oatlyn keskustelua herättäneet kampanjat eri tavoin vastaan. Suomessa niukkuuden historia, ruokaperinteet ja maitoteollisuuden erityisen

28 Kirjoittajan omia arvioita opintojen varrelta.

29 Oatly verkkosivut. The Oatly Way. <https://www.oatly.com/fi/the-oatly-way>

vahva asema haastavat osaltaan suomalaisten kuluttajien motivointia kasvupohjaiseen ruokavaliomuutokseen erityisesti maitotuotteiden kohdalla.³⁰ Tämä on mielenkiintoinen lähtökohta palvelumuotoilun silmin, kun tavoitteena on saada hiljaista laadullista tietoa niiltä kuluttajilta, jotka pyrkivät mukautumaan meneillään oleviin muutoksiin ilman että se aiheuttaa liikaa negatiivisia vaikutuksia omaan elämään. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan, miten nämä tavoitteet voidaan yhdistää menestyksekkäästi, ja millaisia vaikuttimia voidaan kehittää muotoilun metodein kokeilukulttuurin kasvattamiseksi fleksaajien keskuudessa.

Verkosta löytyvästä palvelumuotoilun sanakirjassa (*Innovation Dictionary*)³¹ on yli 400 termiä, jotka liittyvät palvelumuotoiluun. Käyn tässä tarkemmin läpi opinnäytetyössä käytettyjä käsitteitä:

Muotoiluajattelu = muotoiluopillinen lähestymistapa, jossa (ihmisten) tarpeet muutetaan innovaatioiden avulla onnistuneeksi (liike)toiminnaksi

Jatkuva oppiminen = ihminen on luontaisesti utelias ja kiinnostunut oppimaan koko elämänsä ajan

Käyttäjälähtöisyys = käyttäjän kokemukset, tarpeet ja tavoitteet (tiedostetut ja tiedostamattomat) otetaan vahvasti huomioon tutkimus- ja kehittämismenetelmissä

Muutosajurit = tekijät, jotka vaikuttavat muutokseen, kestävyysajattelussa käytetään kolmikantamallia: sosiaaliset, ekologiset ja taloudelliset ajurit

Muotoiluluotaimet = käyttäjäkokemusten tallentamisen välineet, joiden avulla voidaan esimerkiksi selvittää kulttuurin, tunteiden ja arvojen vaikutusta kokemuksiin ja kehittämistyöhön

Työpaja = käsityöaloilta lainattu sana, joka palvelumuotoilun kontekstissa tarkoittaa sitä, kun ihmiset kerääntyvät yhteen työskentelemään ennalta määritellyn haasteen tai kysymyksen ratkaisemiseksi

Tulevaisuuspora = työpajamalli, jossa pyritään mallintamaan erilaisia tulevaisuuksia, jotta voidaan varautua vaihteleviin tapahtumakulkuihin

Ideointi = työpajoissa tehtävä ajatusinnovaatiotyö, mikä voi johtaa erityyppisiin tuloksiin kuten organisaatio-, palvelu-, tuote- tai vaikuttamiskonsepteihin

Prototyypointi = valittujen ideoiden nopeat mallinnukset

Validointi = prototyyppien testaaminen käyttäjillä ja/tai asiantuntijoilla

30 Fogelholm M., 2020. Tieteen ja käytännön äärellä -podcast 9: urheilijan ravinto, identiteetti ja ympäristövastuu. Liikuntatieteellinen seura. Luettavissa ja kuunneltavissa: <https://www.lts.fi/liikunta-tiede/podcastit/podcast-9.html>

2.2 Kahdeksan syytä - teoriatausta ja käsitteet

Tässä alaluvussa käsitellään opinnäytteen aiheen taustalla vaikuttavia teorioita niiden relevanttien käsitteiden kautta, jotka ovat muokanneet tutkimuskysymysten asetantaa ja tutkimuskohteiden valintaa. Johdannossa mainitut ajankohtaisuuteen ja arvoihin liittyvät teokset *Sivistys Vaurautena*³² sekä *Donitsitaloustiede*³³ sekä motivaatiopsykologiaa ja käyttäytymisen muutosinterventioita käsittelevä *Mikä meitä liikuttaa?*³⁴ johtivat tutkimaan hieman syvemmin systeemisten murrosten tapahtumakulkuja, resilienssiä, yhteisöjen kehittämistä, ruokakulttuuriin liittyviä taustatekijöitä, tulevaisuuden ennakkointia, yksilöllisen yhteisyyden kokemuksia ja vaikutuksia käyttäytymiseen sekä tiedon versus emotion asemaa muutoksen esteenä ja toisaalta sen mahdollistajana. Hyvin erilaisia taustateorioita läpi käydessä alkoi aiheen punainen lanka hiljalleen hahmottua, ja nostamatta mitään teoriaa tai tutkimusaluetta ylitse muiden, seuraavat käsitteet on järjestetty yleisluontoisesta fokusoidumpaan seuraamalla tutkimusvaiheen ajatuspolkuja.

32 Joutsenvirta M., Salonen A-O & Jaaksi A.; 2020. *Sivistys Vaurautena: radikaalisti, mutta lempeästi kohti kestävästä yhteiskuntaa*. Helsinki: Basam Books.

33 Raworth K, suom. Pietiläinen J, 2018. *Donitsitaloustiede: Seitsemän Tapaa Ajatella* Kuin 2000-Luvun Taloustieteilijä. Helsinki: Terra Cognita.

34 Salmela-Aro K., Nurmi J-E & Feldt T., 2017. *Mikä meitä liikuttaa: Motivaatiopsykologian perusteet*. 3. täysin uudistettu painos ed. Jyväskylä: PS-kustannus.

2.2.1 Systeemiajattelu

Teollis-teknologisen aikakauden jatkumona ilmentynyt ilmasto- ja resurssikriisi on nostanut esiin kasan viheliäisiä ongelmia, joita ei pystytä ratkaisemaan perinteisin maailmaa jakavan ja pilkkovan ongelmanratkaisun keinoin, vaan on kyettävä näkemään erilaisten ilmiöiden ja tekijöiden tiivis keskinäisriippuvainen verkosto, eli systeemi. Systeemiajattelu pyrkii kokonaisvaltaiseen tarkasteluun ja syvään ymmärrykseen pikaratkaisujen ja siilomaisen päätöksenteon sijaan. Systeemiajattelussa pyritään vaikuttamaan ennen kaikkea ajattelumalleihin ja tutkimaan asioiden välisiä yhteyksiä eikä asioita itsenäisinä ja irrotettuina kontekstistaan. Ominaista systeemiajattelulle on laatikon ulkopuolelle tai ulkopuolelta katsominen sekä muutosvirran mukana kulkeminen ei niinkään sen pysäyttäminen.³⁵ Systeemiajattelu ja palvelumuotoilu kulkevat siltä osin käsi kädessä, että molemmat pyrkivät tarkastelemaan käytäntöjä osana syvempää ymmärrystä ennen kuin lähdetään miettimään varsinaisia ratkaisuja. Jo pelkästään itse ongelman ydin saattaa tässä prosessissa saada uuden muodon, kun tarkastellaan syvempiä merkitys-moninaisuus-aikomus-seuraussuhteita, aidon kriittisesti. Systeemiajattelu ei ole helppoa eikä yksiselitteistä eikä pohjaudu siihen, että voisimme hallita tapahtumia omien tarpeidemme mukaan, vaan se on sopeutumista kaaokseen ja siihen että ymmärrämme lopulta hyvin vähän monimutkaisuudesta:

35 Colchester J., 2019. *Viheliäisten ongelmien ratkaiseminen systeemiajattelulla*. Sitra. <https://www.sitra.fi/blogit/viheliaiset-ongelmat-systeemiajattelu/>

Paljosta puheesta huolimatta systeemiajattelun soveltaminen yhteiskunnallisessa päätöksenteossa on vielä vähäistä. Tätä saattaa selittää se, että moderni länsimainen todellisuuskäsitys ja ihmisten ajattelu perustuvat edelleen asioita pilkkovaan ja pelkistävään tulkintaan. Asioita lohkamalla haetaan selkeyttä ja elämän hallittavuutta. Tarkastelun kohde repäistään irti asiayhteyksistä, tai se jaetaan osiin ja tarkastelu toteutetaan osa kerrallaan. Kun todellisuutta tällä tavoin pelkistetään, vaikuttaa maailma hallittavalta ja elämä turvalliselta. Näin muodostuva käsitys maailmasta perustuu mekanistiseen ja atomistiseen ajatteluun sekä lineaariseen logiikkaan. Uhkana on, että näin muodostuva todellisuuskäsitys selittää maailman sellaiseksi, mitä se ei ole. Viisas ihminen päätyy tulkitsemaan todellisuutta harhaisesti.³⁶

2.2.2 Resilienssi

Kasvavissa määrin käytetty monialainen termi, jonka määritelmä vaihtelee tiede- ja toimialasta riippuen. Psykologiassa mielen resilienssi tarkoittaa sitä, että vastoinkäymisistä tai stressistä pystyy palautumaan suhteellisen stabiilille tasolle. Ekologinen resilienssi tarkoittaa sitä, että ekosysteemi pystyy vastaanottamaan haasteita ja käsittelemään häiriöitä tiettyyn pisteeseen asti niistä vielä palautuen.³⁷ Termi voi tarkoittaa myös toivottua proaktiivista tilaa, jossa altistetaan ja altistutaan tarkoituksenmukaisesti uusien, vieraiden ja monimuotoisten tekijöiden vaikutuksen piiriin tarkoituksena vahvistaa ja kehittää

36 Joutsenvirta M., Salonen A-O & Jaaksi A.; 2020. Sivistys Vaurautena: radikaalisti, mutta lempeästi kohti kestävästä yhteiskuntaa. Helsinki: Basam Books. S. 42-43.

37 Nurmi S., 2016. Mitä sopeutuminen ympäristömuutoksiin vaatii? Sitra. Verkkolähde: <https://www.sitra.fi/artikkelit/mita-sopeutuminen-ymparistomuutoksiin-vaatii/>

“vastustuskykyä”. Resilienssiin liittyy opinnäytetyön aihetta tarkastellen myös vahvasti muutosvalmius, adaptiivisuus sekä demokraattisen ajattelun ytimessä oleva tasa-arvon periaate eli miten kykenemme kohtaamaan tuntemattoman ja valmistautumaan tuleviin haasteisiin niin että myös haavoittuvat kansanryhmät kuten nuoret, pienituloiset, maahanmuuttajat tai vaikkapa transition jalkoihin jäävät yrittäjät pystyvät saavuttamaan hyvän elämän edellytykset puhumattakaan tulevista sukupolvista tai sukupuuton partaalla olevista eliölajeista.

2.2.3 Reilu ruokajärjestelmä

Yleisesti ottaen ruokajärjestelmän voidaan katsoa kattavan ruoan tuotannon, kuljetuksen, varastoinnin, jalostuksen, jälleenmyynnin, valmistamisen, kulutuksen sekä jätehuollon. Vieläkin laajemmassa kontekstissa ruokajärjestelmään voidaan liittää poliittisia, toiminnallisia ja materiaalisia kytköksiä ekosysteemeihin sekä toisaalta ihmisen toimintaan ja hyvinvointiin, joten määritelmä ja sen rajaaminen on monimutkaista. Lisäksi on otettava huomioon tulevien sukupolvien elinkelpoisuus, hyvinvointi ja ruokavarmuus.

Suomessa ruokajärjestelmä on ruoan kulutuksen kannalta suhteellisen omavarainen ja kotieläintuotantoon nojaava, esimerkiksi *S-ryhmän ruoan myynnistä 80 prosenttia oli kotimaista vuonna 2020*³⁸ (kahdeksan kymmenestä Kotimaista-sarjan tuotteesta oli lihaa tai maitoa), mutta itse ruoantuotanto tarvitsee runsaasti tuontipanoksia kuten energiaa,

38 S-ryhmä, 2021. Korona lisäsi kotimaisen ruoan myyntiä – kovin kasvu tuoreessa kalassa. Luettavissa: <https://s-ryhma.fi/uutinen/korona-lisasi-kotimaisen-ruoan-myyntia-kovin-kasvu/7nH6srtjWYChJ01oLQjD6n>

rehua, lannoitteita ja maatalouskemikaaleja.³⁹ Maailmanlaajuiset paineet kasvipohjaisempaan *planetaariseen ruokavalioon* siirtymiseen tarkoittaa väistämättä ruokajärjestelmästä murrosta myös Suomessa. Ongelmaksi näyttääkin muodostuvan liiallinen panostus kotieläintuotantoon viimeisten vuosikymmenten aikana, joka muun muassa edellä mainittujen tuontipanosten vuoksi heikentää Suomen ruokavarmuutta tulevaisuudessa.⁴⁰ *Reilu ruokamurros* -hanke pyrkiikin kasvattamaan ymmärrystä suomalaisesta ruokajärjestelmästä kokonaisuutena, sen tulevaisuudesta ja muutostarpeista niin, että muutos olisi toteutettavissa viisaasti ja reilusti sekä luonnon, ruoantuottajien, että kuluttajien kannalta.

”Tärkeä näkökulma reiluuteen on myös reiluus tulevia sukupolvia kohtaan. Muutoksen hitaus tai epäonnistuminen tarkoittaa yhtä aikaa kasvavaa sopeutumispainetta tulevaisuudessa, sekä mahdollisesti dramaattisten ja nopeuden päästövähennysten tarvetta, joka ei ole reilua.” —Liisa Kolehmainen, Oatlyn kestävyysasiantuntija

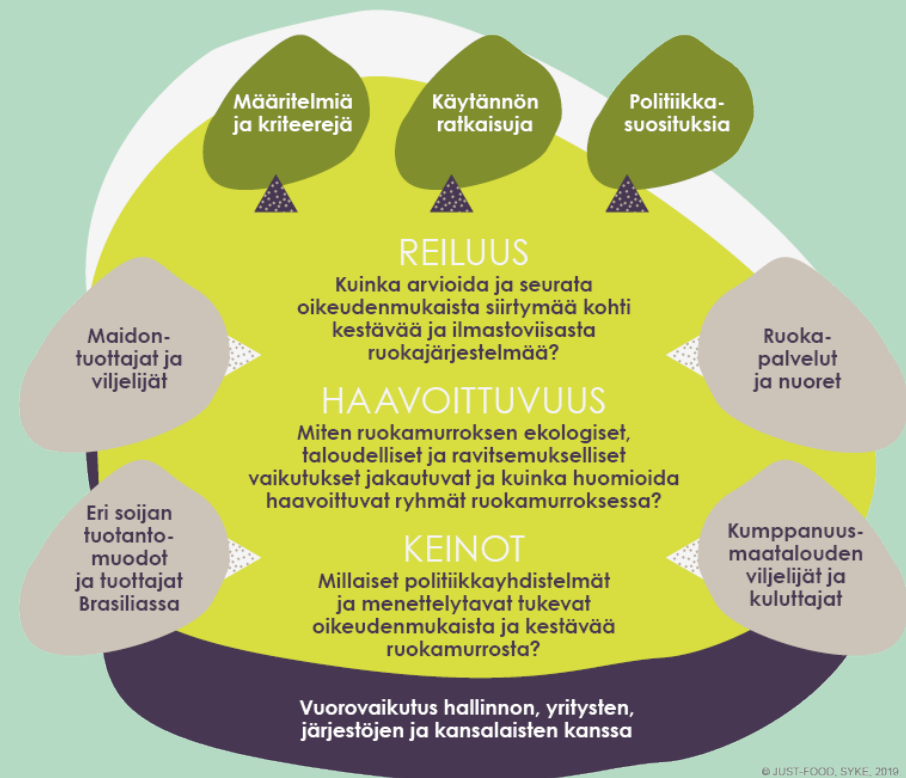
Suomalaisten kulutustottumuksien kestävyys on havahduttu vaihtelevissa tunnelmissa, ja erityisesti ruoan kulutuksen kritisoiminen herättää kuluttajissa närkästystä.⁴¹ Keskustelukulttuurin kaivataan pehmeää otetta ja lisää poliittista ohjausta syyllistämisen sijaan. Kansanterveydelliset syyt ja suomalaiset ravitsemussuositukset

39 Pennanen R., 2020. Ruoan kotimaisuus on harhaa – Luonnonvarakeskuksen tutkija: ”Meillä ei ole ensimmäistäkään tuotetta ilman tuontia”. Yle uutiset. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11368687>

40 Saarinen M, Kaljonen M. ym., 2019. RuokaMinimi-hankkeen loppuraportti. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-773-4>

41 Beanit ruokakysely, 2021. Verso Food Oy. Luettavissa: https://www.beanit.fi/wp-content/uploads/2021/02/Beanit_ruokakysely_raportti_100221.pdf

puhuvat kuitenkin kasvivoittoisen ruokavalion puolesta, sillä suurin osa suomalaisista syö liikaa lihaa ja tyydyttyneitä eläinperäisiä rasvoja.⁴² Reilun, kestävän ja terveellisen ruokajärjestelmän luomiseksi suositellaankin poliittista ohjausta erityisesti verotusta säätämällä.⁴³



© JUST-FOOD, SYKE, 2019

42 FinRavinto 2017 -tutkimuksen tuloksia, 2019. Terveystieteiden tutkimuskeskus. <https://www.slideshare.net/THLfi/finravinto-2017-tutkimuksen-tuloksia>

43 Silvasti T., Paloviita A., Kortetmäki T., ym., 2019. Reilua ruokaa tänään ja huomenna: suosituksia kestävän ruokajärjestelmän luomiseksi. *Wisdom Letters*, 2/2019. Jyväskylän yliopisto, JYU.Wisdom - School of Resource Wisdom. Luettavissa: https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/65625/wisdomletters_2-19_web.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kuva 12. *Reilu ruokamurros* -hankkeen viitekehys. Just Food, 2019. SYKE. Hankkeen verkkosivut: https://www.justfood.fi/fi-FI/Tietoa_hankeesta

2.2.4 Yksilöllistyminen, yhteisöllisyys ja osallistavuus

Modernisaation keskeinen tunnusmerkki yksilöllistyminen liittyy oleellisesti yhteisöllisyyden käsitteeseen ja etenkin sen muodostumiseen ongelmaksi. Yksilöllistyminen merkitsee tilannetta, jossa ihmisen suhde omaan itseensä muodostuu merkittävimäksi elämänsä haasteeksi ja suhde muihin ihmisiin on monessa suhteessa tälle alisteinen. Yksilöllistyminen nähdään näin ollen usein ilmiöksi, joka rapauttaa yhteisöllisyyden. -- Toisena tulkintana on nähdä uudet yhteisöjen muodot pikemminkin yksilöllistymisen käsitteellisenä jatkeena, jossa ihmiset valitsevat ja kuluttavat yhteisöjäsenyyksiä osana elämäntapaoprojektejaan.⁴⁵

Länsimaisten yhteiskuntarakenteiden yhteiseksi nimittäjäksi mielletyn yksilökeskeisyyden vaikutus kuluttajakäyttäytymiseen on ollut merkittävä. Toisaalta ruohonjuuritasolla on nähtävissä kaipuuta yhteisöllisyyden tarjoamiin varmuus-, turvallisuus- ja yhteyskokemuksiin. Yhteisöllisyys onkin nykymuodossaan enemmän samaistuttavuuden kuin perinteisen (vastuun)jakamisen kulttuuria. Tästä on osittain syyttämisen elintapojemme mittaroinnin ja datan keräämisen merkityksen kasvua, joka ruokkii ”algoritmimäistä” elämän optimoinnin ja tehostamisen pyrkimystä.⁴⁶ Vapaa-aika ja henkilökohtaiset intressit määrittelevät identiteettiämme nykyään enemmän kuin esimerkiksi suku-, koulutus- tai työyhteisömme.

45 Saastamoinen M., 2011. Intensiivistyvä yksilöllistyminen ja sosiaalisuuden muuttuvat muodot. Toim. Kangaspunta S., 2011. Yksilöllinen Yhteisöllisyys. Tampere University Press. S. 61, 63, 77, 80–81. Luettavissa: https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/103157/Kangaspunta_Yksilollinen_yhteisollisyys.pdf?sequence=1&isAllowed=y

46 Biohakkerointi 2018. Wikipedia. <https://fi.wikipedia.org/w/index.php?title=Biohakkerointi&oldid=17714073>

Yhteisöllisyys on käsitteenä vaikeasti määriteltävä, valtavan moniulotteinen, jokseenkin vanhanaikainen sekä sosialismilta kalskahtava, joten onkin huomattavaa että teknologiavivahteisina käsitteinä verkostoituminen ja verkostososiaalisuus ovat niin ikään korvanneet sanoina länsimaisten yhdyskuntien sosiaalista kanssakäymistä kuvaavia toimintoja.⁴⁵ Globaali markkinatalous on muokannut yhteisöjen tarvetta myös entistä emotionalisempaan suuntaan kun fyysisten tarpeiden tyydyttämisessä toimivat pikemminkin kasvottomat kansainväliset organisaatiot kuin palvelutarjonnan henkilöityneet yrittäjämuodot.

Suomalaista ruokakulttuuria viime aikoina leimannut kotimaisuuden korostaminen on näkynyt vahvasti kampanjoinnissa viime vuosina. Koronaviruksen aiheuttama pandemia on ollut omiaan lisäämään tämän viestin vetovoimaa. Lähiruoasta on myös alettu puhua enemmän, ja sen selvä kysynnän nousu on kasvattanut myös osallistavaa ja yhteisöllistä ruoantuotantoa muun muassa ruokaosuuskuntien kasvuna. Ruotsalaista alkuperää oleva *REKO-rinki*⁴⁷ (Rejäl konsumtion = todellinen kuluttaminen) on saanut vahvan jalansijan Suomessa erityisesti kaupunkikeskittymissä, joissa suoria lähituottajia ei ole tai niiden tukeminen henkilökohtaisesti on vaikean matkan päässä. Tämän lisäksi yhteisöllisyyden ja osallistumisen kokemuksia tarjoavat kaupunkiviljely sekä sellaiset ruokaosuuskunnat, joiden tuotantotöihin osallistuminen on mahdollista (esimerkiksi luomuosuuskunta Oma Maa Tuusulassa). Lähiruoka ruokatrendinä onkin ainoa, joka vetoaa suurempaan yleisöön eikä liity vahvasti

47 Muilu T., 2018. EKO (Rejäl Konsumtion – Fair Consumption) Ring Rural-Urban Outlooks: Unlocking Synergies (ROBUST), H2020 project No 727988. Luettavissa: <http://rural-urban.eu/sites/default/files/G-HEL3prosenttia20REKOprosenttia20Fairprosenttia20Consumptionprosenttia20Network.pdf>

johonkin ruokavaliota rajoittavaan muotoon. Osuvasti Suomen suuret ruokakauppakettajat nojaavat kotimaisuuden arvostukseen ja kortteli- tai kyläkauppaimagoon.

Ruokailuun liittyy myös toisaalta voimakas olet mitä syöt -ilmiö, jossa yksilöllistyminen konkretisoituu identiteetin jatkumona sekä fyysisyyden biohakkerointina, joka tarkoittaa terveyden ja suorituskyvyn edistämistä muun muassa ruokavalion, liikunnan ja fyysisen olemuksen säätelyllä ja mittaroinnilla.⁴⁸ Joillekin ruoka edustaa pelkkää polttoainetta ja joillekin se on elämäntapa (ks. 3.4 Taustatutkimus), joka tapauksessa nämä valinnat herättävät paljon keskustelua ja liikettä sekä julkisuudessa että sen ulkopuolella.⁴⁹ Ilmiönä fleksaaminen asettuukin vahvasti juuri yksilön ja yhteisön synteisiin, sillä sitä leimaa tilanneriippuvuus ja tasapainoilu vallitsevan tiedon, tulkinnan, tilanteen, tavoitteiden ja toteutuksen kanssa. Tästä lisää luvussa 2.3 Yksilöstä yhteisöön.

2.2.5 Itsemääräämisteoria, motivaatiointerventio ja kognitiivinen kuorma

Motivaatiopsykologiassa yksi keskeisimmistä motivaatioteorioista on itsemääräämisteoria, jonka mukaan kolmen perustarpeen tyydyttyminen on yhteydessä hyvinvointiin, hyvään suoriutumiseen

48 Biohakkerointi 2018. Wikipedia. <https://fi.wikipedia.org/w/index.php?title=Biohakkerointi&oldid=17714073>

49 Helsingin Sanomat ruokakysely, 2021. Syön tätä, koska... Luettavissa: <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000007854519.html>

ja sisäiseen motivaatioon. Nämä kolme perustarvetta ovat yhteenkuuluvuudentunne, autonomia ja pätevyys. Toisin sanoen ihmiselle ominaisia ja olennaisia tarpeita ovat samaistuminen ja yhteyden kokemus toisiin ihmisiin, mahdollisuus päättää itseään koskevista asioista sekä kokea olevansa kyvykäs jollain tai usealla toiminnan alueella. Itsemääräämisteoriassa nähdään, että jos toimimme omien perustarpeidemme mukaisesti, olemme integroituneempia ja toimimme korkeamman moraalin tasolla, täten olemme motivoituneita tekemään päätöksiä, jotka vaikuttavat hyvinvointiimme positiivisesti.^{50 & 51}

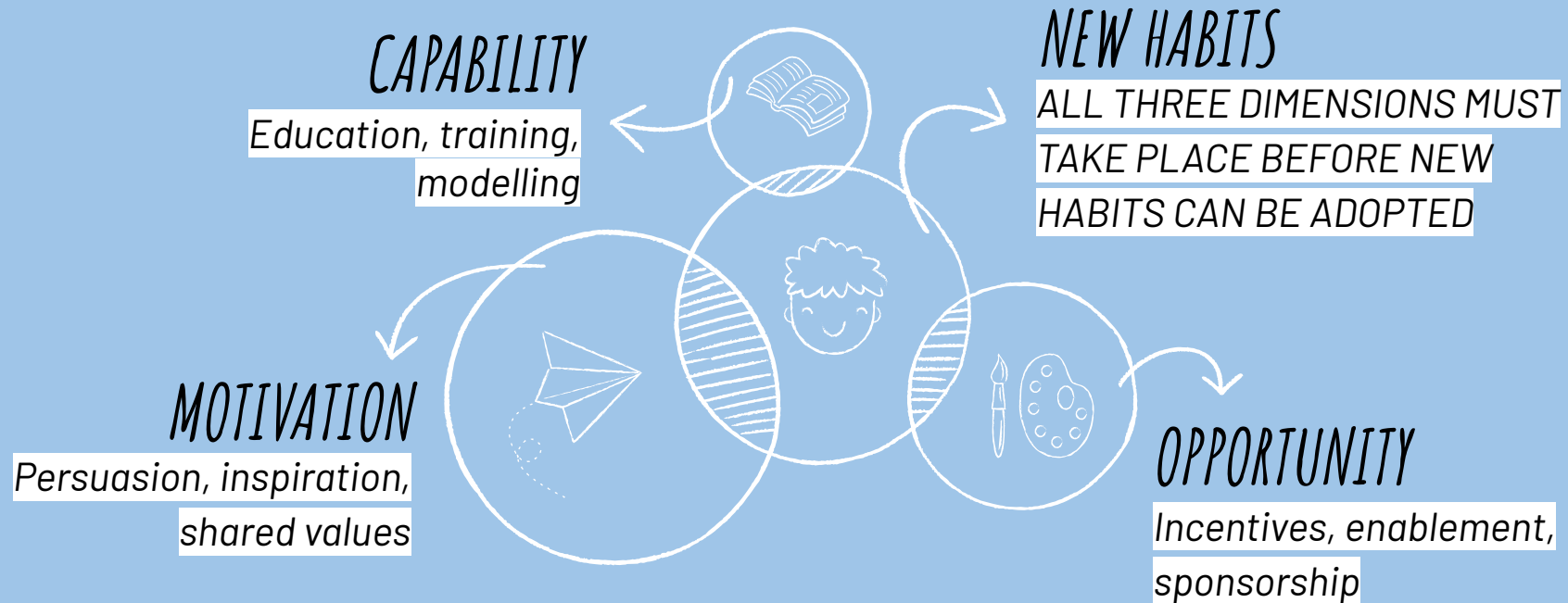
Motivaatiointerventioilla pyritään vaikuttamaan haitallisiin käyttäytymismalleihin itsemääräämisteoriassa mainitun kolmikannan (yhteenkuuluvuudentunne, autonomia, pätevyys) kokonaisvaltaisella tukemisella, jossa otetaan huomioon yksilön motivaatio (suostuttelu, inspirointi, jaetut arvot), kyvykkyys (opetus, mallinnus, harjoittelu) ja tilaisuudet (kannustimet, tarjonta, sponsorointi).⁵² Lähtökohta motivaatiointerventiosuunnittelussa on ymmärrys kohderyhmästä, sen käyttäytymisestä sekä kontekstista voidaksemme valita parhaat vaikutuskeinot käyttäytymisen muutoksille. Jos esimerkiksi halutaan tukea terveellistä ravitsemusta, niin voidaan opettaa ja inspiroida osuvalla reseptikalla, jakaa tietoa terveyshyödyistä, tukea jatkumoa antamalla määrällisiä suosituksia kasvisten käytölle tai tuuppaamalla

50 Salmela-Aro K., Nurmi J-E, & Feldt T., 2017. Mikä Meitä Liikuttaa: Motivaatiopsykologian Perusteet. 3. Jyväskylä: PS-kustannus.

51 Deci E. & Ryan R., 2000. The What and Why of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry* 11 (4): 227-268. doi:10.1207/S15327965PLI1104_01.

52 Mayne J., 2017. The COM-B Theory of Change Model (V3). Luettavissa: https://www.researchgate.net/publication/314086441_The_COM-B_Theory_of_Change_Model_V3

MOTIVATION INTERVENTION MODEL



Adapted from the COM-B Theory of Change Model (V3) Mayne, J., 2017.

https://www.researchgate.net/publication/314086441_The_COM-B_Theory_of_Change_Model_V3

(eng. nudging) ”oikeaan” suuntaan tuotteiden esillepanon ja tarjousten avulla. *Motivaatiointerventiomalli* tarjoaa eväät kannustaville kokeiluille, mutta toteaa myös, että avain pysyvien tapojen ylläpitämiselle on paljon haastavampaa, vaatii tuekseen yhteiskunnallista systeemistä muutosta eikä aiheeseen liittyvää tutkimusta ole vielä tehty tarpeeksi.

Ihmiselle ominaista on varautuneisuus uusia asioita kohtaan ja samanaikainen uteliaisuus että mitäs uutta onkaan tarjolla. Tästä puhuu myös Valtion ravitsemusneuvottelukunnan pääsihteerin Arja Lyytikäinen *Ruoka murroksessa* podcastissa (26.4.2021):

Me tavallaan niitetään nyt sitä elintason kasvuun liittyvää ruokamuutosta, mikä on tapahtunut vuosikymmenten aikana ja paluu tietysti tässä suhteessa on aina vähän rankempaa sinne taaksepäin, kun ajatellaan että pitää luopua jostain. Mutta tietysti ravitsemustieteilijänä minä sanoisin näin, että en minä halua luoda sellaista ajatusta, että pitää luopua jostain. Löytyy vaihtoehtoisia yhtä hyviä maukkaita, raikkaita, uusia makuelämyksiä eli sen kautta tietenkin ja kyllähän ihmisen sisälle on rakennettu tällainen uutuuden pelko, mutta toisekseen uteliaisuus. Jos me jotenkin hauskaasti osattaisiin sitä käyttää hyödyksi siellä työpaikkaruokailussa, mutta yhtä lailla niiden lasten kanssa. Täältä minusta löytyy niitä niin kuin kestäviä ratkaisuja myöskin ruokatottumusten muutokseen.⁵³

Motivaatioon ja käyttäytymiseen liittyy myös sivuttaen oppimisteoria kognitiivisesta kuormasta, jonka mukaan työmuisti voi käsitellä vain muutamia tietolähteitä kerrallaan ja opitun sisäistäminen vaatii opitun

53 *Ruoka murroksessa* -podcast, jakso 4 - Mitkä ovat ruokamurroksen haavoittuvat ryhmät? SYKE, Just Food - Reilu ruokamurros -hanke. Kuunneltavissa ja luettavissa: [https://www.justfood.fi/fi-FI/Puheenvuorot/Ruoka_murroksessa_Podcast/Ruoka_murroksessa_podcast_jakso_4_Mitka\(60495\)](https://www.justfood.fi/fi-FI/Puheenvuorot/Ruoka_murroksessa_Podcast/Ruoka_murroksessa_podcast_jakso_4_Mitka(60495))

tiedon linkittämistä näkemiseen ja kokemiseen, tosin yksilötasolla eroavaisuudet ovat suuria. Liiallinen kognitiivinen kuormitus niin että tietoa tulee pienin eroin monesta lähteestä saattaa jopa heikentää oppimista, ja aiheuttaa hylkyreaktion.⁵⁴ Tästä ilmiöstä kertoo myös suomalaisten kertomat kestävään ruokailuun liitetyt ongelmat maa- ja metsätalousministeriön järjestämissä erätaukokeskusteluissa:

Keskustelijat kokivat, että tiedonpuutteen vuoksi he eivät aina tiedä, mikä on kestävä ruokavalinta. Tieto ja tekeminen eivät myöskään aina kohtaa. Ihmiset ovat tietoisia ruuantuotannon ympäristö- ja terveysvaikutuksista, mutta he eivät silti toimi niiden mukaisesti. Lisäksi keskustelijat kokivat, että ihmiset eivät ole tarpeeksi avarakatseisia. Toisten tekemät valinnat tuomitaan. Myös uusiin makuihin tottuminen tuntui vaikealta. Keskustelut osoittavat, että kiire ja väsymys estävät ruokamuutoksien tekemistä, koska väsyneenä muutosten tekeminen tuntuu entistä vaikeammalta. Tämän lisäksi keskusteluihin osallistuneet haluavat helppoja ratkaisuja arjen ruuanlaittoon, koska aikaa on vähän muiden kiireiden keskellä. Konkreettisten esimerkkien puute tuotti myös haasteita muokata ruokatottumuksista terveellisimpiä ja ympäristöystävällisempiä. Keskustelijat toivovat enemmän käytännön esimerkkejä terveys-suositusten mukaisista ohjeista ja siitä, miten päivän ruokailut tulisi koostaa. Muutosten tekeminen koettiin haasteelliseksi, koska ympäristö ei tue muutoksen tekemistä.⁵⁵

54 Cognitive load theory, Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Cognitive_load

55 Mattila H., 2021. Ruuasta lämmöllä ja lempeästi. Maa- ja metsätalousministeriön blogi. <https://mmm.fi/blogit/-/blogs/ruuasta-lammolla-ja-lempeasti#7bb7ed3b>

2.2.6 Arvot, kulttuuri ja ravitseminen

Ihmiset syntyvät tiettyyn aikaan ja paikkaan, jossa vallitsevat tietyt arvot, normit ja uskomukset. Heillä on taipumus pitää omaan aikalaisuuteensa ja elämänpiiriinsä perustuvaa todellisuutta luonnollisena, normaalina ja pysyvänä. Kuitenkin muutamia vuosikymmeniä aikaisemmin ihmiset saattoivat pitää normaaleina hyvin erilaisia asioita ja käyttäytyä toisenlaisten arvojen ohjaamina, Arvottamisen kohteet ja sisällöt omaksutaan yleensä lähiyhteisöistä ja samaistumisen kohteina olevien ihmisten elämäntavoista. Toisaalta arvottaminen on myös ihmisen sisäiseen maailmaan kuuluva perusreaktio.⁵⁶

Näin kirjoittaa kauppatieteiden tohtori Maria Joutsenvirta ja Suomen kestävän kehityksen asiantuntijaneelin jäsen professori Arto O. Salonen teoksessa *Sivistys vaurautena* (2020). Ympäriällä avautuvan maailman arvottaminen on ihmisenä olemisen ja kulttuurin ytimessä, mikä edesauttaa yhteiskuntien rakentumisesta ja ohjaavat jokapäiväistä elämää (s. 66). Koettu maailma ei täten ole neutraali vaan arvoverkostojen kudelma, joka toisaalta on vakaa normien ja rakenteiden kautta ja toisaalta alituisessa muutoksessa oleva erityisesti internetin ja globalisaation aikakaudella, kun vallitsevia arvoja ja totuuksia haastetaan monelta suunnalta. Kuitenkin *kansalaisen on käytännössä varsin raskasta vastustaa vallalla olevaa kulttuuriin kuuluvaa tapaa arvottaa yhteiskunnassa olevia asioita ja ilmiöitä*, kirjoittavat Joutsenvirta ja Salonen (s. 67).

56 Joutsenvirta M., Salonen A-O & Jaaksi A.; 2020. *Sivistys Vaurautena: radikaalisti, mutta lempeästi kohti kestävästä yhteiskuntaa*. Helsinki: Basam Books. S. 67.

Sukeltamatta sen syvemmälle teorioiden mereen siitä miten arvot muodostuvat ja miten ne omaksutaan osaksi identiteettiä, voidaan kuitenkin tarkastella suomalaista kulttuuria ja arvoja suhteessa ruokailutottumuksiin. Ruokailu on syvästi kulttuurisidonnaista: toisaalta ruoantuotannon historia, perinteet sekä lapsena koetut ruokamuistot vaikuttavat ihmisten mieltymyksiin ja toisaalta matkustamisen yleisyys tuo ruokailuun tuliaisena lisämausteita maailman ruokakulttuureista. Näin ollen saatamme yhtäaikaaisesti vaalia kulttuuriperintöä sekä muokata siitä jotain uutta esimerkiksi syömällä torstaisin mintulla maustettua tuorehernekeittoa ja banaanipannukakkuja jälkiruoaksi.

On selvää, että suomalaiset ruoka-arvot nojaavat pitkälti lihan- ja maidontuotantoon ihan historian ja kansanravitsemuksellisten toimintojen kautta, vaikka perinteisiin ruokiin onkin aina käytetty kasvikunnan raaka-aineita (viljat, juurekset, sienet, marjat) jokseenkin monipuolisesti⁵⁷, ja toisaalta nykyiset ravitsemussuositukset puhuvat huomattavasti kasvipitoisemman ruokavalion puolesta⁵⁸. Kasvikunnan tuotteet koetaan lisukkeena ja siksi niiden 'nälänpitävyyttä' saatetaan arvostella tunneperäisesti. Eläimiä on pystytty kasvattamaan Suomessa ympäri vuoden, toisin kuin esimerkiksi viljaa, ja erityisesti maidolla on vahva kulttuuriperinnöllinen asema kaikkiiin muihin maailman maihin verrattuna. Maito ja terveys ry:n mukaan suomalainen kuluttaa maitoa eniten maailmassa (150 litraa/henkilö/vuosi), juustoa lähes saman verran kuin suurin juustonkuluttaja Ranska (24 kiloa/henkilö/vuosi)

57 Pohjolainen P. & Tapio P., 2016. 6 Ovatko kuluttajat valmiita muutokseen? Toim. Mattila H., 2016. *Vähemmän lihaa: Kohti kestävästä ruokakulttuuria*. Helsinki: Gaudeamus. S. 146.

58 Ruokaviraston ravitsemussuositukset 2014. Valtion ravitsemusneuvottelukunta. Luettavissa: https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/teemat/terveytta-edistava-ruokavalio/kuluttaja-ja-ammatilaismateriaali/julkaisut/ravitsemussuositukset_2014_fi_web_versio_5.pdf

mutta voita suhteellisesti vähemmän (3,5 kiloa/henkilö/vuosi).⁵⁹ Suomi on myös edelläkävijä laktoosittomien maitotuotteiden kehittämisessä, joten tarvetta laktoosittomille kasvipohjaisille ravintojuomille ei ole niinkään ollut.

Suomalaisia kotieläintuotantoon perustuvia ruoka-arvoja haastetaan siinä missä muissakin maissa lähinnä ympäristö-, terveys- ja eläinten hyvinvointiin liittyvistä syistä. Kaurapohjaiset maidonkorvikkeet on hyväksytty suhteellisen luontevasti osaksi suomalaista ruokailua muun muassa siitä syystä että kauraa voidaan kasvattaa Suomessa, kauratuotteiden terveellisyyttä on jo vuosikymmenien ajan viestitty sekä virallisten tahojen että kauratuotevalmistajien toimesta ja erilaisia kaurapohjaisia tuotteita on laajasti saatavilla.⁶⁰ Toistaiseksi näyttöä siitä että tiedolla olisi suurta merkitystä kasvipohjaisiin tuotteisiin siirtymisellä ei juurikaan ole, vaan kulutustottumuksien muutos tai muuttumattomuus pohjautuu enemmän arvoihin, tunteisiin ja niistä aiheutuviin eturistiriitoihin.⁶¹

Beanitin vuonna 2020 teettämän ruokakyselyn⁶² mukaan kuluttajien kasvava kiinnostus kasvipohjaiseen ruokailuun on selvää, mutta ehdottomuutta ja syyllistämistä karsastetaan. Tiedon sijaan kaivataan ohjausta ja arkea helpottavia valintoja, jolloin arvokysymykset eivät

59 Maito ja terveys ry. Tietoa maidon ja maitovalmisteiden kulutuksesta. Verkkolähde: <https://www.maitojaterveys.fi/maitotietoa/maitovalmisteiden-kulutus.html>

60 Saavalainen H., 22.3.2021. Maito on ollut aikuisten ruokajuoma lähinnä Suomessa, ja nyt maidon asema on uhattuna meilläkin. Helsingin Sanomat. Luettavissa: <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000007873558.html>

61 Helsingin Sanomat ruokakysely, 2021. Syön tätä, koska... Luettavissa: <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000007854519.html>

62 Beanit ruokakysely, 2021. Verso Food Oy. Luettavissa: https://www.beanit.fi/wp-content/uploads/2021/02/Beanit_ruokakysely_raportti_100221.pdf

nouse määrääviksi tekijöiksi. Kynnyskysymykseksi saattaakin nousta millä ohjaukskeinoilla nousseesta mielenkiinnosta saadaan muokattua uusia toimivia käytäntöjä. Toimeksiantajalla Oatlylla puolestaan riittää haasteita siinä, miten kotimaisuutta arvostavat suomalaiset saadaan ostamaan ruotsalaisen yrityksen tuotteita kasvatavoitteiden olettamalla tavalla, sillä kotimaisia kauratuotevaihtoehtoja on jo monia. Toisaalta asenneilmapiiri fleksaajien keskuudessa juuri Oatlya kohtaan on jopa arvostava ja positiivinen, huolimatta julkisen keskustelun kärjistyneisyydestä Oatlyn kampanjoita ja toimintaa kohtaan, johtuen kenties yrityksen tunnettuudesta, edelläkävijyydestä ja poikkeavan avoimesta viestintätavasta. Tämä tuli esiin myös ateriakokeiluihin liittyvien haastatteluiden yhteydessä. Lisää ateriakokeilusta ja alaluvussa 3.4 Taustatutkimus.

2.2.7 Kestävyys ja vastuullisuus osana liiketoimintaa

Kestävä kehitys määritellään yleisesti vastuun ottamisena olevista ja tulevista sukupolvista planetaarisen hyvinvoinnin viitekehityksessä koko elämän kirjo mukaan lukien (YK:n agenda 2030).⁶³ Kestävän kehityksen kolme pilaria ovat sosiaalinen (eng. people), ympäristö (eng. planet) ja taloudellinen (eng. profit) vastuu, mutta Yhdistyneiden kansakuntien Agenda 2030 raportti avaa tavoitteita vielä laajemmin niin että tuotto (eng. profit) sanaa ei enää käytetä. Tilalla on viisi p:tä: people, planet, prosperity, peace, partnership (ihmiset, planeetta, vauraus, rauha, kumppanuus).⁶³ Sana tuotto on siis vaihtunut sanaksi

63 The Sustainable Development Goals, 2015. United Nations Development Programme. Luettavissa: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>

vauraus, ja tämä on hyvin kuvaava muutos perinteiseen kestävyyskolmikantamalliin, jossa nimenomaan taloudellinen tuotto nähtiin osana vastuullista toimintaa. On alettu siis puhua vauraudesta, rauhasta ja kumppanuudesta hyvinvoinnin kokemuksena ja elämisen jatkumisen edellytyksenä. Vauraus käsittää sekä taloudellisen, teknologisen että sosiaalisen kehityksen, joka toimii globaalien ekosysteemin kanssa harmoniassa. Niin ikään seitsemäntoista kestävä kehitysperiaatetta (*UN Sustainable Development Goals*) ohjaavat tarkemmin kaikkien yhteisöjen toimintaa, ja moni yritys on ottanut nämä periaatteet ja niiden toteuttamisen osaksi yritysvastuun agendoitaan.

Suomi ja Ruotsi ovat Euroopan Unionin kärkisijalla kestävä kehityksen periaatteiden toteutumisen indeksissä⁶⁵, joten tavoitteiden asetanta on ainakin jo hyvällä tasolla, mutta suurin työ on edessä, kun tavoitteita lähdetään implementoimaan käytännön tekoihin. Euroopan Unionin yritysvastuulakialoite on alkukuopissaan ja Suomessa työ- ja elinkeinoministeriö on vasta 2019 aloittanut oikeudellisen selvityksen yritysvastuulaista⁶⁶, joten virallista tahoja, joka seuraisi tavoitteiden saavuttamista yritystasolla ei vielä ole. Yritysvastuun kannalta on siis toistaiseksi yritysten itsensä vastuulla, miten he tutkivat omaa toimintaansa, millä mittareilla ja miten he siitä viestivät.

65 Europe Sustainable Development Report 2020, 2020. Sustainable Development Solutions Network. Luettavissa: <https://www.sdgindex.org/reports/europe-sustainable-development-report-2020/>

66 Työ- ja elinkeinoministeriö. Yritysvastuulain selvitys käynnistyy. Valtioneuvosto. Luettavissa: <https://valtioneuvosto.fi/-/1410877/yritysvastuulain-selvitys-kaynnistyy>.

*Sustainability Brand Index*⁶⁷ (viimeksi raportoitu vuodelta 2020) on näkyvimmin esillä ollut yritysten vastuullisuutta mittaava puolueeton aloite, mutta toistaiseksi se mittaa vain ihmisten mielikuvia eikä näin ole edes suuntaa antava yritysten todellisesta vastuullisuudesta tai tavoitteiden saavuttamisesta. Suomen kohdalla esimerkiksi kymmenen vastuullisimmaksi miellettyä brändiä vuonna 2020 olivat Valio, Elovena, Prisma, Kotimaista, S-Market, VR, Myllyn Paras, Fazer, K-Citymarket ja K-Supermarket. Listausta katsoessa näyttää siltä, että suomalaisten mielikuvissa vastuullisuus on yhtä kuin kotimainen, mikä sinänsä on jo harhaanjohtavaa. Oatly oli sijalla 42. ja muita ulkomaisia brändejä ennen sitä olivat vain The Body Shop, Vattenfall ja Arla. Tutkimuksessa mitattiin muun muassa kuinka moni ihminen keskustelee vastuullisuudesta arjessaan silloin tällöin (60 prosenttia, laskenut vuodesta 2019 kymmenen prosenttiyksikköä) tai kuinka monella kiinnostus on lisääntynyt vastuullisuutta kohtaan (37 prosenttia, nousut vuodesta 2019 neljä prosenttiyksikköä) tai kuinka monen ostopäätöksiin vastuullisuuden mielikuva vaikuttaa (74 prosenttia). Huomattavaa Suomen kohdalla on, että vastuullisimmiksi mielletyt brändit ovat ruokakauppoja tai ruoan tuottajia, tosin tuotantopuolella tietoisuus vastuullisuustyöstä on heikompaa kuin ruokakauppojen kohdalla. Suomessa ollaan myös kaikkein vakuuttuneempia yritysten vastuullisuusviestintää kohtaan verrattuna muihin Pohjoismaihin ja Hollantiin; jopa 50 prosenttia suomalaisista sanoo, että viestintä on positiivista. Mitä tämä kertoo itse yritysten vastuullisuustyöstä jää epäselväksi. Raportissa mainitaankin erikseen, että vaikka vastuullisuus kiinnostaa kuluttajia koko ajan enemmän, itse vastuullisuusviestintä on surkealla tolalla ja viherpesu kauniiden korulauseiden ja epäselvien

67 Sustainable Brand Index™, 2021. Finland - Sustainable Brand Index 2021 Report. S. 15, 19, 21–22, 30 ja 38. Luettavissa: https://www.sb-index.com/finland#sb_index_FI_download_official_report_2021

TOP 10

FINLAND RANKING 2021



Valio



Elovena



Prisma



Kotimaista



S-Market



VR



Myllyn Paras



Fazer



K-Citymarket



K-Supermarket

© SB INSIGHT AB, 2021. ALL RIGHTS RESERVED.

37

2021
INDUSTRY RANKING

FINLAND

OUT OF THE TOTAL 25 INDUSTRIES
MEASURED, THE INDUSTRY
FOOD RANKS

3rd

FOOD

Ranking position	Brand	Ranking position	Brand
1	Valio	55	Sunnuntai
2	Elovena	60	Benecol
4	Kotimaista	70	Pouttu
7	Myllyn Paras	79	Findus
8	Fazer	81	Alpro
12	Vaasan Oy	82	HK
17	Saarioinen	102	Felix
20	Snellman	113	Rainbow
23	Oululainen	122	Santa Maria
26	Pirkka	132	Torino
29	Atria	147	Risenta
34	Apetit		
36	Kariniemen		
40	Arla		
42	Oatly		
43	Panda		
45	Ingman		

SUSTAINABLE BRAND INDEX

© SB INSIGHT AB, 2021. ALL RIGHTS RESERVED.

57

tavoitteiden ansiosta on todella yleistä. Kuluttajat kokevat, että on vaikea arvioida yritysten vastuullisuusväitteitä, ja mitä enemmän vastuullisuudesta viestitään erilaisin harhautustaktiikoin, sitä kriittisemmäksi kuluttajat muuttuvat niitä kohtaan, koska tietoisuus viherpesusta lisääntyy.

Suomen kohdalla jokseenkin poikkeuksellista on se, että vaikka tutkitusti kansalaisilla on paljon tietoa ja ymmärrystä esimerkiksi ilmastonmuutoksesta niin silti moni on sitä mieltä, että tietoa pitäisi saada lisää, ja toisaalta 43 prosenttia on sitä mieltä, ettei suomalaisten ilmastoteoilla ole merkitystä. Ristiriidat jatkuvat: 77 prosenttia suomalaisista on sitä mieltä, että heidän elintapansa on jo täysin tai jokseenkin kestäviä, vaikka suomalaisten aiheuttama hiilijalanjälki on 70–90 prosenttia yli kestävyuden rajojen.⁶⁸

Tiedonhalu ei niinkään paina vaakakupissa, kun puhutaan ruokailutapojen muutoksesta, vaan ruoan suhteen koetaan, että ohjauskeinot tulisi säätää valtion ja yritysten toimesta, eikä syyllistää kuluttajia heidän valinnoistaan.⁶⁹ Syyllistyminen on myös aihe, johon on helppo tarttua, mutta sitä on vaikea määritellä ja muuttaa motivaatioksi. Syyllistämisestä puhuminen vetää helposti verhon niiden asioiden eteen, josta olisi ehkä tärkeämpi keskustella.

68 Lehtonen T, Niemi M. K., Perälä A., Pitkänen V. & Westinen, J, 2020. Ilmassa ristivetoa - löytyykö yhteinen ymmärrys? Tutkimus kansalaisten, kuntapäättäjäiden ja suuryritysten johtajien ilmastoasenteista. Hanketyöryhmä, E2 Tutkimus ja Vaasan yliopisto. S. 56–57 ja 79. Luettavissa: <https://www.uwasa.fi/sites/default/files/2020-11/Ilmassaprosenttia20ristivetoaprosenttia20loppuraportti.pdf>

69 Helsingin Sanomat ruokakysely, 2021. Syön tätä, koska... Luettavissa: <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000007854519.html>

“On yleinen pyyntö että “syyllistämisen” halutaan loppuvan, mutta ei ole selvää, missä konkreettisesti on “syyllistämistä”, josta pitäisi luopua. Kenen pitäisi muuttaa käytöstään, jotta “syyllistäminen” loppuisi?” —Liisa Kolehmainen, Oatlyn kestävyysasiantuntija

Suomalaiset kuluttajat näyttävät haluavan, että vastuu on yhteiskunnan johtavissa elimissä, mutta yksilöille pitäisi kuitenkin antaa vapaus valita itse, miten he elävät, syövät ja kuluttavat. Onko tämä jotain suomalaiselle kulttuurille ominaista ja miten se tulee vaikuttamaan muutostavoitteiden saavuttamisessa? Tasapainoilu ohjauskeinojen, vapauden raamien, kieltämisen ja suostuttelun kanssa ei ole tehtävä helpoimmasta päästä. Koetulla syyllistämisen tunteella ei yksinkertaisesti voi tehdä ruokailusta maukasta ja nautinnollista, koska yksilötasolla tehty muutos koetaan liian vaikeaksi monistakin syistä (ks. 3.4 Taustatutkimus ja 3.5 Laadullinen tutkimus).

Toimeksiantajalle, Oatlylle, kestävä kehitys ja vastuullisuus ovat osa liiketoiminnan ydintä eikä sivupolku, joka pyrkii tukemaan yrityksen kasvua lähinnä viestinnän keinoin. Oatly haastaa keskusteluun ja läpinäkyvyyteen niin yhteiskuntia, kuluttajia kuin kilpailijoitaan. Agendalla on olla kasvipohjaisen ruokamurroksen asianajaja ja löytää tie mahdollisimman monen jääkaappiin perinteisiä maitotuotteita syrjäyttäen, mutta niin ettei tarvitse olla vegaani käyttääkseen Oatlyn tuotteita. On selvää, että omalla toiminnallaan ja kampanjoillaan Oatly vetoaa vahvasti tutkimustietoon ja juurtuneiden ajatusmallien muuttamiseen pelottomalta näyttävällä asenteellaan. Vaikka Oatlyn toimintaa ja viestintää kiitellään, ja Oatlya pidetään vastuullisuustyön esikuvana, niin kritiikiltä toki ei välttyä. Kampanjat herättävät kiivasta julkista keskustelua, kanteluita (maitoon vertaaminen Suomessa) ja jopa “maitosodaksi” yltyneitä lakitoimia kotimaassaan Ruotsissa.⁷⁰

Suurimmat kritiikin kohteet viime vuosina Oatlyä kohtaan ovat olleet kiinalais-belgialaisen investointiyrityksen Verlinvestin ja China Resourcesin ja amerikkalaisen Blackstonen omistusosuudet sekä viimeisimpänä Oatlyn listautuminen Yhdysvaltojen pörssiin alkuvuonna 2021. Pörssiin listautuminen on globalisaatiokriittisille punainen vaate, koska ajatellaan että kasvuodotukset menevät kaiken muun edelle. Uusin *Oatlyn vastuullisuusraportti 2020*⁷¹ avaa kasvun tuomia haasteita ja onnistumisia: päästöt ovat yrityksen kasvun ja kansainvälistymisen myötä myös kasvaneet suhteessa tuotettuun kiloon 49 prosenttia (2016–2020), mutta investoinnit lupaavat selvää parannusta tulevaisuudessa. Esimerkiksi neljäntenä tavoitteena (*Ambition 4*) on, että 2,9 miljardia litran siirtymä lehmänmaitotuotteista Oatlyn tuotteisiin vastaisi 2,5 miljoona tonnia hiilidioksidipäästöjä vuoteen 2025 mennessä. Hiilidioksiditonnetta saattaa olla kuitenkin vaikea sisäistää, ainakaan kuluttajatasolla, mielenkiintoista siis nähdä tulevien vuosien kehitys, ja konkretisoituvatko tavoitteet tarkentuvan päästölaskennan myötä.

Jos siis kuluttajille vastuullisuus on näennäisen tärkeää ja vaikeaselkoista, ruokakaupassa vastuullisimmiksi mielletyt brändit ovat kotimaisia, ja mielikuvat kulutuskäyttäytymisestä ovat ristiriidassa todellisuuden kanssa⁷² voi todeta, ettei sillä vastuullisuudella mitä Oatly tarjoaa suomalaisille, ole ehkä tarpeeksi kaukupohjaa, jotta

70 Goldberg, J., 2019. Sweden's 'Milk War' is getting uglier. The Outline. Luettavissa: <https://theoutline.com/post/8384/sweden-milk-war-oatly>

71 Oatly Sustainability Report 2020 by Oatly, 2021. Luettavissa: <https://www.oatly.com/uploads/attachments/ckqv4y5xd001f9xgil61zhso2-oatly-sustainability-report-2021-web.pdf>

72 Lehtonen T, Niemi M. K., Perälä A., Pitkänen V. & Westinen, J., 2020. Ilmassa ristivetoa - löytyykö yhteinen ymmärrys? Tutkimus kansalaisten, kuntapäätäjien ja suuryritysten johtajien ilmastoasenteista. Hanketyöryhmä, E2 Tutkimus ja Vaasan yliopisto. Luettavissa: <https://www.uwasa.fi/sites/default/files/2020-11/Ilmassaprosenttia20ristivetoaprosenttia20loppuraportti.pdf>

vain siihen kannattaisi panostaa. Itsemääräämisen halu ja tunteisiin menevät kampanjat kääntyvät herkästi itseään vastaan suomalaisessa kulutusympäristössä. Niin kauan kuin yritysvastuu on mielikuvien ihmemaa, ja sitä ei voi suoraan verrata eri toimijoiden kesken, vaatiiko tutkimustietoon vetoava toiminta tuekseen jotain, joka vetoaa myös tunteisiin ja arvoihin?

2.2.8 Tulevaisuuden ennakointi

Turun kauppakorkeakoulun tulevaisuuden tutkimuskeskus määrittelee tulevaisuuden tutkimuksen näin:

*Tulevaisuudentutkimus on tiedonalana luonteeltaan tieteidenvälinen ja poikkitieteellinen. Tulevaisuudentutkimus tuo esille, mikä on mahdollista, mikä on todennäköistä ja mikä on toivottavaa tai ei-toivottavaa. Pyrkimyksenä on vaikuttaa yleiseen ajatteluun, arvoihin ja sitä kautta päätöksentekoon, jotta osaisimme edistää toivottavimman mahdollisen tulevaisuuden toteutumista.*⁷³

Tulevaisuuden tutkimuskeskus määrittelee tutkimuksen lähtökohdiksi sen että tulevaisuus ei ole ennustettavissa, tulevaisuus ei ole ennalta määrätty ja voimme vaikuttaa tulevaisuuteen teoillamme.⁷³ Tulevaisuuden ennakointi on osa tulevaisuuden tutkimusta, joka proaktiivisesti pyrkii hahmottamaan kehitystä dynaamisten muuttujien

73 Rubin, Anita: Tulevaisuudentutkimus tiedonalana ja tieteellisenä toimintana. Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Luettavissa: <https://www.utu.fi/fi/yliopisto/turun-kauppakorkeakoulu/tulevaisuuden-tutkimuskeskus/mita-on-tutu>

ja muutosteorioiden kautta ja arvioimaan näiden yhteisvaikutuksia kauaskantoisesti.⁷³ Muutos on samaan aikaan nopeaa ja hidasta, arvattavaa ja yllättävää, toivottua ja epätoivottua ja kaikkea siltä väliltä. Tulevaisuuden ennakkoinnissa korostuu erilaisten tulevaisuuden skenaarioiden muodostamisen tärkeys: miten tulevaisuus hahmotetaan, millaista tulevaisuutta halutaan olla rakentamassa ja miten varaudutaan yllättäviin tapahtumakulkuihin. Ennakkoinnin peruskäsitteitä⁷⁴ ovat:

Megatrendit = luonnollisia, yhteiskunnallisia, taloudellisia, poliittisia, teknologisia ilmiöitä, jotka vaikuttavat laajasti ja pitkällä aikajänteellä; esimerkiksi ekologinen kriisi, väestön ikääntyminen ja monimuotoistuminen, vallankäytön uudenlaiset verkostot, teknologian sulautuminen kaikkeen, talousjärjestelmän ja työn tekemisen murros

Trendit = suunnat joihin asiat ovat kehittymässä, tarvitsevat useamman todisteen olemassaolostaan; esimerkiksi kasvipohjaisten ruokatuotteiden kasvu, lähiruoan suosio tai ilmastokompensointi

Heikot signaalit = erikoisia merkkejä nousevista muutoksista, joiden kehitys ja impakti on epävarma; esimerkiksi roskisten dyykkaaminen ennen kuin hävikkiruoaasta tuli trendi

Villit kortit = nopeat, laajavaikutteiset ja ”yllättävät” tapahtumat; esimerkiksi Brexit, Donald Trumpin valinta presidentiksi tai maailmanlaajuinen covid-19 pandemia

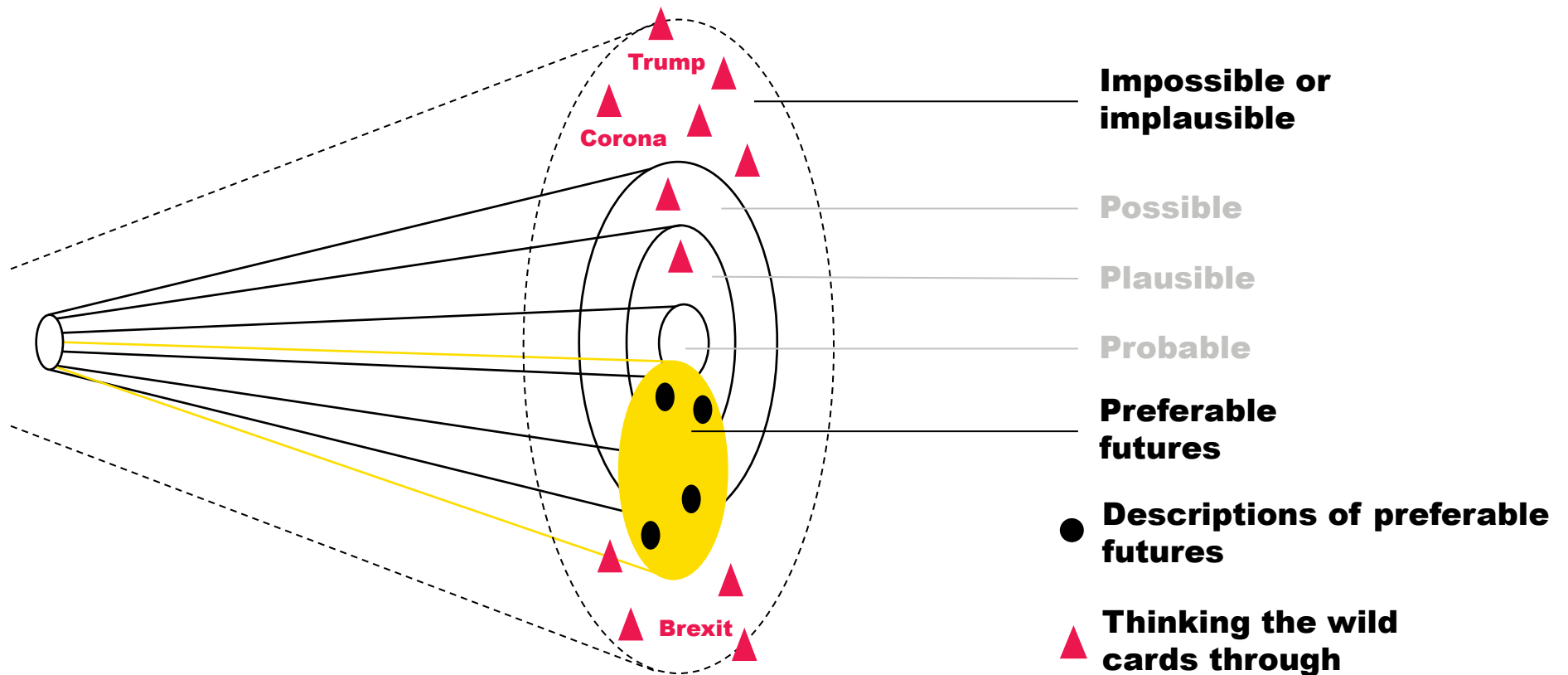
Ympäristön luotaus = muutoksien havainnointi laajalla otannalla ja systemaattisesti tallentamalla niitä yhteiseen tietokantaan

Skenaariot = todennäköisten, tavoiteltavien ja uhkaavien tapahtumasarjojen kehittäminen ympäristön luotauksen pohjalta tavoitteena esittää vaihtoehtoisia kuvia tulevaisuudesta

Tulevaisuuden ennakkointi on opinnäytteen aiheen kannalta erityisen kiinnostava näkökulma sillä kasvipohjaisen ruokamurrokseen vaikuttava hiljainen tieto jää helposti julkisen keskustelun varjoon. Mielikuvat eri medioissa näkyvien otsikkojen ja eri toimijoiden välisen debatin perusteella eivät välttämättä heijastele kuluttajien arkea tai vastaa niihin tarpeisiin, joita jokapäiväinen elämä tuo tullessaan. Mikäli tavoitteena on toimia kasvipohjaisen ruokamurroksen mahdollistajana, vaaditaan syvempää ymmärrystä kuluttajien arjesta ja miten muutoksesta voisi tehdä helpommin lähestyttävää. Tähän liittyy olennaisesti myös erilaisten riskitekijöiden arviointi ja niihin valmistautuminen. Ensimmäisessä työpajassa käsitelimme erilaisia tulevaisuuksia skenaarioiden ja ”backcastingin”, eli tulevaisuuden muistojen, avulla. Tästä lisää alaluvussa 4.2.1 Tulevaisuustaajuuspaja.

74 Dufva M., 2020. Megatrendit 2020. Sitra. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/aiheet/megatrendit/>

Our cone of futures is often too narrow



Adapted from: Voros 2017

SITRA

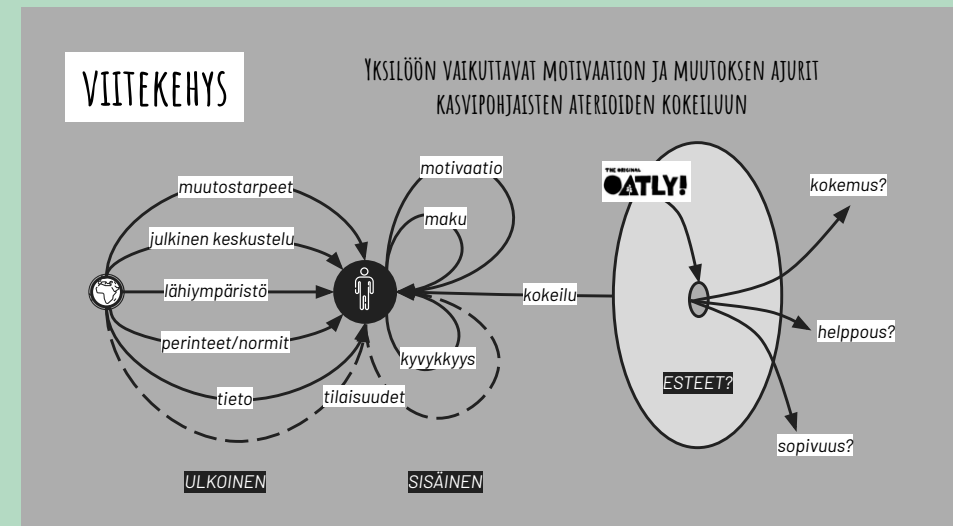
2.3 Yksilöstä yhteisöön - teoreettinen viitekehys

Opinnäytteen teoreettinen viitekehys rakentuu yksilöön vaikuttavien tekijöiden ympärille ja siihen, miten muutoksen tuulet ja sisäiset motivaattorit katalysoivat kokeilemaan kasvipohjaisia ateriaratkaisuja. Tutkimuksessa halutaan kasvattaa kokeilukulttuuria mahdollistavaa aukkoa esteiden muurissa ja selvittää kokemuksia kokeiluista. Oletuksena on se, että maku on elävä konsepti, ja hyvin adaptiivinen koko ihmisen elämän ajan. Maku näyttäytyy kenties vahvimpana tekijänä, mutta muidenkin osa-alueiden on toimittava, jotta kokeiluista voi muodostua uusia käyttäytymis- ja ajatusmalleja. Muutoksen ajureista yksilöön kohdistuu tilaisuuksia mahdollistavia tekijöitä sekä ulkoisesti, esimerkiksi jakelukanavien ja lokaation kautta, että sisäisesti, esimerkiksi miten arjen reitit ja kulkuvälineet toimivat suhteessa ruokakauppojen sijaintiin tai keiden muiden tarpeet vaikuttavat ruokailun sisältöön.

Viitekehysessä on mukailtu *motivaatiointervention*⁷⁵ kolmikantamallin (kyvykkyys, tilaisuudet, motivaatio; ks. 2.2.5 Itsemääräämisteoria jne.) sekä sisäisten ja ulkoisten ajureiden vaikutusta kokeilukulttuuria tukevana ja toisaalta sitä estävänä. Mitkä tekijät mahdollistavat kiinnostuksen kokeiluille? Mitä kokeilujen aikana tapahtuu, mikä voisi motivoida uusille kokeiluille? Ja mikä toisaalta koetaan hankalana tai epämiellyttävänä, mikä voisi estää jatkokokeilut? Tässä tapauksessa Oatlyn tavoitteena on olla osa ratkaisua, joka helpottaa kokeilujen

75 Salmela-Aro K., Nurmi J-E & Feldt T., 2017. Mikä meitä liikuttaa: Motivaatiopsykologian perusteet. 3. täysin uudistettu painos ed. Jyväskylä: PS-kustannus.

onnistumista yhä useamman suomalaisen kohdalla. Huomionarvoista on se, että kiinnostus kasvipohjaisista ruokavaliota kohtaan pitää löytyä, vaikka ehdotonta ruokavaliomuutosta ei oltaisikaan hakemassa. Näin ollen kuluttajaryhmänä fleksaajat ovat tämän viitekehysten keskiössä.



Kuva 17. Opinnäytetyön tutkimuksellinen viitekehys (isompi kuva sivulla 13).

03 YMMÄRRYS

Tutkimuksellinen viitekehys

“This process within our brains is a three-step loop. First, there is a cue, a trigger that tells your brain to go into automatic mode and which habit to use. Then there is the routine, which can be physical or mental or emotional. Finally, there is a reward, which helps your brain figure out if this particular loop is worth remembering for the future: THE HABIT LOOP.”

— Charles Duhigg, The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business

Tutkimuksellinen osuus kiteytyy tässä luvussa tarvelähtöisyyden, tutkimuskysymysten, tutkimusmenetelmien, taustatutkimuksen yhteenvedon sekä laadullisen tutkimuksen esittelyn kautta. Edellisessä luvussa esitettyjen teoreettisten aihealueiden raamittamana opinnäytetyö etenee kohti syvempää ymmärrystä.

Kuva 18. Vaaleanpunainen muovipussi Helsingissä joulukuussa 2016.
Kuva Johanna Salovaara.





3.1 Tarvelähtöisyys

Opinnäytetyön aihe rakennettiin vastaamaan oikeita tarpeita, sekä kuluttajia että toimeksiantajaa Oatlya ajatellen. Alussa oli selvä tarve ymmärtää mitä Suomen kontekstissa voidaan tehdä, että Oatly omalta osaltaan voisi vaikuttaa positiivisesti kasvipohjaisen ruokamurroksen vauhdittamiseen. Muutosta haluttiin tarkastella nimenomaan fleksaajien näkökulmasta, ja antaa ääni hiljaiselle tiedolle, joka ei kuulu sosiaalisen median postauksissa tai uutisotsikoissa.

Tavoitteeksi muodostui se, miten useammat kuluttajat saadaan kokeilemaan kasvipohjaisia ruokavalmisteita osana kestävästä ruokavaliota. Isompana systeeminä haasteena ja tarpeena nähtiin ruoantuotannon murros, jonka onnistumisen keskiössä ovat toisaalta yhteiskunta, toisaalta yritykset ja organisaatiot ja ennen kaikkea kuluttajat, ja heidän asenne- ja arvomaailmansa. Haluttiin kuunnella kuluttajia, joiden näkemykset jäävät julkisen keskustelun ulkopuolelle, ja sitä kautta löytää uusia näkemyksiä jatkotoimenpiteille.

Yksi aihevalinnan taustalla vaikuttavista tekijöistä on ajankohtaisuus: vahvasti kotieläintuotantoon nojaavassa Suomessa, missä noin 70 prosenttia viljelyalasta on kotieläintuotantoa varten⁷⁶, kasviruokailuun kohdentuu paljon ennakkoluuloja, uskomuksia ja rakenteellisia haasteita, joihin yhteiskunnan ohjauskeinot eivät ole kyenneet vastaamaan tarvittavalla nopeudella. Kansainvälisesti on alettu

⁷⁶ Saarinen M, Kaljonen M. ym., 2019. RuokaMinimi-hankkeen loppuraportti. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta. S. 65. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-773-4>

Kuva 19. Halkaistu banaani 2017. Kuva Johanna Salovaara.

puhumaan *planetaarisesta ruokavaliosta*, joka tulee vaikuttamaan entisestään myös pohjoismaisiin ravitsemussuosituksiin, kertoo Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen erikoistutkija Heli Kuusipalo Ylen uutisessa (STT, 5.6.2021).⁷⁷ *Planetaarinen ruokavali* lisää ihmisen terveyden ja ravitsemuksen rinnalle kestävyysnäkökulman, joka mahdollistaa ihmiskunnan hyvän ravinnon myös tuleville sukupolville luonnon monimuotoisuutta heikentämättä. *“Tarve on tullut siitä, että ihmisten määrä lisääntyy ja ruoan tuottamiseen tarvittava peltopinta-ala kasvaa, Kuusipalo sanoo.”* Miten nämä kuluttajien ja globaaliksi muodostuneen ruokajärjestelmän muuttuvat tarpeet voidaan sovittaa yhteen pahimmat yhteentörmäykset välttämällä? Ja miten muutosta voidaan “lobata” kuluttajatasolla Suomessa ilman valtavaa vastustusta? Miten saadaan uusia kokeilevia asiakkaita Oatlyn tuotteita testaamaan ja samalla nopeutetaan siirtymää kasvipohjaisiin ruokavalmisteisiin?

Aiheen ajankohtaisuus, erilaisten tarpeiden kartoittaminen, niiden yhteensovittaminen ja tarpeisiin vastaavat vaikuttamisen keinot ovat lähtökohdina tutkimuskysymysten asetannassa. Varsinaiset tutkimuskysymykset esitellään seuraavassa alaluvussa.

3.2 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymykset muotoutuivat kahdeksi pääkysymykseksi toimeksiantajan kanssa jo projektin alkupuolella käydyissä keskusteluissa:

⁷⁷ Suomen Tietotoimisto, 2021. Planetaarinen ruokavaliomalli vaikuttaa tuleviin ravitsemussuosituksiin myös Suomessa. Yle Uutiset. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11967364>.

1. Mikä motivoi suomalaisia fleksaajia siirtymään eläinperäisistä ruokatuotteista kasvipohjaisiin?

2. Miten Oatly voi vaikuttaa avoimempaan kokeilukulttuuriin fleksaajien keskuudessa?

Vaikka teoriaa ja osittain taustatutkimusta tarkasteltiin koko Suomen kontekstissa, niin kysymykset haluttiin fokusoida erityisesti fleksaajiin (ks. 1.3 Tausta ja avainsanat), sillä koettiin että oli mahdollisesti löydettävissä hiljaista tietoa, joka auttaisi ymmärtämään Oatlyn toimintamahdollisuuksia Suomen markkinalla. Pääkysymysten ohella tutkimusmenetelmien valitsemiseen vaikuttivat seuraavat lisäkysymykset:

a. Mitä on fleksaaminen?

b. Miten elintapamuutosta motivoidaan?

c. Mikä tilanne Suomessa on ravitsemuksen, ruokakulttuurin, ruokakaupan ja kasvipohjaisten tuotteiden kulutuksen kannalta suhteessa kestävän kehityksen haasteisiin ja kansainvälisesti asetettuihin tavoitteisiin?

d. Miten voidaan ennakoida erilaisia tulevaisuuksia ja millä keinoin voidaan edesauttaa haluttua tulevaisuutta?

e. Miten palvelumuotoilun menetelmiä voidaan hyödyntää asenteita, motivaatioita ja kulutustottumuksia muokkaavien tavoitteiden saavuttamisessa?

Lisäkysymykset mahdollistivat avarakatseisen lähestymistavan muuten hyvin asenneherkkään aiheeseen, ja antoivat hyvän suunnan, vaikka ne eivät rajanneetkaan aihetta tarkemmaksi. Erityisesti tulevaisuuteen ja systeemiseen muutokseen ulottuva tutkimus vaati suhteellisen laajan kartoituksen, vaikka muotoiluosuus keskittyikin vaikuttamistoimenpiteiden ideointiin. Ilman riittävän kattavaa tausta-aineistoa yhteiskehittäminen olisi jäänyt kevyelle pohjalle ja syvempi kvalitatiivinen ulottuvuus osittain saavuttamatta.

3.3 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmäksi valikoitui kvalitatiivisen osallistavan tutkimuksen ja palvelumuotoilun menetelmien yhdistelmä. Aineiston kerättiin fokusryhmältä, muotoiluluotaimia ja semistrukturoituja haastatteluita hyödyntäen. Tuloksien purkuun käytettiin temaattista sisällönanalyysia, joka sisältää autoetnografisen analyysin aiheeseen ja tuloksiin. Palvelumuotoilun metodologiset piirteet mukailevat perinteisen kvalitatiivisen tutkimuksen tyypillisiä piirteitä osuvasti:⁷⁸

1. Tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, ja aineisto kootaan luonnollisissa, todellisissa tilanteissa.

2. Suositaan ihmistä tiedon keruun instrumenttina. Tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa ja keskusteluihin tutkittaviensa kanssa kuin mittausvälineillä (esim. kynä-paperi-testeillä) hankittavaan tietoon.

3. Käytetään induktiivista analyysia. Tutkijan pyrkimyksenä on paljastaa odottamattomia seikkoja. Sen vuoksi lähtökohtana ei ole teorian tai hypoteesien testaaminen vaan aineiston monitahoinen ja yksityiskohtainen tarkastelu.

4. Laadullisten metodien käyttö aineiston hankinnassa. Suositaan metodeja, joissa tutkittavien näkökulmat ja "ääni" pääsevät esille.

5. Valitaan kohdejoukko tarkoituksenmukaisesti, ei satunnaisotoksen menetelmää käyttäen.

7. Tutkimussuunnitelma muotoutuu tutkimuksen edetessä. Tutkimus toteutetaan joustavasti ja suunnitelmia muutetaan olosuhteiden mukaisesti.

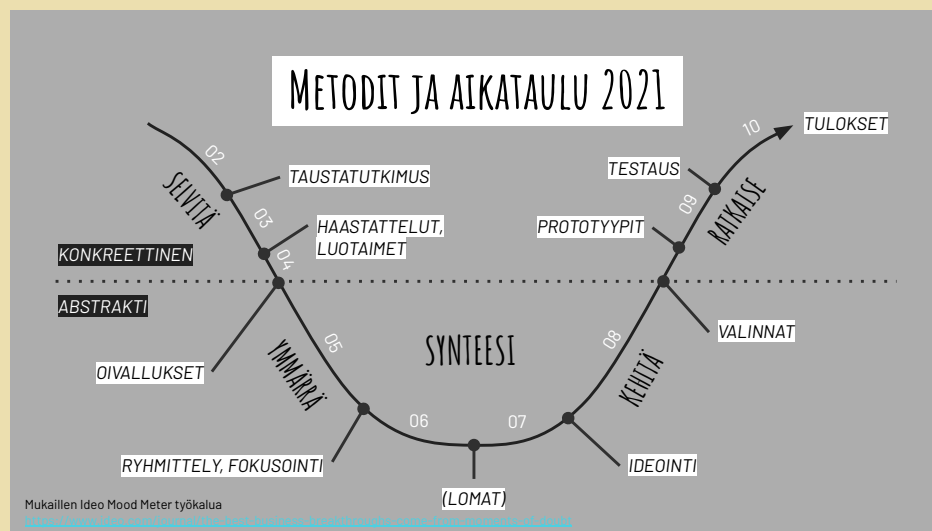
8. Käsitellään tapauksia ainutlaatuisina ja tulkitaan aineistoa sen mukaisesti.

Palvelumuotoilun tutkimusmetodeja suositellaan niin ikään käytettäväksi yhdessä niin että aineiston keruuseen käytetään monen metodin yhdistelmää.⁷⁹ Palvelumuotoilun metodeista tässä opinnäytetyössä hyödynnettiin taustatutkimusta (kirjallisuus ja verkkoaineistot), autoetnografiaa, fokusryhmää, semistrukturoituja haastatteluja, muotoiluluotaimia ja työpajoista tulevaisuusskenaarioita sekä vaikuttamismallien ideointia. Metodien vaiheistuksen visualisointiin käytettiin suunnittelutoimisto Ideon kehittämää

78 Hirsjärvi S., Remes P. & Sajavaara P., 1997. Tutki ja Kirjoita. Helsinki: Tammi. S.165.

79 Stickdorn M., Lawrence A., Hormess M. E. & Schneider J., 2018. This is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World: A Practitioner's Handbook. First Edition ed. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc. S. 107.

*Mood Meter*⁸⁰ työkalua, jossa näkyy perinteisen palvelumuotoilun tuplatimantin vaiheiden (selvitä, ymmärrä, kehitä, ratkaise) lisäksi konkreetian ja abstraktin tasot ja niiden yhdistämisen kautta saavutettava synteesi. *Mood Meter* pyrkii kuvaamaan palvelumuotoilun prosessin epä tietoisuuden ja epävarmuuden ulottuvuuksia helposta vaikeaan sukeltavan kaaren avulla. Kaaren lopussa on nuoli, joka jatkuessaan sukeltaisi uudelleen abstraktiin ja taas ylös konkreettiseen ulottuvuuteen näin toteuttaen palvelumuotoilulle ominaista iteroivaa eli toistuvaa otetta. Tässä opinnäytetyössä käydään läpi yksi iso kaari, ja seuraavat kaaret voisi toteuttaa pienempinä aaltoina pohjautuen tähän isompaan, laukaisuluontoiseen, tutkimustyöhön.



80 Speicher S., 2019. The Best Business Breakthroughs Come from Moments of Doubt. Ideo. Luettavissa: <https://www.ideo.com/journal/the-best-business-breakthroughs-come-from-moments-of-doubt>

Kuva 20. Tutkimusmetodien ja opinnäytetyön aikataulun visualisointi Ideon *Mood Meter* -työkalua mukaillen (isompi kuva sivulla 14).

3.4 Taustatutkimus

Taustatutkimusta varten oli saatavilla runsaasti tietoa erilaisista verkkolähteistä ja kirjallisuudesta, jotka käsittelivät ruokailutottumuksiin vaikuttavia tekijöitä, kasvipohjaisia ruokatuotteita, reilua ruokamurrosta ja fleksaamista, osittain kansainvälisellä, osittain Suomen, osittain kuluttajien ja osittain yritystoiminnan tasoilla. Suomalaisten kuluttajien suhdetta ja asenneilmapiiriä erilaisiin ruokavalioihin, lihansyönnin vähentämistä lukuun ottamatta, oli tutkittu jokseenkin vähän vuoden 2020 loppuun mennessä. Sattumalta vuoden 2021 keväällä julkistettiin kaksi isoa kuluttajakyselyä: *Helsingin Sanomien ruokakysely*⁸¹ (N=~23000) ja *Beanit ruokakysely*⁸² (N=1000). Molemmissa kyselyiden tarkoituksena oli selvittää miksi suomalaiset syövät mitä syövät, ja miten ruoasta käytävään keskusteluun suhtaudutaan. Nämä kyselyt vastasivat juuri siihen tarpeeseen, johon projektin alussa harkittu kyselyn tekeminen olisi vastannut. Kyselyjen tulokset saapuivat siis otolliseen aikaan kuin tarjottimella.

Kasvipohjaisempaan ruokailuun liitetään paljon odotuksia terveellisemmän ja resurssiviisaamman *planetaarisen ruokavalion* toteutumisessa. *Reilu ruokamurros (Just Food)* -hankkeen kokonaisvaltainen lähestymistapa pyrkii rakentamaan keskusteluun Suomen ruokajärjestelmän eri tahoja yhdistäen. Hankkeen takana ovat Suomen ympäristökeskus SYKE ja hankkeen poikkitieteellisessä konsortiossa ovat mukana myös Jyväskylän yliopisto, E2 Tutkimus,

81 Helsingin Sanomat ruokakysely, 2021. Syön tätä, koska... Luettavissa: <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000007854519.html>

82 Beanit ruokakysely 2021. Verso Food Oy. Luettavissa: https://www.beanit.fi/wp-content/uploads/2021/02/Beanit_ruokakysely_raportti_100221.pdf

Luonnonvarakeskus Luke, Terveyden ja hyvinvoinnin laitos THL sekä Bernin yliopiston Centre for Development and Environment. *Just Food* -hanke saa rahoitusta strategisen tutkimuksen neuvostolta (STN), joka toimii Suomen Akatemian yhteydessä. *Just Food* on julkaissut politiikkasuosituksia ravitsemussuosituksista sekä kouluruokailusta yhteiskunnallista päätöksentekoa tukemaan. Maa- ja metsätalousministeriö on puolestaan järjestänyt yhdessä Erätauko-säätiön kanssa kestävä ruoka -aiheisia keskusteluita keväällä ja syksyllä 2020 sekä talvella 2021.⁸³ Keskusteluiden tavoitteena oli tukea *Ilmatoruokaohjelman* valmistelua, ja niiden anti oli oivaa tutkittavaa myös suomalaisten fleksaajien motivointia ajatellen. Luonnonvarakeskus arvioi *Ilmatoruokaohjelman* tavoitteiden vaikuttavuutta laajassa raportissa, joka julkaistaan 2021 loppuun mennessä. Siinä tullaan määrittelemään tavoitteet, jotka parhaiten ja vaikuttavimmin luovat Suomeen ilmastokestävän ruokajärjestelmän. Jo raportin luonnoksessa puhutaan joustavan kasvipainotteisemman ruokavalion mahdollisuuksista: *ilmastohyötyjä tuottava ja ravitsemussuosituksen mukainen keskimääräinen ruokavalio voi pitää sisällään erilaisia yksilöllisiä ruokavalioita.*⁸⁴

Oatly on tehnyt suhteellisen vähän omaa kuluttajatutkimusta, ja on luottanut julkiseen kansainväliseen tutkimustietoon kampanjoiden argumentteja tukemaan. Laadullinen kuluttajatieto kerätään mieluiten suorassa kanssakäymisessä eri kanavia hyödyntäen, ja kuluttajia ja

83 Mattila H., 2021. Ruuasta lämmöllä ja lempeästi. Maa- ja metsätalousministeriön blogi. <https://mmm.fi/blogit/-/blogs/ruuasta-lammolla-ja-lempeasti#7bb7ed3b>

84 Luonnonvarakeskus ilmatoruokaohjelmasta, 2021. Maa- ja metsätalousministeriö. Luettavissa: https://mmm.fi/documents/1410837/1895908/ilmatoruoka_ohjelma_MMM.pdf/f49357ca-a405-bf41-0c7e-a8c061c9548e/ilmatoruoka_ohjelma_MMM.pdf/ilmatoruoka_ohjelma_MMM.pdf?t=1623829785173. Luettu: 17.9.2021.

yhteiskuntaa kannustetaan aktiiviseen keskusteluun kampanjoissa esitettyjen huomioiden tiimoilta, ja toki tunteita herättävä keskustelu viriää helposti aiheiden ulkopuolellekin. Keväällä 2020 Oatly Suomi teetti kuitenkin kaksi kyselytutkimusta: toinen käsitteli *kasvipohjaisten maitoa korvaavien brändien tunnettuutta Suomessa*⁸⁵, ja toinen *poikkeusolojen ruokailutottumuksia sekä kasvipohjaisten ruokatuotteiden osuutta niissä*⁸⁶. Kyselyjen dataa hyödynnettiin myös tämän projektin taustatutkimuksessa.

Muuta aiheeseen liittyvää, ja Oatlyn kannalta kiinnostavaa, tietoa löytyi ravitsemusta, poikkeusoloja, ilmastoasenteita ja lihansyönnin vähentämistä kartoittaneista tutkimushankkeista. Finravinto tutkimus on Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen pitkäjäksoinen tutkimushanke, joka on seurannut suomalaisen aikuisväestön ruoankäyttöä ja ravintoaineiden saantia viiden vuoden välein vuodesta 1982 lähtien. Viimeisin *Finravinto tutkimus* on tehty 2017⁸⁷. Sitran 2020 julkaisemassa *Lifestyles after lockdown* raportissa kartoitettiin kaupunkilaisten poikkeusolojen arkea ja pysyviä muutoksia kyselyn (N=1500) ja syvähaastattelujen avulla.⁸⁸ *Ilmassa ristivetoa - Löytyykö yhteinen ymmärrys?* -hankkeen raportissa (2020) E2 Tutkimus ja Vaasan yliopiston InnoLab selvittivät *mitkä ilmastonmuutokseen liittyvät tekijät yhdistävät erilaisia suomalaisia, mikä on tiedon taso ja*

85 Supercrush kasvimaitotuotteet 2020 -kyselytutkimus. Oatly.

86 Oatly survey, 2020. Milton. Luettavissa: <https://mb.cision.com/Public/68/3127372/80bc09e9ec6774b3.pdf>

87 FinRavinto 2017 -tutkimuksen tuloksia, 2019. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. <https://www.slideshare.net/THLfi/finravinto-2017-tutkimuksen-tuloksia>

88 Korkman O., Greene S., & Hantula K, 2020. Lifestyles after lockdown. Sitra Studies. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/en/publications/lifestyles-after-lockdown/>

minkälaisen yhteisen ymmärryksen varaan tulevia ilmastopäätöksiä voitaisiin rakentaa.⁸⁹ Moni muutoksen motivointiin liittyvä argumentti tuntuu osuvan yhteen ilmastokeskustelun ja ruokavalioista käytävän keskustelun kanssa (korvaa sana 'ilmasto' sanalla 'ruoka' seuraavassa lainauksessa):

Ilmastoviisautta olisi myös uudenlainen tapa keskustella ilmastoasioista. -- Syyllistämisen kokemus motivoi muutokseen heikosti. Yhteinen tekeminen, empatia, uusien näkökulmien avaaminen ja muutoksiin liittyvät mahdollisuudet ja sivuhyödyt sen sijaan kannustavat. -- Myös muutosten kokeminen reiluksi on tärkeää motivaatiolle. Siihen tarvitaan kuulluksi tulemistä suunnittelussa ja päätöksenteossa ja että muutosten aiheuttamat haitat tunnustetaan ja haetaan keinoja niiden hyvittämiseen.⁹⁰

Seuraavissa alaluvuissa esitän olennaisia löydöksiä taustatutkimuksen pohjalta teemoittain.

89 Lehtonen T, Niemi M. K., Perälä A., Pitkänen V. & Westinen, J, 2020. Ilmassa ristivetoa - löytyykö yhteinen ymmärrys? Tutkimus kansalaisten, kuntapäätäjien ja suuryritysten johtajien ilmastoasenteista. Hanketyöryhmä, E2 Tutkimus ja Vaasan yliopisto. Luettavissa: <https://www.uwasa.fi/sites/default/files/2020-11/Ilmassaprocenttia20ristivetoaprocenttia20loppuraportti.pdf>

90 Karttunen K., 2021. Ilmastoviisautta on monta lajia. E2 tutkimus. Luettavissa: <https://www.e2.fi/ajankohtaista/blogit/ilmastoviisautta-on-monta-lajia.html>

3.4.1 Fleksaajat Suomessa

Herne- ja härkäpapupohjaisia proteiinivalmisteita tuottava suomalainen Beanit (Raisio konserni) julkaisi keväällä 2021 ruokakyselynsä tulokset.⁹¹ Mielenkiinnon kohteena oli lihan- ja kasvissyönteihin liitetyt asenteet ja muutosaikomukset. Kyselyn tulokset vastaavat otannaltaan Suomen aikuisväestöstä (N=1000). Kysymykseen 'Olisitko kiinnostunut muuttamaan ruokavaliotasi kasvispainotteisempaan suuntaan tulevaisuudessa' on vastannut 'erittäin todennäköisesti' vain 10 prosenttia vastaajista. Kysymyksistä ei kuitenkaan suoraan selviä kuinka moni on jo tehnyt muutოსliikettä kasvispainotteisempaan suuntaan. Verkko uutisessa Beanitin vuorovaikutusvastaava Jukka Kajan mainitsee että 11 prosenttia⁹² tunnistaisi itsensä fleksaajiksi eli he syövät joskus lihaa mutta pääosin kasvispainotteisesti. Kyselyn tuloksissa mainitaan joka tapauksessa selvä kiinnostus kasvipainotteisempaa ruokavaliota kohtaan: jopa 44 prosenttia on kiinnostunut kasvipohjaisista ateriatarkaisuihin. Toinen mielenkiintoinen huomio on se, että maantieteellistä vaihtelua ei juurikaan ollut, joten kasvipainotteisempi ruokailu kiinnostaa ympäri Suomen. Tämän lisäksi kuluttajista löytyy merkittävä määrä vielä niitä, jotka eivät ole kokeilleet kasvipohjaisia vaihtoehtoja, joten voitettavaakin vielä löytyy. Kynnyskysymykseksi vastauksissa nousee se, että erilaisia ruokavalioita kohtaan halutaan lisää suvaitsevaisuutta, sillä iso osa vastaajista kokee olevansa tuomiolla, huolimatta siitä syökö lihaa vai pelkkiä kasviksia.

91 Beanit ruokakysely 2021. Verso Food Oy. Luettavissa: https://www.beanit.fi/wp-content/uploads/2021/02/Beanit_ruokakysely_raportti_100221.pdf

92 Suuri ruokakyselymme: 64 prosenttia suomalaisista kokee keskustelun ruokavalioiden ympärillä olevan kärjistynyttä. Beanit, 2021. Luettavissa: <https://www.beanit.fi/fi/suuri-ruokakyselymme-64-prosenttia-suomalaisista-kokee-keskustelun-ruokavalioiden-ymparilla-olevan-karjistynyttä/>

Toisessa Atrian vuonna 2017 tekemässä kyselytutkimuksessa⁹³(N=2092) taas todetaan, että fleksaajia löytyisi Suomesta noin 1,6 miljoonaa (noin 30 prosenttia suomalaisista) eli huomattavasti suurempi määrä kuin Beanitin tutkimuksen mukaan. Tuloksissa olennaista on mitä kysytään ja miten fleksaaja termi määritellään. Molemmissa kyselyissä on fleksaus rinnastettu suoraan siihen syödäänkö lihaa, korvataanko lihaproteiini kasvipohjaisella tuotteella vai ei, ja onko aikomuksia vähentää lihansyöntiä. Kumpikaan ei siis vastaa siihen, miten maitotuotteita käytetään ja miten maidon korvaamiseen liitetyt asenteet näkyvät suomalaisten fleksaamisessa ja sen motivaattoreissa. Suomalainen liha- ja maitoteollisuus kulkevat kuitenkin vahvasti käsi kädessä, joten molempien tulisi laskea, jos kotieläintuotantoa pyritään vähentämään *planetaarista ruokavaliota* vastaavaksi.

Toisaalta voidaan vielä tarkastella *Helsingin Sanomien ruokakyselyn* tuloksia⁹⁴, joiden mukaan suurin yhteinen nimittäjä vastaajien ruokailulle on liike eli suurin osa vastaajista kokee tarvetta tai painetta muuttaa ruokavaliotaan johonkin suuntaan syystä tai toisesta. Helsingin Sanomien artikkelissa avataan kuvaavien vastaajakommenttien kautta tuloksia prosenttien sijaan. Näin on helpompi ymmärtää vaikuttimia liikkeen takana. Artikkelin mukaan suomalaisille ominaista on kultaisen keskitien kulkeminen, jossa ehdottomuus ruokavalioidissa rinnastetaan ideologiseksi ja näin ollen niitä vastustetaan ihan periaatteen vuoksi. Mutta jos muutositteat valuvat hiljalleen esimerkiksi lasten tai ystävien kautta, tai muutos tehdään helpoksi esimerkiksi ruokakaupoissa tai lounaslinjastolla niin asenteet muuttuvat motivoiviksi.

93 Atria ruokakysely 2017.

94 Helsingin Sanomat ruokakysely, 2021. Syön tätä, koska... Luettavissa: <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000007854519.html>

Todellinen fleksaajien lukumäärä näyttää olevan yhtä häilyvä kuin vastaajien tarve määrittää ruokavaliionsa minkään 'ismin' mukaan:

*Enemmistön edustajat eivät halua ruokavaliioon ehdottomuutta vaan joustavuutta. Tehdään kompromisseja. Ei haluta hössöttää. Korostetaan maalaisjärkeä. Noudatetaan terveellistä perusruokavaliota. Ei tempauduta trendeihin eikä seurata ravintoguruja, ainakaan tosissaan, vaan korkeintaan vaihtelun vuoksi. Etupäässä uskotaan virallisia kansallisia ravitsemussuosituksia.*⁹⁴

On toisaalta yhdentekevää löytää tarkkaa rajausta fleksaajien määrälle, koska määritelmät vaihtelevat ja kansa liikehtii ruokavalioidensa kanssa moneen suuntaan. Huomionarvoista on se, että muutosliike on alkanut ja se, miten kasvipainotteisempi ruokakulttuuri pystytään tarjoilemaan Suomen kansalle positiivisena ja motivoivana, aiheuttamatta voimakasta vastarintaa, on avainasemassa. Jos tavoitteeksi otetaan ravitsemussuosittelun noudattaminen, on siinäkin jo työsarkaa, sillä nykyisellään ruoan kulutus ei vastaa suosituksia edes sinne päin. Ravitsemussuosituksista lisää seuraavassa alaluvussa.

IT DEPENDS HOW YOU SEE IT:

11%

of Finns say that they follow a flexitarian diet* although

1,6 MILLION

might be the real number of flexitarians** since the 'ism' is not yet very familiar.

* Beanit Food Survey, 2021.

<https://www.beanit.fi/fi/suuri-ruokakyselymme-64-prosenttia-suomalaisista-kokee-keskustelun-ruokavalioiden-ymparilla-olevan-karjistynyttä/>

** Fleksaus on yksi merkittävimmistä ruokatreendeistä, Atria Food Service, 2018.

<https://www.atria.fi/foodservice/vastuullinen-kumppani/ravitsemus/terveytta-ruuasta/fleksaus/>

3.4.2 Ravitsemussuositukset ja planetaarinen ruokavalio

Suomalaiset syövät liian vähän kasviksia. *FinRavinto 2017* -tutkimuksen mukaan jopa 80 prosenttia suomalaisista syö kasviksia alle suositusten, 95 prosenttia saa liikaa tyydyttyneitä rasvahappoja, 90 prosenttia saa liikaa suolaa, 70 prosenttia saa liian vähän ravinnostaan kuituja ja hiilihydraattia, ja vitamiinien saannissa on puutteita ja heittelyä osalla aikuisväestöstä, vaikka parannusta on tapahtunut esimerkiksi d-vitamiinin ja jodin suhteen. Naiset syövät keskimäärin paremmin ravitsemuksellisesti, vain 22 prosenttia syö liikaa punaista lihaa mutta 78 prosenttia naisistakin kasvisten määrä jää alle suositusten. Miehistä 79 prosenttia syö liikaa punaista lihaa ja 86 prosenttia liian vähän kasviksia. Näkyvissä on jälleen selvää ristiriitaa omien kulutustottumusten ja suositusten välillä. Yleisellä tasolla kuvitellaan, että oma perusruokavalio vastaa ravitsemuksellisesti suosituksia, vaikka todellisuudessa kulutus on liian prosessoitua, rasvapitoista ja kuituköyhää. Onko kotimaisuuden harhaan lisätty myös ravitsemuksellisuus vastuullisuuden rinnalle? Tätä mieltä ovat ainakin *Helsingin Sanomien ruokakyselyyn* vastanneet suomalaiset:

*Kotimaisuus oli tärkeää vastaajille. Varsin monet uskoivat, että kotimaisuus on ruuan korkean tason tae. Kotimaista ruokaa pidettiin usein esimerkiksi ilmastokysymysten kannalta parhaana ratkaisuna. Samoin eläinten kohtelussa monet luottivat kotimaiseen tuotantoon. Ja hieman alle puolet piti suomalaisuutta ruuan puhtauden takeena. Kotimaisesta ruuasta sanottiin, että se on eettinen valinta ja myös ekoteko, koska se on lähiruokaa.*⁹⁵

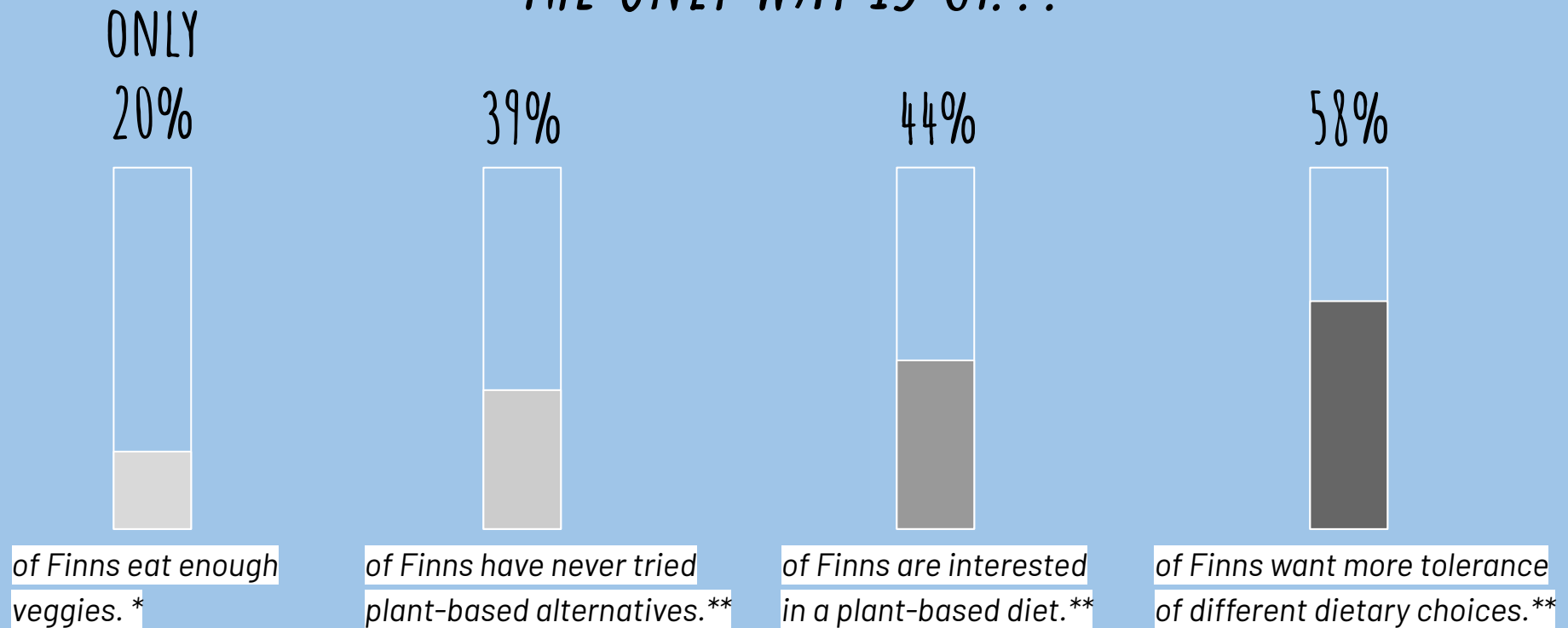
95 Helsingin Sanomat ruokakysely, 2021. Syön tätä, koska... Luettavissa: <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000007854519.html>

Sain mahdollisuuden haastatella Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen erikoistutkijaa Heli Kuusipaloa suomalaisista ravitsemussuosituksista ja maitotuotteita korvaavista kasvipohjaisista valmisteista keväällä 2021. Kuusipalo on ravitsemuksen ja terveyden edistämisen asiantuntija, jäsen monessa kansainvälisessä terveyden edistämisen neuvostossa (WHO, FAO EU, PM-neuvosto) ja ollut mukana Nobel-palkitussa Maailman ruokaohjelmassa, jonka eteläisessä Afrikassa jakamissa ruokapaketeissa oli muun muassa Kuusipalon kehittelemää vitamiinoitua maissijauhetta, likuni phalaa. Kuusipalo myös valmistelee suomalaisia ravitsemussuosituksia ja hänen asiantuntemukseensa kuuluu ravitsemuspolitiikka, varhainen ravitsemus sekä kestävä ja terveysttä edistävä ruokaympäristö. Kuusipalo vetää tällä hetkellä Sitran rahoittamaa *Ruoka-askel* -hanketta, jonka tavoitteena on kehittää kestävä toimintamalli, joka tukee lasten terveellistä ruokavaliota ja vähentää ruokajärjestelmän ilmastovaikutuksia varhaiskasvatuksessa.⁹⁶

Haastattelussa Kuusipalo kuvailee suomalaisia ravitsemussuosituksia jo tällä hetkellä todella ilmastoystävällisiksi. Suurin osa pyramidimallin ruoka-ainesuosituksista on kasvikunnan tuotteita: täysjyväviljoja, kasviksia, sieniä, pähkinöitä ja siemeniä, hedelmiä ja marjoja. Huomattavasti pienemmässä, joskin tärkeässä, roolissa on kalsiumia, jodia ja D-vitamiinia sisältävät vähärasvaiset maito- tai kasviperäiset maitotuotteita korvaavat valmisteet sekä kalat ja lihat. Sattumat eli pikaruoka, virvoitusjuomat ja makeiset ovat viimeisessä ja pienimmässä huipussa. Ruokakaupoissa käydessä hyllytila on vastakkainen suosituksiin nähden: karkki-, sipsi-, virvoitusjuoma-, liha- ja juustohyllyt pursuavat erilaisia edullisia vaihtoehtoja.

96 Ruoka-askel -hanke 2021–2024. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. Lisätietoa hankkeesta: <https://thl.fi/fi/tutkimus-ja-kehittaminen/tutkimukset-ja-hankkeet/ruoka-askel>

THE ONLY WAY IS UP...



* Finnish nutritional survey, 2017. <https://www.slideshare.net/THLfi/finravinto-2017-tutkimuksen-tuloksia>

** Beanit Food Survey, 2021.

<https://www.beanit.fi/fi/suuri-ruokakyselymme-64-prosenttia-suomalaisista-kokee-keskustelun-ruokavalioiden-ymparilla-olevan-karjistynyttä/>

Hedelmä- ja vihannesosastoihinkin panostetaan nykyään enemmän mutta monipuolisesti kasviksia syövä on helpompi turvautua halpaan ulkomaiseen tarjontaan. Kasvipohjaisia maitovalmisteita ja lihaproteiineja korvaavia tuotteitakin on jo runsaasti saatavilla, mutta niihin liittyy elitistinen ja kallis mielikuva, joka ei tue suurten massojen kuluttajakäyttäytymisen muutosta⁹⁷. Tämä kävi ilmi ateriakokeilujen aikana tehdyistä haastatteluista.

Haastattelussa kysyinkin Kuusipalolta mitkä ovat suurimmat esteet ravitsemussuosituksen noudattamiselle Suomessa, ja miten kasvipohjaisesta ruokailusta saataisiin yleisesti hyväksyttyä:

Sen sijaan että omassa ruokailussa yritettäisiin muuttaa jotain, niin käännyttään haukkumaan esimerkiksi, että suomalaisilta miehiltä yritetään kieltää liha. Tunnepuoli estää ehkä onnistumisen. Meidän pitäisi sanoittaa nämä asiat uusiksi, fleksaus on huomattavasti houkuttelevampi kuin kasvipohjaisuuden lisääminen. -- Se olisi hyvä, että ei tarvitse erikseen korostaa, että tässä on nyt soijapohjainen proteiini vaan kaikki on ruokaa siinä missä muutkin. Annetaan ruoille helpot nimet, vaikka bolognese eikä lihakastike tai kasvipohjainen proteiinikastike. Näin sitten oikeasti nähdään kuinka hyväksyttävää se on. En usko, että siitä tulisi esimerkiksi lasten keskuudessa yhtään vähemmän suosittua, jos niille sanotaan, että siinä ei ole lihaa. —Heli Kuusipalo, 22.3.2021

Keskusteltaessa ruokaan liitetyistä mielikuvista ja kaurapohjaisista ruokavalmisteista Kuusipalolla oli myös uusia näkemyksiä:

Einesteollisuus -- se on ruokateollisuutta, jonka tarkoitus on helpottaa ihmisten arkea, joten ei pitäisi mennä kauhistelemaan sitä, että ruoka on tehty ruokatehtaassa. Ja Oatlykin on ruokatehdas, niin kannattaisi pohtia kuinka paljon haluaa korostaa sitä luonnonmukaisuutta vai pitäisikö tuoda se esiin, että tämä on nykyaikaa ja ihmisten ruoka valmistetaan tehtaissa. Kaurajuomat ja hapantuotteet on ravitsemuksellisesti ihan hyvä juttu. Siirtymässä oikeastaan tärkeintä on se, että tarvittavat ravinteet on lisätty niihin kasvipohjaisiin vaihtoehtoihin, eli meillä Suomessa jodi ja D-vitamiini on hirveen tärkeitä ja yksi syy miksi maito on korostunut meillä. —Heli Kuusipalo, 22.3.2021



97 Ks. luku 3.5.3 Päätelmät laadullisesta tutkimuksesta.

Kuva 23. Ruokapyramidi, Valtion ravitsemusneuvottelukunta (Evira).

Esteenä ovat siis tunneperäinen suhtautuminen ruokailuun, asenteet kasvisruokaa kohtaan, virheelliset uskomukset kuluttajien tasolla sekä suositusten implementoinnin vaikeus arjessa. Haasteita on monia. Seuraavat pohjoismaiset ravitsemussuositukset julkaistaan vuonna 2022, ja ne vastaavat pitkälti niin sanottua *planetaarista ruokavaliota*, jossa ekologisuus ja eettisyys on otettu huomioon.⁹⁸ *Planetaarisella ruokavaliomallilla* pyritään karsimaan elintamosairauksia, kuten ylipainoa ja verisuonitauteja sekä torjumaan luonnon ylikuormitusta ja haitallisia kasviuonepäästöjä. Fleksaus nostetaan myös *planetaarisen ruokavaliion* toteutumisen kannalta tärkeäksi ilmiöksi.⁹⁸ Joustava, hävikkiruokaa välttävä, sesonkiruokaa suosiva ja selvästi kasvipainotteisempi ruokailu mahdollistaisi kestäväen kehityksen tavoitteiden toteutumisen sekä sosiaalisesti, taloudellisesti että ekologisesti.

3.4.3 Näkökulmia suomalaisiin mieltymyksiin

Ruokakuluttajuuden näkökulmaa on tutkittu Suomen raameissa jo jonkin verran. Suomalaiset haluavat tuttua, turvallista ja kaikille maistuvaa ruokaa, joka valmistuu vaivatta arjen kiireiden keskellä.⁹⁹ Erityisesti koronapandemian aiheuttama poikkeustila sai suomalaiset leipomaan ja laittamaan kotona perinneruokaa useammin:

98 Suomen Tietotoimisto, 2021. Planetaarinen ruokavaliomalli vaikuttaa tuleviin ravitsemussuosituksiin myös Suomessa. Yle Uutiset. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11967364>.

99 Korkman O., Greene S., & Hantula K, 2020. Lifestyles after lockdown. Sitra Studies. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/en/publications/lifestyles-after-lockdown/>

“Epävarmoina aikoina perinteisten, tuttujen ja varmojen ruokien laittaminen on lohdullista ja turvallista – tulee tunne, että tämän minä ainakin hallitsen. Samaan aikaan on inspiroivaa huomata, että kiinnostus terveellisempiä, ilmastoystävällisempiä kasvipohjaisia ruokia kohtaan on kasvanut ja yhä useampi on löytänyt myös uusia reseptejä”, kertoo Oatly Suomen myyntijohtaja Niina Kahra.¹⁰⁰

Mieltymyksiin vaikuttaa paljon lapsuudessa koetut positiiviset ruokailukokemukset, hyvä arkiruoka ja toisaalta juhlien herkkuhetket.¹⁰¹ Käyttäytymiseen vaikuttaa yksilöllisyyden lisäksi vahvasti myös yhteenkuuluvuuden tunne:

Mitä yleisempää on yhteenkuuluvuuden tunne, sitä vähemmän ihmiset ovat defensiivisiä tai keskittyvät vain itseensä. Ryhmän ulkopuolelle jäämisellä on vakavia seurauksia hyvinvoinnille. Voimme esimerkiksi tuntea kipua, kun meitä ei oteta huomioon tai meidät suljetaan ryhmästä.¹⁰²

Muutokset ovat usein hitaita, kun on kyse kuluttajien ruokaan liitetyistä mieltymyksistä ja tottumuksista, ja lisäksi kotieläintuotannon hintataso on pystytty pitämään vakaana ja suotuisana sekä kaupalle että kuluttajalle, mutta tuottajalle jäävä tuotto on pienentynyt 2000-luvulle

100 Miltton, 2020. Mitä, missä ja miten suomalaiset ovat syöneet – Oatly selvitti poikkeustilan vaikutusta ruokailutottumuksiin. Luettavissa: <https://news.cision.com/fi/miltton/r/mita--missa-ja-miten-suomalaiset-ovat-syoneet---oatly-selvitti-poikkeustilan-vaikutusta-ruokailutott,c3127372>

101 Mattila H., 2021. Ruuasta lämmöllä ja lempeästi. Maa- ja metsätalousministeriön blogi. <https://mmm.fi/blogit/-/blogs/ruuasta-lammolla-ja-lempeasti#7bb7ed3b>

102 Salmela-Aro K., Nurmi J-E & Feldt T., 2017. Mikä meitä liikuttaa: Motivaatiopsykologian perusteet. 3. täysin uudistettu painos ed. Jyväskylä: PS-kustannus. S. 148.

tultaessa tuotantopanoksien hinnannousun johdosta.¹⁰³ Toisaalta makukokeiluista nautitaan, uusia ruokatrendejä koitetaan ja hyviä reseptejä jaetaan sosiaalisessa mediassa tai tuttavapiirissä. Innostava kokeilukulttuuri mahdollistaa uusien ruokien maistelun, ja saattaa toimia kannustimena pysyvämpiin ruokailutottumuksiin:

Kaikenlaiset kokeilut ovat silti hyödyllisiä, sillä käytännön ja asenteiden välinen suhde on kaksisuuntainen, jolloin myös toiminta voi vaikuttaa asenteisiin. Vieraiden elintarvikkeiden kokeilu voi alun muutosvastaisuudesta huolimatta muuttaa asenteita positiivisemmiksi.¹⁰⁴

Tuuppauksesta (eng. nudging) on alettu puhumaan pysyvien ruokamuutosten mahdollistajana.¹⁰⁵ Lempeällä suosittelulla ja ruokien strategisella asemoinnilla pystytään vaikuttamaan ruoka-annoksien sisältöön terveellisyys ja kestävyys huomioon ottaen. Motivaatioon vaikuttavat myös tunne kyvykkyydestä eli siitä, että osaa varmasti valmistaa uusia ruokia, ja tilaisuuksista eli siitä, että muutosta voi tehdä pienin askelin omaa tahtia oman lähikaupan tarjonnan mukaan niin, ettei tarvitse nähdä suurta vaivaa raaka-aineiden tai ruoanlaittovälineiden hankintaan.

103 Lehtonen H., 2016. 5 Lihankulutuksen merkitys Suomen maataloudelle. Toim. Mattila H., 2016. Vähemmän lihaa: Kohti kestäväää ruokakulttuuria. Helsinki: Gaudeamus. S. 118–125.

104 Pohjolainen P. & Tapio P., 2016. 6 Ovatko kuluttajat valmiita muutokseen? Toim. Mattila H., 2016. Vähemmän lihaa: Kohti kestäväää ruokakulttuuria. Helsinki: Gaudeamus. S. 146.

105 Paloviita A., Puupponen A., Kaljonen M., Huttunen S., Kortetmäki T., Tykkyläinen R., Turunen A. & Karttunen K., 2021. Kohti reilua ruokajärjestelmää: Ruokajärjestelmän toimijoiden näkemyksiä ilmastopoliitiikan keinojen oikeudenmukaisuudesta. Just Food. S. 16.

106 Korkman O., Greene S., & Hantula K, 2020. Lifestyles after lockdown. Sitra Studies. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/en/publications/lifestyles-after-lockdown/>

Kotimaisuuden arvostus ja kulutus on korkealla ja jatkaa kasvuaan koronapandemian myötä.¹⁰⁶ S-ryhmän ruoan myynnistä kotimaisten tuotteiden osuus oli jopa 80 prosenttia vuonna 2020¹⁰⁷, ja kotimaisuus toistuu vahvana ruoan ostokriteerinä myös *Helsingin Sanomien kyselytutkimuksessa* (2021). Ruotsalaisen kaurajuomayhtiön on vaikea muuttua suomalaiseksi, mutta pohjoismaisuuden korostaminen ja suomalaisen kuluttajan kannustaminen räätälöidyillä tuuppauskeinoilla voi vaikuttaa asenteisiin positiivisesti.

106 106 Pohjolainen P. & Tapio P., 2016. 6 Ovatko kuluttajat valmiita muutokseen? Toim. Mattila H., 2016. Vähemmän lihaa: Kohti kestäväää ruokakulttuuria. Helsinki: Gaudeamus. S. 146.

107 S-ryhmä, 2021. Korona lisäsi kotimaisen ruoan myyntiä – kovin kasvu tuoreessa kalassa. Luettavissa: <https://s-ryhma.fi/uutinen/korona-lisasi-kotimaisen-ruoan-myyntia-kovin-kasvu/7nH6srtjWYChj01oLQjD6n>

TRANSITION IS SLOW

People tend to adopt new eating habits quite slowly.*

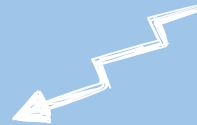


COMFORT & SAFETY

To many food represents comfort and safety in a chaotic world.***

EXPERIMENTING IS KEY

Thinking and doing is a two-way street where positive experiences might transform attitudes.**



NUDGING TO RESCUE

Positive reinforcement and inspirational incentives support behavioural changes.***

Vähemmän lihaa - Kohti kestäväää ruokakulttuuria, Mattila, H., 2016.

* Lihankulutuksen merkitys Suomen maataloudelle (s. 107) Lehtonen, H.

** Ovatko kuluttajat valmiita muutokseen? (s. 135) Pohjolainen, P. & Tapio, P.

*** Ruuasta lämmöllä ja lempeästi, Maa- ja Metsätalousministeriö, Mattila, H., 2021. <https://mmm.fi/blogit/-/blogs/ruuasta-lammolla-ja-lempeasti#7bb7ed3b>

3.5 Laadullinen tutkimus

Taustatutkimusta varten löytyi hyvin tuoretta materiaalia fleksaamisesta, suomalaisen ruokakulttuurin historiasta, ravitsemussuosituksista sekä kuluttajien asenteista. Syvempi ymmärrys jäi kuitenkin taustatutkimuksen pohjalta saavuttamatta. Perinteinen laadullinen haastattelumenetelmä on käyttää fokusryhmiä tiedon keräämiseen kysymällä mielipiteitä tuotteista, palveluista, mainoksista tai käytettävyyden kokemuksista. Palvelumuotoilun prosesseihin kuuluu lisäksi olennaisena ajatuksien ja kokemusten kerääminen laadulliseksi dataksi muun muassa persoonien, palvelupolkujen ja muotoiluluotaimien avulla. Muotoiluluotaimia käytetään yleensä niin että valikoidut käyttäjät kirjaavat käyttäjäkokemuksia käyttämällä jotain itsedokumentoinnin välinettä kuten päiväkirjaa tai sopivaa luotainsovellusta älypuhelimella.¹⁰⁸ Luotaimia hyödynnetään muun muassa palvelupolkujen rakentamiseen sekä persoonatyöpajojen datarunkona. Tässä alaluvussa avataan projektia varten tehtyä ateriakokeiluvaihetta, jonka tarkoituksena oli kerätä laadullista dataa syvempää ymmärrystä varten.

108 Stickdorn M., Lawrence A., Hormess M. E. & Schneider J., 2018. This is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World: A Practitioner's Handbook. First Edition ed. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc. S. 124.

3.5.1 Ateriakokeilu, tavoitteet ja fokusryhmä

Rakensimme Oatlyn kanssa ateriakokeilukonseptin, johon käytettiin fokusryhmäajattelua, puolistrukturoituja haastatteluja ja muotoiluluotaimia. Tavoitteena oli selvittää, minkälaisia kokemuksia liittyy fleksaajien kokeiluvaiheeseen: miten muutosta lähdetään tekemään omista lähtökohdista, mitkä asiat mietityttävät kaupassa ja tuotteissa, mistä haetaan tietoa, mitkä tekijät motivoivat kokeilemaan kasvipohjaisia vaihtoehtoja, mitä haasteita kokeilun aikana kohdataan ja mitä keskustelua kokeilut herättävät lähipiirissä. Oatlyn prioriteettina oli pikemminkin tutkia kasvipohjaisuuden lisäämisen polkua kuin pelkästään Oatlyn omia tuotteita, joten päätimme myös pitää toimeksiantajan nimen salaisena ateriakokeilujen loppupuolelle asti.

Fokusryhmää varten loimme lyhyen kyselyn (ks. liite), jonka avulla haarukoimme fleksaajiksi itsensä tunnistavat henkilöt testaajiksi. Aluksi tavoitteena oli saada henkilöitä sieltä täältä Suomesta, mutta lopulta sopivat henkilöt löytyivät Etelä-Suomesta taajama-alueilta. Fokusryhmään otettiin kymmenen henkilöä. Ikähaarukka oli 27–73, josta naisia oli kuusi ja miehiä neljä. Taulukosta 2 näkyy osallistujien profiilitiedot.

Ateriakokeilu toteutettiin huhti-toukokuun 2021 aikana, ja kesto oli neljästä päivästä viikkoon riippuen testaajan henkilökohtaisesta tilanteesta. Kokeilun aikana tehtiin neljä täysin kasvipohjaista ateriaa ilman ohjeistusta tai tuotesuosituksia. Yhden aterian piti olla aamupala, yhden lounas, yhden välipala ja yhden päivällinen tai illallinen, mutta nämä ateriat sai toteuttaa omassa järjestyksessä miten hyvältä tuntui. Muutenkin itse kokeilun toteutus pyrittiin pitämään

hyvin omaehtoisena, jotta kokeiluista saadut kokemukset vastaisivat oikean elämän tilanteita mahdollisimman hyvin. Sanaa vegaani ei tarkoituksenmukaisesti käytetty sen sisältämän tunnelatauksen vuoksi, ja tämä puolueettomuuden tavoite ilmaistiin myös testaajille kokeilun alussa.

Muotoiluluotaimena eli itsedokumentointivälineenä käytettiin älypuhelimien WhatsApp viestisovellusta, ja keskustelu oli yksityinen, vain tutkijan ja testaajan välinen, eikä ryhmähaastattelu kuten yleensä

fokusryhmien kanssa on tapana. Testaajia pyydettiin kertomaan kuvien, tekstiviestien, ääniviestien ja/tai videoiden välityksellä kokemuksistaan, missä kaupassa käytiin, miten tuotteet löytyivät, millä perusteella reseptit ja tuotteet valittiin, miltä aterioiden laittaminen tuntui ja miltä ne maistuivat. Lisäksi pyydettiin kiinnittämään erityistä huomiota taustalla vaikuttaviin mielipiteisiin ja ajatuksiin sekä ruokailuun liitettyihin odotuksiin, haasteisiin ja motivaatioihin. Aterioita varten testaajat saivat K-ketjun lahjakortin ruokaostoksia varten, ja kokeilun päätteeksi toisen lahjakortin kiitoksena osallistumisesta. Testaajat

osallistuja	ikä	asuu	alue	elämäntilanne	ruokavalio	tärkein ruuanostokriteeri	suunnitelmat	onko fleksaaja
nainen	51-60 vuotta	pk-seudulla	taajama	parisuhteessa, ei lapsia	ruokavalioni vaihtelee, pidän kokeiluista	uutuudet ja/tai erikoisuus	aion opetella uusia ruokalajeja	on
nainen	yli 71 vuotta	pk-seudulla	taajama	yksin	olen kaikkiruokainen, vältän punaista lihaa	terveellisyys ja puhtaus	aion opetella uusia ruokalajeja	on
mies	18-30 vuotta	pk-seudulla	taajama	parisuhteessa, ei lapsia	olen kaikkiruokainen	maku ja/tai hinta	aion opetella uusia ruokalajeja	on
nainen	31-40 vuotta	pk-seudulla	taajama	parisuhteessa, perheeseen kuuluu lapsia	olen kaikkiruokainen	maku ja/tai hinta	aion kokeilla kasvipohjaisia vaihtoehtoja	on
nainen	41-50 vuotta	muualla Etelä-Suomessa	taajama	parisuhteessa, perheeseen kuuluu lapsia	olen kaikkiruokainen, vältän punaista lihaa	alkuperä ja/tai kotimaisuus	aion syödä terveellisemmin	on
nainen	18-30 vuotta	pk-seudulla	taajama	parisuhteessa, ei lapsia	olen kaikkiruokainen	maku ja/tai hinta	aion kokeilla kasvipohjaisia vaihtoehtoja	on
nainen	31-40 vuotta	pk-seudulla	taajama	asun kimpassa	olen kaikkiruokainen	maku ja/tai hinta	aion vähentää lihaa ja/tai maitotuotteita	on
mies	31-40 vuotta	Lounais-Suomessa	taajama	parisuhteessa, perheeseen kuuluu lapsia	olen kaikkiruokainen	terveellisyys ja puhtaus	aion kokeilla kasvipohjaisia vaihtoehtoja	on
mies	51-60 vuotta	Lounais-Suomessa	taajama	parisuhteessa	olen kaikkiruokainen	terveellisyys ja puhtaus, alkuperä ja/tai kotimaisuus, ympäristö ja/tai vastuullisuus	aion lisätä kasvisten käyttöä	on
mies	41-50 vuotta	pk-seudulla	taajama	asun yksin	olen kaikkiruokainen	maku ja/tai hinta	aion kokeilla kasvipohjaisia vaihtoehtoja	on

Taulukko 2. Ateriakokeiluun osallistuneiden profilointi.

saivat kuitenkin itse päättää missä ruokakaupassa asioivat kokeilun aikana, osa käytti myös itse kasvatettuja tai kerättyjä raaka-aineita.

Ennen kokeilua pidettiin puolistrukturoitu alkuhaastattelu tavoitteiden esittelyä ja tunnelmien kartoitusta varten sekä kokeilun päätteeksi toinen haastattelu kokemusten yhteenvetoa ja kommentointia varten. Haastattelut pidettiin Zoom etäpalaverisovelluksen avulla pääosin videoyhteydellä, ja tallennettiin väliaikaisesti niin että haastattelujen aikana pystyi keskittymään keskusteluun eikä tarvinnut tehdä muistiinpanoja samanaikaisesti. Esihaastattelussa esiteltiin ateriakokeilujen tavoitteet sekä kysyttiin elämäntilanteesta, ruokailutottumuksista ja mieltymyksistä, kasvipohjaisten ruokatuotteiden käytöstä ja mielipiteistä ruokamurrokseen liittyviin mediakeskusteluihin. Loppuhaastattelu keskittyi ateriakokeiluun liittyvien kokemusten läpikäyntiin ja siihen, miten kokeilu mahdollisesti vaikutti tuleviin ruokapäätöksiin. Haastattelujen kyselyrungot löytyvät liitteestä 2.

3.5.2 Datan kerääminen ja analysointityökalut

Dataa kerättiin viestein WhatsAppilla ja haastatteluiden nauhoituksella Zoomissa. Dataa kerääntyi luonnollisesti valtavat määrät ja materiaalina oli kuvia, tekstiä, ääntä ja videoita ateriakokeiluja ennen, niiden aikana ja myös jälkeen. Haastatteluista, ja kokeilukokemuksista kirjoitettiin testaajakohtaiset tiivistelmät suomeksi, mistä kävi ilmi myös käytetyt eläinperäisiä korvaavat ruokatuotteet sekä tehdyt ateriat kuvineen ja kommentteineen.

Päähuomiot koottiin lapuille verkkoyhteistyöalusta Miroon, aluksi testaajakohtaisesti ja seuraavaksi empatiakartalle, jonka tarkoituksena oli asemoida huomiot sen perusteella, miten kokemukset olivat jäsentyneet: sanojen, tekojen, aistien ja oivalluksien kautta. Mirossa tehdyt laput merkittiin sopivilla adjektiiveilla tai merkityksillä, joita olivat: yllättävä, edullinen, maistuva, houkutteleva, inspiroiva, mielihyvä, tärkeät hetket, energiaa antava, kokeellinen, joustava, monipuolinen, käytännöllinen, suositteluva, puhdas/luonnollinen, kestävä kehitys, eettinen, paikallinen, terveellinen/ravitseva, ruoansulatukseen liittyvä, ikääntymiseen liittyvä, lapsiin liittyvä, tasapainoilu, ennakkoluulot, haasteellinen, ristiriitainen, irrationaalinen, proteiini, taidot, hyväksyntä, huono maku, huono ravitsemus, liian kallis/elitistinen, liian prosessoitu, ei 'ismeille', ei pikaruoaalle ja ei syyllistämiseksi. Jos esimerkiksi lapulle merkityssä huomiossa luki "pitää yksinkertaisista ruoista, tutuista mauista ja resepteistä, jotka eivät vaadi paljon" niin lappuun liitettiin 'tägit' käytännöllinen, maistuva ja taidot. Tai jos lapulla luki "haluan että raaka-aineet ovat pääosassa, en syö ismejä" niin lappuun liitettiin 'tägit' puhdas/luonnollinen, ei 'ismeille' ja liian prosessoitu. 'Tägyksessä' vaikutti luonnollisesti tutkijan ymmärrys kommenttien ympärillä käydystä keskustelusta joko haastattelun aikana tai viestien välityksellä, joten data on tulkittu ja tiivistetty tutkijan suodattamana. Lisäksi Mirosta löytyi käytännöllisiä työkaluja datan analysointiin. Klusterointityökalulla pystyi ryhmittelemään 'tägit' niin että tärkeys ja läheisyys tulivat hyvin esiin.

Seuraavassa vaiheessa 'tägit' asemoitiin tutkamalliin, jossa näkyivät vaikuttavuuden eri tasot ja kokemukselliset ulottuvuudet. Pallon koko kertoo asian tärkeydestä eli mitä isompi pallo sitä useammin se oli mainittu. Mallissa henkilökohtainen taso oli keskellä, seuraava ympyrä oli lähipiirin taso ja ulommainen oli kulttuurinen taso. Kokemuksiin

liittyvillä pysty- ja vaaka-akseleilla näkyvät kokemukselliset ulottuvuudet motivaatioista haasteisiin (eng. motivations and challenges) sekä saavutuksista vaikeuksiin (eng. gains and pains). Tutkamalli auttoi selvittämään monimutkaista klusterikarttaa, ja paikantamaan mitkä asiat ovat tärkeimpiä ja millä tasolla. Varsinaisia päätelmiä avataan seuraavassa alaluvussa.

Data kerättiin vielä testaajapersooniksi, ja testaajille annettiin kokemuksia ja persoonia kuvaavat englanninkieliset nimet, jotta ne olisi helpompi muistaa ja sisäistää. Varsinaista yhteiskehittämistyöpajaa persoonista ei pidetty vaan testaajaprofiilit toimivat tässä tapauksessa persoonina. Yksityiskohtaiset testaajaprofiilit jäävät Oatlyn sisäiseen käyttöön.

Digitaaliset työkalut (Zoom, WhatsApp ja Miro) mahdollistivat suuren ja vaihtelevan datan keräyksen ja analysoinnin jokseenkin jopa paremmin kuin jos dataa olisi kerätty kasvokkain haastatteluiden ja fyysisten tarralappujen avulla. Kommunikaatio testaajien kanssa oli välitöntä ja helppoa, myös palautteen perusteella. Älypuhelimien ja WhatsAppin käyttö oli kaikille kokeiluun osallistuneille jo tuttu väline, ja yhteydenpito oli sujuvaa olematta liian henkilökohtaista. Osallistujien henkilöllisyys oli helposti salattavissa ja tietoturvasuus huomioitavissa, kun tiedot kulkivat vain tutkijan kautta.

3.5.3 Päätelmät

Ateriakokeilu antoi paljon näkemyksiä suomalaisten fleksaajien kohtaamiin haasteisiin ja toisaalta niihin asioihin, jotka motivoivat muutokseen. Datan analysointi oli sujuvaa verkkotyökalujen avustamana, joten päätelmät eivät nojanneet ainoastaan tutkijan tulkintaan. Vahvoja teemoja olivat ajankäyttö, ravitsemus, lähipiirin vaikutus, uusien asioiden opettelu, arvostiridiidat ja yllätyksellisyys. Seuraavaksi avaan teemoja tarkemmin testaajakommenttien kanssa. Kommentit on tiivistetty alkuperäisistä selkeyden vuoksi.

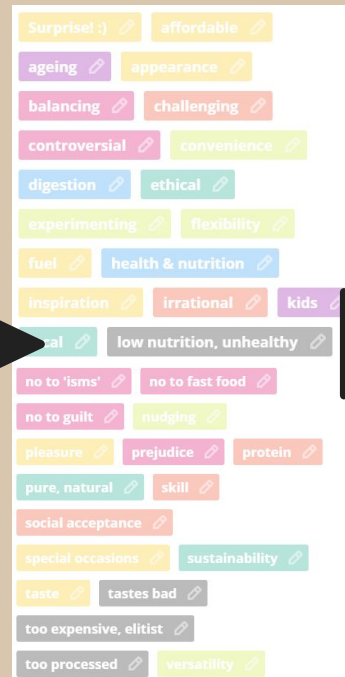
Teema 1: Ajankäyttö, hinta, saatavuus. Mistä löydän helpot ja sopivat ratkaisut arjen kiireisiin?

Ruoan hankkimiseen ja miettimiseen piti käyttää paljon aikaa ja se koettiin haastavaksi. Erityisesti kaupassa käynti ja aterioiden miettiminen tuotti jopa tuskaa. Tuotteita oli hankala löytää, ja oli epäselvää, miten niitä käytetään. Kestääkö kuumuutta, pitääkö paistaa vai voiko vain lämmittää, miten koostumus säilyy? Mistä tuotteet löytyvät kauppoissa? Jo etukäteen testaajat kyselivät reseptien ja ohjeiden perään. Muutama testaaja lähti tekemään tuttuja reseptejä eläinperäiset raaka-aineet vaihtaen, ja moni etsi vegaanireseptejä netistä hakukoneiden ja käyttämiensä nettireseptipankkien kautta (esimerkiksi K-ruoka, Yhteishyvä). Kaiken kaikkiaan suurin haaste myös jatkolle oli ajan ja rahan haaskaamisen pelko. Haluttiin että ruoka on varman päälle, niin että kaikille maistuu ja ruoka valmistuu vaivatta niin ettei mene enempää rahaa eikä jää hävikkiä.

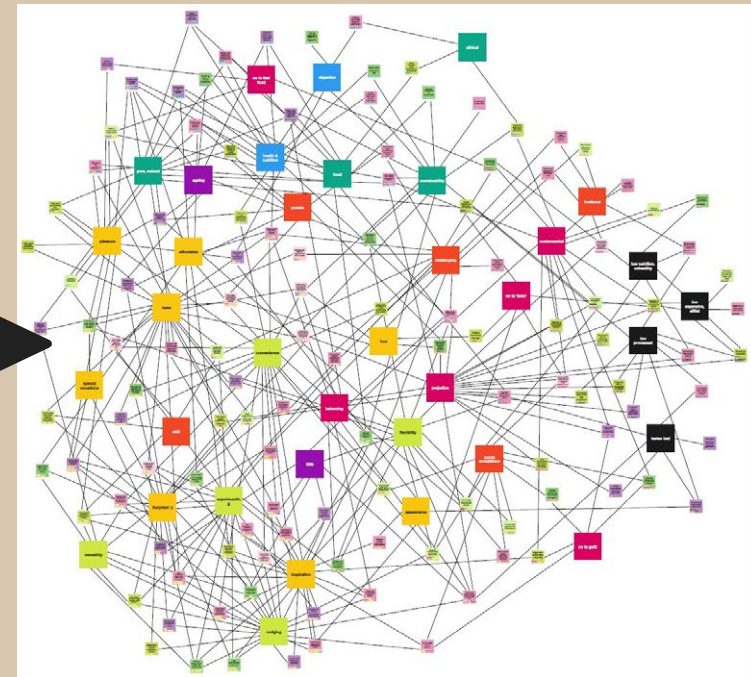
METHOD FOR DATA ANALYSING



Comments from interviews and probe diaries placed to empathy map in Miro.



Comments tagged with key issues.



Issue tags clustered with a special tool in order to see connections and importance.

MULTILEVEL RADAR

Tagged issues are positioned to a multilevel empathy radar with 3 levels of influence.

Importance grows with dot size.

Yellow = senses

Lime = ease

Green = shared values

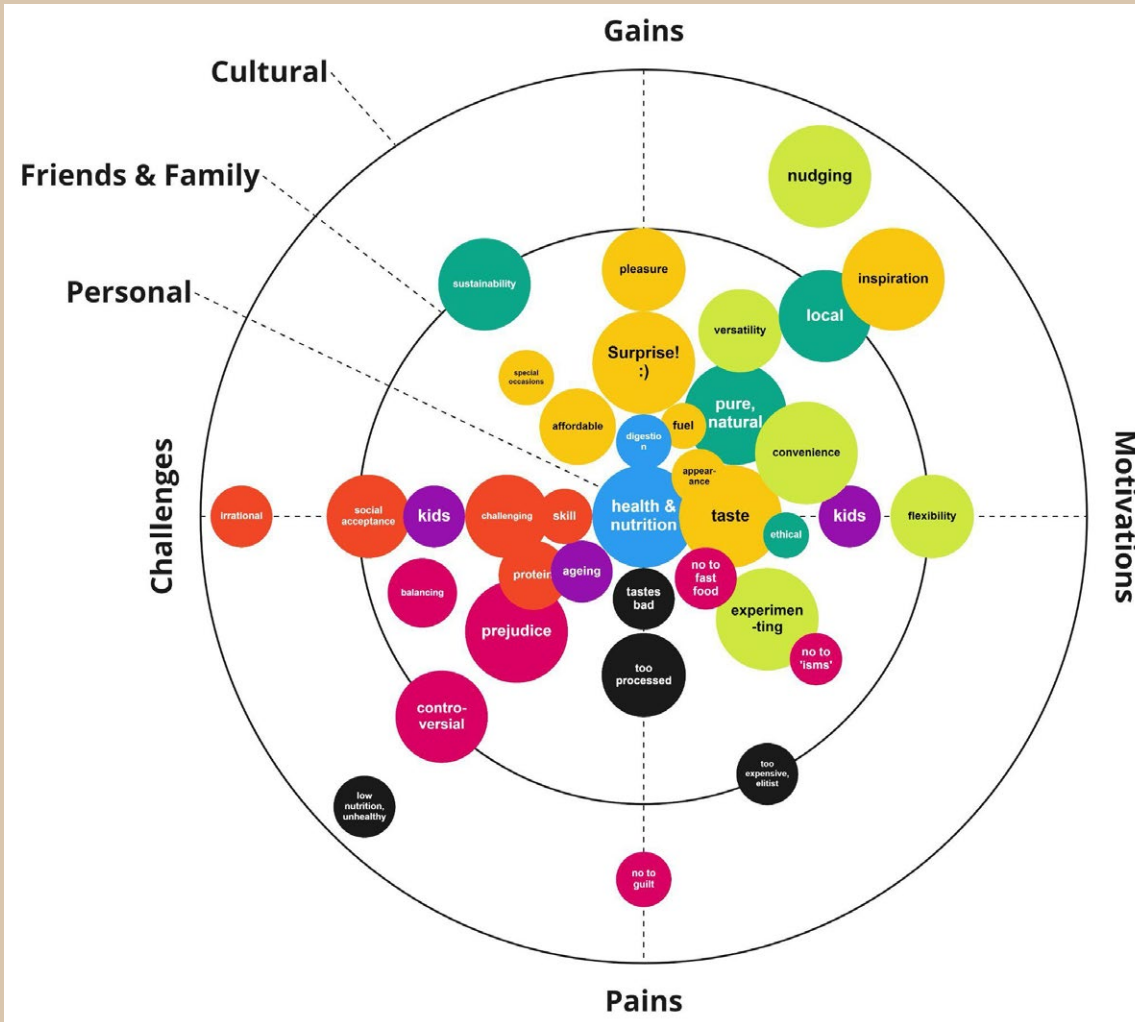
Blue = health

Purple = age

Pink = doubts

Red = distress

Black = flaws



Kuva 26. Moniulotteinen tutkamalli, jossa näkyy vaikuttamisen tasot ja kokemuksellinen asemointi. Ks. liite: Flexitarian Finns - Insights, esitysmateriaali.

PERSONAS IN ONE LOOK



THE ACTIVE PURITAN



I DON'T EAT 'ISMS'



NEWLY WOKE EX-MEATER



MAMA THE BALANCER



GOOD FOOD = GOOD LIFE



GOT GUTS?



EATS WITH ALL SENSES



GOURMET CHAMELEON



FOOD IS FUEL



GOES WITH THE FLOW

“Mä lähdin googlesta etsimään reseptejä ja tein kauppalistankin mut sitten kaupassa meni kuvat uusiksi. Mut tosi hyvin löysin uusia tuotteita ja maun puolesta ne toimi tosi hyvin vanhoissa resepteissä. Mul ei oo mitään rajoitteita enkä jaksa joka aterian kohdalla sitä miettiäkään. Oon enemmän sellainen ‘kunhan vatsa tulee täyteen’ tyyppi.” —Goes with the Flow, nainen, 27-vuotta.

“Kaupassa käynti vei liikaa aikaa. Yleensä selviän puolessa tunnissa ja nyt meni toista tuntia, kun etsin niitä vegetuotteita ja selvitin miten niitä käytetään.” —Mama the Balancer, nainen, 35-vuotta.

“Mä en yleensä hirveesti kokkaa, laitan vaan asioita yhteen ja korkeintaan vähän paistan pannulla. Nopeus ja helppous on tärkeää et, jos lähden tekemään muutosta niin vaikeammaksi ei saa mennä. Ja onhan noi vegeproteiinit aika paljon kalliimpia kuin liha, mut onneks niitä on alessa aina välillä.” —Food is Fuel, mies, 42-vuotta.

Teema 2: Ravitseminen, proteiini, prosessointi ja ruoansulatus. Paljon kysymyksiä!

Useasti esiin tullut asia oli ruoan puhtaus ja ravitseminen. Moni testaaja sanoi karttavansa aineksia ja prosessoituja ruoka-aineita. Mitä prosessointi sitten tarkoitti itse kullekin, se vaihteli jonkin verran. Jollekin prosessointi tarkoitti pitkää listaa sisältötiedoissa, joillekin se tarkoitti mitä tahansa ruokaa, jota oli millään tavalla käsitelty. Kotimainen maito ja liha koettiin luonnolliseksi, puhtaaksi ja prosessoimattomaksi, vaikka kuitenkin mainittiin, että terveyssyistä niitäkin pitäisi välttää. Proteiini koettiin ylipäätään haasteeksi monen ruokavaliossa, ja kasvipohjaisten tuotteiden vähäinen proteiinipitoisuus nousi esiin usein. Muutama

mainitsi, että voisi syödä muuten kasvipohjaisesti, mutta lisäävät juustoa, kalaa ja munia proteiinin takia. Myös soijan alkuperä ja haitallisuus sademetsille mietitytti ja oli esteenä soijapohjaisten tuotteiden ja tofun käytölle. Tässä tapauksessa oli selvä haitallinen mielikuva, joka esti kokeilun. Kauratuotteita ei mainittu huolenaiheiden kohdalla, kaura koettiin luonnollisempana kuin soija, koska se on kasvina tutumpi.

“Syön mieluiten tuoreita kasviksia, kerään sienet ja marjat itse ja grillaan kalaa. Näiden teollisten mössöjen prosessointi mietityttää, kun ravintosisällöt on niin pitkiä ja kryptisiä. Ja ne kyllä maistuvat ihan karmeelta, vaikka minä aina osaa laittaa niistä hyvää ruokaa niin minä en kyllä onnistunut.” —The Active Puritan, nainen, 73-vuotta.

“Saan helposti vatsaoireita vegetuotteista, ja vegejuustojen ravintosisältö mietityttää. Haluaisin syödä kasvipohjaisemmin mutta matkustaessa sen on vaikeaa ja ruoansulatus aiheuttaa haasteita. Suomessa on kyllä valtavan hyvät valikoimat kaikkia kauratuotteita ja muita.” —Got Guts?, nainen, 30-vuotta.

“Mietityttää vaan se prosessoinnin määrä ja hämävät ainesosat, jotka kuulostaa niin epätuotteilta. Ravintosisältö on noissa kasvispohjaisissa vähän itselle sellainen kysymysmerkki, kun monesti esimerkiksi rahkaa syö proteiinin takia ja jossain vegejuguissa ei taas ole lähes yhtään proteiinia. Se soijakin mietityttää, että tuhotaanko niitä sademetsiä tofun ja soijamaidon takia.” —Eats with All Senses, nainen, 44-vuotta.

Teema 3: Lähipiiri, haaste vai mahdollisuus?

Lähipiiri vaikutti paljon suuntaan ja toiseen testaajien ruokasuunnittelussa. Lapset mainittiin sekä haastajina että motivaattoreina. Isommat lapset olivat jo sparranneet ja opettaneet vanhempiaan kasvisruokailuun, ja toisaalta pienten lasten päiväkodeissa ja kouluissa kokemat mieltymykset ja ennakkoluulot kasvisruokaa kohtaan haastoivat ateriasuunnitelmia. Fleksaajat tasapainoilivat ruokavalioiden ja mielipiteiden kanssa päivittäin niin kotona, työpaikkaruokalassa kuin ystävien kokoontumisissa. Ateriat saatettiin valita seurun mukaan, jotta välttyttiin ristiriidoilta. Hyvän kasvisruoan tarjoaminen ”vahingossa” koettiin myös hyväksi tavaksi haastaa ennakkoluuloja lähipiirissä. Ennakkoluulot vaikuttivat vahvasti sosiaalisissa tilanteissa ja erityisesti ilmastoaspekteista ei haluttu enää puhua tuttavapiireissä. Toisaalta kun esimerkiksi yhden testaajan koko perhe lähti yhdessä miettimään kasvipohjaista jälkiruokaa, niin se oli yhdistänyt heitä positiivisella tavalla, kun kaikki saivat ideoida ja vaikuttaa.

”Kun minä saan päättää niin me tilataan Vegeboksi. Mun mies sit aina vitsailee, että kukas nää kaikki kaurat oikein lypsää. Joskus teen ruokaa, kutsun ihmiset syömään ja sitten lopuksi kerron, että tämä oli muuten vegaaniannos. Sillä tavalla saa vahingossa hyviä kokemuksia kasvisruoasta. Joillekin tutuille se on tietenkin niin punainen vaate että en ehkä lähtisi heille tekemään tuota. Ennakkoluulot on todella voimakkaita ja vaikuttavat makuun jos ne tiedostetaan etukäteen.” —Good Food = Good Life, nainen, 53-vuotta.

”Mun yliopistofrendit on pääosin kasvisyöjiä, ja mun duunarifrendit syö lihapainotteisesti. Jos meen syömään vegefrendien kaa niin syön kasvisruoan, koska hävettäis ottaa joku muu vaihtoehto, vaikka tekisi sitä enemmän mieli, ja duunarifrendien kaa on toisinpäin. Sinänsä se ei haittaa, kun mulle kelpaa kaikki. Tyttöystävä on kasvisyöjä niin me syödään yhdessä lähes aina kasvisruokaa.” —Gourmet Chameleon, mies, 30-vuotta.

”Tein kokeilun aikana pizzaa ja tortilloja. Ne oli helppo tuunata kaikille mieluisaksi. Mies söi kanalla, poika juustolla ja mä kokeilin nyt Härkiksellä. Kaikki oli tyytyväisiä ja kaurafraiche ja vuustokastikekin toimi yllättävän hyvin. Keskustelua kyllä herättää aina meillä, kun haluaisin syödä enemmän kasvisruokia mutta mies yrittää pelastaa maailmaa syömällä alelaputettuja lihoja. Ja poika taas on luonnostaan melkein vegaani, ku se söis aina vaan pelkkää pastaa.” —Eats with All Senses, nainen, 44-vuotta.

”Tein vegaanilasagnea ja mä ja mun mies syötiin sitä, mutta lapsille se oli liian tomaattinen. Banaanipannukakut maistui kaikille vaikka lapset halusi kyllä nutellaa niihin. Aion tehdä aina välillä kasvisruokaa, mutta koko perheen ruokailun kannalta ei voi kaikkea vaihtaa ainakaan heti. Mun mies ei niin välittänyt paprikakukkakaalikeitosta, mutta söi sitä kuitenkin vielä toisena päivänä uudelleen.” —Mama the Balancer, nainen, 35-vuotta.

”Jos sanoo että käyttää kauramaitoa niin ilman sanojakin tuntuu, että on jotenkin suomalaisuutta vastaan tietyissä tilanteissa. Tää kasvisruokailu on vielä niin pienen porukan juttu, että se tekee siitä liian elitistisen. Mun ystävä tekee kyllä maailman parhaat vegaanimunkit, en voinut uskoa, että niissä ei ole voita

ja munia. Tollaset 'vahingossa vegaanit' kokemukset varmasti lisäisi epäilijöissäkkin kiinnostusta.” —Eats with All Senses, nainen, 44-vuotta.

Teema 4: Taidot ja tiedot. Mitä tarvitaan, mikä toimii?

Kokemuksiin vaikutti jonkin verran se kuinka paljon tietoa oli jo valmiiksi ja kuinka taitavaksi kokiksi testaajat itsensä tunsivat. Epävarmat ruoanlaittajat kokivat luonnollisesti haasteelliseksi sen, että piti laittaa täysin uudenslaisia ruokia ilman valmiita ohjeita. Kokeelliset ja keittotaitoisiksi itsensä kokevat eivät tunteneet vastaavia paineita vaan luottivat siihen, että osaavat maustaa ainekset maittaviksi. Motivaatio jatkotestauksille oli ymmärrettävästi suoraan verrannollinen onnistuneiden aterioiden määrän kanssa. Muutamia testaajia yllätti se, että useissa tutuissa ruoanlaittovalmisteissa oli eläinperäisiä ainesosia kuten kananmunia tai maitoa. Tietoa kaivattiin lisää ruokien terveellisyydestä, ravitsemuksesta ja käyttötavoista, mutta vastuullisuuskysymykset eivät niinkään nousseet esille keskusteluissa.

“Huomasin että kokkailuani määrittää täysin ruoan hinta ja helppous. Valitsen helposti valmiiksi maustettuja tuotteita, koska en koe olevani erityisen lahjakas kokki. Se yllätti mut, miten oletan tiettyjen tuotteiden olevan vegaanisia, mutta ne sisältävät silti eläinperäisiä ainesosia, tuorepastassa olikin kananmunaa ja pestossa parmesanjuustoa.” —Goes with the Flow, nainen, 27-vuotta.

“Uskoisin et, jos joku Glorian Ruoka ja Viini tekisi vegaaniruokaliitteen tai että ne vaihtoehdot olisi jotenkin yleisempiä niin sitten tulisi

varmaan enemmänkin tehtyä kokonaan kasvipohjaisia. Ja tuotteissa pitäis olla kyllä selkeästi myös se ohje, että mihin tuote käy ja miten sitä pitää käyttää.” —Mama the Balancer, nainen, 35-vuotta.

“Googletin tosi paljon, ja mietin ja kysyin vinkkejä kasvissyöjäläpöiltä. Haasteita kyllä riittää (ruoansulatus, ruoanlaittotaidot, hinta, saatavuus). Mutta en aio luovuttaa ja kokeilun aikana tuli kuitenkin tosi hyviä reseptejä, jotka voi ottaa jo käyttöön. Jos mul ois oma kokki ja paljon rahaa niin todellakin oisin jo vegaani.” —Got Guts?, nainen, 30-vuotta.

Teema 5: Arvot. Mikä on oikein; kotimaisuus, lähiruoka, vastuullisuus, puhtaus?

Puhuttaessa ruokaan liitetyistä arvoista kotimaisuus mainittiin useimmin. Kotimaisuus mainittiin luotettavuuden, puhtauden, terveellisyyden, vastuullisuuden ja eettisyyden kumppanina. Kotimaisuutta ei juurikaan kyseenalaistettu arvona, vaikka esimerkiksi suomalaisen maitopropaganda sai jonkin verran kritiikkiä. Kasvisten lisäämistä motivoi usein elämäntapamuutos terveellisempään suuntaan tai eettiset syyt. Kasvipohjaisten korvikkeiden prosessointi mietitytti jonkin verran, joten niiden käyttämistä pohdittiin muutamassa keskustelussa lähinnä ravitsemus edellä. Toisaalta fleksaajatestaajille oli myös tärkeää, että heidän ruokailunsa tekee hyvää jollain tavalla; ruoasta piti tulla hyvä mieli muutenkin kuin maun ja ravinnon vuoksi.

“Herkullisuus, hinta ja helppous on kyllä tärkeitä. Toki on myös tärkeää tukea suomalaista aina kun mahdollista. Terveiden puolesta kasvisten lisääminen tuntuu järkevimmältä, toki ilmastoasiatkin

yhdistyy siihen.” —Eats with All Senses, nainen, 44-vuotta.

“Lähiruokaan halutaan panostaa, käytetään siksi paljon Reko-rinkiä. Meidän on vaan pakko alkaa tekemään tätä muutosta. Ihan vaan ympäristön, ilmaston ja ruoan saatavuuden kannalta.” —Newly Woke Ex-meater, mies, 57-vuotta.

“Yritän vältellä lihaa ja lehmänmaitotuotteita ihan vaan eettisistä ja terveysyistä. Mutta toisaalta haluan syödä mahdollisimman prosessoimatonta ja puhdasta ruokaa, joten näiden asioiden kanssa pitää tasapainoilla koko ajan.” —Got Guts?, nainen, 30-vuotta.

Teema 6: Yllättävän hyvää ja helppoa.

Pääosin kokemukset kokeiluista olivat positiivisia yllättävällä tavalla. Ennakkoluuloja ei mainittu alkuhaastatteluissa, mutta loppuhaastatteluissa helppous ja yllättävyys uskallettiin jakaa jopa ylpeydellä. Hyvät ja huonot tuotteet käytiin tarkkaan läpi, ja tietenkin positiivisesti yllättäneet tuotteet pääsivät jatkoon. Jos jokin tuote oli ennestään tuttu mutta omassa ruoanlaitossa epäonnistunut niin tuote unohdettiin. Oatlyn tuotteet ja kaurapohjaiset tuotteet koettiin yleisesti ottaen hyväksi ja toimiviksi, huonot kokemukset liittyivät kasvipohjaisiin juustoihin ja joihinkin proteiineihin. Myös kasvisten monipuolista käyttöä suosivat annokset olivat parhaimpien joukossa, kuten myös erilaiset tuorepuurot, smoothiet ja letut.

“Hyvät fiilikset kokeilusta, täysin positiivinen kokemus. En olisi itsenäisesti lähtenyt kokeilemaan noita juttuja. Se oli sit kuitenkin yllättävän helppoa.” —Food is Fuel, mies, 42-vuotta.

“Kokeilut sujui aika hyvin ja helposti. Havregurt oli yllättävän raikas ja toimiva chiavanukkaassa. Moni vegetuote ajoi asiansa aika hyvin, kun teki tuttuja reseptejä ja vaihtoi vaan sen eläinosan.” —Gourmet Chameleon, mies, 30-vuotta.

“Kaiken kaikkiaan kokeilu oli mielenkiintoinen ja opettavainen. Kokeilun myötä kyllä tulen painottamaan enemmän kasvipohjaisia tuotteita ruoanlaitossa. Löytyi todella monta uutta hyvää ruokaa, jota voi alkaa tekemään arkena.” —Goes with the Flow, nainen, 27-vuotta.

Teema 7: Kokeilu oli positiivinen kokemus. Fleksaajat ovat kokeilijoita luonteeltaan.

Onnistumiset motivoivat jatkamaan kokeiluja, mutta tästä huolimatta kukaan ei aikonut muuttaa ruokavaliotaan kokonaan vegaaniksi. Harvalle fleksaus oli ennestään tuttu termi, mutta sitä pidettiin positiivisena tapana lähestyä kasvipitoisempaa ruokailua. Kokeilun kannustava, kokeileva ja yksilöllinen luonne tuki motivaatiota jatkoa ajatellen, ja rohkaisi niitäkin, jotka kokivat omat ruoanlaittotaitonsa rajallisiksi. Neuvoja, vinkkejä ja ohjeita haettiin tai kyseltiin aktiivisesti, ja vaikka suunnittelu ja kaupassa käynti oli vaivan takana, niin uusien aterioiden valmistus ja ruokailu oli innostavaa.

“Tavallaan teki jo fleksausta ennen tätä kokeilua mutta tän myötä sain silmät auki ja lähdin uusin silmin kokeilemaan jotain ihan muuta kuin perus soijarouhetta ja papuja. Jatkossa kyllä varmasti lähdän tekemään täysin kasvipohjaisia reseptejä enkä niin että vaihdan niistä vain jonkun ainesosan, esim jos sisältää maitoa ja

lihaa, että vaihtaisin vain toisen. Liharuokat liharuokina ja kasvisruokat kasvipohjaisina.” —Good Food = Good Life, nainen, 53-vuotta.

“Kokeilu onnistui kyllä tosi hyvin. Tää oli jopa hauskaa. Vahvistui ajatus siitä, että kasvikset on edullisia, terveellisiä, maukkaita ja monikäyttöisiä. Maidon ja ruoanlaittokermojen korvikkeet olikin meillä jo pääosin käytössä. Aiotaan tästä lähin tehdä neljä kasvispäivää viikossa.” —Newly Woke Ex-meater, mies, 57-vuotta.

“The experiment went well. I even felt creative when planning new meals and trying new products. You never stop learning. The difficult part was taking the time to prepare since there are always other things to do. I am generally slow and not so good at planning.” —I Don't Eat 'Isms', mies, 38-vuotta.

“Kokeilu tuntui tosi kivalta. Tuli oikeesti kokeiltua uusia juttuja, kun oli kannustin. Tuntui helpolta toteuttaa. Perheenjäsenet ei maistelleet vegeversioita hirveän innoissaan mutta osan aineista pystyi käyttämään kaikille. Tämä kannusti myös kokkaamaan vain itselle eikä vain miettimään muita perheenjäseniä.” —Eats with All Senses, nainen, 44-vuotta.

“Siinä mielessä tää kokeilujakso oli tosi hyvä, että sai sen kipinän. Tällaisilla tuetuilla kokeiluilla olisi varmaan aika hyvä starttivaikutus. Voisin tän kokeilun perusteella vaihtaa ainakin kaksi eläinperäistä ateriaa vegaanisiksi näin alkuun. Vegaaninen pitsakaan ei tunnu enää niin tyhmältä kuin aikaisemmin.” —Food is Fuel, mies, 42-vuotta.

Teema 8: Oatly on toiminut “porttihuumeena” kasvipohjaisiin tuotteisiin.

Ateriakokeilun loppuhaastatteluissa testaajille kerrottiin, että toimeksiantajana toimi Oatly Suomi. Koska moni oli ajatellut, että taustalla oli jokin kasvipohjaisia proteiineja valmistava yritys niin Oatly tuli heille tavallaan yllätyksenä. Oatlyn juomat ja ruoanvalmistustuotteet olivat monelle laadullisesti parhaita kasvipohjaisista ja olleet käytössä jo jonkin aikaa. Moni mainitsi, että Oatlylla kasvipohjaisten maitokorvikkeiden testaus on aikoinaan aloitettu, ja ne kuuluvat jo jääkaapin perusvalikoimaan, tosin jotkut olivat vaihtaneet kotimaisiin merkkeihin ja silti saattoivat käyttää esimerkiksi lehmänkermaa, jogurttia tai creme fraichea joissain resepteissä. Suurimpaan osaan testaajista Oatlyn kampanjointityyli ei ollut vaikuttanut negatiivisella tavalla, korkeintaan kampanjoista käytyä mediakeskustelua ihmeteltiin liioittelevaksi. Moni kuitenkin mainitsi, että lähipiirissä oli Oatlyn viestintää vastustavia ja aihe oli herättänyt tunteikasta keskustelua.

“Oatlya mä kannatan ehdottomasti; creme fraiche, ruokakerma ja jäätelöt on tosi hyviä.” —The Active Puritan, nainen, 73-vuotta.

“Oatlyn tuotteet on ihan tuttuja. Vaimolla kaapissa iso Oatly varasto. Muuten yritys ei ole mulle kovin tuttu.” —Newly Woke Ex-meater, mies, 57-vuotta.

“Oatlyn tuotteilla on itse aloittanut kasvimaitojen kokeilun ja niiden pakkausten takia ostan niitä usein vieläkin vaikka on muuten ehkä siirtynyt suomalaisiin kaurajuomiin. Se liite Hesarissa syksyllä herätti kyllä keskustelua ilmeisesti. Aika herkässä oli tunteet monilla. Toisaalta oon sitä mieltä, että kyllä pitääkin vähän provosoida tai

muuten kukaan ei ikinä muuttaisi mitään. Mutta epäilen että se ilmastoasia ei ole tarpeeksi vahva argumentti monelle.” —Eats with All Senses, nainen, 44-vuotta.

“Oatlyhan tekee vaan kaurajuomia vai? No joo maidon vastainen kampanja oli aika överi, pahinta ehkä on se kärjistäminen ja syyllistäminen. On ihan älytöntä, että me ajettais Suomessa oma lihan- ja maidontuotanto alas. Täällä on kuitenkin aika hyvällä tolalla toi eläintuotanto, etiikka ja niin edespäin.” —Food is Fuel, mies, 42-vuotta.

“Oatly herättää kyllä positiivisia mielikuvia. Niiden maito ja jäätelö on käytössä meilläkin. Ostin Oatlyn kaurakerman curryyn mutta käytinkin sitten kookosmaitoa.” —Good Food = Good Life, nainen, 53-vuotta.

Teema 9: Kokeilut jatkuvat, mutta ilman ‘ismiä’.

‘Ismitön’ ruokavalio oli suosituin tapa jatkaa kokeiluja. Se että pitäisi perustella sen enempää omia ruokavalintoja tuntui liian hankalalta ratkaisulta. Fleksaajat eivät halua kuulua mihinkään kategoriaan vaan aikovat säilyttää joustavan tavan ruokailussaan. Selvä tavoite kuitenkin on muuttaa ruokailua kasvipainotteisempaan suuntaan. Tietyt eläinperäiset ainesosat (kuten kala, riista, juustot, jäätelö ja kerma) haluttiin säilyttää herkutteluhetkiin tai juhla-aterioille. Fleksausta tapahtuu siis moneen suuntaan tilanteesta riippuen. Kasvipainotteisemmat fleksaajat olivat valmiita syömään edelleen kaikkiruokaisesti esimerkiksi kylässä tai ravintolassa, vain allergiat ja makutottumukset huomioiden.

“Mutta kiinnostus heräsi noita kasvipohjaisia kohtaan, ja nyt uskallan kyllä helpommin tarttua niihin kaupassa ja kokeilla uusiakin. Luulen että voisin harkita ainakin sitä yhtä täysin vegaanipäivää viikossa.” —Mama the Balancer, nainen, 35-vuotta.

“Kun fleksaamisesta ja lihan vähentämisestä on alettu puhumaan niin tämä kokeilu oli hyvä rohkaisu omille aikomuksille. Nyt tiedän mitä vältän ja mitkä otan jatkoon ja toisaalta mitä on vielä kokeilematta.” —Eats with All Senses, nainen, 44-vuotta.

“Generally, I like the taste of vegetables. I just want to eat good food but I don’t eat ‘isms.” —I Don’t Eat ‘Isms’, mies, 38-vuotta.

“Kokeilut jatkuu samaan tapaan, aina välillä kiinnostaa kokeilla uutta. Silloin tällöin aion jatkaa kokeiluja, jatkan siis fleksausta, moni asia vaikuttaa ruokailuun niin täysin vegeksi en aio vielä muuttua.” —Gourmet Chameleon, mies, 30-vuotta.

Teema 10: Miten muutos saadaan aikaiseksi?? Ainakin ottamalla huomioon teemat 1–9.

Viimeisenä kysymyksenä loppuhaastatteluisissa oli mitkä tekijät toimivat ja minkä pitäisi muuttua, että kasvipohjainen ruokamurros olisi miellyttävämpi toteuttaa. Muutoksen mahdollistaminen koulujen, päiväkotien ja muiden ruokapalveluiden suunnittelussa koettiin merkitykseltään isona. Perheelliset sanoivat, että ellei muutos tapahdu arjessa myös kodin ulkopuolella niin siellä kotona on enää vaikea lähteä tekemään mitään kovin totutusta poikkeavaa. Myös kauppojen tarjontaan ja tuotteiden asemointiin kaivattiin muutosta niin että

hyvät valinnat olisivat paremmin esillä herkullisuus ja terveellisyys edellä. Jotkut havahtuivat siihen, kuinka iso valikoima ruokakaupoissa on pelkästään lihaa ja maitoa, ja lähtivät ”löytöretkeilemään” kasviosastoille. Ei niinkään, että huonon omatunnon kautta saataisiin kuluttajat muuttamaan tottumuksiaan vaan houkuttelemalla muilla argumenteilla ja esimerkiksi hintavetoisilla kampanjoilla. Reseptejä kaivattiin ruokaostoksien tueksi sekä tietoa tuotteiden käyttökohteista ja valmistustavoista. Kaikenlainen kokeiluun kannustava ja innostava sai tukea ateriakokeiluun osallistuneilta.

”Tää on aika hyvä tapa, että laitetaan ihmiset testailemaan kasvisruokia niin se mieli kääntyy kyllä, varsinkin kun vedotaan samalla terveydellisiin syihin. Ihmiset jotenkin ei osaa sisäistää sitä ilmastoaspektia, terveys olisi parempi näkökulma. Mutta koulut olisi hyvä paikka saada niitä hyviä kokemuksia kasvisruoista. Liha- ja maitotiskit on pitkiä ja ylipäättään valikoima on valtava isoissa marketeissa. Eli kyllä siellä kaupassakin pitäisi tehdä ”tuoppausta” enemmän.” —Newly Woke Ex-meater, mies, 57-vuotta.

”Pikkuhiljaa tehtävää muutosta kannattais tukea. Kouluissa pitäis lähteä kehittämään hyviä kasvisruokia, ettei se ainut kokemus oo se kasvissosekeitto, joka ei maistu. Ja kasvipohjaisia ruokia valmistavia yrityksiä pitäisi alkaa tukemaan ihan poliittisella tasolla. En usko, että kotoa tulee kovin suurta pushia kasvisruokailun suuntaan, ainakaan kaupunkikeskittymien ulkopuolella.” —Food is Fuel, mies, 42-vuotta.

”Esimerkiksi siinä ravintolassa missä olen töissä suosituin, annos on vegaaninen, ja jotkut ihan kauhistuu, että se ei sisällä lihaa eikä sitten lopulta tilaa sitä sen takia. Toisaalta mun ja ystävien

vanhemmat edustavat sukupolvea, joille maito on ollut elämässä vahvasti aina mukana mutta hekin on valmiita kuuntelemaan ja avartamaan näkökulmiaan. Että sinänsä en koe että se todellinen vastarinta on ihan niin laaja. Kaikki varmaan ymmärtää miksi siitä puhutaan.” —Goes with the Flow, nainen, 27-vuotta.

”Me ei korosteta kotona sitä, että minä nyt syön kasvisruokaa ja minä jotain muuta vaan kaikki on ruokaa. Vaikka välillä käydäänkin keskustelua, niin pyrkimys on suvaitsevaisuuteen. Musta tuntuu, että vastakkainasettelu on pahiten muutoksen esteenä.” —Eats with All Senses, nainen, 44-vuotta.

”En tykkää siitä ajattelutavasta, että pihvi pitäisi korvata pihvin näköisellä ja makuisella asialla, joka on kasviperäinen. Mun mielestä kasvisruoka saa olla kasvisruokaa itsessään, sen ei tarvitse maistua ja näyttää liharuoalta. Se ei ole oikea tapa, jolla massat saadaan käännetyttä. Ehkä muilla argumenteilla vois onnistua kuten: jotain ihan uutta, herkullista, ei kovin prosessoitua, helppokäyttöistä, ravinteikasta.” —Got guts?, nainen, 30-vuotta.

”Pääsääntöisesti nää kasvipohjaiset tuotteet on otettu hyvin vastaan varmaan kolmekymppisissä ja nuoremmissa. Ehkä on vaikeampi vaikuttaa yli 50-vuotiaisiin, joilla on kovin vakiintuneet tavat. Vaikka olenhan minäkin viiskymppinen mutta olenkin aina pitänyt kokeiluista.” —Good Food = Good Life, nainen, 53-vuotta.

PROBE DIARIES / 10 KEY ISSUES

1. Convenience in everyday life: price, availability, easy-to-use.
2. Prejudices to overcome: nourishment, protein, processing, digestion.
3. The social circle: a challenge or an opportunity?
4. Hello Plant-based Knowhow! You are awaited at the Flexitarian helpdesk.
5. What is the right thing to do? Locality, responsibility, food safety?
6. Wow! It was a positive surprise! :)
7. Common denominator: Flexitarians like to try new things.
8. Oatly works as a gateway drug to plant-based experiments.
9. Definitely NO to ISMS!
10. **To make change happen: meet the needs 1-9!!!**

04 KEHITYS

Palvelumuotoilun menetelmät

“Simply giving employees a sense of agency- a feeling that they are in control, that they have genuine decision-making authority - can radically increase how much energy and focus they bring to their jobs.”

— Charles Duhigg, *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business*

Palvelumuotoilun menetelmiin lukeutuva yhteiskehittäminen alkoi ateriakokeilujen yhteenvedon jälkeen. Muotoiluajattelu toki kuului prosessiin heti ensimmäisestä aihepalaverista alkaen. Myös ateriakokeilun sisältö ja toteutus oli kehitetty yhdessä Oatlylaisten kanssa ehdotusten pohjalta kommentoiden. Tässä luvussa käydään läpi yhteiskehittämistyöpajojen antia sekä esitellään strategiset konseptit, joilla Suomen Oatly katsoo tulevaisuuteen. Ideoinnin pohjalta tehty prototyyppi validoitiin ateriakokeiluun osallistuneilla henkilöillä.

Kuva 29. Syötävä kaupunki -lastensynttärin ja nuorten arkkitehtuurikoulu Arkissa Helsingissä syyskuussa 2019. Kuva Johanna Salovaara.





4.1 Fokusointi

We made this product specifically for vegans and non-vegans and for normally-not-vegan-but-sometimes-veggie-person-flexitarians.¹⁰⁹

Ymmärrys-vaiheen jälkeen päätimme fokusoida suomalaisten fleksaajien ja kasvipohjaisen ruokamurroksen tulevaisuuteen, tai pikemminkin tulevaisuuksiin. Tulevaisuusajattelusta saatiin inspiroiva ja lennokka alku työpajoille, joiden päämääränä oli visioida ja ideoida ratkaisuja fleksaajien kokeiluja helpottamaan ja kestäviä ruokailutottumuksia tukemaan yksi Oatly-tuote kerrallaan. Toiseksi tavoitteeksi muodostui Suomen Oatlyn vuoden 2022 strategiatyön tukeminen. Ateriakokeilun pohjalta koostetut kymmenen teemaa ohjasivat tavoitteita jatkolle.

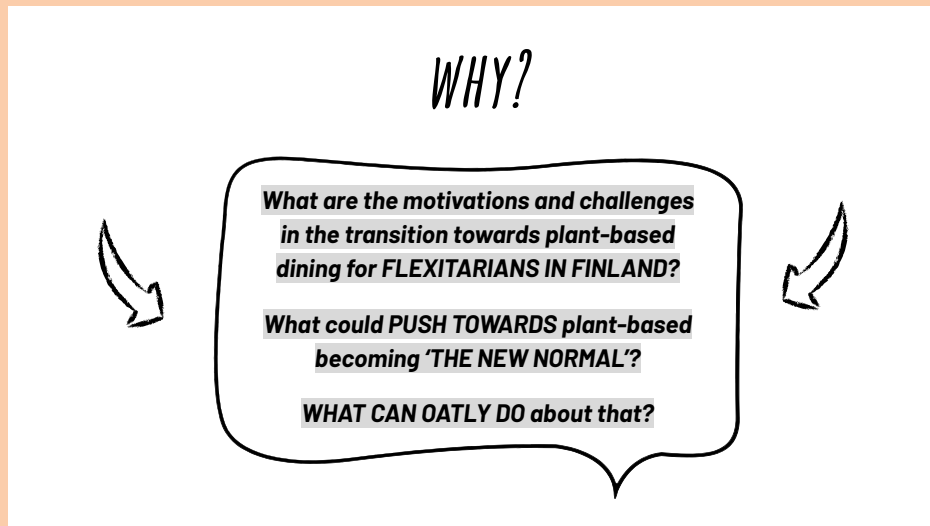
Tässä vaiheessa oli selvää, että fleksaaminen ruokailmiönä oli laaja, kasvava ja toisaalta tarkkaa määrittelyä karsastava. Varsinaisia reilua ruokamurrosta estäviä tekijöitä joko kasvipohjaisille ateriakokeiluille tai ainakaan kaurapohjaisten ruokatuotteiden käytölle ei löytynyt, vaikka ennakkoluulot ja ristiriitaiset tunteet hankaloittivatkin muutostavoitteiden ja ruokailun suunnittelua sekä perheissä että ystäväpiireissä. Kauravalmisteet koettiin helpoksi ja hyväksi tavaksi aloittaa fleksaaminen, suurimmalle osalle niiden maku ja koostumus ajoi asiansa hyvin riippumatta ruokavaliosta. Jos valmisteita taas käytettiin yksinään, niin makuun vaadittiin useampi maistelukerta tai

¹⁰⁹ Teksti Oatly pakkauksesta.

Kuva 30. Kasvisruokia marraskuussa 2021. Kuva Johanna Salovaara.

hyvä ensimmäinen kokemus, jota edesauttoi yleensä onnistunut ja helposti toteutettava resepti.

Tarkentavaksi kysymykseksi muodostui se, että vaikka puhumme fleksaajista niin onko uudelle 'ismille' tarvetta vai pitäisikö pyrkiä vain puhumaan ruoasta ilmiöiden sijaan? Tavoitteeksi muodostui myös niiden arvojen tukeminen, jotka yhdistävät Oatlya ja suomalaisia fleksaajia.



Kuva 31. Pohdintakysymykset taustatutkimuksen esitysmateriaalista. Ks. liite: Flexitarian Finns - Insights, esitysmateriaali.

4.2 Työpajat

Työpajat jakautuivat kahteen osaan: ensimmäinen keskittyi tulevaisuusskenaarioiden visiointiin ja toinen vaikutuskeinojen ideointiin. Työpajoihin osallistui markkinoinnin, myynnin, asiakasrajapinnan ja kestävyuden kanssa työskenteleviä Oatlylaisia sekä Suomesta että Ruotsista. Tulevaisuuspaaja pidettiin kesäkuussa 2021 Teams etäpalaverina ja yhteiskehittämistyökaluna toimi verkkoalusta Mural. Ideointiin keskittyvä toinen työpaja pidettiin länä- ja etäosallistumisen hybridinä syyskuun 2021 loppupuolella.

4.2.1 Tulevaisuustaajuuspaja

Tulevaisuustaajuus työpajamenetelmä on kehitetty Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitrassa 2021 ja sen tarkoituksena on lisätä osallistujien kykyä kuvitella erilaisia tulevaisuuksia ja toimia toivotun tulevaisuuden toteutumiseksi.¹¹⁰ Menetelmä on tarkoitettu kenen tahansa käyttöön ja sovellettavaksi. Vaikka Sitran materiaalia käytettiin runkona, itse sisältöä sovellettiin ja muokattiin suhteellisen paljon vastaamaan fokuoituja tutkimuskysymyksiä ja projektin tavoitteita. Päätimme pitäytyä raameissa: Suomi, fleksaajat ja Oatly, ja visioda miltä kolme erilaista tulevaisuuden skenaariota voisi näyttää vuonna 2050: toivottu, oletettu ja yllättävä tulevaisuus. Ennakkotehtäväksi oli annettu tutustuminen suomalaisiin fleksaajiin

¹¹⁰ Sitra, 2021. Tulevaisuustaajuus työpajamenetelmän materiaali. Lähde: <https://www.sitra.fi/hankkeet/tulevaisuustaajuus/>

syventyvään esitysmateriaaliin, jossa avattiin sekä taustatutkimusta että ateriakokeilun kautta toteutettua luotaintutkimusta. Esityksestä oli myös tehty lyhyehkö esittelyvideo, joka oli nopeasti katsottavissa kiireisen aikataulun lomassa. Esityskieli oli englanti, koska se oli osallistujien yhteinen työkieli.

Ensimmäisenä käytiin läpi opinnäytetyöprojektin aikataulua ja tavoitteita, jonka jälkeen tutustuttiin tulevaisuusajatteluun ja skenaarioiden luomiseen erilaisten esimerkkien avulla. Alkuperäisestä *Tulevaisuustajuusmetodista* jäi pois "Entä jos?" -tehtävä, joka korvattiin ennakkoon mietityillä "Entä jos..?" -kysymyksillä:

1. Entä jos kasvipohjaisesta ruoasta tulisi "uusi normaali"?

2. Entä jos askelet kasvipohjaiseen ruokatulevaisuuteen olisi helpommin otettavissa?

3. Entä jos jotain yllättävää tapahtuu matkan varrella?

Pois jäi myös aikajanan luominen, joka toimi paremmin *Backcasting*-tehtävän runkona. Myös ennakko-oletuksia haastava tehtävä jouduttiin muuttamaan videotuokioksi, jossa brittiläiset vuonna 1966 kertovat miltä maailma näyttää vuonna 2000 heidän näkemyksiensä mukaan. Videolla noin 10–15-vuotiaat lapset puhuvat ydinsodasta, ylikansoittumisesta sekä robottien noususta aikalaisten puheenaiheiden seurauksena. Yhdellä sivulla vielä pohdittiin ihmistä varten kasvatettujen eläinten määrää suhteessa villieläinten määrään (joka on huomattavasti pienempi kuin karjaeläinten), sekä sitä miltä kyseiset luvut voisivat näyttää vuonna 2050.

Ennen ensimmäistä tehtävänantoa palattiin hetkeksi fleksaajatutkimuksen tuloksiin ja esiteltiin työpajan viitekehys sekä pidettiin kysely- ja kommenttikierros osallistujien kanssa. Tämän jälkeen tehtiin ryhmäjako: toivottu tulevaisuus nimeltä Sparrow, oletettu tulevaisuus nimeltä Salmon ja yllättävä tulevaisuus nimeltä Fox. Kaikissa ryhmissä oli neljä henkilöä, joista yksi toimi keskustelun ja ajatusten kirjurina. Ensimmäinen kahdenkymmenen minuutin pienryhmätehtävä oli miettiä tulevaisuustaulukon avulla miltä maailma näyttäisi näillä neljällä tasolla: kuluttajat, Oatly, muut ruoka-alan toimijat, yhteiskunta. Taulukon pohjalta laadittiin skenaariokuvaus, jossa lauserunkona toimi "*In the year 2050 what will be different/ what has happened / what will the world be like in this scenario*" (Sitran muotoilema).

Seuraava tehtävänanto käsitteli muutoksen tasoja käyttäytymisestä ja yhteiskunnan rakenteista aina ajatusmalleihin asti. Näitä tasoja pyydettiin projisoimaan kuvitteellisina tapahtumina tulevaisuuden aikajanelle. Toinen ryhmätehtävä oli backcasting-menetelmästä sovellettu *Memorise the Path* -tehtävä, jossa kunkin ryhmän skenaariolle luotiin tapahtumien aikajana vuodesta 2050 taaksepäin "muistellen". Tätä tehtävää varten oli varattu toiset kaksikymmentä minuuttia.

Toisen tehtävän jälkeen ryhmät esittelivät omat skenaarionsa ja ehdimme käymään toisen nopean kommenttikierroksen työpajan kokemuksista ja annista. Seuraavissa kuvissa näkyy työpajan aikaansaannoksia yleisellä tasolla. Tarkemmat skenaariokuvaukset, tulevaisuustaulukko ja aikajana tuotettiin vain Oatlyn sisäiseen käyttöön.

Työpajan tuloksista ja keskusteluista heränneistä kattoteemoista koostettiin jälkikäteen tietopaketti. Teemoiksi nousivat:

- Laboratorioruoan, erityisesti keinotekoisesti kasvatetun lihan, merkitys tulevaisuuden ruokavarmuuden kannalta kasvaa.
- Ruoan verotus muuttuu planetaarista ruokavaliota suosivaksi sekä yksilön, yritysten että yhteiskunnan tasoilla.
- Kotona kasvatettu ravinto lisääntyy merkittävästi, mitä ilmastonmuutoksen aiheuttama viljelysatojen epävarmuus ruokkii.
- Pääosin kasvipohjainen ruokavalio muuttuu uudeksi normiksi.
- Eläinperäinen ruoka saa joko luksuksen tai synnin leiman.
- Ruoan tasa-arvokysymykset haastavat yhteiskuntaa entisestään (esimerkiksi kenellä on mahdollisuus tai varaa herkutella tulevaisuudessa, ja millä tavalla).
- Yrityksien muuttuvat roolit: hyvinvoinnin tuottajista vastuunkantajiksi?

Työpajan tunnelma oli rento ja luova, ja tiukasta aikataulusta huolimatta ryhmätyöt ja esittelyt ehdittiin toteuttaa ja tavoitteet saavuttaa. Ajallisesti kaksi tuntia oli osallistujien keskittymisen kannalta soveltuva, mutta lopputulokset jäivät kepeiksi. Syvemmälle luotaava tulevaisuusajattelu vaatisi mieluiten useamman kuukauden, joten siltä osin on ymmärrettävää, että lyhyessä työpajassa asetimme tavoitteiksi inspiraation, mielikuvituksellisuuden ja tulevaisuuden toimintamahdollisuuksien nopean kartoittamisen. Siltä osin tämä oli vain pintaraapaisu mutta osoittautui kuitenkin toimivaksi ja tarpeelliseksi pohjaksi seuraavaa ideointityöpajaa ajatellen. Positiivisena loppukaneettina oli se, että kaikki osallistujat uskoivat Oatlyn pystyvän toiminnallaan vaikuttamaan tulevaisuuteen tavalla tai toisella huolimatta skenaarion luonteesta.

4.2.2 Ideointipaja

Ideointia varten pidettiin oma työpajansa syyskuun lopussa 2021. Fleksaajiin keskittynyt taustatutkimus, päätelmät ateriakokeiluista sekä tulevaisuuspujan tulokset siivittivät pohtimaan millä keinoin Oatly voisi lisätä kasvipohjaista ruokailua fleksaajien keskuudessa tai jopa heidän kauttaan edistää laajempaa kiinnostusta kasvipohjaisia tuotteita kohtaan. Kirjallinen tutkimusraportti suomalaisista fleksaajista ja ateriakokeilusta oli valmis kesätauon jälkeen, ja se toimi lähtökohtana seuraavassa ideapajassa. Ideointipajalle oli varattu kolme tuntia aikaa, ja lopullisia osallistujia oli seitsemän (kaksi joutui perumaan viime hetkellä). Työpaja järjestettiin hybridinä eli kaksi työryhmää oli yhteisessä fyysisessä tilassa ja yksi työskenteli etänä Teamsissa. Työpajan tavoitteet linkitettiin osaksi Oatlyn omaa 2022–2024 strategiatyötä.

Projektin tuotoksia varten perustettuun Google Drive kansioon vietiin kaikki materiaali, joka oli kertynyt projektin aikana: tutkimusraportti, raportin tuloksia tiivistävät esitykset, tulevaisuuspujan tulokset sekä ateriakokeiluun osallistuneiden profiilit ja kokemussyhteenvedot. Ennen ideointipajaa osallistujia pyydettiin tutustumaan erityisesti tutkimusraporttiin sekä ateriakokeiluun osallistuneiden fleksaajien profiileihin ja kokemuksiin, jotta ideointi pystyttiin kohdentamaan niin sanotusti oikean elämän haasteisiin ja toiveisiin.

Työpajan rakenne yhdisti ideariiheä, *10+10 ideaa* ja *Round Robin* -menetelmiä sekä äänestystä. Ideariihi, tai aivoriihi, on vakiintunut ja moneen tarkoitukseen sopiva menetelmä, jossa pyritään tuottamaan mahdollisimman monta ideaa lyhyessä ajassa. *10+10 ideaa* -menetelmä

Imagine different futures

20 min

How? Assignment 1

1. Split into groups and work for about 20 minutes in Mural.
2. Fill the table of drivers with a fitting vision.
3. Envision your future scenario with a brief description of it. You can use the sentence below as a frame.

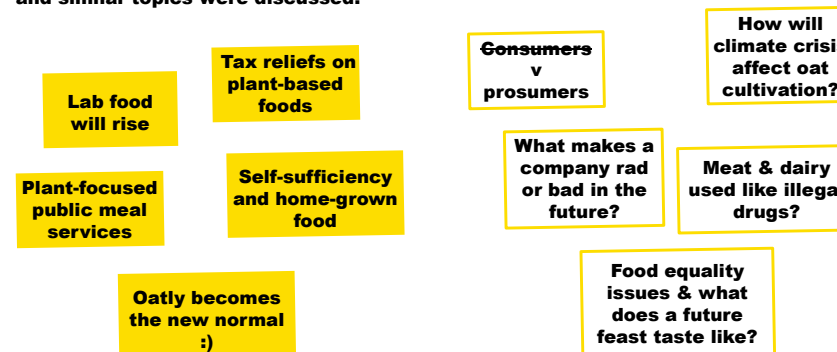
In the year 2050 what will be different/ what has happened / what will the world be like in this scenario.

SITRA

Outcomes

The different scenarios layered nicely and similar topics were discussed:

Other topics of interest:



'Memorise' the path

20 min

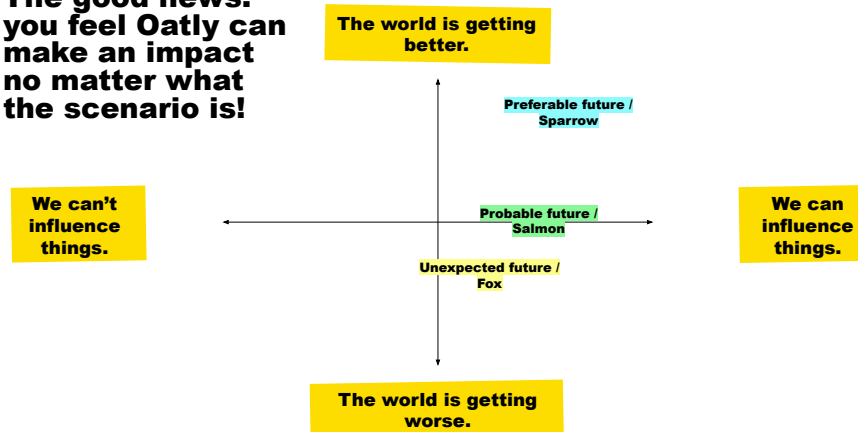
How? Assignment 2

1. Use your table of drivers and think backward of events which could have led to your scenario.
2. It might help to reflect how the flexitarian personas' lives link to this path?
3. Discuss and place your events loosely on a timeline.
4. After 20 min join the main session.
5. One person from your group will present your scenario, the drivers and the memory path. 5 minutes per scenario.

Keep your minds open and remember that this is an exercise so you are allowed to have fun with it!

SITRA

The good news: you feel Oatly can make an impact no matter what the scenario is!



Applied from Fred Polak

SITRA

antaa lisäksi määrällisen tavoitteen, johon pyritään tietyn ajan sisällä.¹¹¹ Oleellista ajan ja määrän aiheuttamassa paineessa on se, että osallistujien tulee pyrkiä työskentelemään mahdollisimman tehokkaasti ja turhaa ajatussensuuria välttämällä. Hyödyllistä menetelmissä on myös se, että aluksi ideoidaan itsenäisesti, jolloin introvertti luonne osallistuu ideointiin samalla painoarvolla kuin ekstrovertti. *Round Robin*-menetelmän tavoite taas on ideoiden kehittäminen ja omistajuuden jakaminen. *Round Robinissa* ideat annetaan eteenpäin seuraavan ryhmän haastettavaksi ja kommentoitavaksi, joten alkuperäiset ideat tulee esittää niin selkeästi, jotta vastaanottajat voivat jatkokehittää ideaa omista lähtökohdistaan.¹¹² Äänestyksen tavoitteena oli aluksi muodostaa yhteisymmärrys siitä, kenen tarpeita ideoinnilla haluttiin tukea, ja lopuksi valita jaetuista ja jatkokehitetyistä ideoista mielenkiintoisimmat. Lopullinen ideointipajan rakenne oli seuraava:

1. Äänestettiin fleksaajat, jotka ovat tärkeimpiä kasvipohjaisen ruokamurroksen seuraavassa vaiheessa.

2. Ideoitiin keinoja, jotka voisivat auttaa suomalaisia fleksaajia syömään kasvipohjaisemmin.

3. Jatkojalostettiin ideoita kohti konkretiaa kehujen, kritiikin ja kehittämisideoiden avulla.

4. Asemoitiin jatkojalostetut ideat vaikuttavuus-toteutettavuus kaavioon.

111 10 plus 10 Method, This Is Service Design Doing, 2018. Luettavissa: <https://www.thisisservicedesigndoing.com/methods/10-plus-10>

112 Round Robin method, The Design Sprint Kit, Google. Luettavissa: <https://designsprintkit.withgoogle.com/methodology/phase1-understand/round-robin>

Ideointipajan alussa Oatly Suomen myyntijohtaja Niina Kahra esitteli tiivistetysti Oatlyn agendan ja tavoitteet seuraavalle strategiajaksolle 2022–2024. Seuraavaksi työpajan fasilitaattorina ja taustatutkimuksen toteuttajana kertasin tutkimuksen tuloksia ja esittelin ateriakokeilijoiden kokemuksia puhumalla heidän ”äänellään”. Tavoitteena oli saada osallistujat samaistumaan fleksaajien kokemuksiin, jotta ideointi pystyttiin kohdentamaan todellisiin tarpeisiin ja vastaamaan oikean elämän haasteisiin.

Alun syventymisen päätteeksi osallistujat saivat ensimmäisen tehtävän, jossa jokainen sai antaa kolme ääntä niille fleksaajaprofiileille (ateriakokeiluun osallistuneet), jotka olivat heidän mielestään tärkeimmät kasvipohjaisen murroksen seuraavassa vaiheessa. Äänestykseen ei annettu tarkentavia kriteerejä kuten keitä on helpoin lähestyä, keiden kautta olisi saavutettavissa isoin impakti tai ketkä voisivat olla seuraavia Oatlyn tuotteiden suurkuluttajia, vaan jokaisen tuli pohtia asiaa itse niin sanotusti omalta tontiltaan katsoen. Äänestyksen jälkeen vaihdettiin nopeat kommentit äänestyksen perusteista. Tärkeimmiksi fleksaajiksi äänestettiin profiilit, joille yhteistä oli kiire, lähipiirin tarpeiden nostaminen omien edelle ja myös se, että ruoasta haluttiin nauttia ilman turhia sosiaalisia paineita. Puhtaus, ravitsemus ja vastuullisuus (mitä vastuullisuus kenellekin sitten tarkoitti) olivat myös yhdistäviä kriteerejä näille profiileille, ja he myös edustivat ruoan hankinnasta pääosin vastaavia henkilöitä kotitalouksissa. Äänestyksessä näkyi selvää painotusta, tietyt profiilit saivat enemmän ääniä kuin toiset, ja osa ei saanut ollenkaan ääniä, eli potentiaalia on paljon jatkon suhteen painottaa toimia tietyn tyyppisille kohderyhmille.

Seuraavassa vaiheessa osallistujat jaettiin kolmeen pienryhmään, joissa kussakin oli 2–3 henkilöä. Valitettavasti pari henkilöä joutui perumaan aamulla osallistumisensa, joten ryhmätehtävät supistuivat hieman suunnitellusta. Yksi ryhmä työskenteli hybridinä niin että yksi Oatlylainen apufasilitaattori oli fyysisessä työpajatilassa, veti etäryhmää Teamsissa ja kirjoitti etäryhmän ideat tarralapuille, joita voitiin työstää fyysisesti seuraavissa tehtävissä. Toisessa tehtävässä työskenneltiin sekä itsenäisesti että työryhmässä. Ensimmäiseksi tehtävänä oli miettiä ja kirjoittaa itsenäisesti noin 10 ideaa, jotka vastaavat kysymykseen: *mikä voisi auttaa suomalaisia fleksaajia syömään kasvipohjaisemmin?* Seuraavaksi ideat esiteltiin työparille tai muulle ryhmälle, ja jokainen sai valita kaksi ideaa toisiltaan jatkoon. Valitut ideat kirjoitettiin työryhmässä auki tarralapulle niin että ne pystyi ymmärtämään, vaikka ei ollut osallistunut keskusteluun.

Kolmannessa tehtävässä valitut ideat siirrettiin toiselle ryhmälle, jotka pääsivät jatkojalostamaan ideoita kohti konkretiaa. Ryhmiä kehoitettiin käyttämään kehuja ja kritiikkiä sekä kehittämään ideoita haluamaansa suuntaan keskustelemalla ja konseptoimalla. Tässä tehtävässä ei siis tuotettu enää uusia ideoita vaan pyrittiin syventämään saatuja ideoita lisäämällä niihin toteutettavuutta ja realismia. Tiukka aikataulu ja selkeä tavoite antoivat jälleen mukavan paineen tehdä yhteistyötä ideoiden omistajuus unohtaen. Tehtävän lopputuloksena oli kaksitoista jatkojalostettua ideaa, jotka esiteltiin koko ryhmälle ja asemoitiin vaikuttavuus-toteutettavuus kaavioon. Kaiken kaikkiaan työpajassa ideoitiin yhteensä kuusikymmentä keinoa siihen, miten fleksaajat löytäisivät kasvipohjaiset ruokaratkaisut useammin ja helpommin sekä mitä keinoja Oatly voi olla toteuttamassa kasvipohjaista murrosta eteenpäin vieden. Yksityiskohtaiset ideat ja kattoteemat jäävät Oatlyn omaisuudeksi.

Seuraavassa tehtävässä ideoitiin konkreettisia keinoja, joilla voisi helpottaa siirtymää kasvipainotteisempaan ruokavalioon fleksaajien keskuudessa. Ideoinnissa näkyi selvä linkittyminen monen tasoisiin vaikuttamiskeinoihin *motivaatiointervention* kolmikantamallia ajatellen, jossa sekä kyvykkyyttä että tilaisuuksia pyrittiin tukemaan motivoinnin lisäksi. Ideointi jatkui työpajan seuraavassa vaiheessa, niin että ryhmät valitsivat oman ryhmän sisällä neljä ideaa jatkoon. Valitut ideat kirjoitettiin auki ja annettiin seuraavalle ryhmälle, jonka tehtävänä oli jatkojalostaa niitä kehumalla, kehittämällä ja kritisoimalla. Lopputuloksena oli kaksitoista valikoitua ja haastettua yhdistelmäidea, jotka esiteltiin kaikille ja asemoitiin impakti-toteutettavuus kaavioon.

Palautteena työpajasta sain inspiroituneita kommentteja siitä, miten paljon enemmän fyysiset työpajat auttavat ideoinnissa ja kommunikaatiossa. Pitkän etätyöjakson jälkeen, ja ehkä juuri siitä syystä, työpajaan osallistuneet saivat aikaan huikean määrän ideoita ja osasivat hienosti keskittyä tutkimuksessa esiin nousseisiin fleksaajien tarpeisiin sekä napata kiinni toistensa ideoista sujuvasti. Tiukasta, ja hieman laahaavasta, aikataulusta huolimatta saimme tehtävät suoritettua ja vedettyä yhteen seuraavat askeleet. Ideointipajan anti koostettiin infopaketiiksi käytettäväksi seuraavan strategiatyöpajan pohjana. Työpajasta saadut ideat päätettiin myös validoida ateriakokeiluun osallistuneilla samalla kun tehtiin lyhyt seurantakysely ateriakokeilujen jatkosta.

TEHTÄVÄ 1



ÄÄNESTYS (itsenäisesti & yhdessä)

1. Ketkä fleksaajat ovat mielestäsi tärkeimpiä kasvipohjaisen ruokamurroksen seuraavassa vaiheessa?
2. 3 ääntä per osallistuja
3. Äänestys 5 minuuttia > 5min kommentit tauon jälkeen.

5 min

TEHTÄVÄ 3



JATKOJALOSTUS (ryhmissä)

Miten ideoita voisi kehittää tai hioa?
Mitä toteuttamiseen vaaditaan?
Mikä voi olla esteenä?

1. Kehukaa, kehittäkää ja haastakaa toisen ryhmän ideoita
- > 3 x jatkettu idea A4 paperille: piirrä, kirjoita, kartoita!

30 min

TEHTÄVÄ 2



IDEOINTI (itsenäisesti & ryhmissä)

Mikä voisi auttaa suomalaisia fleksaajia syömään kasvipohjaisemmin?

1. Jokainen ideoi n. 10 ideaa ja kirjoittaa ne lapuille / 15 MIN
2. Esittele ideasi muille ryhmässäsi / 15 MIN
3. Jokainen valitsee yhden kirkastetun idean jatkoon / 5 MIN

35 min

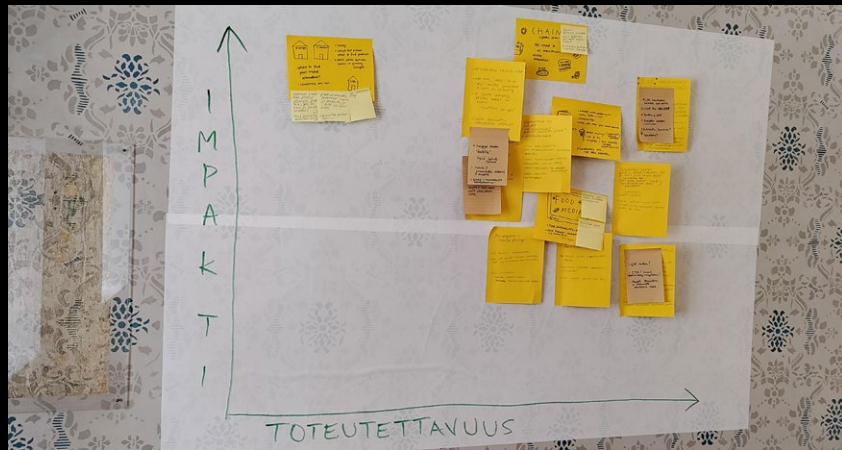
TEHTÄVÄ 4



ESITTELY JA ÄÄNESTYS (yhdessä & itsenäisesti)

1. Ryhmät esittelevät jatkokehitetyt ideat / 15 MIN
2. Äänestetään kiinnostavimmat, 3 ääntä per osallistuja / 5 MIN
3. Kommentit ja keskustelu / 10 MIN

30 min



Kuvat 40-43. Tunnelmia ideointipajasta / Oatly 30.9.2021.

4.3 Valittujen ideoiden validointi

Jatkojalostetut ideat edustivat motivaatiointervention kolmikannan kaikkia osia: motivointia, tilaisuuksien kasvattamista sekä kyvykkyyden tukemista. Eniten ääniä saaneet fleksaajaprofiilit olivat niitä, joille helppous, nopeus ja samassa ruokapöydässä istuvien erilaiset tarpeet oli otettava huomioon. He olivat sosiaalisesti ja henkilökohtaisissa mieltymyksissään joustavia, ja siksi myös helposti lähestyttäviä. Yhtenä päätelmänä laadullisessa tutkimuksessa olikin se, että monet fleksaajat ovat paitsi joustavia myös kokeilijoita luonteeltaan. Ideoita päätettiin validoida vielä ateriakokeiluun osallistuneilla, jotta saatiin aidot kommentit suoraan kohderyhmiltä.

Työpajan ideoista koostettiin kahdeksan kuvitteellista keinoa mitkä voisivat inspiroida fleksaajia muuttamaan ruokavalioita kasvipohjaisimmaksi, tarjota paremmin tilaisuuksia tarttua kasvipohjaisiin ateriatkaisuihin ja tehdä kaurapohjaisista ruokavalmisteista tavanomaisempia. Ideoista taitettiin lehtimainoksen tyylinen palstakuva verkkopohjaisessa suunnitteluohjelma Canvassa, joka tarjoaa valmiita pohjia ja elementtejä nopeaan visuaalisten sisältöjen luomiseen. Canvan kuvituselementeillä oli helppoa luoda yhtenäisen näköinen ilme ja tukea sisältöviestejä uskottavasti. Pystyformaatti oli tehty helposti luettavaksi mobiilissa, jotta vastaaminen kyselyyn olisi vaivatonta. Kuvan tarkoitus oli positiivisella tavalla esitellä erilaisia keinoja aktivoida fleksaajia kasvipohjaisten ateriakokeilujen pariin työpajan ideateemoja yhdistäen ja Oatlyn New Normal tavoitteen mielessä pitäen. Itse prototyypikuva ideoineen sekä ideoiden saama yksityiskohtainen palaute jäivät Oatlyn omaisuudeksi ja sisäisesti jatkotyöstettäväksi.

Ideoiden validointi tehtiin sähköpostilla. Postissa tiedusteltiin neljällä kysymyksellä kokeilujen jatkumisesta, sen hetkistä ajatuksista kasvipohjaiseen ruokailuun sekä pyydettiin äänestämään suosikit prototyypikuvan ideoista:

1. Lisäkö kokemukset ateriakokeilusta kasvipohjaisten ruokavalmisteiden käyttöä tai kasviruokailua arjessasi?

2. Jos lisäsi niin millä tavalla olet kokeiluja jatkanut, ja oletko muodostanut uusia ruokailutottumuksia sen myötä? Jos ei lisännyt, niin mikä on ollut esteenä kokeilujen jatkumiselle?

3. Mitkä kolme ideaa (liitteenä olevassa kuvassa) olisivat kannaltasi ja mielestäsi vaikuttavimmat ja miksi?

4. Onko mieleesi herännyt ajatuksia tai kysymyksiä kasviruokailuun liittyen kokeilujakson jälkeen, jotka haluaisit vielä jakaa?

Vastauksia kyselyyn ja ideoihin saatiin yhteensä kahdeksalta kymmenestä ateriakokeilijasta. Lisäkö siis ateriakokeilu kasvipainotteista ruokailua ja kasvipohjaisten tuotteiden käyttöä (pysyvästi?) arjessa? Kuusi kahdeksasta vastaajasta vastasi kysymykseen: kyllä lisäsi, tai tavallaan lisäsi:

“Kyllä se lisäsi. Olemme lisänneet kasvisruoan määrää testaamalla kaikkea, mitä netistä ja painetuista julkaisuista olemme löytäneet.”
—Newly Woke Ex-meater, mies, 57-vuotta.

“Kyllä lisäsi. Kokeilun aikana löytyi uusia ideoita ja suosikkeja kasvipohjaisten tuotteiden joukosta. Punaisen lihan kulutus on

vähentynyt, koska tilalle on löytynyt kasvipohjaisia vaihtoehtoja. Rohkeus uusille kokeiluille on kasvanut.” —Eats with All Senses, nainen, 44-vuotta.

“Kyllä lisäsi. Olen tutustunut uusiin tuotteisiin ja pyrkinyt löytämään uusia tuotteita korvaamaan erityisesti maitotuotteita. Olisin lisännyt ehdottomasti enemmän lihattomia proteiinin lähteitä, jos ne sopisivat vatsalleni. Mutta esimerkiksi linssejä käytän välillä, vaikka ne ei minulle sovi. Edelleen olen ollut pettynyt jugurttien proteiini pitoisuuteen. Kuitenkin kokeilu auttoi viemään ruokailutottumuksia parempaan suuntaan. Ei sitä lihaa tarvitse kuitenkaan joka aterialla olla, mutta proteiinia pitää! Vegaani ranch kastike jäi kyllä ehdottomaksi lemppariksi. Peittoaa majot helposti!” —Got Guts?, nainen, 30-vuotta.

“Ateriakokeilu antoi hyviä ideoita kasvipohjaiseen ruokailuun, ja koen, että se lisäsi kasviruokailua jonkin verran. Koen kuitenkin samoja haasteita kuin ennenkin. Olen pyrkinyt muutaman kerran viikossa syömään täysin kasvipohjaisella ruokavaliolla. Haastavaa on ollut yhdistää tämä kovaan treenaamiseen. Pitää syödä todella usein ja paljon, jotta jaksaa.” —Goes with the Flow, nainen, 27-vuotta.

“Ei vielä niin paljon kuin olisin toivonut, vaikka kiinnostusta on! Kasvipohjaiset “maidot” ja “kermat” ovat tulleet meille jäädäkseen, ja silloin tällöin ostan myös kasvipohjaista jogurttia tai jäätelöä. Saatan myös helpommin ostaa esim. hummusta viikonlopun snackiksi, kun taas ennen olisin helpommin ostanut juustoja ja Parman kinkkua tms. Kalaa ja kanaa meillä syödään edelleen paljon, mutta punaisen lihan syönti on jäänyt vähemmälle edelleen. Esteenä on ollut ajan

puute. En vain ole kerennyt/jaksanut suunnitella viikon reseptejä tai kauppareissuja vaan olen turvautunut “tuttuun ja turvalliseen”. Koen, että kasvipohjaisten tuotteiden käyttöönotto vaatii minulta enemmän tutustumista resepteihin ja kaupan valikoimiin. Tässä elämäntilanteessa se on hankalaa.”—Mama the Balancer, nainen, 35-vuotta.

“Tavallaan lisäsi ja ei lisännyt, koska teen edelleen suurimman osan ruoistani alkuperäisistä kasviksista, sienistä, marjoista, jyvistä, siemenistä ja rouheista. En pidä teollisista mössöistä. Oatlyn tuotteet oli jo käytössä ruoanlaitossa ennen kokeilujaksoa.” — The Active Puritan, nainen, 73-vuotta.

Kaksi vastaajista kertoi, että ateriakokeilu lisäsi kiinnostusta, mutta käytännössä kokeilut eivät ole jatkuneet joko hintasyistä tai siksi että kokeilijat kokivat muutoksen vaivalloiseksi. Muutosta ei ole siis ollut tarvetta tehdä, koska ei ole ollut pakko, tai koska ei ole tarpeeksi syitä vaihtaa totuttua:

“Pakko myöntää, ettei kokeilu lisännyt sen jälkeen kasvispohjaisten vaihtoehtojen käyttöä arjessa. Siis syön kyllä kasviksia, marjoja ja hedelmiä paljon jo muutenkin, mutta semmoisia kasvispohjaisia proteiinivaihtoehtoja en ole kokeilun jälkeen käyttänyt juurikaan mikä on vähän harmi. Olisinko kerran ostanut kuitenkin jotain vöneriä. Aiheen ajattelua se kuitenkin lisäsi ja tiedostan kyllä ihan positiivisella tavalla nyt mitä vaihtoehtoja minulla on olemassa. Suurin syy itselläni lienee se, että ainakin ne omat kokeilun aikana hyväksi todetut vaihtoehdot on kalliita verraten vastaavaan liha/kana -vaihtoehtoon. Oma tulotaso ei ehkä juuri nyt tue sitä, että niihin useammin päätyisin. Toinen syy lienee se, että aika usein nuo

eläinperäiset asiat myös edelleen maistuu mun mielestä hyvältä. Ja sitten kun mun ateriat on pääosin aina jotain kasviksia plus liha proteiini­lähteenä enkä silleen jaksa useinkaan kokkailla mitään sörsseleitä niin silloin tarvis just olla semmoisia lihankorvikkeita, jotka näyttää lihalta ja maistuu hyvältä ja siinä se hinta taas helposti tulee vastaan. Myöskin kananmunia on pidemmän päälle vaikea korvata kokonaan, itse syön niitä oikeastaan joka päivä.” —Food is Fuel, mies, 42-vuotta.

“Not really, I tend to stick to my habits or I eat what has been cooked by my girlfriend, I do eat raw vegetables though and the kid drinks mainly oat milk.” —I Don’t Eat ‘Isms’, mies, 38-vuotta.

Itse ideoiden validointi nosti selkeästi esiin fleksaavien ateriakokeilijoiden suosikit ja tuotti kommentteja kehitetyistä ideoista, sekä antoi näkemyksen siihen kuinka vastaavanlaiset sponsoroidut ateriakokeilut ylipäätään voisivat toimia tuuppaavana keinona. Ideoiden tyypeistä suosittelu, ohjaus, inspirointi, helppouden lisääminen ja kasvipohjaisten tuotteiden normalisointi “ilman ismejä” kaikissa ruokailuun liittyvissä kontaktipisteissä koettiin vaikuttavimmiksi keinoiksi lisätä fleksaamista. Yleisesti ottaen validointi oli hyödyllinen jatkon kannalta juuri selvien painotuksien vuoksi, ja siksi että nähtiin miten ideat resonoivat kussakin vastaajassa. Seuraavassa luvussa vedetään yhteen projektin vaiheet ja päätelmät suhteessa alussa luotuun viitekehukseen sekä annetaan ehdotuksia jatkotoimenpiteille.

05 RATKAISU

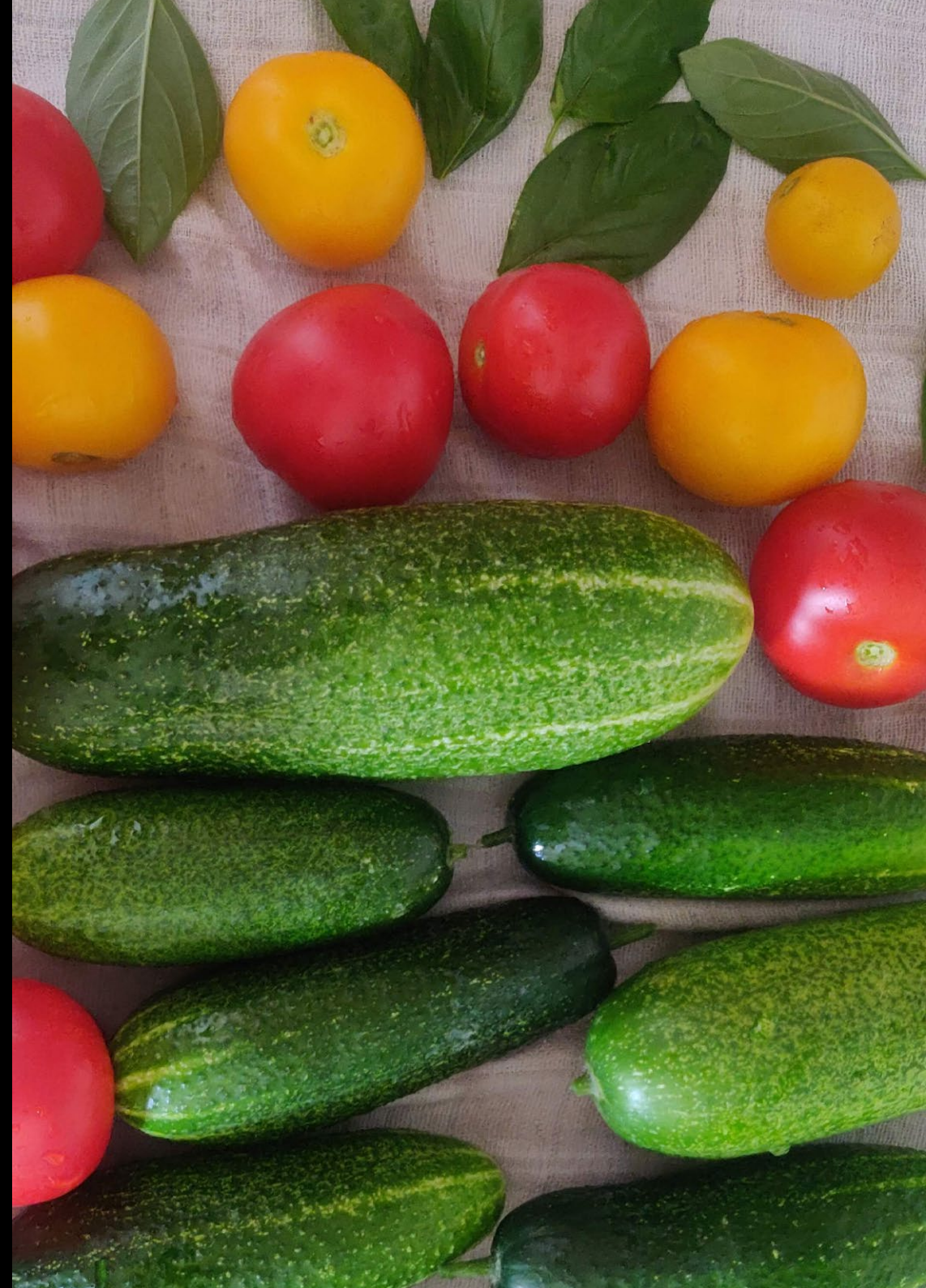
Yhteenveto ja ehdotukset jatkolle

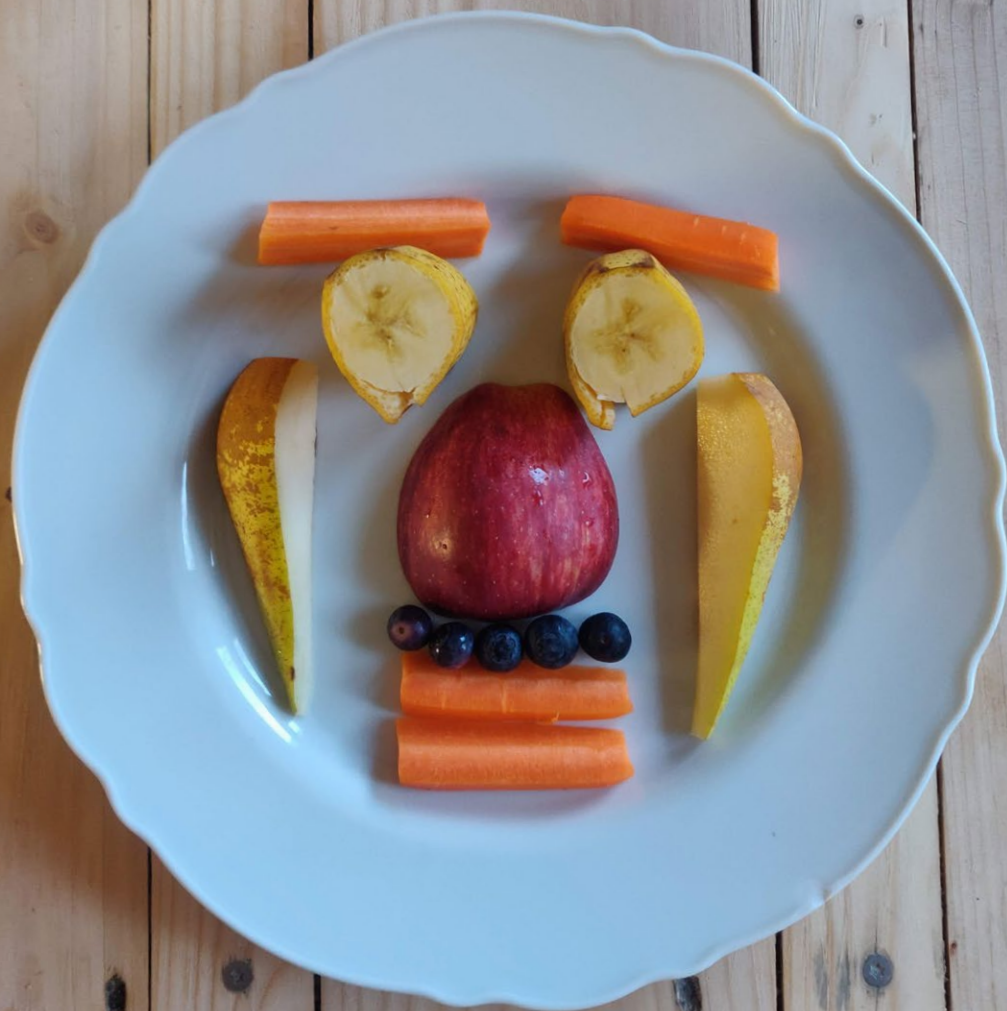
“Rather, to change a habit, you must keep the old cue, and deliver the old reward, but insert a new routine.”

— Charles Duhigg, *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business*

Viimeisessä luvussa tiivistetään projektin vaiheet, arvioidaan synteessin onnistuminen teorian ja tutkimusmenetelmien päätelmistä, sekä ehdotetaan jatkotoimenpiteitä Muu maa -projektille.

Kuva 44. Satoa omasta maasta elokuussa 2021. Kuva Johanna Salovaara.





5.1 Yhteenveto

Opinnäytetyön aihe keskittyi fleksaamiseen eli joustavaan kasvipainotteiseen ruokavalioon, ja toisaalta siihen mikä rooli sekä fleksaamisella että Oatlylla voi olla kasvipohjaisen ruokamurroksen katalyyttinä. Taustatutkimuksessa keskityttiin viimeisimpiin Suomessa tehtyihin ruokakyselyihin, fleksaamiseen (jopa tiedostamattomana) ruokailmiönä, ravitsemussuosituksiin, *planetaarisen ruokavalioon* sekä suomalaisten kuluttajien ruokailumieltymyksiin. Taustatutkimuksesta heräsi mielenkiinto selvittää lisää minkälaisia kannustimia kaivataan, ja mitä fleksaajien kasvipohjaisista ruokakokeiluista voisi oppia. Laadullinen tutkimus toteutettiin ateriakokeilujaksona, johon osallistui kymmenen fleksaajiksi itsensä tunnistavaa aikuista suomalaista (yksi on Suomessa asuva EU:n kansalainen). Ateriakokeilujen tavoitteena oli ymmärtää syvemmin, miten muutosta lähdetään tekemään arjessa, mikä motivoi ja toisaalta haastaa kasvipohjaisiin ruokakokeiluihin ja miten avoimempi kokeilukulttuuri voisi tukea siirtymää ”uuteen normaaliin” eli kasviruokailun normalisoitumiseen.

Tutkimusmenetelmässä yhdistyi palvelumuotoilusta tuttu muotoilu luotainmenetelmä sekä perinteiset laadulliset tutkimusmenetelmät, joissa käytetään fokusryhmiä ja puolistrukturoituja haastatteluja. Muotoilu luotainpäiväkirja ja itseohjautuva kokeilu mahdollisti aitojen mielipiteiden ja oikean elämän kipukohtien kartoittamisen inspiroivalla ja motivoivalla tavalla. Testaajia pyydettiin kertomaan omaan tyyliin kokemuksistaan ja kiinnittämään

Kuva 45. Lasten ”hevilautanen” huhtikuussa 2021. Kasvikset maistuvat perheen lapsille, kun ne tarjoillaan valmiiksi pilkottuna, erikseen ja hauskan naaman muodossa. Kuva Johanna Salovaara.

erityistä huomiota taustalla vaikuttaviin mielipiteisiin ja ajatuksiin sekä ruokailuun liitettyihin odotuksiin, haasteisiin ja motivaatioihin. Ateriakokeilu oli työllistävä ja aikaa vievä vaihe, mutta aineistosta sai todella paljon uusia näkemyksiä seuraavaa kehittävää vaihetta varten. Löydökset pystyttiin tiivistämään kymmeneen teemaan:

1. Ajankäyttö, hinta, saatavuus. Mistä löydän helpot ja sopivat ratkaisut arjen kiireisiin?
2. Ravitsemus, proteiini, prosessointi ja ruoansulatus. Paljon kysymyksiä!
3. Lähipiiri, haaste vai mahdollisuus?
4. Taidot ja tiedot. Mitä tarvitaan, mikä toimii?
5. Arvot. Mikä on oikein; kotimaisuus, lähiruoka, vastuullisuus, puhtaus?
6. Yllättävän hyvää ja helppoa.
7. Kokeilu oli positiivinen kokemus. Fleksaajat ovat kokeilijoita luonteeltaan.
8. Oatly on toiminut "porttihuumeena" kasvipohjaisiin tuotteisiin.
9. Kokeilut jatkuvat, mutta ilman 'ismiä'.
10. Miten muutos saadaan aikaiseksi? Ainakin ottamalla huomioon teemat 1-9.

Tutkimusvaiheen jälkeen työpajoja päätettiin järjestää kaksi: yksi, joka katsoisi kauas ja toinen, jokaideoisi lähelle. Ensimmäisenä järjestettiin tulevaisuuspaaja, jossa visioitiin kasvipohjaisen ruokamurroksen tulevaisuusskenaarioita fleksaajien kautta, ja toisena ideointipaaja, joka ammensi tulevaisuuspaajan visioista, taustatutkimuksesta ja pyrki ideoimaan keinoja vastata fleksaajien nykyhetken tarpeisiin kasvipohjaiseen ateriaratkaisuihin liittyen.

Lopputuloksena Tulevaisuustaaajuuspaajasta saatiin täytetty tulevaisuustaulukko, kolmen erilaisen tulevaisuusskenaarion kuvaukset ja *backcasting* -aikajanelle asetetut tapahtumavisiot. Yksityiskohtaiset tulokset jäävät tällä erää Oatlyn sisäiseen käyttöön. Yhteenvetona tuloksista ja keskusteluista voi kuitenkin esittää seuraavat visiot:

- Laboratorioruoan, erityisesti keinoitekoisesti kasvatetun lihan, merkitys tulevaisuuden ruokavarmuuden kannalta kasvaa.
- Ruoan verotus muuttuu planetaarista ruokavaliota suosivaksi sekä yksilön, yritysten että yhteiskunnan tasoilla.
- Kotona kasvatettu ravinto lisääntyy merkittävästi, mitä ilmastonmuutoksen aiheuttama viljelysatojen epävarmuus ruokkii.
- Pääosin kasvipohjainen ruokavaliomuuttuu uudeksi normiksi.
- Eläinperäinen ruoka saa joko luksuksen tai synnin leiman.
- Ruoan tasa-arvokysymykset haastavat yhteiskuntaa entisestään (esimerkiksi kenellä on mahdollisuus tai varaa herkutella tulevaisuudessa, ja millä tavalla).
- Yrityksien muuttuvat roolit: hyvinvoinnin tuottajista vastuunkantajiksi?
- Huolimatta skenaarion luonteesta, jokaisessa niistä tulevaisuuspaajaan osallistuneet kokivat, että Oatlylla on rooli ja mahdollisuus vaikuttaa.

Kirjallinen tutkimusraportti suomalaisista fleksaajista ja ateriakokeilusta oli valmis kesätauon jälkeen, ja se toimi lähtökohtana seuraavassa ideapajassa. Ideapaja yhdisti aivoriiheä sekä palvelumuotoilusta tuttuja ideointimenetelmiä *10+10 ideaa* sekä *Round Robinia*, jossa ideat laitetaan eteenpäin niin että ideoiden omistajuus jaetaan ja ideat tulee myös haastettua. Aluksi hyödynnettiin myös äänestystä, kun valittiin tärkeimmät fleksaajaprofiilit kasvipohjaisen ruokamurroksen seuraavassa vaiheessa. Työpajan tavoitteena oli pohtia millä keinoin Oatly voisi lisätä kasvipohjaista ruokailua fleksaajien keskuudessa tai jopa heidän kauttaan edistää laajempaa kiinnostusta kasvipohjaisia tuotteita kohtaan.

Intensiivisen ideointipajan jälkeen projekti oli siinä vaiheessa, että kun katsoi sukeltavaa tutkimusmetodien ja opinnäytetyön aikataulua visualisoivaa kaarta, niin oltiin juuri pääsemässä takaisin pinnalle ja konkretiaan. Ideointipajan annista toteutettiin kuvitteellinen myynti-ilmoitus, jossa oli esiteltynä kahdeksan tapaa auttaa fleksaajia syömään kasvi- tai ainakin kaurapainotteisemmin vaikka joka päivä. Ideakuva (palvelumuotoilun viitekehyksessä tämä kuva toimitti prototyypin virkaa) lähetettiin jatkokyselyn liitteenä sähköpostilla, jossa pyydettiin kertomaan kasvipohjaisten ateriakokeilujen jatkosta sekä äänestämään kolme mieluisinta ideaa perusteluineen. Kahdeksan kymmenestä ateriakokelaasta vastasi kyselyyn. Prototyypikuva ja yksityiskohtaiset palautekommentit ateriakokeilijoilta jäivät Oatlyn sisäiseen käyttöön ja jatkotyöstettäväksi.

Lisäkö siis ateriakokeilu kasvipainotteista ruokailua ja kasvipohjaisten tuotteiden käyttöä arjessa? Kuusi kahdeksasta vastaajasta vastasi kysymykseen kyllä lisäsi tai tavallaan lisäsi. Kiinnostus kasviruokailua kohtaan oli lisääntynyt ja kokeilut jatkuneet. Entä mitä mieltä

fleksaamista lisäävistä ideoista oltiin? Suosituimmat ideat tarjosivat fleksaajille kasvipohjaisia *New Normal* -konseptin mukaisia annoksia ravintolaketjuissa ja auttoivat lapsiperheitä kasviruokailun suunnittelemisessa. Se että kasvipohjaisesta ruokailusta saadaan kaikin keinoin arkipäiväistä koettiin merkityksellisenä. Suosituttuja olivat myös keinot, joissa vegaanisuutta ei korosteta ja fleksaaminen tehdään niin helpoksi, että sitä ei voi välttää. Myös viihteelliset ja haastamiseen perustuvat ideat herättivät mielenkiintoa.

Ennako-oletuksena tässä opinnäytetyössä on käsitelty ruokajärjestelmämme muutostarvetta *planetaarisen ruokavaliomallin* kautta, joka korostaa kasvukunnan ruokatuotteiden kasvun tärkeyttä, sesonkijattelun jalkauttamista sekä hävikkiruoan minimointia tulevaisuuden ruokaturvan edellytyksinä. *Muu maa* -projekti on vain pieni otos siitä laajemmasta ymmärryksen tarpeesta, jota yhteiskuntamme on lähtenyt selvittämään eikä sen ole tarkoitus vastata tyhjentävästi siihen, miten muutosta pystytään viemään eteenpäin varmuudella tai mitkä systeemisen tason ratkaisut takaavat isomman kuluttajaryhmän siirtymisen kasvipainotteisempaan ruokailuun niin että muutos tapahtuu eettisesti, kestävästi ja reilusti. Tässä projektissa on pyritty tuomaan esille fleksaajien äänät ja tarpeet siinä toivossa, että näkymä muutosta mahdollistaviin tekijöihin olisi selkeä, innostava ja eteenpäin katsova. Tiedostetusti laadullinen tutkimusosio pyrki vain muutaman kuluttajan ja muutaman aterian avulla syväskeltamaan tunnistettavasti laajan kuluttajaryhmän tarpeisiin ja ymmärtämään heidän kauttaan minkälaisilla ratkaisuilla muutostarpeita voidaan lähteä ratkaisemaan. Onneksi kattavammat vuoden 2021 alussa julkaistut, *kyselytutkimukset (Beanit ja Helsingin Sanomat)* toivat laajempaa ymmärrystä suomalaiseen ruoka-arkeen ja sen haasteisiin. Nämä rajoitteet huomioon ottaen projektin löydökset viittaavat

edelleen vahvasti siihen, ettei varsinaisia esteitä kasvipohjaiselle ruokamurrokselle ole yksilöiden tasolla. Projektin ratkaisumalli kehottaa tarttumaan monitahoiseen yhteistyöhön kasvipohjaisen ruokailun normalisoimiseksi niin että koetut syyllistämisen ja syyllistymisen tunteet eivät saisi niin vahvaa jalansijaa kuluttajissa.

Projektin tuotoksia käytetään osana Oatly Suomen strategista toimintasuunnitelmaa vuosille 2022–24. Vielä ei tietenkään voi sanoa, miten ideat kehittyvät toiminnaksi tulevina vuosina. Vai poikiiko *Muu maa* -projekti jotain “ihan muuta”, jota tämän opinnäytetyön aikana ei ole vielä käsitelty. Alaluku 5.3 Seuraavat askeleet ehdottaa kuitenkin suuntaa jatkolle.

5.2 Synteesi

Teoreettinen ja tutkimuksellinen viitekehys rajasivat tutkimuskysymysten asetantaa kahdelle tasolle: fleksaajat ja Oatly, toisin sanoen kuluttajien ja ruoka-alan toimijoiden tasoille. Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen, mikä motivoi suomalaisia fleksaajia siirtymään eläinperäisistä ruokatuotteista kasvipohjaisiin, haettiin vastauksia ajankohtaisista kyselytutkimuksista, lihan vähentämistä tutkineista hankkeista (tutkittu huomattavasti enemmän kuin maidon vähentämistä), motivaatiopsykologiasta sekä muotoilu- ja tuotantohyödyntävästä ateriakokeilusta.

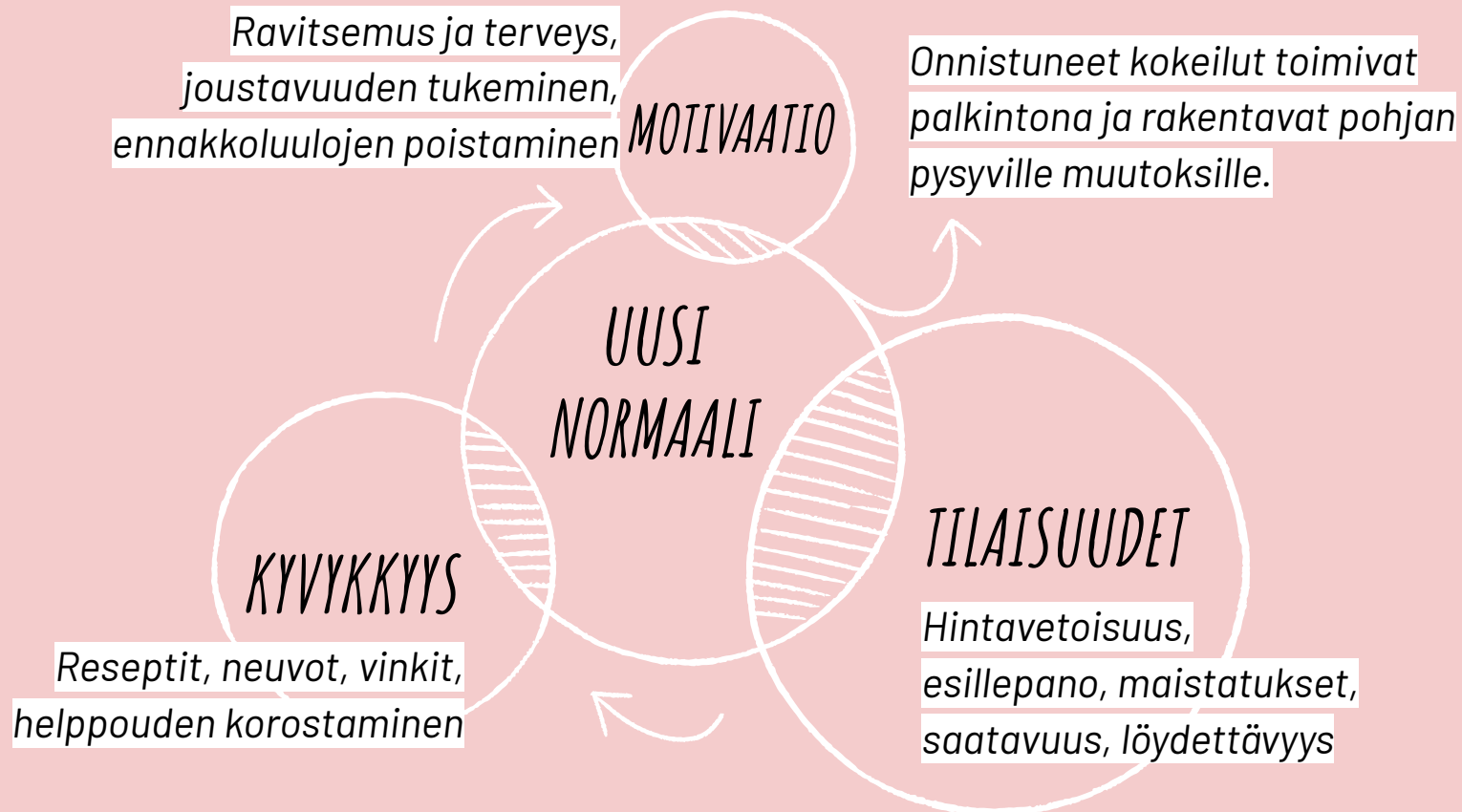
Oletuksena oli, että ruokavalinnat ovat aistien johdattamia mutta myös erittäin arvopohjaisia, joten opinnäytetyön teoreettisen pohdintaan haettiin (arvopohjaa luovia) lähteitä myös *systemiajattelusta*, planetaarisesta *donitsitalousmallista*, *reilun ruokajärjestelmän* konseptista sekä *vastuullisuudesta yritystoiminnassa*. Tutkimusvaiheen päätelmissä arvot toki nousivat esiin, mutta laadullisessa tutkimuksessa arvot tai edes tieto sinänsä eivät olleet merkittävässä asemassa estämässä kiinnostusta ja kokeiluja kasvipohjaisia ruokatuotteita kohtaan.

Merkittäviä motivoivia tekijöitä olivat onnistuneet kokeilut itsessään, suositusten perusteella löydetyt ratkaisut sekä terveellisyttä ja ravitsemusta tukevat aspektit. Sekä taustatutkimuksen että laadullisen tutkimuksen mukaan suurimmat haasteet löytyvät *motivaatiointervention* kolmikannan osista kyvykkyys ja tilaisuudet eli sieltä käytännön ulottuvuudesta. Aika, raha, löydettävyys ja ennakkoluulot; siinä esteiden nelikko, joiden ylittäminen luo tarpeeksi

motivaatiota uusille kokeiluille ja lopulta auttaa mahdollistamaan kasvipohjaisen ruokailun normalisoitumista suomalaisten fleksaajien keskuudessa. Ei siis niin päin, että on jokin motivaatio, joka ensin pitää löytää ja tarjoilla fleksaajille, mistä sitten seuraisi halu etsiä motivaatiota vastaavat ratkaisut omaehtoisesti. Tarvitaan siis lisää kokeilukulttuuria ja kannustimia sekä tietenkin tuoppausta kasvipohjaisten ateriaratkaisujen puoleen. Tulevaisuustaaajuuspajassa visioitiin lisäksi erilaisia kehityssuuntia (skenaarioita) kasvipohjaiselle murrokselle Suomessa. Pajan lopputuloksissa korostui ennen kaikkea vääjäämättömät ilmastonmuutoksen aiheuttamat sysäykset sekä poliittisen ja julkisen ohjauksen merkitys ruokamurroksen läpiviennissä (kaikille skenaarioille yhteistä).

Toinen tutkimuskysymys oli miten Oatly voi vaikuttaa avoimempaan kokeilukulttuuriin fleksaajien keskuudessa. Ideointipaja keskittyi vastaamaan tähän kysymykseen äänestyksen, ideoinnin, valikoinnin ja yhteiskehittämisen keinoin. Ideointipajan tuotoksista rakennettu vaikuttamismallien prototyyppi, joka validoitiin ateriakokeiluun osallistuneilla, vahvisti tutkimuksen päätelmiä, jossa motivaatio on muutosintervention lopputulos, ei sen alkulähde. Tilaisuuksien tarjoaminen tulee ensin, eli esimerkiksi Oatlyn tuotteiden pitää olla saatavilla useissa fleksaajien kohtaamisissa kontaktipisteissä, ja olla mukana tarjoamassa helppoutta kiireiseen arkeen. Uuden normaalin mahdollistajat liittyvät palkitseviin, "ismittömiin" ja joskus jopa vahingossa tehtyihin kokeiluihin, mikä edesauttaa rakentamaan pohjaa pysyville muutoksille. Teorian ja tutkimuksen synteesi on kuvattu seuraavassa kaaviossa. Mitä onnistuneempia kokeiluja, ja mitä enemmän kokeilijoita sitä lähemmäksi motivaatiointervention kolmikulma lähestyy uuden normaalin tavoitetta ja sulautuu osaksi sitä.

TEORIAN JA TUTKIMUKSEN SYNTEESI



Kuva 46. Teorian ja tutkimuksen synteesi. Alkualetuksesta poiketen motivaatio onkin loppukaneetti prosessille, jossa tärkeimpänä ajurina on tilaisuuksien luomien ja seuraavaksi kyvykkyyden lisääminen.



5.3 Seuraavat askeleet

Palvelumuotoilun viitekehysten ytimessä on jatkuvuus ja toisto eli iteraatio. Trendikäs sana vilisee monenlaisten vaikuttajien puheissa; kuten vaikka poliitikkojen, konsulttien ja tieteentekijöidenkin. Iterointi on jatkuvan kehittämisen idea, joka kannustaa sitoutumiseen ja uudelleen arviointiin. *Muu maa* oli suomalaisiin fleksaajiin keskittynyt tutkimushanke, vuoden mittainen yhteiskehittämisprojekti ja palvelumuotoilun menetelmiä kokeileva opinnäytetyö, jolla oli alku ja loppu. Toista samanlaista projektia ei tule eikä sitä sellaisenaan kannata uudelleen toteuttaakaan. Mikä osa projektista olisi siis iteroitavissa, ja miten oppeja voisi hioa vaikuttavammaksi toiminnaksi?

Kuluttajuus (eng. consumerism) ruokajärjestelmän passiivisena vastaanottamisena ja normina on haastettavissa ja aktivoitavissa kohti 'kuluttajat tuottajina' -asetelmaa eli prosumerismia (eng. prosumerism), jossa kuluttajat itse myös tuottavat asioita, joita kuluttavat. Ja vaikka tavallisten ihmisten olisikin vaikea asettua vallalla olevaa kulttuuria ja ilmiöitä vastaan niin muutoksen motivoimisessa yksilötasolla on paljon tehtävissä nimenomaan siinä rajapinnassa, jossa kuluttajuus tapahtuu eli ruokaa tuottavien yritysten ja kuluttajien yhteistyöllä. Prosumerismi voi tarkoittaa myös kestävyuden tuottamista yhdessä ja yhteisymmärryksessä. Palvelumuotoilun yhteiskehittämisen työkaluja on helppo hyödyntää tähän tarkoitukseen.

Kasvipohjaiseen ruokailuun ja planetaariseen ruokajärjestelmään

Kuva 47. Mustikkamaan uimaranta Helsingissä tammikuussa 2020 kun talvea ei tullutkaan.
Kuva Johanna Salovaara.

olla vasta hiljalleen siirtymässä. Paremmin sanottuna ensimmäiset tärkeät askeleet on otettu. Nykyisen ruokajärjestelmän ongelmia on alettu kartoittaa, kuluttajakäyttäytymistä tutkitaan luultavimmin enemmän kuin koskaan, kasvipohjaisia ruokavalmisteita kehitetään koko ajan lisää, ja valikoima erityisesti Suomessa on jo verrattain laaja. Keskustelu muutoksen reiluudesta ja vastakkainasettelusta käy ajoittain jopa kiivaana, mutta ei välttämättä edusta totuutta, kun kuluttajien muutoshalukkuudesta puhutaan. Kiinnostus joustavaan kasvipainotteiseen ruokavalioon on nousussa, vaikka fleksaaminen sanana olisikin vielä marginaalinen. Suomen väestöä edustavia kyselytutkimuksiakin on jo tehty, erityisesti kasvipohjaisista proteiineista ja ruokailutottumuksista. Muu maa -projekti pyrki syväluotaamaan miksi ja miten muutosta lähdettäisiin tekemään fleksaajat etunenässä ja pysyviä tapamuutoksia motivoiden. Ateriakokeilun fokusryhmä ja muotoiluluotaimia hyödyntävä menetelmä osoittautui hintahyötysuhteeltaan järkeväksi, ja toisaalta antoi paremmin eväitä tulevaisuuteen kuin pelkkä kyselytutkimus olisi voinut tarjota. Päätelmien pohjalta tehty visiointi ja ideointi tuntui hedelmälliseltä, vaikkakin tämän projektin puitteissa itse prototyyppi ja sen validointi jäi kevyeksi.

Oatly on kaurapohjaisia ruokatuotteita valmistava yritys, jonka tuotteet sopivat korvaamaan maitoa ja maitopohjaisia tuotteita. Yritys on noussut maailmanvalloittajan tasolle hankkiessaan isot rahoittajat tehdasinvestoinneilleen ja siirtymällä pörssiyritykseksi. Tavoitteena on kuitenkin olla muutakin kuin maidon korvike; *New Normal* on strateginen linjaus, joka haluaa kaurapohjaiset valmisteet kaikkien päivittäisille ostoslistoille, vastuullisesti, läpinäkyvästi ja *planetaarisen ruokavalion* mukaisesti. Agenda on puhuttelevampi kuin pelkän maidon vastaisen propagandan jättämä mielikuva, ja resonoi isommassa ja

joustavammassa kuluttajaryhmässä selvästi paremmin. Tämä kävi ilmi sekä taustatutkimuksesta ja laadullisesta tutkimuksesta. Fleksaajissa on potentiaalia tarvittavan isomman kuluttajaryhmän kokeilukulttuurin kasvattamiseen ja myöhemmin kokeilujen muuttamiseen pysyviksi tavoiksi. Ja kuten ateriakokeilujen haastatteluista kävi ilmi: Oatly on loistava "porttihuume" kasvipohjaisiin.

Ehdotus jatkotoimenpiteille *Muu maa* -projektin tuloksien perusteella on kolmitasoinen:

-> tarttuminen eniten äänestettyihin ideoihin siten että mietitään millä tyylillä, skaalalla ja aikataululla keinoja voisi edistää. Pienestä purosta isoksi virraksi!

-> fleksaajien tarpeiden linkittäminen tulevaan/tuleviin kampanjoihin korostaen Oatlyn tuotteiden monipuolisuutta ja laatu-hinta-hyötysuhdetta sekä lisäämällä saatavuutta ympäri Suomen. Kasvipohjaiset tutuksi!

-> ateriakokeilun kehittäminen ja skaalaaminen yhteistyössä muiden kasvipohjaisia ruokatuotteita valmistavien yritysten kanssa fleksikaanihaasteeksi. Ryhmässä on voimaa!



5.4 Arviointi

Mikä rooli palvelumuotoilulla on tulevaisuudessa? Tämä on ollut pohdinnan aiheena tässä muotoilun jatko-opintojen aikana. Muutokset väestörakenteissa, verkottuneisuus, talouden uusi suunta, teknologian sulautuminen kaikkeen ja kestävyysvaatimukset ajavat ihmiskuntaa tulevaan kuudenteen kehitysaaltoon, jonka mukana haasteita, mutta myös mahdollisuuksia kehittämiseen riittää jokaisella ihmistoiminnan tasolla. YK:n kestävän kehityksen tavoitteet on omaksuttu jo monen organisaation ohjenuoraksi, kun pohditaan mihin omaa toimintaa pitäisi kehittää, jotta se vastaa tulevaisuuden tarpeita. Näin ollen donitsitalousmalli on jo ainakin käsitteen tasolla hyväksytty länsimaissa uuden maailman viitekehyykseksi. Silti puhuttaessa kestävästä kehityksestä kohtaa usein kaksi ajattelumallia: joko niin että kestävä kehityksen tulisi olla kaikessa toiminnassa mukana tai niin että sen pitäisi vahvistaa omaa asemaansa erillisenä tieteenalana. Ensimmäistä ja toista vaihtoehtoa yhdistävä malli olisi myös omaksuttavissa niin että kestävä kehitys kasvaa kaiken toiminnan oletusarvoksi unohtamatta kuitenkaan tarvetta erillisen kriittisen tieteenalan olemassaololle. Näin saatetaan ajatella myös palvelumuotoilusta, että sen pitäisi olla mukana kaikessa toiminnassa tai vahvistua erilliseksi toimialakseen. Tässäkin kohtaa voi olla yhdistelmämallin kannalla, jossa muotoilu sulautuu kaikkeen mutta säilyttää myös tutkimuksellisen itsenäisyytensä ja muuntautumiskykynsä.

Tietoisesti tartuin tähän jokseenkin ristiriitaiseen aiheeseen siitä syystä, että olen erittäin kiinnostunut suomalaisen ruokakulttuurin historiasta,

Kuva 48. Koko perheelle maistuvan kasvipohjaisen peston ainekset. Kuva Johanna Salovaara.

nykytilasta ja tulevaisuudesta. Kahden lapsen äitinä, suurten ikäluokkien ja diginatiivien keskellä elävänä sukupolven edustajana, aikuisiällä kääntyneenä hävikki- ja kasvipainotteisena ruokailijana sekä tunnistettavasti fleksaajana minua kiinnostaa elämäntapojen muutosinterventiot, mitkä tekijät niitä estävät ja mikä toisaalta motivoi muutokseen. Saarnaamista en aina ole osannut välttää, mutta lähimmäksi ymmärrystä ja yhteyttä olen päässyt silloin kun uskallan kysyä aidolla kiinnostuksella kysymyksen mitä teet ja miksi.

Opinnäytetyön aihe ja rajaus on ollut todella mielenkiintoinen, ja yhteistyö Oatlyn kanssa on ollut selkeää, tavoitteellista ja motivoivaa. Projektin aikana on tuotettu neljätoista erilaista esitystä, yhteenvetoa tai työpajapakettia aiheesta, kolme infovideota, kaksi lyhyttä kyselyä, kaksikymmentäyksi haastattelua, yksi tutkimusraportti, kymmenen ateriakokeilijan profiilitiivistelmää, kaksi "muralia" ja yksi "miro", yksi prototyyppi ja lisäksi tämä opinnäytetyön kirjallinen tuotos. Osa on tehty suomeksi ja osa englanniksi tai molemmilla kielillä. Oppialueita voi tiivistää avainsanoiksi: #palvelumuotoilu, #muotoiluajattelu, #käyttäjälähtöinen suunnittelu, #kuluttajatutkimus, #muotoiluluotaimet, #data-analyysi, #datanvisualisointi, #yhteiskehittäminen, #tulevaisuudenennakointi, #työpajasuunnittelu, #fasilitointi, #projektinhallinta, #muutosinterventiot, #kasvipohjainen ruokamurros, #verkkoyhteistyöalustat.

Alussa työkalupakki oli levällään, menetelmien ja mahdollisuuksien kirjo saattoi välillä huimata ja tutkimuskysymyksiä keskittäminen tuotti haasteita, mutta käyttäjälähtöisen tuote- ja palvelumuotoilun kurssin vetäneen Sauli Laitisen voimalause "luota prosessiin" pumppasi happea syvimpäänkin sukellusvaiheeseen. Monta asiaa olisi voinut tehdä monella muullakin tavalla, prosessia olisi voinut entisestään

avata rakentamalla yhteistä palvelupolkua projektista ja avainhenkilöitä olisi voinut pitää ajan tasalla selkeämmin. On ollut erittäin hyödyllistä, ettei kaikki ole mennyt joka kohdassa täysin putkeen, täten opitkin ovat olleet parempia. Jos jotain hyvää pandemiasta, niin kaikki olivat yhtä pihalla siitä, miten käyttäjätutkimusta ja yhteiskehittämistä olisi pitänyt toteuttaa etänä. Paineen alla löydettiin toimivat ratkaisut, joilla projektin eri vaiheet saatiin toteutettua ilman keinotekoisuutta.

Palautetta pyydettiin ja saatiin myös Oatlyn puolelta projektin hyödyllisyydestä, suunnittelusta sekä sujuvuudesta:

"Johanna was able to take a broad topic and find a way to get to the heart of it via small group interviews, internal discussions and workshops applying the service design theories. She managed to guide us to create plans that are truly upgraded, better informed, and more in touch with the local core consumers."

"Johanna on selvästi ottanut projektin tosissaan, panostanut aiheeseen ja huolella miettinyt eri vaiheet ja toteutustavat. Ammattimainen ote tekemiseen."

"Johanna on ollut todella joustava läpi projektin, ottanut meidän näkemykset huomioon, mutta tuonut myös paljon omaa kantaansa esiin. Hän on myös toiminut todella itsenäisesti."

"Alun "sekoilusta" eli ideoiden moninaisuudesta huolimatta Johanna onnistui kaiken keskustelun lomasta kaivamaan aiheen, joka selvästi tuntui mielekkäältä ja relevantilta sekä hänelle itselleen että meille. Aiheen määrittely ja rajaaminen onnistui siis todella hyvin."

“Etenkin syyskuussa järjestetty työpaja oli hyvin organisoitu ja selkeä, herätti paljon ajatuksia. Johannalla on luontainen fasilitointikyky, hän on itse aktiivisesti mukana, mutta ennen kaikkea antaa tilaa osallistujille.”

“Kommentointiprosessi olisi voinut olla selkeämpi toisin sanoen odotukset ja aikataulutus olisi voinut olla tarkemmin määritelty eri kommentoijia kohtaan.”

“Kaikki on ollut world class.”

“Suosittelisin!”

Kiitos Oatly ja erityisesti ohjaajani Roosa Luukkanen sekä Niina Kahra, Liisa Kolehmainen, Kaisa Pyhtilä, Säde Viitanen, Jarkko Elola ja Anniina Lahti!

Kiitos Metropolia ja erityisesti ohjaajani Merita Soini sekä muut opettajat ja luennoitsijat Heikki Rajasalo, Sauli Laitinen, Merja Kosonen, Juha Ainoa ja Laura Lerkkanen!

Kiitos ateriakokeiluun osallistuneille fleksaajille aikansa ja näkemyksiensä jakamisesta sekä erikoistutkija Heli Kuusipalolle antoisasta haastattelusta!

Kiitos Muotoilun YAMK 2020 kanssaopiskelijat ja erityisesti “liikuntakaverit” Kaisa Nurkkala ja Antti Kettunen sekä “aamuryhmäläiset” Milla Ahti-Kotilainen, Anna-Mari Kinnunen, Katariina Nevalainen, Jussi Nyystilä, Soile Partanen, Minna Rantama ja Hanne Voittonen!

Ja kiitos rakas fleksaava perheeni!

Makoisia kasvipitoisia ateriahetkiä toivottaen,
Johanna Salovaara

LÄHTEET

Atria ruokakysely 2017. Atria. Tiedot tarkastettu sähköpostitse 18.5.2021.

Beanit ruokakysely, 2021. Verso Food Oy. Luettavissa: https://www.beanit.fi/wp-content/uploads/2021/02/Beanit_ruokakysely_raportti_100221.pdf .
Luettu: 10.3.2021.

Biohakkerointi 2018. Wikipedia. Luettavissa: <https://fi.wikipedia.org/w/index.php?title=Biohakkerointi&oldid=17714073> . Luettu 15.6.2021.

Catalanotto D. Innovation Dictionary -sovellus. Glide App. <https://dictionary.glideapp.io/> Luettu 14.4.2021.

Clay, N., Sexton, A.E., Garnett, T. ym.; 2020. Palatable Disruption: The Politics of Plant Milk. *Agric Hum Values* 37, s. 945–962. doi:10.1007/s10460-020-10022-y. Luettavissa: <https://doi.org/10.1007/s10460-020-10022-y> . Luettu 10.2.2021.

Cognitive Load 2021. Wikipedia. Luettavissa: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Cognitive_load&oldid=1020615875 . Luettu 15.6.2021.

Colchester J., 2019. Viheliäisten ongelmien ratkaiseminen systeemiajattelulla. Sitra. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/blogit/viheliaset-ongelmat-systeemiajattelu/>. Luettu 16.6.2021.

Deci E. & Ryan R., 2000. The What and Why of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior.” *Psychological Inquiry* 11 (4): 227-268. doi:10.1207/S15327965PLI1104_01. Luettavissa: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327965PLI1104_01 . Luettu 14.2.2021.

Duckett D., Lorenzo-Arribas A., Horgan G. & Conniff A.; 2020. Amplification without the Event: The Rise of the Flexitarian. *Null*: 1-23. doi:10.1080/13669877.2020.1800066. Luettavissa: <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1800066> . Luettu 10.2.2021.

Dufva M., 2020. Megatrendit 2020. Sitra. Luettavissa: https://www.slideshare.net/SitraFund/megatrendit-2020-912020?from_action=save . Luettu 10.2.2021.

Duhigg C., 2012. *The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business*. New York: Random House.

Europe Sustainable Development Report 2020, 2020. Sustainable Development Solutions Network. Luettavissa: <https://www.sdindex.org/reports/europe-sustainable-development-report-2020/> . Luettu 14.6.2021.

FinRavinto 2017 -tutkimuksen tuloksia, 2019. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. Luettavissa: <https://www.slideshare.net/THLfi/finravinto-2017-tutkimuksen-tuloksia> . Luettu: 15.3.2021.

Fleksaus on Yksi Merkittävimmistä Ruokatrendeistä. Atria ruokakysely, 2017. Luettavissa: <https://www.atria.fi/foodservice/vastuullinen-kumppani/ravitsemus/terveytta-ruuasta/fleksaus/> . Luettu 18.5.2021.
Sähköpostikeskustelu, tutkimuspäällikkö Jukka Saarenpää, Atria, 18.5.2021.

Global Footprint Network, 2021. Suomen ylikulutuspäivä 2021. Luettavissa: <https://www.overshootday.org/newsroom/country-overshoot-days/> . Luettu 11.2.2021.

Goldberg, J., 2019. Sweden's 'Milk War' is getting utterly vicious. The Outline. Luettavissa: <https://theoutline.com/post/8384/sweden-milk-war-oatly> . Luettu: 17.6.2021.

Helsingin Sanomat ruokakysely, 2021. Syön tätä, koska... Luettavissa: <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000007854519.html> . Luettu: 15.3.2021.

Hiltunen E., 2012. Matkaopas Tulevaisuuteen. Helsinki: Talentum.

Hirsjärvi S., Remes P. & Sajavaara P., 1997. Tutki ja Kirjoita. Helsinki: Tammi. S.165.

Joutsenvirta M., Salonen A-O & Jaaksi A.; 2020. Sivistus Vaurautena: radikaalisti, mutta lempeästi kohti kestävää yhteiskuntaa. Helsinki: Basam Books.

Karttunen K., 2021. Ilmastoviisautta on monta lajia. E2 tutkimus. Luettavissa: <https://www.e2.fi/ajankohtaista/blogit/ilmastoviisautta-on-monta-lajia.html> . Luettu 28.6.2021.

Korkman O., Greene S. & Hantula K., 2020. Lifestyles after lockdown, 2020. Sitra studies, Sitra. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/en/publications/lifestyles-after-lockdown/> . Luettu 27.1.2021.

Korona lisäsi kotimaisen ruoan myyntiä – kovin kasvu tuoreessa kalassa. S-ryhmä, 2021. Luettavissa: <https://s-ryhma.fi/uutinen/korona-lisasi-kotimaisen-ruoan-myyntia-kovin-kasvu/7nH6srtjWYChJ01oLQjD6n> . Luettu 14.6.2021.

Kuluttajakysely: Korkea hinta ja tuotteiden vieraus jarruttavat kasviproteiinin käyttöä, 2020. ScenoProt-kuluttajakysely kasviproteiineista 2019. ScenoProt. Luettavissa: <https://www.luke.fi/scenoprot/2020/05/22/kuluttajakysely-korkea-hinta-ja-tuotteiden-vieraus-jarruttavat-kasviproteiinin-kayttoa/> . Luettu 1.2.2021.

Lehtonen H., 2016. 5 Lihankulutuksen merkitys Suomen maataloudelle. Toim. Mattila H., 2016. Vähemmän lihaa: Kohti kestävää ruokakulttuuria. Helsinki: Gaudeamus. S. 118–125.

Lehtonen T, Niemi M. K., Perälä A., Pitkänen V. & Westinen, J, 2020. Ilmassa ristivetoa - löytyykö yhteinen ymmärrys? Tutkimus kansalaisten, kuntapäätäjien ja suuryritysten johtajien ilmastoasenteista. Hanketyöryhmä, E2 Tutkimus ja Vaasan yliopisto. Luettavissa: <https://www.uwasa.fi/sites/default/files/2020-11/Ilmassa%20ristivetoa%20loppuraportti.pdf> . Luettu 1.2.2021.

Lewis A., Lettenmeier M., Koide R., Toivio V., & Amellina A. 2019. 1.5-Degree Lifestyles: Targets and Options for Reducing Lifestyle Carbon Footprints: Institute for Global Environmental Strategies, Aalto University, & D-mat Ltd. S. 14. Luettavissa: <https://www.iges.or.jp/en/pub/15-degrees-lifestyles-2019/en>. Luettu: 16.9.2021.

List of Countries by Milk Consumption Per Capita, 2013. Wikipedia. Luettavissa: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=List_of_countries_by_milk_consumption_per_capita&direction=next&oldid=990679063 . Luettu: 14.2.2021.

Luonnos ilmatoruokaohjelmasta, 2021. Maa- ja metsätalousministeriö. Luettavissa: https://mmm.fi/documents/1410837/1895908/ilmatoruoka_ohjelma_MMM.pdf/f49357ca-a405-bf41-0c7e-a8c061c9548e/ilmatoruoka_ohjelma_MMM.pdf/ilmatoruoka_ohjelma_MMM.pdf?t=1623829785173. Luettu: 17.9.2021.

Mainonnan eettinen neuvosto, lausunto MEN 9/2021: Oy Oatly Ab, 2021. Luettavissa: <https://kauppakamari.fi/men-9-2021-oy-oatly-ab/> . Luettu 15.10.2021.

Maitomyytit - Onko kaikki mitä tiedät maidosta, totta? Oatly, 2020. Oatly. Luettavissa: <https://maitomyytit.fi/> . Luettu 15.2.2021.

Mattila H., 2021. Ruuasta lämmöllä ja lempeästi. Maa- ja metsätalousministeriön blogi. Luettavissa: <https://mmm.fi/blogit/-/blogs/ruuasta-lammolla-ja-lempeasti#7bb7ed3b> . Luettu 1.4.2021.

Mayne J., 2017. The COM-B Theory of Change Model (V3). Luettavissa: https://www.researchgate.net/publication/314086441_The_COM-B_Theory_of_Change_Model_V3 . Luettu 14.2.2021.

Mitä on Tulevaisuudentutkimus?. Turun Yliopisto. Luettavissa <https://www.utu.fi/fi/yliopisto/turun-kauppakorkeakoulu/tulevaisuuden-tutkimuskeskus/mita-on-tutu>. Luettu 17.6.2021.

Mitä Suomessa syötiin vuonna 2019?. Luonnonvarakeskus, 2020. <https://www.luke.fi/uutinen/mita-suomessa-syotiin-vuonna-2019/> . Luettu 28.1.2021.

Miltton, 2020. Mitä, missä ja miten suomalaiset ovat syöneet – Oatly selvitti poikkeustilan vaikutusta ruokailutottumuksiin. Luettavissa: <https://news.cision.com/fi/miltton/r/mita--missa-ja-miten-suomalaiset-ovat-syoneet--oatly-selvitti-poikkeustilan-vaikutusta-ruokailutott,c3127372> . Luettu 14.6.2021.

MTV3 Uutisaamu 27.10.2020. Katsottavissa: <https://www.mtv.fi/sarja/uutisaamu-33001003011/tiistai-27-10-klo-625-1314314,kohta-1:07:50>.

Mäenpää I., & Nurmela J, 2014. Perustarpeet Rasittavat Ympäristöä Eniten. Tilastokeskus. Luettavissa: <https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2014/perustarpeet-rasittavat-ymparistoa-eniten/> . Luettu 14.2.2021.

Oatly Survey, 2020. Miltton. Luettavissa: <https://mb.cision.com/Public/68/3127372/80bc09e9ec6774b3.pdf> . Luettu 10.3.2021.

Oatly Sustainability Report 2019 by Oatly, 2020. Luettavissa: <http://sustainability.oatly.com/> . Luettu 29.1.2021.

Oatly Sustainability Report 2020 by Oatly, 2021. Luettavissa: <https://www.oatly.com/uploads/attachments/ckqv4y5xd001f9xgil61zhso2-oatly-sustainability-report-2021-web.pdf>. Luettu 16.9.2021.

Paloviita A., Puupponen A., Kaljonen M., Huttunen S., Kortetmäki T., Tykkyläinen R., Turunen A. & Karttunen K., 2021. Kohti reilua ruokajärjestelmää: Ruokajärjestelmän toimijoiden näkemyksiä ilmastopolitiikan keinojen oikeudenmukaisuudesta. Just Food. S. 16 & 22. Luettavissa: <https://www.justfood.fi/download/noname/%7B8121FC34-0FB2-42C0-81D1-646DF44F18BE%7D/169195>. Luettu 14.10.2021.

Pohjolainen P. & Tapio P., 2016. 6 Ovatko kuluttajat valmiita muutokseen? Toim. Mattila H., 2016. Vähemmän lihaa: Kohti kestäväää ruokakulttuuria. Helsinki: Gaudeamus. S. 146.

Raworth K., suom. Pietiläinen J, 2018. Donitsitaloustiede: Seitsemän Tapaa Ajatella Kuin 2000-Luvun Taloustieteilijä. Helsinki: Terra Cognita.

Round Robin method, The Design Sprint Kit, Google. Luettavissa: <https://designsprintkit.withgoogle.com/methodology/phase1-understand/round-robin>. Luettu 12.9.2021.

Rubin, Anita: Tulevaisuudentutkimus tiedonalana ja tieteellisenä toimintana. Tulevaisuuden tutkimuskeskus. Luettavissa: <https://www.utu.fi/fi/yliopisto/turun-kauppakorkeakoulu/tulevaisuuden-tutkimuskeskus/mita-on-tutu> . Luettu 17.6.2021.

Ruoantuotannon ja -kulutuksen vaikutukset ympäristöön ja ilmastoon. Luonnonvarakeskus, 2020. Luettavissa: <https://www.luke.fi/tietoa-luonnonvaroista/ruoka-ja-ravitsemus/ruoan-ilmastovaikutukset/> . Luettu 3.2.2021.

Ruoka-askel -hanke 2021–2024. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. Lisätietoa hankkeesta: <https://thl.fi/fi/tutkimus-ja-kehittaminen/tutkimukset-ja-hankkeet/ruoka-askel> . Luettu 18.5.2021.

Saarinen M, Kaljonen M. ym., 2019. RuokaMinimi-hankkeen loppuraportti. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-287-773-4> . Luettu 1.2.2021.

Saastamoinen M., 2011. Intensiivistyvä yksilöllistyminen ja sosiaalisuuden muuttuvat muodot. Toim. Kangaspunta S., 2011. Yksilöllinen Yhteisöllisyys. Tampere University Press. S. 61, 63, 77, 80–81. Luettavissa: https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/103157/Kangaspunta_Yksilollinen_yhteisollisyys.pdf?sequence=1&isAllowed=y . Luettu 14.2.2021.

Saavalainen H., 2021. Maito on ollut aikuisten ruokajuoma lähinnä Suomessa, ja nyt Maidon asema on uhattuna meilläkin. Helsingin Sanomat. Luettavissa: <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000007873558.html> . Luettu 22.3.2021.

Salmela-Aro K., Nurmi J-E & Feldt T., 2017. Mikä meitä liikuttaa: Motivaatiopsykologian perusteet. 3. täysin uudistettu painos ed. Jyväskylä: PS-kustannus.

Silvasti T., Paloviita A., Kortetmäki T., ym., 2019. Reilua ruokaa tänään ja huomenna: suosituksia kestäväen ruokajärjestelmän luomiseksi. *Wisdom Letters*, 2/2019. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, JYU. *Wisdom - School of Resource Wisdom*. Luettavissa: https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/65625/wisdomletters_2-19_web.pdf?sequence=1&isAllowed=y . Luettu 28.1.2021.

Sitra, 2021. Tulevaisuustajuus työpajamenetelmän materiaali. Lähde: <https://www.sitra.fi/hankkeet/tulevaisuustajuus/>.

Speicher S., 2019. The Best Business Breakthroughs Come from Moments of Doubt. *Ideo*. Luettavissa: <https://www.ideo.com/journal/the-best-business-breakthroughs-come-from-moments-of-doubt> . Luettu 15.2.2021.

Stickdorn M., Lawrence A., Hormess M. E. & Schneider J., 2018. This is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World: A Practitioner's Handbook. First Edition ed. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc. S. 124.

Suomen Tietotoimisto, 2021. Planetaarinen ruokavaliomalli vaikuttaa tuleviin ravitsemussuositukseen myös Suomessa. *Yle Uutiset*. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11967364> . Luettu 18.6.2021.

Suuri ruokakyselymme: 64 prosenttia suomalaisista kokee keskustelun ruokavalioiden ympärillä olevan kärjistynyttä. *Beanit*, 2021. Luettavissa: <https://www.beanit.fi/fi/suuri-ruokakyselymme-64-prosenttia-suomalaisista-kokee-keskustelun-ruokavalioiden-ymparilla-olevan-karjistynyttä/> . Luettu: 10.3.2021.

Supercrush kasvimitotuotteet 2020 -kyselytutkimus, 2020. Oatly.

S-ryhmä, 2021. Korona lisäsi kotimaisen ruoan myyntiä – kovin kasvu tuoreessa kalassa. Luettavissa: <https://s-ryhma.fi/uutinen/korona-lisasi-kotimaisen-ruoan-myyntia-kovin-kasvu/7nH6srtjWYChJ01oLQJD6n> . Luettu: 10.3.2021.

Taskinen H. & Tuominen P., 2020. Onko kaikki, mitä meille on uskoteltu maidosta oikeasti valetta? Kaurajuomavalmistaja Oatly aloitti rajun kampanjan – näin vastaa Valio. *MTV uutiset*. Luettavissa: <https://www.mtvuutiset.fi/makuja/artikkeli/onko-kaikki-mita-meille-on-uskoteltu-maidosta-oikeasti-valetta-kaurajuomavalmistaja-oatly-aloitti-rajun-kampanjan-nain-vastaa-valio/7966328> . Luettu 15.2.2021.

The Sustainable Development Goals, 2015. United Nations Development Programme. Luettavissa: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals> . Luettu: 14.6.2021.

Toivonen J., 2021. Pitäisikö kasvisruoan määrää julkisissa ruokaloissa lisätä? Suomalaiset jakautuvat kahteen leiriin, kertoo Ylen kysely. *Yle Uutiset*. Luettavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-11822394> . Luettu: 10.3.2021.

Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development, 2015. United Nations. Luettavissa: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030%20Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf> . Luettu 14.6.2021.

Työ- ja elinkeinoministeriö. Yritysvastuulain selvitys käynnistyy. Valtioneuvosto. Luettavissa: <https://valtioneuvosto.fi/-/1410877/yritysvastuulain-selvitys-kaynnistyy> . Luettu 16.6.2021.

Wilenius M., 2016. Tulevaisuuskirja: Metodi seuraavan aikakauden ymmärtämiseen. Helsingissä: Kustannusosakeyhtiö Otava.

Ympäristövaikutukset on huomioitava ravitsemussuosituksissa. SYKE Policy Brief Ruoka - Näkökulmia ympäristöpolitiikkaan. Syke, 2020. Luettavissa: https://issuu.com/suomenymparistokeskus/docs/sykepolicybrief_ruoka_31-08-2020 .
Luettu: 29.1.2021.

10 plus 10 Method, This Is Service Design Doing, 2018. Luettavissa: <https://www.thisisservicedesigndoing.com/methods/10-plus-10>. Luettu: 12.9.2021.

LIITTEET

1. Heli Kuusipalon haastattelu 22.3.2021, tiivistelmä
2. Ateriakokeilun materiaalit: testaajaprofilointikysely, esihaastattelun runko ja loppuhaastattelun runko
3. Flexitarian Finns - Insights, esitysmateriaali (sivuja karsittu alkuperäisestä)
4. Futures Frequency workshop, esitysmateriaali (sivuja karsittu alkuperäisestä)
5. Ideointipaja, esitysmateriaali (sivuja karsittu alkuperäisestä)

Haastattelu 22.3.2021

Erikoistutkija Heli Kuusipalo

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos

FOKUS

Kasvipohjainen ruokamurros ravitsemussuositusten ja kansanterveyden valossa
Maitotuotteet ja niiden korvikkeet tulevaisuuden ravitsemusskenaarioissa Suomessa
Lasten ja nuorten ravitsemuksen näkymät tulevaisuudessa

PROJEKTIN ESITTELY

Suomalaisten varjokuluttajien motivointi kasvipohjaisen ruokamurroksen kynnyksellä. Ajankohtainen aihe, josta julkaistu paljon kyselytutkimustuloksia viime aikoina. Asenteet kasvipohjaisuuden kasvattamiseen ja erityisesti ääri-ilmentymiin hyvin puolesta ja vastaan julkisessa keskustelussa. Flexaus on nostettu pehmeämmäksi ilmiöksi kestävämmän ruokavalion muutoksen ytimeen. Kuitenkin vain 11% suomalaisista osaa nimetä itsensä tähän kategoriaan (HS tutkimus 2021), ja suurin osa suomalaisista ei syö ravitsemussuositusten mukaisesti vaan sokeri, suola ja rasvamäärät ylittyvät usein ja toistuvasti eikä kuitua ja kasviksia syödä tarpeeksi. Reilu ruokamurros ja Luontoaskel hyvinvointiin -hankkeet pyrkivät osaltaan tarjoamaan ratkaisuja ruokakulttuurimme systeemiseen muutokseen ja kansanterveyden parantamiseen, mutta vielä tarvitaan kvalitatiivista tutkimusta mielikuvien syntyyn ja asenteiden muokkaamiseen.

KYSYMYKSET JA VASTAUKSET

1. Kerrotko vähän itsestäsi ravitsemuksen uranuurtajana.

Mulla on kaksi koulutussuuntaa: olen elintarviketieteiden maisteri (pääaineena ravitsemustiede ja sivuaineena mikrobiologia), olen myös humanististen tieteiden kandi (aineet: romaaniset kielet, kirjallisuustiede ja viestintä). Olen jo opiskeluaikana opettanut paljon ravitsemustiedettä terveydenhuollon

oppilaitoksessa. Jäin kansanterveyslaitokselle töihin, tein gradun tupakoivien miesten ravintolisien käytöstä (kansainvälinen syövänehkäisyyn liittyvä settitutkimus) ja jäin sinne töihin vielä kahdeksi vuodeksi gradun jälkeen. En ole keskittynyt yhteen asiaan (kuten maidon tutkimiseen). Kuvaan itseäni public health nutritionistiksi, eli otetaan huomioon se koko ravitsemus ihmisen terveyden kannalta ja miten paikallisuus ja kulttuuri vaikuttaa ravitsemukseen. Viimeaikaiset työt on olleet ravitsemussuositusten kirjoittamista. Yhteispohjoismaisen työryhmän ravitsemussuositusraportti päivitetään kymmenen vuoden välein (NNR2012). Nyt tehdään parhaillaan uusia, jotka julkaistaan ensi vuonna (2022). Joka pohjoismaassa tehdään eri väestöryhmille täsmennetyt ravitsemussuositukset (vuonna 2016 julkaistiin ensimmäiset imettäville äideille ja vauvoille). Vuonna 2017 julkaistiin kouluikäisten suositukset, vuonna 2018 päiväkotikäisten suositukset, vuonna 2019 opiskelijoille, vuonna 2020 ikääntyneille. Nää pitää tehdä joka maassa erikseen, koska siinä pitää ottaa huomioon ruokakulttuuri ja tausta ja paikallisen ruoan suositus (eihän me voida suositella jokaiselle kansalaiselle esim pussillista avokadoja viikossa ;). Nyt siinä pohjoismaisessa työssä on otettu entistä enemmän huomioon ympäristö, ravitsemuksellisesti ei ole tullut niin paljon uutta tietoa, tai esim proteiinin laadusta kyllä, mutta muuten uutta tieteellistä tietoa sovelletaan aina ravitsemussuosituksiin tarpeen mukaan ja tarkasti vertaisarvioituina. Huikkeesti on tullut viime aikoina tietoa kestävydestä että millaista on ekologinen ja eettinen ruokavalio. Nää muuttuu aina ajan kanssa mutta ne muuttuu aina tieteellisen näytön perusteella, ei esimerkiksi somevaikuttamisella pysty vaikuttamaan ravintosuosituksiin. Nykyään se on niin hienovaraista että miten sitä tietoa implementoidaan käytännössä, ei esim 70-80-luvuilla tarvinnut miettiä miten asioista viestitään. Jos sanottiin että on terveellisempää syödä ruisleipää kuin valkoista leipää niin ihmiset söi sitä. Mutta tänä päivänä tää on ihan erilaista tämä suosittelu, täytyy ymmärtää mitä on nudging eli hienovarainen houkuttelu. Esimerkiksi että herkkua voi olla muukin kuin karkki vaikka ne pensasmustikat on kalliimpia kuin karkit niin pitää vaan kai ottaa itseään niskasta kiinni jos haluaa syödä terveellisesti.

Aamupala: ruisleipää punajuuritahinilla, juon kauramaidolla kaikki kahvit, marjoja ja viiliä (oli kyllä tätä maitotuotetta).

2. Mitkä näkymät kasvispohjaisen ruoan lisäämisellä suomalaisessa ruokakulttuurissa on mielestäsi?

Isossa kuvassa (innoon sitä sanontaa) iso askel mikä viime vuosina on otettu hyvin vastaan on satokausikalenteri, joka toi konkreettista ohjeistusta että mitä ja milloin kannattaisi syödä. Ja nyt on otettu jo kantaa ravitsemussuosituksissa että vitamioidun juoman ei tarvitse olla lehmänmaitoa vaan se voi olla kasvipohjainen (esim kaura) jos siinä on lisätty d-vitamiini, jodi ja kalsium, mielellään myös B12-vitamiini. 2019 uudistetussa lapsille suunnatuissa suosituksissa on päivitetty että lapsille se 5dl D-vitamiinoituja maitotuotteita päivässä voi olla myös D-vitamiinoituja kasvipohjaisia juomia. Ruokaminimi vertailussa tehtiin ravitsemussuositukset perustuen siihen mitä vaikutuksia saisi aikaan jos syötäisi niiden suosituksien mukaan.

Kun ruokapyramidia katsoo niin sehän on suurin osa kasviksia eli sehän on ihan kasvisruokasuositus. On turhaa mollattu suomalaisia suosituksia vanhanaikaisiksi, nehän on perusteeltaan hirveen kasvispainotteiset mutta hankala yhtälö on se että miten suositukset saadaan implementoitua.

3. Mitkä ovat suurimmat esteet ravitsemussuositusten noudattamiselle Suomessa?

Sen sijaan että omassa ruokailussa yritettäisiin muuttaa jotain niin käännyttään haukkumaan esimerkiksi että suomalaisilta miehiltä yritetään kieltää liha. Tunnepuoli estää ehkä onnistumisen. Meidän pitäisi sanoittaa nää asiat uusiksi, fleksaus on huomattavasti houkuttelevampi kuin kasvipohjaisuuden lisääminen.

4. Mikä rooli ja suhde maidolla ja maitotuotteiden korvikkeilla pitäisi olla tulevaisuudessa?

Mä toivon että tästä keskustelusta ei tule sellaista syyllistävää että yritetään kuitenkin säästää kotimainen ruoantuotanto ihan huoltovarmuuden kannalta, mutta yritetään jotenkin sovittaa eläintuotanto sopivan kokoiseksi. Me tuhlataan hirveesti näitä eläinperäisiä tuotteita ja ne voitais käyttää paljon järkevämmiin hyödyksi, tällaista asiaa voisi edistää. Me tarvitaan jo ihan biodiversiteetin kannalta laiduntavia eläimiä. Se on vanhanaikaista kertakaikkiaan että yritetään irroittaa lehmä rasvaprosentilta ja proteiiniprosentilta sopivaksi. Uskon että nyt kun saatais se hyvä keskustelu aikaan tästä tuotannosta että en usko että kukaan haluaa lopettaa Suomesta oma elintarviketuotantoa. Ja eläinten hyvinvointihan on tärkeä että ne lehmät saisi laiduntaa eikä luoda mitään feikkimielikuvia sen suhteen. Avoimuus on tärkeää ja Valiohan on satsaamassa käsittääkseni näihin kauratuotteisiin mutta myös mun käsittääkseni siihen että miten saataisiin tää rehun tuotanto sopivaksi. Rypsiähän on alettu viljellä aikoinaan Suomessa sen

takia että se on hyvää rehua. Se on sitten tullut myöhemmin se rypsiöljy ihmisravinnoksi. Toki rypsi kasvina on ihan eri kuin silloin 70-luvulla, siitä lajikkeesta on sittemmin poistettu sellainen rasvahappo, joka teki siitä epäterveellisen. Nykyiset rypsin lajikkeet on hyviä. Minusta on tärkeää huomioida että kaura on hyvää rehua ja myöskin rypsi (jotka molemmat olisi kotimaisia vaihtoehtoja). Se on tietysti maailmanlaajuista politiikkaa että soija ja maissi on alettu muuttaa ihmisravinnoksi, pääosin ne on maailmalla eläinrehua (jota tuodaan myös Suomeen).

5. Mitä hyötyjä ja riskejä on kasvipohjaisten ruokavalmisteiden lisäämiselle esimerkiksi julkisissa ruokapalveluissa?

Luontoaskel hyvinvointiin -hanke oli sellainen Sitran rahoittama pilotti, ja nyt on saatu isompi rahoitus (Suomen Akatemialta) Ruoka-askel -hankkeelle, joka toteutetaan seuraavan kolmen vuoden aikana. Me tehdään yhteistyötä Lahden kaupungin kanssa, joka on tällainen EU:n Green Deal periaatteita noudattava kaupunki. Päiväkodin 3-5 vuotiaiden ruokavaliota halutaan muuttaa kasvispainotteisemmaksi ja just nyt ollaan määrittelemässä kuinka monta vegaanipäivää tulisi näihin päiväkoteihin. Tietysti lapset on kohde mutta tää ei ole ihan helposti toteutettu että miten saa päiväkodin henkilöstön ja ruokapalveluiden henkilöstön ymmärtämään kasvispainotteisuuden merkityksen eli meillä tulee olemaan paljon yhteiskehittämistoimintaa ensinnäkin kunnan päättäjien kanssa, sielläkin terveyslautakunnassa voi olla vaikka traktorinmyyjä puheenjohtajana niin hän ei välttämättä innostu kauheesti siitä että me tuodaan vegaaniruokia päiväkotiin, niin meidän täytyy mitata asenteita ensi nyt ennen kokeiluja ja sitten sen jälkeen ja miettiä millä tavalla tää voitais toteuttaa vaikkapa Asikkalassa, koska eri kunnissa on niin eri käytännöt että kaikissa ei ole yhtä helppoa loikata ja joissakin kunnissa sitä on saatettu tehdä jo pidemmän aikaa. Ja mukaan tuleeikin Etelä-Pohjanmaalta neljä kuntaa tähän mukaan Lahden lisäksi ja yhteensä 400 lasta. Samalla me mitataan veri ja kakkanäytteistä miten ruokavalion vaikutukset näkyy biomuuttujissa vaikkapa C-vitamiinitasoissa tai muissa ennen ja jälkeen muutoksen. Tää vuosi menee siihen että me puhutaan ja selitetään mitä me aiotaan tehdä ja tietenkin tarvitaan suostumuksia hirveän monelta taholta (esim eettisiltä toimikunnilta). Ensi vuonna vasta päästään päiväkoteihin ja lasten kanssa työskentelemään. Me tehdään tätä yhteistyötä Luken tutkijan Merja Saarisen kanssa, joka oli Ruokaminimi-hankkeen vetäjä. Mukana on myös ihmisiä Helsingin yliopiston ravitsemustieteen laitokselta, sitten meillä on tietenkin näistä kunnista mukana ihmisiä. Sielläkin odotetaan tosi

innoissaan näitä tuloksia. Se on niin hienovaraista että saadaan ne asenteet muuttumaan ja kasvisruoka oikealla tavalla maistuvaksi. Luontoaskel hankkeessa oli hieno huomata että lapset alkoi kouluttamaan vanhempiaan, suuremmat ennakkoluulot oli joissain tapauksissa vanhemmilla. Että esimerkiksi pavut eivät sovi meille kun ne aiheuttaa vatsavaivoja mutta lapset kuitenkin innostui kun ne sai oppia ja maistella niitä. Esim yhdessä päiväkodissa Korpilammella lapset oli kotona sanoneet että Quorn on hyvää ja vanhemmat tuli kyselemään että mikä se Quorn oikeen on.

6. Miten näistä asioista kannattaisi mielestäsi puhua ihmisille muutoksen tueksi?

Se olisi hyvä että ei tarvitse erikseen korostaa että tässä on nyt soijapohjainen proteiini vaan kaikki on ruokaa siinä missä muutkin. Annetaan ruoille helpot nimet, vaikka bolognese eikä lihakastike tai kasvipohjainen proteiinikastike. Näin sitten oikeasti nähdään kuinka hyväksyttävää se on. En usko että siitä tulisi esim lasten keskuudessa yhtään vähemmän suosittua jos niille sanotaan että siinä ei ole lihaa. Päiväkoti-ikäisille lapsillehan syömisen opettelu on hirmu hauskaa parhaimmillaan, ja jos niitä makuja ei silloin tule opeteltua niin ei niitä oikein voi myöhemminkään oppia käyttämään. Tää on ihana kohderyhmä jonka kanssa tehdä töitä. Jos on kiinnostunut enemmän ruokakasvatuksesta niin on sellainen kuin Ruukku ry, jolla on erilaisia hankkeita ja Ruukku ry toteutti Luontoaskel-hankkeessa tän ruokakasvatus osuuden, joka perustuu ranskalaiseen Sapere-menetelmään (maistella, aistia, oppia, ymmärtää) eli siinä korostetaan sitä että lasten tulisi saada oppia ruoan alkuperästä, tutkia, maistella ja olla mukana tekemässä ruokaa niin he oppivat arvostamaan ja valmistamaan ruokaa monipuolisesti.

Kaurajuomista vielä sen verran että ravitsemuksellisesti ne on ihan hyvä juttu. Maitoo meillä ei niin juodakaan, mutta enemmän on alettu suosimaan hapanmaitotuotteita. Siirtymässä oikeastaan tärkeintä on se että tarvittavat ravinteet on lisätty niihin kasvipohjaisiin vaihtoehtoihin, eli meillä Suomessa jodi ja D-vitamiini on hirveen tärkeät (yksi syy miksi maito on korostunut meillä). Proteiini ei ole 150-vuoteen ollut mikään ongelma että siihen ei tarvitse kiinnittää huomiota. Minusta on hyvä että kun kaurajuomia esitellään että otetaan huomioon se proteiiniasia myöskin. Mua huolestuttaa se että ihmiset ymmärtää niin väärin sen sokerin, eli kun hiilihydraatti pitää ilmoittaa sokereina ja kuituna ettei sitä sokeria pelästytä. Ilman hiilihydraattia me ei eletä, se on ihmisen tärkein ja aivojenkin ainut polttoaine. Siinä on iso koulutuksen paikka että

sokerikammoiset ei ala kauhistella sitä sokerin määrää. Nyt kun mä katon tätä iKaffen sisältöä niin 6.6g hiilihydraattia ja sokeria on 4.8g. Luomu tuotteissa saa nykyään olla lisättyjä ravinteita, se on itse päätettävissä. Kun se D-vitamiini on niin tärkeä lisä. Jos haluaa lisätä kaurajuoman käyttöä niin pitää tuoda esiin se että proteiini ei ole ongelma. Ja vaikka markkinointia tarvitaan niin se saa olla aika hienovaraista, liian päällekyävää viestiä ei niellä helposti. Mutta yks tärkeä pointti kasvipohjaisissa on vielä että esim Iltalehteen oli ottanut yhteyttä ravintovalmentaja joka oli kauhistellut etäkoululaisten ruokakassin sisältöä (sis. viikon ateriat) niin että mitä myrkkyä tää on kun siellä oli ollut eineksiä. Olen sitä mieltä että tämä on nykyaikaa että naiset ja miehet käy töissä ja on yksinhuoltajia niin tietenkin ne ruuat halutaan helppoina. Einesteollisuus tai miksi sitä halutaan sitten nimittää ruokateollisuuden gourmet-annoksia tai on se mitä hyvänsä niin se on ruokateollisuutta, jonka tarkoitus on helpottaa ihmisten arkea, joten ei pitäisi mennä kauhistelemaan sitä että ruoka on tehty ruokatehtaassa. Ja Oatlykin on ruokatehdas, niin kannattaa pohtia kuinka paljon haluaa tuoda korostaa sitä luonnonmukaisuutta vai pitäisikö tuoda se esiin että tämä on nykyaikaa ja ihmisten ruoka valmistetaan tehtaissa. Ihan niinkuin maitokin. Jossain Helsingin hipsterikuplassa on nyt sellainen buumi että voita pitää suosia “tehdasvalmisteisen” margariinin sijaan kun se on luonnollisempaa, sehän ei pidä paikkaansa. Oon miettinyt että jos mä joskus haluaisin neuvoa jotain kaurajuomavalmistajaa niin sanoisin että tää mielikuva asia kannattaisi oikein kunnolla miettiä että kuinka osoitetaan avoimesti kuluttajille että miten ne tuotteet tehdään että kuinka luonnollinen se prosessi on. Meillähän on hapankaurakiisseli eli Yosan inspiraatio, ja Yosa tehdään tehtaassa vaikka alkuperä on vanhanaikainen. Toimin joskus ravintoterapeuttina ja yksi asiakas päivitteli sitä Yosan sokerisisältöä kun se on niin suuri ja sitten kun yhdessä vertailtiin tavalliseen jogurttiin niin se sokerin määrä oli paljon pienempi. Ja silti se Yosan mielikuva siinä oli teollinen ja keinotekoinen, että miten tää saatais muutettua? Japanissa Yosa lähti vetämään silloin kun ymmärrettävästi he eivät niitä maitotuotteita niin käytä (?).

Ja jos kukaan on ikinä asunut paikassa jossa ei oo mitään ruokatuotteita, olen itse asunut perheen kanssa Borneolla 4 vuotta, niin siellä ei ollut minkäänlaisia ruokatuotteita. Jos halusi kanaa niin sitten piti pyytää kokkia hankkimaan kanan ja teurastamaan sen. Me ei ajatella sitä kuinka kauan ruuan valmistus vie, esim tempe ja tofu, tempen valmistus vie viikon. Olen onnellinen että meillä on ruokateollisuutta.

TIEDOT

- Haastattelun kesto: 55 minuuttia
- Haastatteluväline: Zoom
- Lupa nauhoitukseen: saatu

AJATUKSET

Ravitsemuksellisesti kauratuotteiden proteiinin vähyys ei ole ongelma, eikä sokerin määrä (kaikki tarvitsee hiilihydraattia). Jodi ja D-vitamiinilisät on tärkeimmät. Huoltovarmuuden kannalta Suomessa ei ole mahdollista vähentää karjateollisuutta minimiin, mutta kohtuus tulisi löytää. Ravitsemuksellisesti kasvipohjaisten tuotteiden lisääntyminen ei ole ongelma. Päiväkoti-ikäisten lasten kautta on hyvä alkaa tekemään positiivista muutosta eli leikin ja maistelun kautta. Aikuiset ovat herkkiä ideologiselle tuputtamiselle. Kannattaa välttää liian luonnonmukaista mielikuvaa. Ruokateollisuus kunniaan eli tuodaan esiin teollinen tuotanto avoimesti ilman “luontopesua”.

Kasvipohjaisten aterioiden kokeilu

Kysymykset testiryhmän rekrytointiin

1. Minkä ikäinen olet?
 - 18-30 vuotta
 - 31-40 vuotta
 - 41-50 vuotta
 - 51-60 vuotta
 - 61-70 vuotta
 - Yli 71-vuotias
2. Missä päin Suomea asut?
 - Pääkaupunkiseudulla
 - Muualla Etelä-Suomessa
 - Lounais-Suomessa
 - Ahvenanmaalla
 - Länsi- tai Sisä-Suomessa
 - Itä-Suomessa
 - Pohjois-Suomessa
 - Lapissa
3. Minkälainen on asuinpaikkasi?
 - Taajama
 - Haja-asutusalue
4. Minkälainen on elämäntilanteesi?
 - Parisuhteessa, perheeseen kuuluu lapsia
 - Parisuhteessa, ei lapsia
 - Asun kimpassa
 - Asun yksin
5. Miten kuvailisit ruokavaliotasi?
 - Olen kaikkiruokainen
 - Olen kaikkiruokainen, vältän punaista lihaa
 - Suosin kasvisruokaa, syön myös kalaa ja/tai kananmunia ja/tai maitotuotteita
 - Ruoka-aineallergiani määrittelee mitä voin syödä
 - Olen vegaani
 - Ruokavalioni vaihtelee, pidän kokeiluista
6. Mikä on tärkeimmät tekijät joiden perusteella teet ruokaostoksia? Valitse vain yksi kohta vaikka moni sopisi sinuun.
 - Maku ja/tai hinta
 - Terveellisyys ja/tai puhtaus
 - Alkuperä ja/tai kotimaisuus
 - Tutut ja luotettavat tuotemerkit
 - Uutuudet ja/tai erikoisuus
 - Ympäristövaikutukset ja/tai vastuullisuus

7. Oletko muuttanut tai onko suunnitelmassasi muuttaa ruokailutottumuksiasi jotenkin? Valitse vain yksi kohta vaikka moni sopisi sinuun.
- Aion lisätä kasvisten käyttöä
 - Aion kokeilla kasvipohjaisia vaihtoehtoja
 - Aion vähentää lihaa ja/tai maitotuotteita
 - Aion syödä terveellisemmin
 - Aion syödä monipuolisemmin
 - Aion opetella uusia ruokalajeja
 - En aio muuttaa mitään
8. Tunnistatko itsesi tästä kuvailusta: "Olen kiinnostunut lisäämään kasvipohjaisia ratkaisuja ruokavaliooni (ja siten vähentää lihan ja maidon kulutustani), mutta aikomukseni ei ole kieltää itseltäni mitään ruoka-ainetta. Haluan syödä joustavasti mutta uskon että ruokavalinnoillani on merkitystä."
- Kyllä tunnistan itseni kuvailusta, toisin sanoen olen flexaja
 - En tunnista itseäni kuvailusta
9. Oletko kiinnostunut osallistumaan 4 päivää kestävään testiryhmään, jossa kokeillaan kasvipohjaisia aterioita kotona? Tavoitteena on tehdä yksi kasvipohjainen ateria päivässä (1 aamupala, 1 lounas, 1 päivällinen, 1 välipala) ja pitää kokemuksista päiväkirjaa WhatsAppin välityksellä. Tutkittavalle lähetetään lahjakortti K-kauppoihin ruokien kustannuksia varten, ja kiitoksena osallistumisesta lähetetään toinen lahjakortti kokeilujakson päätteeksi. Ennen ja jälkeen kokeilujakson pidetään noin tunnin mittainen yksilöhaastattelu puhelimitse. Kokeilujakso pidetään huhtikuun 2021 aikana. Tarkempi aikataulu sovitaan tutkittavan kanssa. Tutkimuksen toteuttajana on kasvipohjaisia ruokatuotteita valmistava yritys. Tutkittavien henkilöllisyys pidetään salassa koko tutkimuksen ajan, eikä kokeilujakson aikana kerättyä dataa käytetä muuta kuin viitteellisesti yrityksen sisäisissä kehittämissuunnitelmissa.

Infopaketti

Tervetuloa testaamaan kasvipohjaisia aterioita nelipäiväisessä kokeilussa. Olet jo kyselyn perusteella todennut että kuulut tähän mystiseen ruoankuluttajajoukkoon eli fleksaajiin. Fleksaajat edustavat kasvavaa joukkoa ihmisiä, jotka ovat kiinnostuneet lisäämään kasviksien ja kasvipohjaisten tuotteiden käyttöä mutta eivät halua kokonaan luopua kaikkiruokaisuudesta. Onkin siis kiinnostavaa kuulla ja nähdä miten ja miksi tällaista muutosta lähdetään kodeissa toteuttamaan ja mitä haasteita, esteitä ja oivalluksia siihen liittyy. Kokeilujakso on osa opinnäytetyötäni Metropolian muotoilun koulutusohjelmassa (YAMK). Opinnäytetyön toimeksiantaja on kasvipohjaisia ruokatuotteita valmistava yritys. Kiitos jo etukäteen osallistumisesta!

Kiinnostavaa on kuulla juuri sinun kokemuksistasi ja näkemyksistäsi kasvipohjaiseen ruokailun liittyen. Ideana on että omaehtoisesti valmistat ja maistelet neljää kasvipohjaista ateriaa neljän päivän aikana. Neljästä ateriasta yhden pitäisi olla aamupala, yhden lounas, yhden välipala ja yhden illallinen. Voit itse valita missä järjestyksessä ja minä päivänä ateriat valmistat. Olisi hyvä jos neljän päivän aikana osa päivistä olisi arkena ja osa vapaa-aikana. Saat ruokaostoksia varten lahjakortin mihin tahansa K-ketjun ruokakauppoihin. Saat toisen lahjakortin kokeilujakson päätteeksi kiitoksena osallistumisesta. Ennen ja jälkeen itse kokeilujen pidetään noin tunnin mittainen haastattelu ennakko-odotuksista, kokemuksista, motivaatioista ja mielipiteistä aiheen tiimoilta.

Kommunikointi tapahtuu WhatsApp ja Zoom-sovelluksilla tutkijan kanssa kahden kesken. Haastattelu voidaan toki tehdä myös puhelimitse. Toivon että dokumentoit aterioiden aineet, valmistuksen ja lopputuloksen sekä kokemukset kuvin ja/tai videon sekä tekstin ja/tai äänen kanssa. Tyyli on muuten vapaa mutta kannattaa välttää kasvokuvia ja henkilökohtaisten tavaroiden/tietojen näkymistä. Voit kuitenkin olla huolettu yksityisyydestäsi, henkilötietosi salataan eikä yhteystietojasi tarvita muuta kuin kokeilujakson ja haastattelujen aikana.

Alkuhaastattelu

1. Kerro hieman itsestäsi. Minkä ikäinen olet, missä asut ja minkälainen on elämäntilanteesi?
2. Miten kuvailisit ruokavaliotasi ja -valintojasi? Mitkä ovat tärkeimpiä tekijöitä joiden perusteella teet ruokaostoksia? (Esimerkiksi maku, hinta, terveellisyys, uutuus, alkuperä, puhtaus, vastuullisuus tms)
3. Mitkä ovat lempiruokiasi? Miksi ne ovat lemppareita? Onko jokin niistä jo lähtökohtaisesti kasvipohjaisia?
4. Olet kertonut olevasi fleksaaja eli haluaisit lisätä tai olet jo lisännyt kasvien tai kasvipohjaisten tuotteiden käyttöä ruokavaliossasi mutta et halua olla ehdoton. Onko termi sinulle tuttu vai uusi? Mistä syistä haluat lisätä?
5. Oletko muuttanut tai onko suunnitelmassasi muuttaa ruokailutottumuksiasi jotenkin? Mistä syistä?
6. Jatkokysymys: mikä motivoisi ruokavaliomuutokseen ja miksi?
7. Oletko jo kokeillut kasvipäisiä ruokatuotteita esimerkiksi korvaamaan perinteisiä eläinperäisiä tuotteita? Mitä tuotteita olet kokeillut ja/tai mitä haluaisit kokeilla?
8. Mitä mieltä olet kasvipohjaisten ruokatuotteiden markkinoinnista? Hyviä ja huonoja esimerkkejä?
9. Miten suhtaudut sosiaalisen median tai julkisen keskustelun esille tuomiin näkemyksiin ruokajärjestelmien kestävyysvajeesta ja muutostarpeesta? Onko sillä ollut merkitystä mielipiteisiisi ja/tai kuluttajakäyttäytymiseesi?
10. Mitä odotuksia tai kysymyksiä sinulla on kokeilujaksoon liittyen?

Loppuhaastattelu

1. Miten kokeilujakso mielestäsi sujui kokonaisuutta ajatellen? Mitkä fiilikset?
2. Kuinka helppoa tai vaikeaa oli alkaa miettiä kasvipohjaisten aterioiden valmistamista? Pitikö nähdä paljon vaivaa vai tuntuiko se luonnolliselta ja normaalilta tai jotain siltä väliltä?
3. Minkä perusteella teit raaka-aine ja reseptivalintoja?
4. Etsitkö tietoa kasvipohjaisista resepteistä tai tuotteista ja mitä kautta? Vai tuunasitko tuttuja turvallisia kasvipohjaisiksi?
5. Jäikö jokin mietityttämään ainesosissa tai valmistuksessa?
6. Miltä ateriat maistuivat (ja miten ne kelpasivat muille perheenjäsenille)? Mikä erityisesti miellytti ja mikä ei mennyt hyvin?
7. Mitä keskustelua kokeilusta seurasi? Mitä ajatuksia ja tunteita herätti?
8. Näin kokeilujakson päätteeksi mitkä tekijät toimivat ja minkä pitäisi muuttua että kasvipohjainen ruokamurros olisi miellyttävämpi toteuttaa? Vai onko mielestäsi esimerkiksi helpompi korvata tiettyjä eläinperäisiä aineksia kuin tehdä kokonaisia aterioita kasvipohjaisina? Sana on vapaa ja ideat tervetulleita.
9. Tuliko kokeilun aikana mieleen palautetta kokeilun toteutuksesta ja tavoitteista?



FLEXITARIAN FINNS

INSIGHTS FROM RESEARCH & EXPERIMENTS

Service Design Thesis Project for Oatly Suomi / 2021
Johanna Salovaara, Metropolia University of Applied Sciences

WHY?

What are the motivations and challenges in the transition towards plant-based dining for FLEXITARIANS IN FINLAND?

What could PUSH TOWARDS plant-based becoming 'THE NEW NORMAL'?

WHAT CAN OATLY DO about that?

INSIGHTS FROM RESEARCH

SAY WHAT?

Flexitarian = a person who has a mixed yet pro plant-based diet



Research was based on a mix of fresh international academic and news articles on flexitarianism, selected studies on Finnish consumers and food system. Also a motivation intervention model to behavioural changes was studied and applied.

IT DEPENDS HOW YOU SEE IT:

11%

of Finns say that they follow a flexitarian diet* although

1,6 MILLION

might be the real number of flexitarians** since the 'ism' is not yet very familiar.

* Beanit Food Survey, 2021. <https://www.beanit.fi/fi/suuri-ruokakyselymme-64-prosenttia-suomalaisista-kokee-keskustelun-ruokavalioiden-ymparilla-olevan-kariistynytta/>
 ** Fleksaus on yksi merkittävimmistä ruokatrendeistä, Atria Food Service, 2018. <https://www.atria.fi/foodservice/vastuullinen-kumppani/raavitsemus/terveytta-ruuasta/fleksaus/>

ABOUT FINLAND



Most Finns **already consider themselves responsible** when it comes to lifestyles. So **appealing to conscience** might be **counterproductive**.*



Core drivers are **health, taste, price, locality & convenience**. **Sustainability is important too** but **difficult in social situations**.**



Nutritional recommendations are mostly plant-based, even including alternatives to **dairy**.*** But **meat & dairy are too convenient and cheap**.

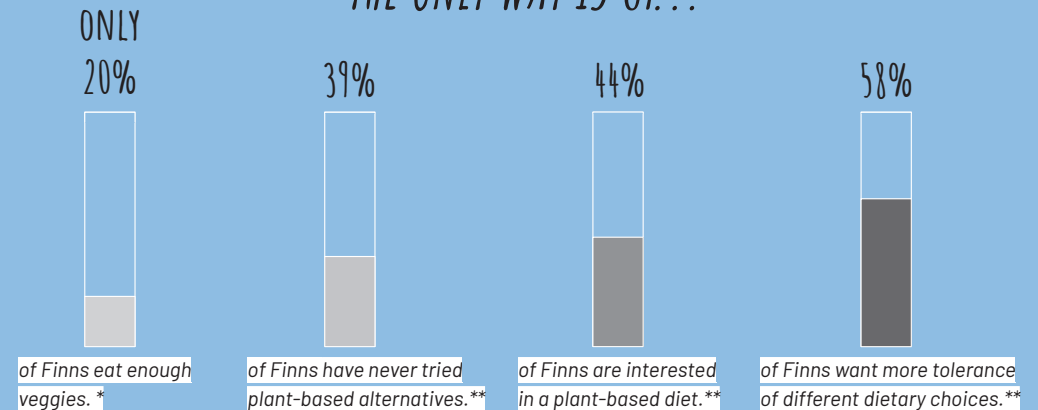
* Making Sense of Climate Change: Perspectives of Citizens, Business Leaders and Political Decision-Makers, 2020. https://www.univaasa.fi/sites/default/files/2020-11/Ilmassa-ristivetoo%20oppuraportti_30_11_2020.pdf
 ** Helsingin Sanomat Food Survey, 2021. <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-200007854519.html>
 *** Finnish nutrition recommendations, 2020. <https://thl.fi/en/web/lifestyles-and-nutrition/nutrition>

LOCALITY ON THE RISE

"The pandemic has increased interest across generations for Finnish products, including Finnish food. During the period of restrictions, over one third of the population bought more Finnish food than before, and half of these intend to continue to do so."*

* Lifestyles after lockdown, Sitra, 2020. <https://media.sitra.fi/2020/12/14150110/sitralifestylesafterlockdown.pdf>

THE ONLY WAY IS UP...



* Finnish nutritional survey, 2017. <https://www.slideshare.net/THL.fi/finravinto-2017-tutkimuksen-tuloksia>
 ** Beanit Food Survey, 2021. <https://www.beanit.fi/fi/suuri-ruokakyselymme-64-prosenttia-suomalaisista-kokee-keskustelun-ruokavalioiden-ymparilla-olevan-kariistynytta/>

INTERVIEW WITH HELI KUUSIPALO:

a nutrition specialist and a researcher at the Finnish Institute of Health and Welfare, interviewed in March 22 2021

"Emotions easily overrun facts when it comes to food. We need to rewrite how we talk about these things. Flexitarianism is much more appealing as a term than other restrictive diets."



"There is no point in hiding the fact that most of our food is produced in factories. The fact that food marketing relies so much on 'natural' conceptions is bound to backfire. Instead it could be presented as a positive thing which it really is. Oatly is also a food factory."

"It would be good to stress that everything is just food. Let's give the meals easy names like bolognese instead of plant-based protein sauce. This is how we really see how acceptable it [a plant-based diet] is."

TRANSITION IS SLOW

People tend to adopt new eating habits quite slowly.*

COMFORT & SAFETY

To many food represents comfort and safety in a chaotic world.***

EXPERIMENTING IS KEY

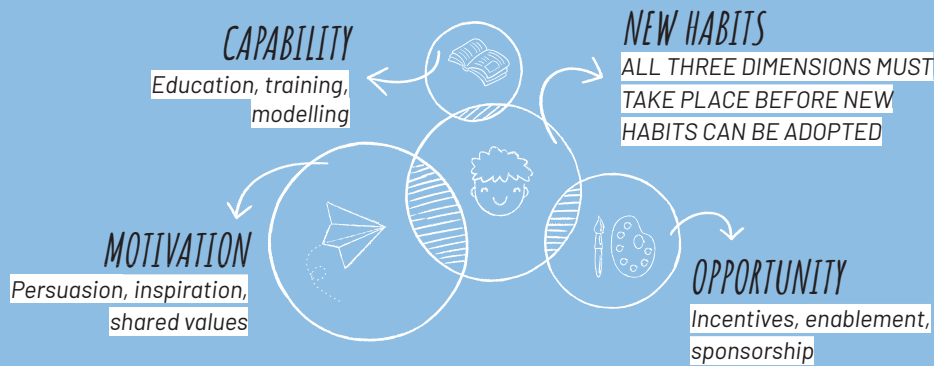
Thinking and doing is a two-way street where positive experiences might transform attitudes.**

NUDGING TO RESCUE

Positive reinforcement and inspirational incentives support behavioural changes.***

Vähemmän lihaa - Kohti kestävää ruokakulttuuria, Mattila, H., 2016.
 * Lihankulutuksen merkitys Suomen maataloudelle (s. 107) Lehtonen, H.
 ** Ovatko kuluttajat valmiita muutokseen? (s. 135) Pohjalainen, P. & Tapio, P.
 *** Ruuasta lämmöllä ja lempeästi, Maa- ja Metsätalousministeriö, Mattila, H., 2021. <https://mmm.fi/blogit/-/blogs/ruuasta-lammolla-ja-lempeasti#7bb7ed3b>

MOTIVATION INTERVENTION MODEL



Adapted from the COM-B Theory of Change Model (V3) Mayne, J., 2017.
https://www.researchgate.net/publication/314086441_The_COM-B_Theory_of_Change_Model_V3

INSIGHTS FROM EXPERIMENTS

PROBE DIARIES / PLANT-BASED MEALS



- Who?** 10 flexitarian participants
- What?** 4 plant-based meals in 4 days
- How?** freestyling based on personal needs
- Tools?** photos/text/video (WhatsApp), start and end interviews (Zoom)
- When?** April-May 2021



I made these aubergine pizzas. I normally use mozzarella and pepperoni but now I made it with veggies and vegan grated cheese. I was really suprised how good it was! :) Even my boyfriend liked them. 10:24

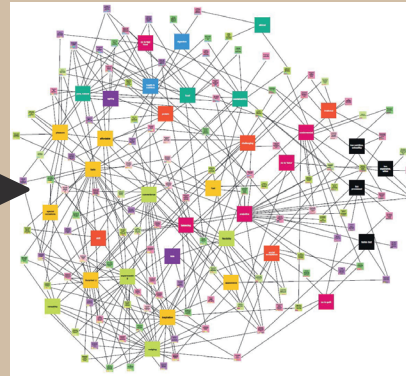
Sounds delicious 😊! Was there something that didn't work? 10:28

It took longer to go to the store than normal. Some products were irrationally placed. 🤔 10:29

WHY?

1. How is the change implemented in everyday life?
2. What are the motivations and challenges considering the transition to plant-based dining?
3. What are the pains and gains of the transition?
4. What could push towards plant-based becoming 'the new normal'?

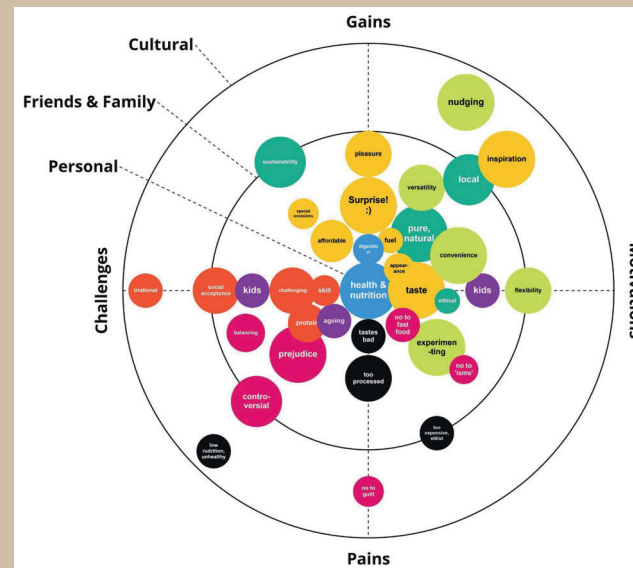
METHOD FOR DATA ANALYSING



Comments from interviews and probe diaries placed to empathy map in Miro.

Comments tagged with key issues.

Issue tags clustered with a special tool in order to see connections and importance.



MULTILEVEL RADAR

Tagged issues are positioned to a multilevel empathy radar with 3 levels of influence.

Importance grows with dot size.

- Yellow** = senses
- Lime** = ease
- Green** = shared values
- Blue** = health
- Purple** = age
- Pink** = doubts
- Red** = distress
- Black** = flaws

KEY CHALLENGES & PAINS :(

Social acceptance is the trickiest part especially in gatherings. The plant-based quest did also **bring one family together: everyone participated** in meal planning.



Kids are mentioned twice: as **motivators** but also as **challengers**. **Balancing** with different needs made the **moms set aside their own wants**.



Meal planning and grocery shopping was the most **time consuming**. **Friends, Google, Chocochili, K-Ruoka and Yhteishyvä** were most used for information.



KEY MOTIVATIONS & GAINS :)

Experimenting was considered somewhat painful yet **surprisingly rewarding!** Most participants will **continue with plant-based cooking** without the 'ism'.



Nudging and inspiration are biggest cultural drivers which **affect positively**. **Guidance and cooking tips** are appreciated.



Oatly products have been the **'gateway' to plant-based alternatives** for many. **IKaffe and iMat** products are established but some have switched to **Finnish brands**.



<<< KEY DRIVERS >>>

Key issues are personal or within the social circle: **health, taste, pure/natural, convenience, local**.



Although **responsibility and sustainability** are talked about, they **are not the biggest motivators for change**.



Prejudices are present **at every stage**. Most troubling issues are **lack of nutrition**, and that **plant-based options are too processed** thus unhealthy (soy, oils, starch).



PROBE DIARIES / 10 KEY ISSUES

1. Convenience in everyday life: price, availability, easy-to-use.
2. Prejudices to overcome: nourishment, protein, processing, digestion.
3. The social circle: a challenge or an opportunity?
4. Hello Plant-based Knowhow! You are awaited at the Flexitarian helpdesk.
5. What is the right thing to do? Locality, responsibility, food safety?
6. Wow! It was a positive surprise! :)
7. Common denominator: Flexitarians like to try new things.
8. Oatly works as a gateway drug to plant-based experiments.
9. Definitely NO to ISMS!
10. **To make change happen: meet the needs 1-9!!!**

FINAL QUESTIONS:

Who needs the 'ism'?
Should we just talk about food?
Which values are shared with Oatly and these flexitarians?

MAIN SOURCES

Beanit Food Survey, 2021. <https://www.beanit.fi/suuri-ruokakyselymme-64-prosenttia-suomalaisista-kokee-keskustelin-ruokavalioiden-ymarilla-olevan-karistunut/>

Finnish nutrition recommendations, 2020. <https://thl.fi/en/web/lifestyles-and-nutrition/nutrition>

Finnish nutritional survey, 2017. <https://www.slideshare.net/THLfi/finravinto-2017-tutkimuksen-tuloksia>

Fleksaus on yksi merkittävimmistä ruokatrendeistä, Atria Food Service, 2018. <https://www.atria.fi/foodservice/vastuullinen-kumppani/ravitsemusterveysra-ruuasta/fleksaus/>

Helsingin Sanomat Food Survey, 2021. <https://www.hs.fi/suunnatit/art-20000786459.html>

Lifestyles after lockdown, Sitra, 2020. <https://media.sitra.fi/2020/12/14/50110/sitra/lifestylessafterlockdown.pdf>

Making Sense of Climate Change: Perspectives of Citizens, Business Leaders and Political Decision-Makers, 2020. https://www.univaasa.fi/sites/default/files/2020-11/jimassa-ristivaston%20raportti_30_11_2020.pdf

Ruuasta lämmöllä ja lempeästi, Maa- ja Metsätalousministeriö, Mattila, H., 2021. <https://mmm.fi/blogit/-/blogs/ruuasta-lammolla-ja-lempeasti#7bb7ed3b>

The COM-B Theory of Change Model (V3) Mayne, J., 2017. https://www.researchgate.net/publication/314086444_The_COM-B_Theory_of_Change_Model_V3

Vähemmän lihaa - Kohti kestävää ruokakulttuuria, toim. Mattila H., 2016.

Kuvat: Johanna Salovaara

FUTURES FREQUENCY



SITRA

The structure of Futures Frequency

- ! **Intro:** What is futures thinking? And what is our focus today?
- 1 **Imagine** the probable, the unexpected and the preferable future scenarios.
- 2 **“Memorise”** how we got to that future.

We'll have a 10 min break

Today's working methods

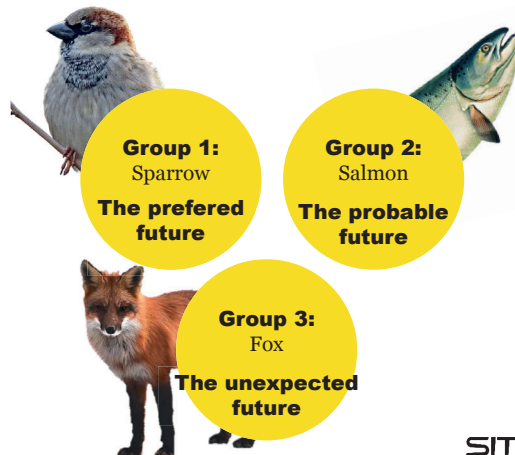
Mural

Templates for small group work

Teams

Joined group discussion and small group discussions

Working groups



SITRA

The Future. What comes to mind?

SITRA

The Future? What time frame are we talking about?

Today's workshop looks to the year **2050**. We'll be in our thirties then!



Challenge assumptions about the future

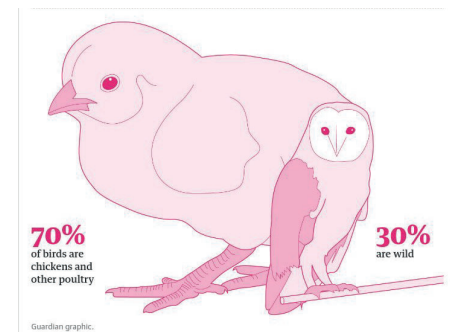
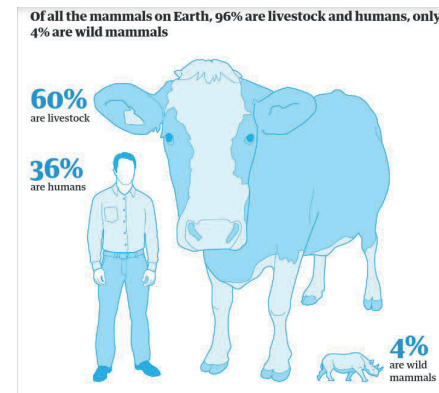


SITRA



SITRA

What will these numbers look like in 2050?

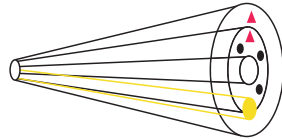


Mammalian and avian global biomass - livestock vs wild (2018)
<https://www.theguardian.com/environment/2018/may/21/human-race-just-001-of-all-life-but-has-destroyed-over-80-of-wild-mammals-study>

SITRA



Focus



SITRA

RESEARCH INSIGHTS IN ONE LOOK

- 1 Core drivers are health, taste, price, locality & convenience. Appealing to conscience might be counterproductive.
- 2 The only way is up, flexitarianism is on the rise, the trick is to stay flexible.
- 3 Slow transition > comfort & safety > experimenting is key > nudging to rescue
- 4 Rewrite the talk, factory food is a positive thing, let's just talk about food.
- 5 Motivation intervention: capability, opportunity, motivation > new habits

PROBE DIARIES / 10 KEY ISSUES

1. Convenience in everyday life: price, availability, easy-to-use.
2. Prejudices to overcome: nourishment, protein, processing, digestion.
3. The social circle: a challenge or an opportunity?
4. Hello Plant-based Knowhow! You are awaited at the Flexitarian helpdesk.
5. What is the right thing to do? Locality, responsibility, food safety?
6. Wow! It was a positive surprise! :)
7. Common denominator: Flexitarians like to try new things.
8. Oatly works as a gateway drug to plant-based experiments.
9. Definitely NO to ISMS!
10. **To make change happen: meet the needs 1-9!!!**

PERSONAS IN ONE LOOK

- THE ACTIVE PURITAN
- I DON'T EAT 'ISMS'
- NEWLY WOKE EX-MEATER
- MAMA THE BALANCER
- GOOD FOOD = GOOD LIFE
- GOT GUTS?
- EATS WITH ALL SENSES
- GOURMET CHAMELEON
- FOOD IS FUEL
- GOES WITH THE FLOW

What if everyone could get a loan – even if you're poor?

What if we had no waste?

What if all kids could go to school?

What if...

What if nature had legal rights?

What if we could make protein from air?

<https://www.muhammadyunus.org/>
<https://www.airprotein.com/science>
<http://www.bbc.com/travel/story/20200319-the-new-zealand-river-that-became-a-legal-person>

SITRA

Lets tune into Futures Frequency

What if plant-based food became the **NEW NORMAL**?

What if the steps towards a plant-based future would be **MORE ATTAINABLE**?

What if something **UNEXPECTED HAPPENS** along the way?

PSSST!
 There is no pressure to know the answers, only the freedom to imagine!

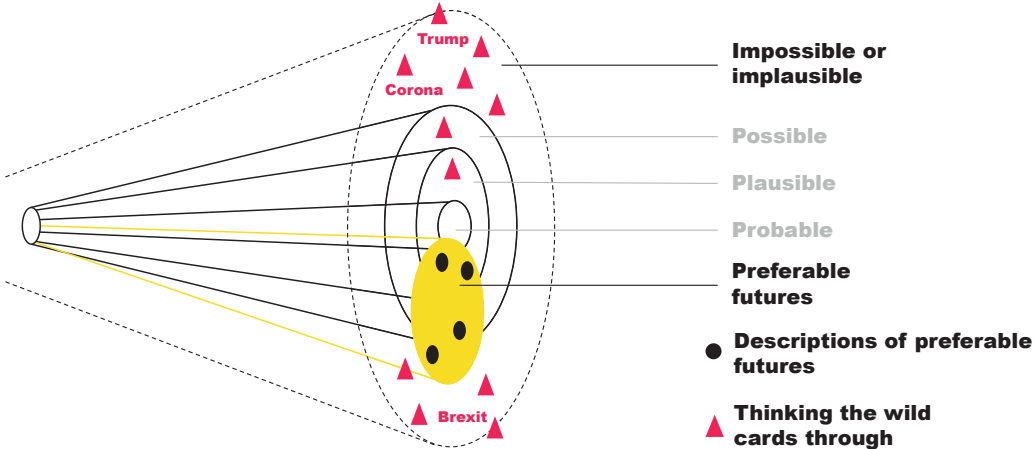
Futures thinking !

There are many possible futures.

We can influence them.

We have a responsibility to think long term.

Our cone of futures is often too narrow



SITRA Adapted from: Voros 2017

Working groups



Group 1:
Sparrow



Group 2:
Salmon



Group 3:
Fox

SITRA



Imagine the probable, unexpected and preferable futures.

Why? Because it's easier to prepare for different scenarios than just hope or bet for one and only to happen.



SITRA

How will we proceed?



Imagine a vision



Share and discuss



'Memorise' the path

SITRA

Imagine different futures

20 min

How? Assignment 1

1. Split into groups and work for about 20 minutes in Mural.
2. **Fill the table of drivers with a fitting vision.**
3. **Envision your future scenario with a brief description of it.** You can use the sentence below as a frame.

In the year 2050 what will be different/ what has happened / what will the world be like in this scenario.

SITRA



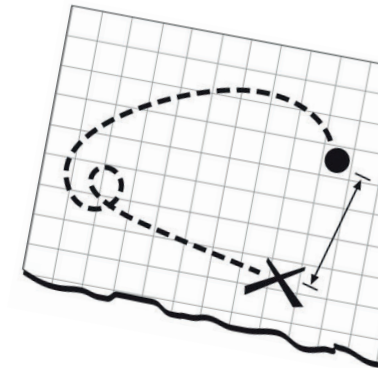
!

1

2

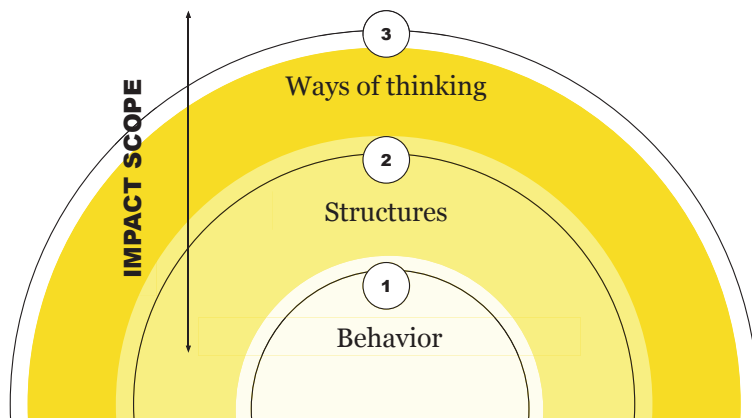
‘Memorise’ the path

Why? Because there are always multiple series of events which shape the future. It is fruitful to vision these paths for better understanding. This is called backcasting.



SITRA

Spheres of transformation



Adapted from:
Laininen 2018;
O’ Brien & Sygna
2013;
Sharma 2007.

SITRA

‘Memorise’ the path

20 min

How? Assignment 2

1. Use your table of drivers and think backward of events which could have led to your scenario.
2. It might help to reflect how the flexitarian personas’ lives link to this path?
3. Discuss and place your events loosely on a timeline.
4. After 20 min join the main session.
5. One person from your group will present your scenario, the drivers and the memory path. 5 minutes per scenario.

Keep your minds open and remember that this is an exercise so you are allowed to have fun with it!

SITRA

Recap: what did we just do?

- 1 We **focused** on flexitarianism, Finland & Oatly.
- 2 We **imagined** different futures.
- 3 We **'memorised'** events that shaped that future.

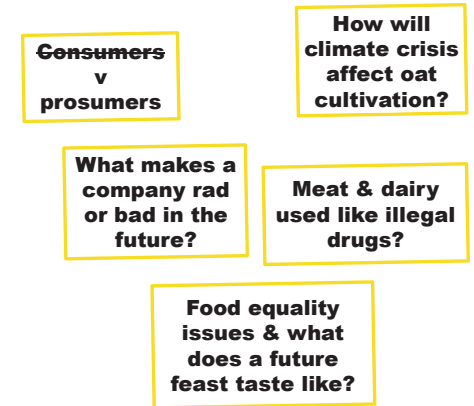


Outcomes

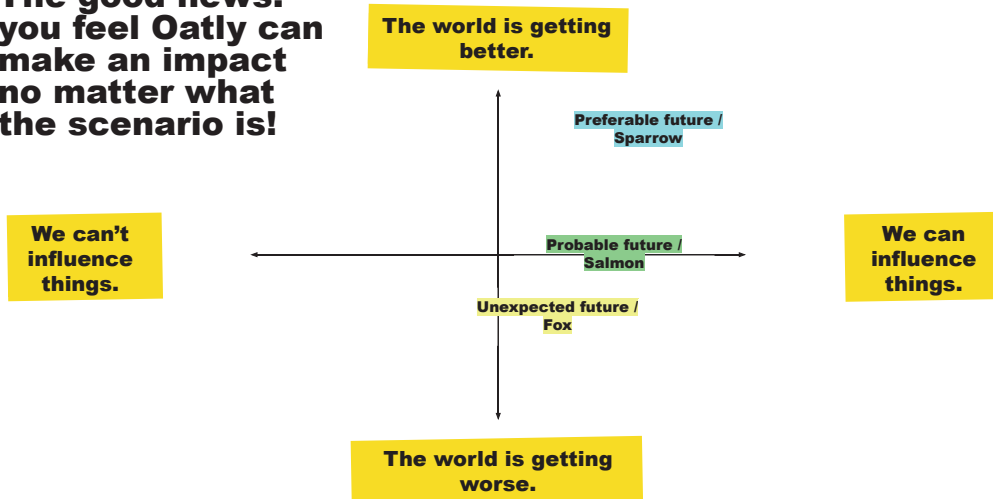
The different scenarios layered nicely and similar topics were discussed:



Other topics of interest:



The good news: you feel Oatly can make an impact no matter what the scenario is!



What's next?

Today we focused on **THINKING**.

Next phase is focused on **DOING**:

We ideate actions and try to shape the near future!

IDEOINTIPAJA

TAVOITTEENA ON...

a

tukea fleksaajien roolia muutoksentekijöinä ja Oatlyn salaisina agentteina.

b

visioida keinoja uuden normaalin toteutumiseen valikoitujen fleksaajien tarpeet huomioiden.

c

päittää mitkä keinot ovat kiinnostavia ja toteutettavissa.



Auta mua
fleksaamaan!



Tästä alkaa hauska
mutta haastava
epämukavuusalue.
/ Valmiina?

TEHTÄVÄ 1



ÄÄNESTYS (itsenäisesti & yhdessä)

1. Ketkä fleksaajat ovat mielestäsi tärkeimpiä kasvipohjaisen ruokamurroksen seuraavassa vaiheessa?
2. 3 ääntä per osallistuja
3. Äänestys 5 minuuttia > 5min kommentit tauon jälkeen.

5 min

10 minuutin tauko
/



TEHTÄVÄ 2

**IDEOINTI** (itsenäisesti & ryhmissä)

Mikä voisi auttaa suomalaisia fleksaajia syömään kasvipohjaisemmin?

1. Jokainen ideoi n. 10 ideaa ja kirjoittaa ne lapuille / 15 MIN
2. Esittele ideasi muille ryhmässäsi / 15 MIN
3. Jokainen valitsee yhden kirkastetun idean jatkoon / 5 MIN

35 min

TEHTÄVÄ 3

**JATKOJALOSTUS** (ryhmissä)

Miten ideoita voisi kehittää tai hioa?

Mitä toteuttamiseen vaaditaan?

Mikä voi olla esteenä?

1. Kehukaa, kehittäkää ja haastakaa toisen ryhmän ideoita

> 3 x jatkettu idea A4 paperille: piirrä, kirjoita, kartoita!

30 min

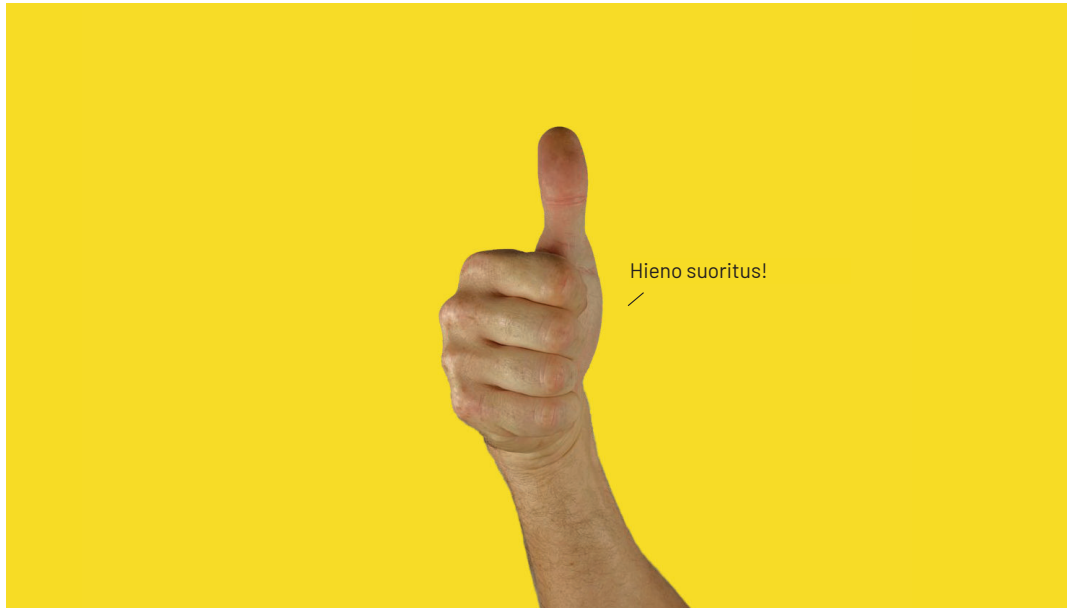
10 minuutin tauko

TEHTÄVÄ 4

**ESITTELY JA ÄÄNESTYS** (yhdessä & itsenäisesti)

1. Ryhmät esittelevät jatkokehitetyt ideat / 15 MIN
2. Äänestetään kiinnostavimmat, 3 ääntä per osallistuja / 5 MIN
3. Kommentit ja keskustelu / 10 MIN

30 min



MITÄ TULI TEHTYÄ?

TÄNÄÄN...

1

keskityttiin fleksaajien tarpeisiin kasvipohjaisen ruokamurroksen läpiviennissä.

2

ideoitiin keinoja uuden normaalin toteutumiseen fleksaajien tarpeet huomioiden.

3

äänestettiin muutama kiinnostava idea testattavaksi.

Kiitti jeesistä!



SEURAAVAKSI?

Tänään ideoitiin, mutta ideointi jatkuu teidän omissa hautomoissa.

Seuraavassa vaiheessa tehdään valituista ideoista "prototyypit" ja testataan niitä ateriakokeiluun osallistuneilla.

Palaamme palautteiden kanssa!