



HÄVIKKI- FOORUMI- HANKKEEN 2020–2023 LOPPU- RAPORTTI

Sisällys

Tiivistelmä	3
Hävikkiforumin tavoitteet ja toimenpiteet	4
Ruokahävikkiselvitys	6
Kuluttajakysely: Selvitimme, mitä hävikistä ajatellaan	7
Suosituksien ja hyvät käytänteet kuluttajan ruokahävikin vähentämiseksi	8
Kotitalouksien ruokahävikkisivusto – saasyoda.fi	10
Hävikkiforumin viestintä	11
Hankekumppaneiden toimet ja rooli hankkeessa	20
Hankemateriaalit	27
Hävikkiforumin tapahtumat	29
Foorumiverkosto	33
Vaikuttavaa hävikkiviestintää	35
Foorumiin osallistuneiden kokemukset hankkeen hyödyistä	36
LIITE 1: Hävikkiweekendin raportti 2021	
LIITE 2: Hävikkiweekendin raportti 2022	
LIITE 3: Hankemateriaalilista	
LIITE 4: Tapahtumalista	
LIITE 5: Foorumiverkosto	

Tiivistelmä

Kuluttajaliiton koordinoima valtakunnallinen Hävikkifoorumi-hanke (2020–2023) kokosi kaikki kiinnostuneet ruoka-alan toimijat, yritykset, järjestöt, paikalliset ruohonjuuritason toimijat sekä muut tahot tekemään vaikuttavaa yhteistyötä ja viestintää kotitalouksien ruokahävikin puolittamiseksi.

Hävikkifoorumin tavoitteet

- Kehittää nykyisiä hävikkitoimia ja yhteistyötä entistä vaikuttavammaksi kotitalouksien hävikin vähentämiseksi.
- Selvittää keinoja kuluttajakäyttäytymisen todellisen muutoksen aikaansaamiseksi ja ruokahävikin vähentämiseksi.
- Luoda avoin alusta hävikkiratkaisujen innovointiin, suunnitteluun ja testaamiseen.
- Koota tietopankki keskeisistä kotitalouksia koskevasta hävikkitietoudesta.
- Lisätä tietoisuutta ruokahävikistä nostamalla ruokahävikin vähentäminen laajasti näkyville.

Tulokset

- Ruokahävikkiselvitys.
- Kuluttajakysely ruokahävikistä.
- Suositukset ja hyvät käytänteet kuluttajien ruokahävikin vähentämiseksi.
- Uudistunut saasyoda.fi-sivusto.
- Hävikkifoorumiverkosto.
- Kattavaa viestintämateriaalia hävikistä.
- Näkyvää ja vaikuttavaa hävikkiviestintää.

Hanketta toteutettiin yhteistyössä Luonnonvarakeskuksen, Motiva Oy:n, Marttaliitto ry:n, Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry:n, Päivittäistavarakauppa ry:n ja Valintamuotoilijat Oy:n kanssa. Myös valtakunnallinen Hävikkiviikko järjestettiin osana hanketta Kuluttaja-lehden järjestämänä vuosina 2021 ja 2022. Hankekumppaneiden lisäksi Hävikkifoorumiin osallistui liki 80 toimijaa ympäri Suomea. Mukaan saatiin monipuolisesti erilaisia toimijoita, kuten kaupallisia ja julkisen sektorin organisaatioita, järjestöjä, median edustajia sekä paikallisia ruohonjuuritason toimijoita. Hävikkifoorumi oli Ruokaviraston ruokaketjun kehittämishanke, jota rahoitti maa- ja metsätalousministeriö.

Hankemateriaalien pitkäikäisyys on pyritty mahdollistamaan tuottamalla mahdollisimman ajatonta materiaalia. Hankkeen päätyttyä hankemateriaalien jalkauttaminen jatkuu Kuluttajaliiton ja Hävikkiviikko-kampanjan viestintäkanavia hyödyntäen. Hankkeessa luotujen selvitysten sekä suositusten on tarkoitus ohjata ja antaa ideoita eri toimijoiden työhön kuluttajien hävikin taklaamiseksi myös hankkeen jälkeen.

Hävikkifoorumin tavoitteet ja toimenpiteet

Kuluttajaliiton koordinoima kansallinen Hävikkifoorumi (2020–2023) kokosi kaikki kiinnostuneet ruoka-alan toimijat, yritykset, järjestöt, paikalliset ruohonjuuritason toimijat sekä muut tahot tekemään vaikuttavaa yhteistyötä ja viestintää kotitalouksien ruokahävikin puolittamiseksi.

Kehittämishanketta toteutettiin yhteistyössä Luonnonvarakeskuksen, Motiva Oy:n, Marttaliitto ry:n, Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry:n, Päivittäistavarakauppa ry:n ja Valintamuotoilijat Oy:n kanssa. Myös valtakunnallinen Hävikkiviikko järjestettiin osana hanketta Kuluttaja-lehden järjestämänä vuosina 2021 ja 2022.

Hävikkifoorumia rahoitti maa- ja metsätalousministeriö. Suomen tasavallan presidentti Sauli Niinistö toimi Hävikkifoorumi-hankkeen suojelijana vuosina 2021–2023.

Hankkeen tavoitteet

- Kehittää nykyisiä hävikkitoimia ja yhteistyötä entistä vaikuttavammaksi kotitalouksien hävikin vähentämiseksi.
- Selvittää keinoja kuluttajakäyttäytymisen todellisen muutoksen aikaansaamiseksi ja ruokahävikin vähentämiseksi.
- Luoda avoin alusta hävikkiratkaisujen innovointiin, suunnitteluun ja testaamiseen.
- Koota tietopankki keskeisistä kotitalouksia koskevasta hävikkitiedoudesta.
- Lisätä tietoisuutta ruokahävikistä nostamalla ruokahävikin vähentäminen laajasti näkyville.

Hankkeen toimenpidekokonaisuudet

Hankkeen tavoitteisiin päästiin toteuttamalla alla listatut toimenpidekokonaisuudet. Hankkeen ohjausryhmän arvioiden mukaan hankkeelle asetetut tavoitteet tulivat pääosin saavutetuiksi. Raportin seuraavissa kappaleissa kuvataan tarkemmin, miten tavoitteet saavutettiin käytännössä ja mitkä ovat olleet hankkeen tulokset.

- Ruokahävikkiselvitys
- Työpajatoiminta
- Tietopankin eli saasyoda.fi-sivuston kehittäminen
- Hävikkifoorumin kokoaminen
- Viestintä
- Hankekumppaneiden toimet

Kehittämishanketta toteutettiin yhteistyössä Luonnonvarakeskuksen, Motiva Oy:n, Marttaliitto ry:n, Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry:n, Päivittäistavarakauppa ry:n ja Valintamuotoilijat Oy:n kanssa. Myös valtakunnallinen Hävikkiviikko järjestettiin osana hanketta Kuluttaja-lehden järjestämänä vuosina 2021 ja 2022.



Maa- ja metsätalousministeriö



Ruokahävikkiselvitys

Luonnonvarakeskus ja Valintamuotoilijat toteuttivat vuonna 2021 Hävikkifoorumi-hankkeelle selvityksen, jossa kartoitettiin, mitkä asiat toimivat esteinä ja ajureina kuluttajakäyttäytymisen muutokselle ruokahävikin vähentämiseksi. Selvitys tarkastelee kuluttajakäyttäytymistä erityisesti kodin, ruokakaupan ja ruoan verkkokaupan ympäristöissä.

Esteet ja ajurit kuluttajien ruokahävikin vähentämisessä -kirjallisuusselvitys julkaistiin syksyllä 2021. Selvitys toimi pohjana hankkeen työpajatoiminnalle sekä uusien hävikkiratkaisujen pohdinnalle.

Keskeisiä poimintoja:

- Tarvitaan lisää tietoa tehokkaimmista tavoista vaikuttaa kuluttajien ruokahävikkiin.
- Tarvitaan kuluttajasegmentointia: erilaisia toimia erilaisille kuluttajille.
- Ruokahävikkiä aiheuttavat käytännöt kietoutuvat vahvasti rutiineihin, joten tarvitaan keinoja rutiinien muuttamiseksi.

Selvitys on luettavissa Luonnonvarakeskuksen verkkosivuilta osoitteesta:

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-380-321-3>



Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 85/2021

Esteet ja ajurit kuluttajien ruokahävikin vähentämisessä

Kirjallisuusselvitys

Inkeri Riipi, Marika Poutainen ja Miia Kuisma



415 latausta

Kuluttajakysely: Selvitimme, mitä hävikistä ajatellaan

Hankkeessa selvitettiin ensi kertaa valtakunnallisesti kattavalla kuluttajakyselyllä kuluttajien arvoja, asenteita ja aikomuksia ruokahävikkiin liittyen. Kyselytulokset antoivat maakuntakohtaista tietoa kuluttajien ruokahävikkiin liittyen. Kuluttajakyselyn toteutti toukokuussa 2022 Kuluttajaliiton ja Hävikkifoorumi-hankkeen toimeksiannosta Kantar Public (n = 2176). Tutkimustulokset julkaistiin Hävikkiviikolla 14.9.2022.

Keskeisiä tuloksia:

- Pääosin asenteet ruokahävikin vähentämistä kohtaan ovat kuluttajien keskuudessa myönteisiä ja ruokahävikin vähentäminen koetaan tärkeäksi.
- Suomi on varsin yhtenäinen yhteiskunta, mitä tulee hävikkiin liittyviin arvoihin, asenteisiin ja aikomuksiin.
- Maakuntakohtaiset erot eivät korostu merkittävästi minkään kysymyksen kohdalla. Tulokset kertovat, että Suomi on hyvässä mielessä yhtenäiskulttuuri, mitä tulee ruokahävikkiin.
- Toisaalta tulosten mukaan hävikki näyttää olevan erityinen haaste nuorille aikuisille. Heillä tuli eniten hävikkiä ja he myös kokivat vähemmän onnistumista hävikin hallinnassa. Toisaalta he eivät myöskään ole niin innokkaita hävikin vähentämisessä nyt tai tulevaisuudessa kuin heitä vanhemmat ikäpolvet.

Kyselytutkimuksen tulokset saivat runsaasti ansaittua medianäkyvyyttä ja herättivät keskustelua laajasti myös sosiaalisessa mediassa. Kuluttajakyselyn tuloksia on hyödynnetty hankkeen toimien ja viestinnän suunnittelussa.

Lisätietoa kyselystä Kuluttajaliiton sivuilta:

<https://www.kuluttajaliitto.fi/mita-havikista-ajatellaan>

32

**mediaosumaa
kyselyn tuloksista**

4 milj.

medianäkyvyys

Suosituksset ja hyvät käytänteet kuluttajan ruokahävikin vähentämiseksi

Hävikkifoorumin keskeinen tavoite on ollut luoda mahdollisuuksia uusien hävikki-ratkaisujen innovointiin sekä luoda suositukset ja hyvät käytänteet kuluttajan ruokahävikin vähentämiseksi. Uusia ruokahävikkiratkaisuja sekä hankkeen suosituksia innovoitiin hankkeen selvityksen pohjalta seitsemässä eri työpajassa.

Hankkeen selvityksen pohjalta opittiin, että tuuppaaminen, eli hienovarainen ohjaaminen voi olla hyödyllinen tapa vaikuttaa kuluttajakäyttäytymiseen, ja toisaalta kuluttajaryhmitäin luodut ratkaisut voivat edistää tuuppaamiseen onnistumista. Hävikkifoorumin työpajoissa etsittiin siksi uusia tapoja vaikuttaa kuluttajien hävikkiin nimenomaan erilaisten kuluttajaryhmien kautta. Työpajoissa hyödynnettiin käyttäytymistieteiden ja psykologian tieteenalojen tietämystä ihmisten käyttäytymisestä ja päätöksenteosta ja ideoitiin erilaisia tuuppauksia, eli huomaamattomia vaikuttamisen muotoja kaupan, ruoan verkkokaupan ja kodin ympäristöihin.

Hävikkifoorumin seitsemästä työpajasta kaksi keskittyi ruoan verkkokauppaan, kaksi fyysiseen ruokakauppoihin ja yksi kotikeittiöön. Lisäksi toteutettiin tulevaisuuden hävikkiratkaisuihin keskittyvä työpaja ja työpaja ruohonjuuritason toimijoille, kuten paikallisesti toimiville järjestöille.

Työpajoissa ruokahävikkiratkaisuja pohdittiin monipuolisesti tarkastellen erilaisia mahdollisuuksia, joita esimerkiksi toimintaympäristöjen muokkauksella, tuotesijoittelulla, informaatiovaikuttamisella, teknologisilla tai sosiaalisilla ratkaisulla tai rutiinien muuttamisella on kuluttajien hävikin vähentämiseksi.

Hankkeen suositusten tavoitteena on tarjota eri toimijoille keinovalikoimaa, joiden avulla ne voivat tukea kuluttajia haastavassa arjen ruokahävikin vähentämisessä. Suositukset on kohdistettu erityisesti päivittäistavarakaupalle, elintarviketeollisuudelle, pakkausteollisuudelle ja ruohonjuuritason toimijoille, ku-



ten paikallisesti toimiville järjestöille.

Työpajoihin osallistui monipuolinen asiantuntijajoukko yli 40:stä eri taustaorganisaatiosta. Osallistujat olivat ruokahävikin ja kiertotalouden parissa toimivista tutkimusorganisaatioista, hankkeista, elintarvikealan yrityksistä sekä paikallisia ruohonjuuritason toimijoita, kuten kuntien ja järjestöjen edustajia tai muiden alojen yrityksiä. Lisätietoa hankkeen suosituksista ja hyvistä käytänteistä liitteessä 3.

Hävikkifoorumin työpajat fasilitoi, ruohonjuuritason toimijoille kohdistettua työpajaa lukuun ottamatta, Osana yhteistä ratkaisua Oy. Työpajojen suunnitteluun ja toteutukseen osallistuivat keskeisesti Hävikkifoorumi-hankkeen ruokahävikkiselvityksen toteuttajat, Luonnonvarakeskuksen tutkija Inkeri Riipi sekä Valintamuotoilijoiden perustajajäsen ja käyttäytymistaloustieteen asiantuntija Marika Poutiainen. Tulevaisuuden hävikkiratkaisuihin keskittyvää työpajaa oli lisäksi suunnittelemassa ja toteuttamassa Luonnonvarakeskuksen erikoistutkija Vilja Varho.

Keskeiset nostot

- Eri toimijoiden keinovalikoima kuluttajien tukemiseen hävikkitalkoissa on runsas.
- Pelkkä informaatio-ohjaus ei ole riittävää.
- Tarvitaan erilaisia kuluttajaryhmiä huomioivia hävikkiratkaisuja sekä monen eri ruokaketjun toimijan hienovaraista kuluttajien tuuppaamista kohti pienempää hävikkiä.
- On hyvä tunnistaa, että ratkaisut, jotka tukevat kuluttajien hävikin vähentymistä ovat monin paikoin samoja ratkaisuja, jotka tuovat kuluttajan arkeen haluttua arjen optimointia, ajansäästöä ja helppoutta.
- Kuluttajaryhmittäin tapahtuva toimien toteutus eli niin sanottu kuluttajasegmentointi on mahdollisuus tehdä vaikuttavampaa työtä kuluttajien ruokahävikin vähentämiseksi. Tarvitsemme kuitenkin vielä lisää tietoa kuluttajasegmentoinnin mahdollisuuksista ja rajoitteista käytännön toimijoiden hyödynnettäväksi.

Hankkeen työpajatoiminta toteutettiin verkkototeutuksena Teamsin kautta. Työpajatoiminnassa esille nostettuja viestinnällisiä hävikkiratkaisuja päästiin testaamaan toteuttamalla kauppaketjujen kanssa yhteinen kauppakampanja keväällä 2023 sekä toteuttamalla kuluttajatyyppeihin perustuvaa kuluttajaviestintää sosiaalisessa mediassa.

Kotitalouksien ruokahävikki-sivusto – saasyoda.fi

Hankkeessa päätettiin uuden sivuston luomisen sijaan kehittää jo olemassa olevasta Motivan ylläpitämästä saasyoda.fi-sivustosta hankkeen tavoitteiden mukainen hävikkitietoutta kattavasti sisältävä tietopankki. Uudistettu sivusto valmistui Hävikkiiviikolla syyskuussa 2021. Sivuston uudistus käynnistettiin hankekumppaneille vuodenvaihteessa 2020 lähetytyllä kyselyllä ja maaliskuussa 2021 järjestetyllä työpajalla, jonka fasilitoi Valintamuotoilijat. Kyselyllä ja työpajassa kartoitettiin hankekumppaneiden toiveita ja odotuksia sivustoa koskien sekä mahdollisuuksia tarjota omia sisältöjä ruokahävikkisivustolle. Sivusto päätettiin uudistaa visuaalisesti, rakenteellisesti ja sisällöllisesti palvelemaan kuluttajia entistä paremmin ja vastaamaan kuluttajien yleisimpiin tietotarpeisiin ruokahävikistä.

Sivustolle laadittiin uusi säilytystietoutteen keskittyvä osio, sillä säilytystietous on ollut palvelussa käytetyintä ja haetuinta sisältöä, mutta sitä on aiemmin ollut palvelussa hyvin niukasti. Yhteistyössä Marttojen kanssa sivustolle tuotiin avoimien rajapintojen kautta myös Marttojen hävikkireseptiikka. Sivustoa haluttiinkin kehittää ruokasivustomaiseen suuntaan.

Alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen sivustolle ei koottu erikseen tutkimusosiota, jossa olisi koosteita viimeisimmästä hävikkitutkimuksesta. Sen sijaan aina ajantasaisen tiedon varmistamiseksi sivustolta on ohjaus Luonnonvarakeskuksen ruokahävikkitutkimustietoa sisältäville sivuille.

Sivuston visuaaliset ja tekniset uudistukset tilattiin alihankintana palvelun teknisestä ylläpidosta vastanneelta Rajasoft Oy:ltä, jolta osallistui edustajia myös sivuston uudistusta käsitelleeseen työpajaan. Sivuston kaikessa kehittämisessä on otettu huomioon digitaalisia verkkopalveluja koskeva saavutettavuusvelvoite (Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta 306/2019).

Motiva vastasi sivuston sisällön ja rakenteen uudistamisesta. Käytännössä lähes kaikki sisältösivut päivitettiin. Lisäksi tuotettiin kokonaan uusia sisältöosioita, kuten tietoa ruokahävikkiaviestinnän tueksi medialle. Myös mediaa palvelevien, ruokahävikistä haastatteluja antavien yhteystiedot koottiin palveluun.

Vuosina 2020–2023 Saa syödä -sivustolla vieraili yhteensä 220 466 käyttäjää. Suosituimpia verkkosisältöjä hankkeen aikana olivat sivu päiväysmerkinnöistä, reseptilaskuri, annoslas-kuri, hävikkireseptit sekä tiedot Suomen ruokahävikistä. Käyttäjistä lähes jokainen (99,28 %) vieraili sivuilla ensimmäistä kertaa käyttämällään laitteella tai selaimella. Sivuston kävijäliikenteessä oli laskua aiempaan verrattuna. Tähän voi vaikuttaa useampi seikka, kuten evästekäytäntöjen käyttöönotto ja sivustojen rakenteiden uudistukset, joka väistämättä vaikuttaa kävijäliikenteeseen rikkoutuneiden muilta sivustoilta tulevien linkitysten takia. Rakenneuudistukset vaikuttavat aina myös sisältöjen löydettävyyteen Googlessa, mikä vähensi omalta osaltaan kävijäliikennettä.

Vuosina 2022 ja 2023 hankkeessa panostettiin sivuston näkyvyyden ja käyttäjäliikenteen kasvattamiseen muun muassa toteuttamalla kesällä 2023 kampanja sivuston näkyvyyden lisäämiseksi. Lisätietoa kampanjasta sivulla 18.

Hävikkifoorumin viestintä

Hankkeessa on tehty monipuolisesti ja monikanavaisesti viestintää hankkeen sosiaalisen median kanavien, toimituksellisen median, verkkosivujen, blogikirjoitusten sekä hankkeen uutiskirjeiden kautta.

Hankkeen sosiaalisen median kanavissa viestittiin aktiivisesti ruokahävikistä ja jaettiin monipuolisesti vinkkejä ja neuvoja ruokahävikin vähentämiseksi kotikeittiöissä. Sosiaalisen median kanavissa viestittiin myös erilaisista ruokahävikkiä koskevista tapahtumista, joissa hanke oli mukana joko osallistujana tai järjestäjänä.

Hankkeessa tehtiin myös useita viestintäyhteistöitä monien ruokahävikin parissa työskentelevien tahojen kanssa muun muassa toteuttamalla kampanjoita sosiaalisessa mediassa tai tekemällä yhteistä viestintää toimitukselliseen mediaan.

Lisäksi tiedotettiin ajankohtaisista teemoista ja annettiin mediahaastatteluita. Paikallisten tapahtumien yhteydessä julkaistiin tiedotteita ja mielipidekirjoituksia paikallismedioissa.

Hankkeelle luotiin oma alasivu Kuluttajaliiton kotisivuille. Hankesivuilla vieraili hankkeen aikana 5 120 kävijää, ja sivuilla vietettiin aikaa keskimäärin kolme minuuttia, joka on tavallista verkkosivuvierailua pidempi aika.

Yksi kanava aiheen monipuoliseen käsittelyyn on ollut Hävikkifoorumin blogisarja, jossa on ollut useita vierailevien asiantuntijoiden kirjoituksia muilta ruokahävikin parissa työskenteleviltä toimijoilta. Blogisarjan blogikirjoituksia on lukenut yhteensä 4 489 lukijaa.

Hävikkifoorumin sisäinen viestintä

Hävikkifoorumi-hankkeen sisäistä viestintää on tehty erityisesti sähköpostitse sekä hankkeen uutiskirjeen kautta. Vuosittain on lähetetty noin 2–4 uutiskirjettä, jonka postituslistoilla on ollut 111 tilaajaa.

Hävikkifoorumin hankekumppaneiden viestintäkanava ja viestinnän kehittämisen väline on ollut hankkeen viestintätiimin kokoukset, joita on pidetty noin 2–4 kertaa vuodessa tarpeen mukaan.

Medianäkyvyys



Toimituksellinen media

Mediaosumien määrä:

Marraskuu 2020 – heinäkuu 2023

Yhteensä 210 mediaosumaa

Medianäkyvyys:

- 2020-2021: 10 137 077 (10 milj.)
- 2022: 26 364 802 (26 milj.)
- 2023: 941 218 (0,9 milj.)

Medianäkyvyys yhteensä 37,4 milj.



Blogikirjoitukset

26 kpl

Lukijoita yhteensä 4 489



Sivuvierailut hankesivulla

- 2020: 89
- 2021: 2001
- 2022: 2268
- 2023: 687

Yhteensä 5 120 sivuvierailua

210

mediaosumaa

37,4 milj.

medianäkyvyys

Somenäkyvyys

Hankkeen sosiaalisen median kanavat (Instagram, Facebook ja Twitter) tavoittivat vuosina 2020–2023 yhteensä 549 158 henkilöä.

Someviestinnän tavoittavuus



Instagram

2021: 14 667 käyttäjää
2022: 76 120 käyttäjää
2023: 26 540 käyttäjää

= **117 327** tavoitettua käyttäjää



Facebook

2021: 27 190 käyttäjää
2022: 42 781 käyttäjää
2023: 44 323 käyttäjää

= **114 294** tavoitettua käyttäjää



Twitter

2021: 163 865 näyttökertaa
2022: 124 054 näyttökertaa
2023: 29 618 näyttökertaa

= **317 537** näyttökertaa

Yhteensä 549 158 tavoitettua käyttäjää
Instagramissa ja Facebookissa sekä
näyttökertoja Twitterissä.

Somejulkaisuja yhteensä (Instagram, Facebook, Twitter)

2021: 625 julkaisua
2022: 698 julkaisua
2023: 256 julkaisua

= **Yhteensä 1 579** somejulkaisua

1 579

somejulkaisua

549 158

tavoitettua käyttäjää

Viestintäkampanjat

Paikallinen mediaviestintäkampanja keväällä 2021

Hävikkifoorumi toi KIVOn kanssa yhteen **Kuluttajaliiton alueelliset kuluttajayhdistykset** sekä niiden alueella toimivat **jätelaitokset**. Kampanjassa tehtiin paikallisesti räätälöity ohjeet biojätteen lajitteluun sekä viestittiin samalla ruokahävikin vähentämisen tärkeydestä.

Joulukampanja 29.11.2021–9.1.2022

Joulunajan somekampanjan aikana Hävikkifoorumin somekanavilla julkaistiin kerran viikossa sesonkiin sopiva ruokalista tammikuun ensimmäiselle viikolle asti. Ruokalistojen reseptit tilattiin Marttaliitolta.

Kampanjan näkyvyyttä lisäsivät vaikuttajayhteistyöt toimittaja, kirjailija ja vaikuttaja Julia Thurénin sekä vastuullisen kuluttamisen vaikuttajan **Outi Peltorannan** kanssa. Kampanjan aikana toteutettiin myös mainoskampanja Facebookissa ja Instagramissa ajanjaksolla 23.12.2021–9.1.2022. Lisäksi Hävikkifoorumin somekanaville ohjaava mainos näkyi Helsingissä Kolmen sepän aukiolla viikoilla 51 ja 52.

Kampanjan aikana sosiaalisessa mediassa tavoitettiin orgaanisen viestinnän, maksetun mainonnan sekä vaikuttajayhteistöiden avulla yhteensä 39 505 käyttäjää. Kampanjan aikana tehdyt tviitit keräsivät 13 900 näyttökertaa.

Kun lukuun laskee mukaan Kolmen sepän aukion tavoitavuuden (500 000 ihmistä per viikko), nousee kampanjan tavoitavuus jopa 1 039 505 ihmiseen.



yli **1 milj.**

henkilöä tavoitettu
joulukampanjassa

HSL-bussikampanja 11.–24.7.2022

Toimintavuonna 2022 hankkeessa toteutettiin nuorille suunnattu kesäkampanja Uudenmaan HSL-bussien mainosnäytöillä 11.–24.7.2022. Kampanjan jalkautti Mediatalo Keskisuomalainen. Keskisuomalaisen suurin tavoitavuus on 15–29-vuotiaiden ryhmässä.

Kampanjan aikana HSL-bussien mainosnäytöillä näytettiin Hävikkifoorumin 10 sekunnin mittaista mainosvideota, jossa kaksi nuorta kaverusta viestittelivät kännykällä homehtuneesta leipäpussista. Video ohjasi lopuksi siirtymään kampanjan landing-sivulle (kuluttajaliitto.fi/havikkihaltuun). Bussimainos ei kuitenkaan palvellut kampanjan alkuperäisiä tavoitteita, sillä mainosnäytöillä pyörinyt video ei juuri ohjannut liikennettä kampanjan landing-sivulle.

Yhden viikon tavoitavuusluvut Keskisuomalaisen mukaan:

- Bruttokontaktit viikossa 1 741 000
- Nettokontakteja viikossa 470 000

1,7 milj.
bruttokontaktia



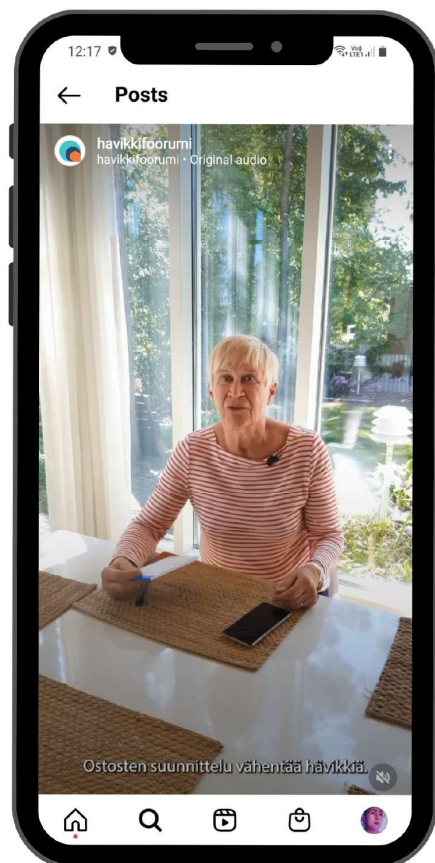
Aktivistimummojen hävikkiviisauksia 12.–18.9.2022

Hävikkifoorumin somekanavilla jaettiin Hävikkivii-
kolla 12.–18.9.2022 kahdeksan Aktivistimummojen
kanssa yhteistyössä toteutettua lyhyttä videota,
joista kaksi myös ruotsinkielisenä.

Videoilla mummot valistavat nuorempia sukupol-
via kohtuullisuudesta ja ruokahävikin minimoinnista
sekä jakavat oman viisaan hävikkivinkkinsä.

Videoita on katsottu Instagramissa, Twitterissä ja
Facebookissa yhteensä 7 879 kertaa.

7879
näyttökertaa videoilla



Astetta rennompia joulua -kampanja 24.11.–22.12.2022

Yhteistyö valtionhallinnon yhteisen energiansäästöön kannustavan **Astetta alemmas -kampanjan** kanssa marras–joulukuussa 2022 tavoitti suuren määrän ihmisiä.

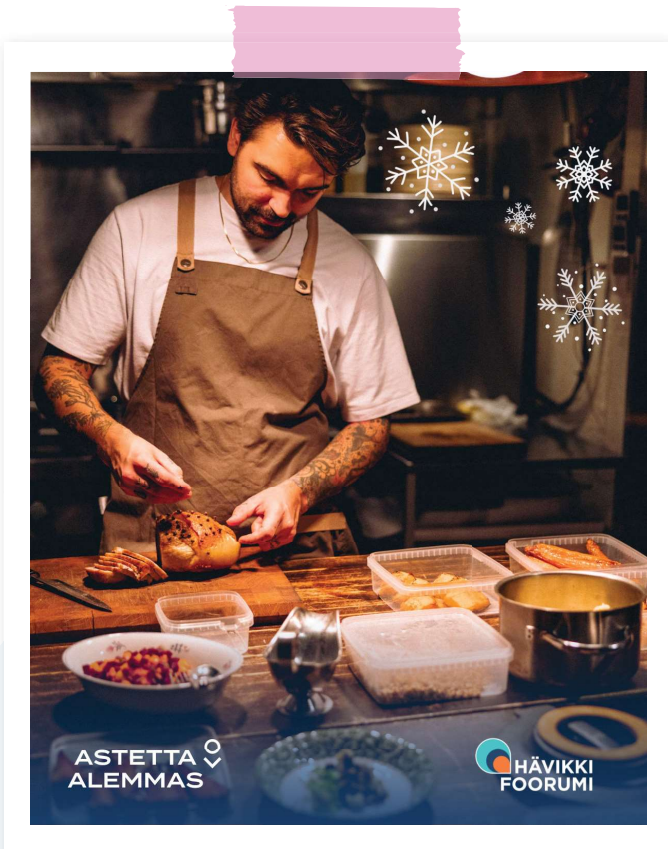
Astetta rennompia joulua -kampanjassa yhdistyivät kaksi vuoden 2022 joulunajan ajankoh-
taista teemaa: juhlapyhien ruokahävikin vähentäminen ja energiansäästö. Kampanja jakoi
onnistuneesti kuluttajille tietoa poikkeuksellisesta tilanteesta sekä rahanarvoisia ruokahä-
vikki- ja energiansäästövinkkejä.

Kampanjan näkyvyyttä lisäsi yhteistyö Ravintola Wellamon keittiömestarin, Masterchef
Suomi -ohjelmassa v. 2020 kisanneen **Dani Hännisen** kanssa. Hänninen loi kampanjaa
varten kuluttajille joulumenuun, jossa joulun tutut maun tarjoiltiin uudella muodos-
sa. Menuun ruuat suunniteltiin siten, että niiden valmistamisessa voisi hyödyntää hävikki-
raaka-aineita, eikä valmistaminen kuluttaisi tarpeettoman paljon sähköä. Hänninen esitteli
kampanjan joulumenua myös MTV:n uutisissa.

Tulokset

Kampanja tavoitti 1 036 401 ihmistä. Tavoittavuusluvut sisältävät Hävikkifoorumin ja Astetta alemmas -kampanjan maksetun mainonnan tavoittavuusluvut siltä osin kuin ne koskivat Astetta rennompi joulu -yhteiskampanjaa, sekä orgaanisen tavoittavuuden.

- Mainosten kattavuus Hävikkifoorumilla (tavoitteena sitouttaminen julkaisuihin): 78 129 käyttäjää
- Mainosten kattavuus Motivalla (tavoitteena mahdollisimman suuri tavoittavuus): 826 659 käyttäjää
- Mediaosumat: 5
- Medianäkyvyys: 387 442
- Sivuvierailut (landing-sivu ja joulumenu yht.): 2502 kävijää



yli **1 milj.**

henkilöä tavoitettu
Astetta rennompi
joulu -kampanjassa

Käytä fiksusti, kauppa apunasi! 27.3.–2.4.2023

Hävikkifoorumi haastoi Päivittäistavarakaupan avustuksella kauppaketjut jakamaan vinkkejä kuluttajille ruokahävikin vähentämiseksi somessa ja erityisesti kauppojen sisällä. Pitkälti arjen ruokahävikissä on kyse tavoista ja totumuksista eli siitä, miten olemme tottuneet ostamaan, kuluttamaan ja käsittelemään ruokaa. Kauppa voikin neuvoa ja opastaa kuluttajia käyttämään ruokaa fiksusti, jotta kotitalouksien ruokahävikki vähenisi. Hankkeen heittämään haasteeseen tarttuivat Hävikkifoorumissa mukana olevat Lidl ja Kesko.

Kampanjaviikolla Keskolla näkyivät Kiroilevan Hiilen ruokahävikkimateriaalit kauppojen DS-näytöillä (**5 513 kpl**) ympäri Suomen. Esityskertoja videoille kertyi kampanjaviikon aikana yhteensä **41,4 miljoonaa**. Lisäksi Kesko teki joka arkipäivä kampanjaviikolla hävikkiviestintää sosiaalisen median kanavissaan tavoittaen yhteensä **442 633 käyttäjää**.

Lidl osallistui kampanjaviikkoon viestimällä joka arkipäivä sosiaalisen median kanavissaan hävikistä ja jakamalla vinkkejä hävikin vähentämiseksi. Lidlin kampanjaviestit keräsivät viikon aikana yhteensä **3984 näyttökertaa**.



Saa syödä -sivuston ja Hävikkifoorumin kesäkampanja 1.–30.6.2023

Vuoden 2023 kesäkuussa Motiva ja Hävikkifoorumi toteuttivat yhteistyössä kesäkampanjan, jonka tavoitteena oli ohjata liikennettä hankkeessa uudistetulla Saa syödä -sivustolle sesonkiin sopivien hävikkivinkkien ja -reseptien houkuttelemana.

Kampanjan jalkauttamiseen osallistui somevaikuttaja Eetu Pesonen (Eddspeaks), joka julkaisi kampanjan aikana kaksi oivaltavaa reseptivideota Instagram-tilillään. Videot ohjasivat käyttäjiä Saa syödä -sivustolle. Sivustoa myös mainostettiin Googlen hakusanamainonnan avulla kampanjan ajan.

Sivustolla vierailtiin kampanjan aikana 7 516 kertaa. Ennen kampanjaa sivulla tehtiin Motivan mukaan noin 5 500 vierailua kuukaudessa. Kampanjan tavoitteena oli lisätä sivuvierailuja 20 prosenttia, mutta vierailujen määrä kasvoi yli tavoitteen eli 36,65 prosenttia. Kampanja ohjasi 6 384 uutta käyttäjää sivustolle. Katselua sivustolle kertyi 11 752, kun taas sivuston reseptihaku keräsi kampanjan aikana 1 623 katselua.

Tuloksia:

- Google Ads -mainoksen näyttökerrat: 33 198
- Google Ads -mainoksen klikkaukset: 2 889
- Eddspeaks (Eetu Pesonen) videoiden tavoitavuus: 236 319 tiliä

Muut vaikuttajayhteistyöt

- Satu Koivisto: 5 284 tavoitettua käyttäjää
- Julia Thurén: 20 511 tavoitettua käyttäjää
- Outi Peltoranta: 5 752 tavoitettua käyttäjää
- Hanne Valtari: 3 391 tavoitettua käyttäjää
- Anton Holma: 11 000 näyttökertaa

= 45 938 tavoitettua kävijää ja näyttökertaa

Muita esimerkkejä tahoista, joiden kanssa tehty viestinnällistä yhteistyötä:

HSL ja 6Aika: CircularHoodFood-hanke, Ruokakasvatus Ruukku ry, Itä-Suomen yliopisto, Kesko, Ruokatieto ry, Suomen Punainen Risti.

Keski-Uudenmaan Kuluttajat, Satakunnan Kuluttajat, Päijät-Hämeen Kuluttajat, Keski-Suomen Kuluttajat, Merenkurkun Kuluttajat ja Varsinais-Suomen Kuluttajat.

Hävikkiviikko

Kansallinen Hävikkiviikko järjestettiin osana Hävikkifoorumi-hanketta toimintavuosina 2021 ja 2022. Hävikkiviikon vietto aloitettiin vuonna 2013, joten kampanja järjestettiin toimintavuonna 2022 jo kymmenettä kertaa. Kampanjan organisoivat hankkeelle Kuluttaja-lehti.

Kampanjaviikko näkyi kumpanakin vuonna vahvasti sosiaalisessa mediassa, toimituksellisessa mediassa sekä monen eri organisaation toiminnassa ja viestinnässä.

Hävikkiviikko keräsi vuosina 2021–2022 yhteensä huikeat **1 148 mediaosumaa**. Sosiaalisessa mediassa kampanjaviikko tavoitti orgaanisen ja maksetun mainonnan avulla yhteensä **2 275 622 käyttäjää**. Tviitit saivat yhteensä 38 527 näyttökertaa. Vuonna 2021 tunniste #hävikkiviikko nousi Twitterin Pinnalla-palvelun viraalipilveen asti. Lisätietoa Hävikkiviikon kampanjoista ja niiden näkyvyydestä liitteessä 1 ja 2.

Hävikkiruokaryhmä

Toimintavuoden 2022 aikana Facebookin Hävikkiruokaryhmän omistajuus siirrettiin Motivalta Kuluttajaliitolle. Ryhmän toiminta on jatkunut pitkälti samankaltaisena kuin Motivan omistuksessaakin. Kuluttajaliiton isoin uudistus on liittynyt ryhmän käyttömukavuuteen. Ryhmää varten on laadittu säännöt, ja uudet jäsenet hyväksytään ryhmään manuaalisesti. Ryhmää moderoidaan aktiivisesti. Moderoijat huolehtivat siitä, että keskustelu pysyy ryhmän sääntöjen mukaisena ja liittyy ryhmän teemaan, eli ruokahävikkiin tai ruokaan. Ryhmässä on jo yli 8 100 jäsentä!

Hankekumppaneiden toimet ja rooli hankkeessa

Hävikkifoorumi-hanke toteutettiin yhteistyössä monipuolisten ja asiantuntevien hankekumppaneiden kanssa. Hankekumppanit Luonnonvarakeskus, Motiva Oy, Marttaliitto, Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry, Päivittäistavarakauppa ry, Kuluttaja-lehti sekä Valintamuotoilijat Oy tukivat hankkeen tavoitteiden toteutumista kukin omilla toimillaan ja viestinnällään sekä toteuttamalla heille hankesuunnitelmassa erikseen merkittyjä omia kehittämistehtäviään.

Kaikilla hankekumppaneilla oli edustus hankkeen ohjausryhmässä ja viestintäryhmässä, pois lukien Kuluttaja-lehti ja Valintamuotoilijat, jotka olivat kokouksiin vain tarvittaessa kutsuttavia asiantuntijatahoja.

Päivittäistavarakauppa ry

Päivittäistavarakauppa toimi hankkeessa keskeisenä kanavana kaikkiin päivittäistavara-kaupan toimijoihin päin Suomessa, ja oli mahdollistamassa kauppaketjujen osallistumista hankkeen toimintaan. Päivittäistavarakauppa ry oli mukana valmistelemassa Käytä fiksusti, kauppa apunasi! -kampanjaa, tuotti sisältöä Hävikkifoorumin somekanaviin somevas- tuuviikoillaan, käsitteli hanketta aktiivisesti resurssitehokkuusryhmänsä kokouksissa, vies- ti hankkeesta viestintäryhmässään sekä sisäisissä jäsentiedotteissaan, viesti hankkeesta omilla verkkosivuillaan sekä sosiaalisessa mediassa, kirjoitti blogitekstejä Hävikkifoorumin blogisarjaan sekä osallistui Saa syödä -sivuston kehittämiseen ja materiaalin tuotantoon.

Lisäksi Päivittäistavarakauppa ry:n jäsenyritykset SOK, Kesko ja Lidl tekivät yhteistyötä Hä- vikkifoorumin kanssa. SOK järjesti Hävikkiratkaisut nyt ja tulevaisuudessa -webinaarin yh- dessä Motivan ja Kuluttajaliiton kanssa Hävikkiviikolla 2022, Kesko järjesti Ratinan K-kau- passa hävikkitapahtuman osana hanketta Hävikkiviikolla 2022, ja ruokahävikkiä käsiteltiin Pirkka-lehdessä. Lisäksi jäsenyrityksistä Lidl ja Kesko olivat mukana toteuttamassa Käytä fiksusti, kauppa apunasi! -kampanjaa.

Motiva Oy

Motiva vastasi hankkeessa uudistetun Saa syödä-sivuston sisällön ja rakenteen uudistami- sesta. Lisäksi Motiva toteutti Hävikkiratkaisut nyt ja tulevaisuudessa -webinaarin yhteistyös- sä Kuluttajaliiton ja SOK:n kanssa Hävikkiviikolla 2022, osallistui Hävikkiviikon 10-vuotisjuh- lavuosivideon tuotantoon ja oli mukana toteuttamassa valtionhallinnon Astetta alemmas -kampanjan ja Hävikkifoorumin joulunajan viestintäkampanjaa.

Luonnonvarakeskus (Luke)

Hankkeessa ostettiin asiantuntijapalveluita Lukelta alihankintana. Luke oli hankkeen keskeinen ruokahävikitutkimuksen asiantuntija ja toimi hankkeen selvityksen (Esteet ja ajurit kuluttajien ruokahävikin vähentämisessä) keskeisenä suunnittelijana ja toteuttajana. Luken asiantuntija osallistui myös keskeisesti hankkeen työpajatoiminnan suunnitteluun ja toteutukseen sekä toimi työpajojen yhtenä asiantuntijana. Lisäksi Luken asiantuntija toimi hankkeen tapahtumissa asiantuntija-alustajana.

Valintamuotoilijat Oy

Hankkeessa ostettiin asiantuntijapalveluita Valintamuotoilijoilta alihankintana. Valintamuotoilijat oli hankkeessa merkittävä kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksen asiantuntija, joka varmisti, että hankkeen selvityksen kokonaisuudessa ja tietopankin kehittämistyössä hyödynnettiin mahdollisimman kattavasti kuluttajakäyttäytymisen tutkimusta ja käyttäytymislähtöistä tuuppausajattelua sekä käyttäjälähtöistä arjen muotoilua hävikinvähentämistoi-
mien vaikuttavuuden lisäämiseksi.

Valintamuotoilijoiden asiantuntija toimi Luken tukena hankkeen selvityksen (Esteet ja ajurit kuluttajien ruokahävikin vähentämisessä) suunnittelussa ja toteutuksessa, tuoden selvitykseen mahdollisimman kattavasti kuluttajakäyttäytymisen tutkimuksen ja käyttäytymislähtöisen tuuppausajattelun näkökulmaa. Valintamuotoilijoiden asiantuntija osallistui myös hankkeen tietopankin kehittämiseen fasilitoimalla yhden työpajan sekä purkamalla työpajan tuotokset.

Kuluttaja-lehti

Kuluttaja-lehti toteutti ostopalveluna hankkeen aikana valtakunnallisen Hävikkiviikko-kampanjan vuosina 2021 ja 2022.

Marttaliitto

Martat ovat Hävikkifoorumin aikana ylläpitäneet hävikkiin liittyvää neuvontaa ja kehittäneet digineuvontaa monikanavaisesti. Hävikkineuvonta on näkynyt myös perinteisemmissä painetuissa aineistoissa sekä järjestön omassa lehdessä.

Piirien asiantuntijoiden kautta jaettiin Hävikkifoorumi-hankkeen materiaaleja. Hävikkifoorumin työskentelyn pääpaino oli digitaalisen neuvonnan kehittäminen, ja tätä varten piireille tehtiin asiantuntijakysely digineuvonnan kehittämiseksi.

Monipuolisesti uutta materiaalia ruokahävikistä

Hankkeessa tuotettiin ruokahävikkisältöä Marttojen ketjukoulutuksiin. Ketjukoulutuksessa järjestön asiantuntijat marttapiireissä kouluttavat vapaaehtoisia marttoja, jotka edelleen pitävät teemasta tilaisuuden marttayhdistyksessä. Teemasta kehitettiin myös marttailan malli.

Hankkeessa tuotettiin luovaan kokkaamiseen ohjaavia perusruokaohjeita, joissa ei esitellä tarkkoja raaka-ainelista, vaan raaka-aineiden suhteita. Ohjeista luotiin yksi infograafi, jota testataan käytännössä piirien neuvonnassa.

Martoissa laadittiin prosessi uusien ruoka-aineistojen tuottamiselle ja sisällytettiin ohjeistukseen hävikkivinkin kirjaaminen kaikkiin aineistoihin. Näin hävikkineuvontaa integroidaan jatkossakin kaikkiin julkaisuihin. Vuoden 2023 kurssiaineistoissa näkyy ruokahävikin vähentämistavoite erilaisina vinkkeinä kirjallisissa oppaissa (3 kpl erilaisia kurssiaineistoja). Hävikkineuvontaan otettiin uusia kuvia ruokaohjeiden visualisoimiseksi. Ohjeita ja kuvia käytettiin vuodenvaihteessa 2022–2023 sekä vuoden 2023 aikana myös Martat-lehdessä.

Osana Saa syödä -sivuston kehittämistä Martat toteuttivat sivustolla rajapinnan, joka mahdollisti Marttojen ruokaohjeiden tuonnin sivustoille.

Martta-akatemian ruokahävikkisällöt



Martat-lehdessä julkaistiin ruokahävikki aiheisiä juttuja (Martat-lehti 1/2023).

Marttojen sähköiseen oppimisympäristöön, Martta-Akatemiaan, tuotettiin hävikkiin liittyvä oppimiskokonaisuus. Hävikintaklaajat-kurssilla tutustutaan ruokahävikin vähentämisen perusteisiin sekä käytännön hävikkivinkkeihin. Kurssi koostuu neljästä osasta: johdanto, tietoa ruokahävikistä, arjen oivallukset ja hävikistä hyvää. Osiot sisältävät erilaisia tehtäviä ja materiaaleja: podcast-jaksoja, luettavaa materiaalia sekä opetusvideoita, joissa opetellaan ruoanvalmistusta hävikistä. Kurssia varten tuotettiin animaatioita ja videoita. Hävikintaklaajat-kurssista haluttiin tehdä matalan kynnyksen kurssi, jonka henkilö voi suorittaa itsenäisesti joko kokonaan alusta loppuun tai tehdä tehtäviä itselle sopivassa järjestyksessä. Kurssin osioita voidaan hyödyntää myös erilaisten ryhmien kanssa esimerkiksi ruokakursseilla tai kotitaloustunneilla.

Vierailijoille avoimella kurssilla oli 17.8.2023 mennessä käynyt 893 kävijää, joista aktiivisia vierailijoita oli 208 henkilöä. Kirjautuneita kurssin suorittajia on ollut 30 kpl.

Vuonna 2022 Hävikkifoorumissa toteutettiin Martta-akatemiaan avoin webinaari, jossa esiintyivät Luonnonvarakeskuksen tutkija Inkeri Riipi, Helsingin yliopiston väitöskirjatutkija Kaisa Torkkeli sekä Kuluttajaliiton hankekoordinaattori Jenni Vainioranta. Webinaaria tai sen tallennetta on katsottu yli 60 kertaa.

Podcastit ruokahävikistä

Hankkeessa tuotettiin neljä ruokahävikki aiheistä Kestävästi arjessa -podcast-jaksoa, jotka julkaistiin YouTubessa, Spotifyssä ja iTunesissa, ja ne ovat vapaasti kaikkien kuunneltavissa.

Somenäkyvyys ja lyhytvideot eli reelsit

Hävikkifoorumi-hanke näkyi Marttojen somekanavilla postauksissa ja tarinoissa. Somepostauksissa jaettiin kuvia, videoita ja linkkejä, ja niiden yhteenlaskettu kattavuus on lähes **1 000 000 näyttöä**. Somen kautta tavoitettiin erityisesti 35–65+-vuotiaita naisia ympäri Suomea.

Vuonna 2023 Martoissa kehitettiin uutta tapaa tehdä sisältöä ja tuotettiin lyhytvideoita eli reelsiä. Reelsien avulla jaettiin vinkkejä hävikin vähentämiseen. Kaikki ruokahävikkiä koskevat julkaisut tehtiin @marttailu Instagram-tilillä.

Marttaliitto tuotti myös vuosina 2022 ja 2023 somevastuuviikoillaan materiaalia Hävikkifoorumi-hankkeen somekanaviin (Instagram, Facebook ja Twitter).

Hävikkifoorumin nettisivujen kävijämäärät martat.fi-sivustolla

Hävikkifoorumi näkyi martat.fi-sivustolla useilla alisivuilla: hankkeen omalla kotisivulla, Hävikistä herkkua -sivuilla sekä Kestävä arki -blogin teksteissä.

Hävikkifoorumi-hankkeen sivu martat.fi-sivustolla keräsi hankkeen aikana kävijöitä seuraavasti:

- 1 085 sivun katselua
- 993 yksittäistä katselua
- 00:01:02 keskimääräinen sivulla käytetty aika

Hävikistä herkkua -sivut martat.fi-sivustolla keräsivät kävijöitä seuraavasti:

- 17 175 sivun katselua
- 13 172 yksittäistä katselua
- 00:01:44 keskimääräinen sivuilla käytetty aika

Martat.fi:n Kestävä arki -blogissa julkaistut hävikkiteemaiset blogit ja niiden lukijamäärät:

- 5.4.2021 Enemmän suunnitelmallisuutta, vähemmän ruokahävikkiä – 385 katselua
- 15.4.2021 Vähennä hävikkiä ja säästä euroja: Valmista joka päivä lempiruokia! – 756 katselua
- 14.9.2021 Martat-sovellus helpottaa ruokahävikin vähentämistä – 335 katselua
- 22.9.2021 Hävikkiviikko - mitä opimme? – 102 katselua

Hävikkifoorumi-hankkeen yhteenlaskettu näkyvyys nettisivut ja some huomioiden on todella laaja. Kaiken kaikkiaan kanavat tavoittivat hävikkiteemaan liittyvissä aiheissa vähintään 1,2 miljoonaa näyttöä, kun lasketaan sekä orgaaninen että maksettu näkyvyys yhteensä.

1,2 milj.
henkilöä tavoitettu

Kanava	Katselut
Blogitekstit (yhteensä)	1 578
Hävikistä herkkua -sivut	17 175
Hävikkifoorumi-hankkeen sivu	1 085
Some-kanavien näytöt	998 202
Maksetun some-näkyvyyden näytöt	223 696
Podcastit (kuuntelukertoja)	1792
YHTEENSÄ	1 241 736

Maa- ja kotitalousnaisten Keskus ry

Maa- ja kotitalousnaisten (MKN) Keskus tuotti Hävikkiforumissa uutta ruokahävikki aiheista viestintämateriaalia ja osallistui Saa syödä -sivuston kehittämiseen ja kaikissa maakunnissa toteutettavien hävikkiminimessujen toteuttamiseen.

Hävikkivinkkejä nuorille

MKN Keskuksen tehtävänä hankkeessa oli alun perin kehittää hävikki aiheinen mobiilipeli, mutta suunnitelmasta jouduttiin luopumaan alkuperäisten pelintekijöiden kontaktointiin liittyvien haasteiden takia. Pelin kehittämisen sijaan MKN Keskus tuotti yhteistyössä somevaikuttaja Mikael "Mikirotta" Sundbergin kanssa kaksi YouTube- ja kaksi TikTok-videota.

TikTok-videoista tehtiin myös Snapchat-postaukset, joiden avulla Mikael sai houkutelua katsojia molemmille kanaville. Videoilla Mikael Sundberg jakaa hävikkivinkkejä ja valmistaa niin banaanilettuja, tortillapizzoja, kasvissosekeittoa kuin krutonkejakin hävikkiraaka-aineista. Neljästä videosta kaksi julkaistiin nuorten suosimalla TikTok-somealustalla ja kaksi videota YouTube-videoalustalla. Erityisesti YouTube-bessa julkaistut videot voivat tavoittaa katsojia pitkälläkin aikavälillä. Videoiden kohderyhmänä ovat etenkin nuoret ja nuoret aikuiset. Videoita voi käyttää myös kotitalousopetuksen tukena.

Viestintämateriaalia ruokahävikistä



Hei hei ruokahukka! Ota lapset mukaan kokkailuun tai anna heidän kokata itse. Tässä ruokaohjeita, joissa hyödynnetään mahdollisesti hävikkiuun alla olevia raaka-aineita. Nuotio- ja muurikkakokkauksessa aikuisen tulee olla aina apuna!

TEKSTI MARJA SUONTAUSTA KUVAAT SHUTTERSTOCK, JANITA KYLÄNEN JA TUULA LEHTONEN

Namit banaaninmüstikkalettu

n. 8 kpl

Käytä lettuihin vanhentumassa olevaa maitoa, jogurttia tai paimää. Myös täysmehua voi käyttää. Lerrat voi valmistaa myös ilman maitoa.

- 1 tummanruskea banaani
- 0,5 dl kanelia
- 0,5 dl vehnäjauhoja
- 0,5 dl kaurahiutaleita
- 0,5 dl leivinjauhetta
- n. 1 dl maitoa, jogurttia tai paimää
- n. 1 dl mustikoita

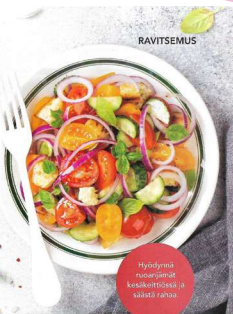
1. Kuori banaani ja survo haarukalla soseksi.

- 2. Lisää kananmuna ja kaneli. Sekoita vispilillä.
- 3. Kaada banaaniseoksen vehnäjauho, kaurahiutaleet ja leivinjauhe ja sekoita.
- 4. Lisää neste ja mustikat. Sekoita vain sen verran että saat alusleivät tasaisesti sekoitin. Tarkina saa olla pötsiä, mutta jos se tuntuu liian paksulta, lisää tilkka nestettä. Jos tällöin vaikuttaa liian löysältä, lisää hiukan jauhoja tai hiutaleita.
- 5. Kuumassa leiväpölyssä. Laita tilkka öljyä. Laitoi pari ruokalusikallisen verran tällöin pannulle ja paista, kunnes alusleivät ovat ruskottuneet ja pinta hyyrynyt. Käännä varovasti ja ruskota toisenkin puoli.

Niitä sellaisenaan. Kaaden marjojen tai jällekin kanssa.



Juttu on luokiteltu osaksi maa- ja metsätalousministeriön rahoittamaa Hävikkiforumia. MKN Keskus on mukana töissä Kuluttajaliiton koordinoinnassa toteutettavissa hankkeissa, jotka koskevat ruoka-ajien hyödyntämistä, jätteen kierrätystä, jätteen kierrätystä, paikallista ruokatuotantoa ja muita muita tuloja tekemään yhteistyötä kotitalousnaisten ruokahävikin puoltamiseksi.



Loihdi kesäisiä herkkuja hävikistä

TEKSTI MARJA SUONTAUSTA KUVAAT SHUTTERSTOCK

Mökkireissuilla kannattaa suunnitella ruokalikat tarkkaan ja säilyttää ruoat oikein. Jos raaka-aineita jää yli, tee niistä helppoa hävikkiruokaa.

Ruokahävikki voi välttää esimerkiksi ensivaikutuksella sekä väärillä tavalla tai säilyttämällä ruokaa oikein. Ruokailtoja kannattaa miettiä etukäteen vähäpäästöisesti tai kaksi kertaa. Tarkista kauppi ja tee ostoksista ennen kauppaan menoa – ja neudata sitä. Ota vain tuotteita, joita oikeasti hyödynnä tuotessa. Varmuuden vuoksi ei voinakaan tuotetuista kannata ostaa. Ota myös mahdolliset tilaukset huomiioon ja laita tilauksia.

Satoja satoja hukkaan
Luonnonvaravastuukolmen (1,4%) tutkimusten mukaan syönnäköpöytä ruuista haaskataan Suomessa joka elintarvikkeiden 10–15 prosenttia. Hävikkiä syntyy myös ravintomajapahtumissa, kauppoissa ja elintarviketeollisuudessa, mutta ennen kotitalouksia, jopa 10 prosenttia. Suomessa tuotetaan keskimäärin noin 120–140 miljoonaa kiloa ruokaa vuodessa. 10 miljardilla sen perheen ruokavaroja jätetään paitsi vuosittain noin 500 euroa.

Monesti ruokahävikki johtuu suunnittelu- ja valmistusvaiheesta, joten ruokailtoja voi käyttää ja viettämällä ja säilyttämällä. Tästä ei hyödynnä eikä parasta ennen ja viimeinen käyttöpäivä merkitsejä eroista ruoista. Muista, että parasta ennen päivä ei ole sama kuin viimeinen käyttöpäivä. Esimerkiksi hapertuneet tuotteet, kuten maito, väli- ja jogurtit ovat oikein säilytettyinä käyttökelpoisia vielä monta päivää päiväkoti. Samoin säilykkeet.

Luovuutta ruokailtoon

Monia ruokia voi pakata sopivasti kerta annoksiksi. Tai muuntaa tuotteet ruokia tuottamalla esimerkiksi kaavilla jatkamalla. Edellisen päivän spagetti ja jauhollahakkeen leipä muunnetaan muunnaamalla kanan sianlihaa, h-maattimurkulla ja kauralla jatkamalla keuhkoita. Tuunnaat banaanit ja nahittimet onnistut voi leipoa kahvalla tai muffinssilla, suruunna sooneihin joukkoon tai pakotella pakattomien ja sooneita jätettä suruunna kanssa pöytäpöytäseksi >>

Koti ja maaseutu -lehdessä julkaistiin Maa- ja kotitalousnaisten Keskuksen tekemiä hävikki aiheisia reseptejä ja artikkeleita (4–5/21 ja 4–5/23).

MKN Keskus kokosi hävikkireseptiikkaa kotisivujensa Ruokaneuvot-osioon sekä laati Koti ja maaseutu -lehteen (4–5/21) hävikkiaiheisen reseptiaukeaman. Järjestö tuotti myös kaksi blogikirjoitusta hankkeelle sekä kirjoitti hävikkiaiheisia artikkeleita Koti ja maaseutu -lehteen.

MKN Keskus tuotti vuosina 2022 ja 2023 somevastuuviikoillaan materiaalia hankkeen somekanaviin (Instagram, Facebook ja Twitter). Ensimmäisellä somevastuuviikolla puhuttiin joulun ruokahävikin taklaamisesta ja annettiin vinkkejä jouluruokien tähteiden käyttöön. Toisella vastuuviikolla vinkattiin ylijääneiden uusien perunoiden jatkokäytöstä ja puhuttiin kahvihävikistä sekä annettiin uusi kahvikakkuresepti.

Lisäksi MKN Keskus osallistui Hävikkifoorumin ja SPR:n kanssa yhteistyössä tuotetun hävikkivinkkioppaan tekemiseen sekä oli vieraana Marttojen Kestävästi arjessa -podcast-sarjan viimeisessä hävikkiaiheisessä jaksossa.

Hävikitapahtumia yhteistyössä

MKN Keskus avusti piirikeskusten ruoka-asiantuntijoita hävikkiminimessujen tuottamisessa kaikkiin maakuntiin. MKN Keskuksella oli asiantuntija-alustus Hävikkifoorumin ruohonjuuritason toimijoille tarkoitetussa työpajassa, jossa tuotiin esille MKN:n asiantuntijoiden ja järjestöväen tekemiä hävikkitoimenpiteitä. MKN Keskus osallistui myös Marttojen kanssa yhteisellä puheenvuorolla hankkeen loppuseminaariin.

Mikirotan kanssa toteutetun yhteistyön näkyvyys

Videot keräsivät 1.4.2023 mennessä yhteensä 172 300 katselukertaa.

Ensimmäinen TikTok-video (Banaaniletut): <https://www.tiktok.com/@sundbergmikael/video/7153980202937371910>

- Näyttökerrat - 41 000
- Tykkäykset - 3 234
- Tallennukset - 492

Toinen TikTok-video (Tortillapizzat): <https://www.tiktok.com/@sundbergmikael/video/7173288372151143685?q=sundbergmikael%20h%C3%A4vikki&t=1687158086216>

- Näyttökerrat - 95 000
- Kommentit - 40
- Tykkäykset - 6 278
- Tallennukset - 805

Ensimmäinen YouTube-video: <https://www.youtube.com/watch?v=kPljxC8NTLw>

- Katselukerrat - 24 900

Toinen YouTube-video: <https://www.youtube.com/watch?v=uJV6iGS-cJE>

- Katselukerrat - 11 400

Hankemateriaalit


Hankkeessa on tuotettu monipuolista ja ajantasaista viestintämateriaalia erilaisiin käyttötarkoituksiin ja erilaisille kohderyhmille. Hankkeessa on tuotettu muun muassa hävikkivinkilistoja, tietopaketti hävikistä, hävikkioppaita, reseptivihkonen, vinkkilistoja, pöytästäändejä, jääkaappimagneetti ja videoita.

Materiaalia on tuotettu suoran kuluttajaviestinnän lisäksi monipuolisesti erilaisille kohderyhmille, kuten kouluille sekä organisaatioiden hävikkiviestinnän tueksi.

Hävikkiviestintää tekevien organisaatioiden tueksi on tuotettu seuraavia materiaaleja:

- Valmista **viestintämateriaalia sosiaalisen median kanaviin.**
- **Maksuttomia painotuotteita**, kuten pöytästäändejä, jääkaappimagneetteja ja selkokielineen opas hävikistä.
- Tussitaikureiden tuottama selkokielineen **lyhytvideo hävikistä.**
- **Tietopaketti** kotitalouksien ruokahävikistä ruokahävikkiviestintää tekevien tueksi. Tietopaketista löytyy vastaukset yleisimpiin ruokahävikkiin liittyviin kysymyksiin hävikkiviestintään liittyvien haasteiden välttämiseksi.
- **Ruokahävikkiopas** päivitettyinä Kuluttajaliiton sivuilla.
- Valmista **opetusmateriaalia** ruokahävikistä kouluille.
- Kouluille ja varhaiskasvatukseen on tehty ruokahävikkiviestinnän avuksi ohjeistusta ja **suosituksia** yhteistyössä Ruukku ry:n ruokakasvatuksen ammattilaisten kanssa.
- **Opas**, jossa on räätälöityjä hävikkivinkkejä ruoka-avun piirissä oleville. Opas tuotettiin yhteistyössä Suomen Punaisen Ristin, Marttaliiton ja Maa- ja kotitalousnaisten Keskukseen kanssa 10.5.2023 järjestettyyn Ruokaa ja tukea arkeesi -tapahtumaan. Oppaasta on tarkoitus tuottaa lisää painoksia ja jakaa sitä SPR:n jakelukanavia pitkin myös hankkeen päätyttyä. Oppaasta on tarkoitus tehdä myös ruotsinkielinen versio.

Kaikki materiaalit ovat maksuttomia ja kaikkien vapaasti käytettävissä. Numeroitu hankemateriaalilistaus liitteessä 3.



Hankkeessa on tuotettu materiaalia osin myös ruotsinkielisenä. Hankkeen hävikkioppaalle haettiin selkokeskukselta selkotunnus. Kaikki hankkeen keskeiset dokumentit on toteutettu myös saavutettavina.



Älä heitä ruokaa roskeen

Opas ruokahävikin vähentämiseen.
Lyhyesti ja selkeästi.



Taklataan yhdessä ruokahävikki!

OTA HÄVIKKI HALTUUN!

1. Tarkista jääkaapin sisältö ennen kauppaan lähtemistä.
2. Käytä kauppalistaa.
3. Asioi kaupassa kylläisenä.
4. Opettele päiväysmerkintöjen erot.
5. Tarkista tuotteiden päiväysmerkinnät kaupassa.
6. Järjestele ruoat kaappeihin niin, että käytät ensin vanhenevat ensin pois.
7. Pakasta tähteeksi jäänyt tai pian vanheneva ruoka.
8. Käy jääkaapin sisältö läpi kerran viikossa.
9. Järjestele ja siisti kuivakaappi kerran kuukaudessa.
10. Tee ruoantähteistä uutta ruokaa.

Lisää vinkkejä: havikkiviikko.fi



Ota lautaselle vain sen verran kuin jaksat syödä. Näin vähennät ruokahävikkiä.

Vinkki toimii myös kotona.



Pienetkin teot ovat tärkeitä!



Liian hyvää hukattavaksi.

Lisätietoja ja hävikkivinkkejä:
havikkiviikko.fi



Hävikkifoorumin tapahtumat

Hävikkifoorumissa on toteutettu kymmeniä erilaisia tapahtumia: lähi- ja etäluentoja, webinaareja, työpajoja sekä paikallisia tapahtumia, kuten Hyvästit hävikille! -kirjastonäyttelyitä ja hävikkiminimessuja.

Ruokahävikkiteemaiset kirjastonäyttelyt ja monet luennoista on toteutettu yhteistyössä Kuluttajaliiton alueellisten paikallisyhdistysten kanssa. Hankkeen alkuvaiheessa Kuluttajaliiton alueellisille yhdistyksille pidettiin infotilaisuus ruokahävikistä ja siitä viestimisestä. Hävikkiminimessuja toteutettiin kaikissa maakunnissa yhteistyössä Maa- ja kotitalousnaisen piirikeskusten kanssa. Lisäksi hanke on osallistunut muutamille messuille näytteilleasettajana ja toiminut vierailevana luennoitsijana toisten tahojen toteuttamilla luennoilla. Esimerkiksi vierailevana luennoitsijana Ruokatiedon Kestävä ruoka -koulutuksessa jaettiin keskeistä tietoa hävikistä opettajille opetustyön tueksi. Lisäksi Green Key -ympäristöohjelman luennolla jaettiin matkailualan yrityksille tietoa hyväksi havaituista käytänteistä ruokahävikkiin liittyvästä kuluttajaviestinnästä.

Tapahtumien kautta on tavoiteltu eri ikäisiä kuluttajia eri puolilla Suomea. Ruokahävikistä on puhuttu monipuolisesti eri näkökulmista ja myös laajemmin kiertotalouteen ja kestävään kuluttamiseen yhdistäen. Keskeinen sisältö tapahtumissa on ollut kuitenkin jakaa aina myös ajankohtaista tietoa sekä keskeisiä faktoja ja vinkkejä ruokahävikkiin liittyen.

Hanke on toteuttanut tai ollut mukana yhteensä 52 tapahtumassa, joiden tavoitavuus on ollut 38 554 kuluttajaa. Tarkemmat tapahtumatiedot liitteessä 4.



Kutsuvierastilaisuus Ritarihuoneella 24.11.2021 kokosi yhteen hävikkitoimijoita verkostoitumaan, nauttimaan hävikkiruokaravintola Loopin loihtimaa illallista sekä inspiroitumaan nuorten tekemästä ruokahävikkitäiteestä.



Keskon ja paikallisen somevaikuttaja Anton Holman kanssa järjestettiin yhteistyössä ruokahävikkitapahtuma Tampereella K-supermarket Ratinassa 17.9.2022. Tapahtuma oli todella suosittu ja hävikkiaineeksista valmistettuja maistiaisja jaettiin yhteensä 240 kappaletta.



Motivan ja S-ryhmän kanssa järjestettiin yhteistyössä Hävikki- ja ruokahävikin päätapahtuma: Täysi Kymppi! – Hävikkiratkaisut nyt ja tulevaisuudessa -webinaari 14.9.2022.



Ruokahävikkinäyttelyitä on järjestetty Hangossa, Tammissaarella, Inkoossa, Harjavallassa, Vaasassa, Pormarkussa, Lahdessa, Raisiossa, Paimiossa ja myöhemmin vielä Turussa ja Jyväskylässä. Hyvästit Hävikille! -näyttelyiden katettu ruokahävikkipöytä avasi katsojan silmät kodeissamme asuvalle ruokahävikkiongelmalle ja havainnollisti yhden kuluttajan vuotuista ruokahävikin määrää sekä herätteli pohtimaan omaa hävikkiä. Näyttelyt jakoivat myös parhaat vinkit hävikin vähentämiseen kotikeittiössä.



Rosk'n Rollin kanssa toteutettiin yhteistyössä kiertävä, kaksikielinen Ruokahävikki kuriin ja biojätteen lajittelu kuntoon -näyttely kirjastoissa Hangossa, Tammissaarella ja Inkoossa 12.4.–29.5.2022. Lisäksi Rosk'n Rollin kanssa pidettiin Ruoka roskiksessa -luento Hangon pääkirjastolla 20.4.2022.

Kirjastonäyttelyiden yhteydessä tehtiin näyttelyn markkinoinnin lisäksi paikallinen mediatiedote tai mielipidekirjoitus, joka lisäsi ruokahävikki-aiheen käsittelyä paikallismedioissa eri puolilla Suomea.



Vaasassa 14.3.2023 järjestetyllä luennolla kuultiin ruokahävikistä kuluttajan, kaupan ja ruoka-avun näkökulmasta. Luennolla opittiin muun muassa, miten ruokahävikki näkyy päivittäistavarakaupan toiminnassa ja minkälaisilla keinoilla kotona voi vähentää arjessa syntyvää ruokahävikkiä – ja siten säästää rahaa. Luento toteutettiin yhteistyössä Merenkurkun Kuluttajat ry:n ja Vaasan kaupunginkirjaston kanssa.



Maa- ja kotitalousnaisten piirikeskusten kanssa toteutettiin yhteistyössä hävikkimessut kaikissa maakunnissa Ahvenanmaata lukuun ottamatta.



Hävikkifoorumi, Suomen Punaisen Ristin Huittisten osasto sekä Satakunnan piirin Ruokaa ja osallisuutta-hanke ja Länsi-Suomen Maa- ja kotitalousnaiset toteuttivat yhteistyössä yhteisöllisen tapahtuman, jossa oli tarjolla lämmintä ruokaa sekä tukea ja vinkkejä parempaan arkeen, niin terveyteen, arjen ruokahävikin vähentämiseen kuin sote-teemoihinkin liittyen.

Hävikkiforumin loppuseminaari 7.6.2023 Helsingin Ritarihuoneella

Hankkeen loppuseminaari järjestettiin Ritarihuoneen juhlallisessa Ritarisalissa keskiviikkona 7.6.2023. Tilaisuudessa esiteltiin hankkeen keskeiset opit sekä keskusteltiin kansallisten ruokahävikkitoimien tulevaisuudesta. Seminaarissa myös julkaistiin hankkeen suositukset, jotka tarjoavat eri toimijoille keinovalikoimaa kuluttajien tukemiseksi haastavassa ruokahävikin vähentämisessä.

Seminaarissa hankkeen koordinaattori Jenni Vainioranta esitteli hankkeen saavutuksia sekä keskeisiä oppeja, kertoi Euroopan komission ruokahävikkiforumin terveiset sekä julkaisi hankkeen suositukset ja hyvät käytänteet kuluttajien ruokahävikin vähentämiseksi. Lisäksi seminaarissa kuultiin suosituksia koskevat asiantuntijoiden kommenttipuheenvuorot Päivittäistavarakaupan johtaja Ilkka Niemiseltä, elintarviketeollisuuden vastuullisuuden ja kestävän kehityksen johtaja Satumaija Levónilta, Luonnonvarakeskuksen tutkija Inkeri Riipiltä, Maa- ja kotitalousnaisten Keskuksen kehityspäällikkö Marita Suontaustalta ja Marttaliiton kehittämisspäällikkö Emmi Tuoviselta.

Hankkeen loppuseminaari huipentui Motivan kestävän ruokajärjestelmän asiantuntija Suvu Salmelan moderoimaan paneelikeskusteluun, jossa kansallisten hävikkitoimien seuraavista askelista oli keskustelemassa maa- ja metsätalousministeriön neuvotteleva virkamies Minna Huttunen, Päivittäistavarakauppa ry:n johtaja Ilkka Nieminen, Luonnonvarakeskuksen tutkija Inkeri Riipi sekä elintarviketeollisuuden vastuullisuuden ja kestävän kehityksen johtaja Satumaija Levón.

Seminaarin päätteeksi oli verkostoitumista sekä iltpäiväkahvit, jonka maittavasta tarjoilusta vastasi hävikkiruokaravintola Loop.



Kuluttajaliiton pääsihteeri Juha Beurling-Pomoell avasi Hävikkiforumin loppuseminaarin.



Hävikkiruokaravintola Loop loihti tilaisuuteen maittavat tarjoilut.

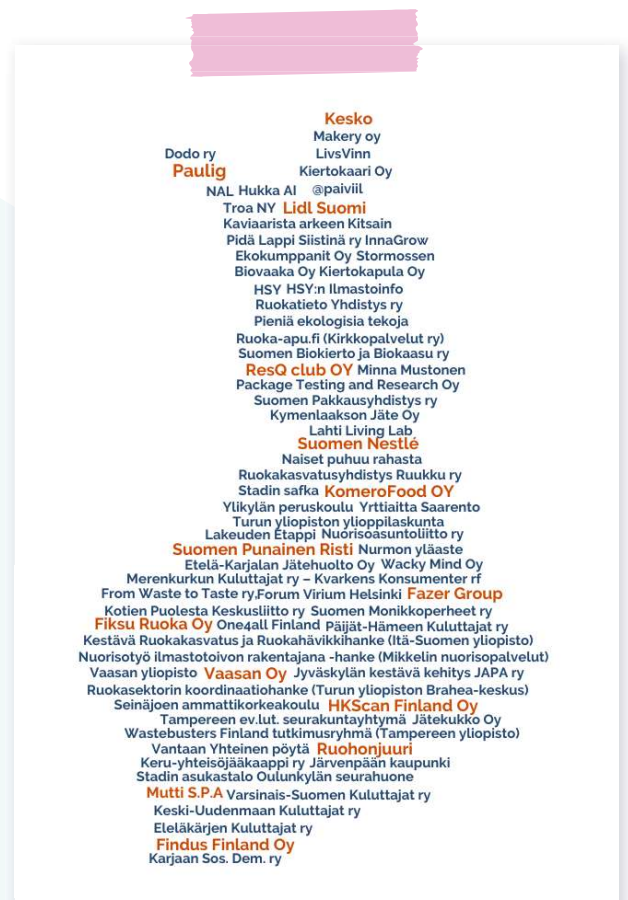
Foorumiverkosto

Hävikkifoorumi kokosi liki kolmen vuoden aikana laajan joukon toimijoita yhteen viestimään ja vaikuttamaan kuluttajien hävikin vähentämiseksi ja ruoanarvostuksen lisäämiseksi. Mukana oli kaupallisia toimijoita, julkisen sektorin toimijoita, järjestöjä, median edustajia sekä ruohonjuuritason toimijoita ympäri Suomea. Hankkeen loppuun mennessä mukaan oli liittynyt liki 80 toimijaa. Liitteessä 5 lista toimintaan ilmoittautuneista tahoista.

Uusien foorumin jäsenten kanssa pyrittiin pitämään palaveri ilmoittautumisen jälkeen, sillä aloituspalaverien havaittiin sitouttavan hankkeeseen osallistumista. Palaverissa kartoitettiin muun muassa organisaation omat toiveet ja odotukset hanketta koskien sekä mahdollisuudet yhteistyöhön. Palaverit olivat hedelmällisiä. Monen Hävikkifoorumiin osallistuvan kanssa tehtiin kahdenkeskistä yhteistyötä. Lisäksi alueellisten yhdistysten kanssa toteutettiin yhteistyössä ruokahävikkiä käsitteleviä luentoja.

Alun perin oli tavoite, että Hävikkifoorumi olisi verkkoalustalle perustettava ja interaktiivinen ruokahävikkifoorumi. Tähän ei päästy, sillä foorumin jäsenillä ei ollut kartoituksen perusteella innokkuutta verkostoitua virtuaalisella alustalla. Lisäksi erillisen verkostoitumisalustan luomisen vain hankkeen ajaksi todettiin lopulta olevan kustannustehotonta.

Hankkeessa tehtiin yhteistyötä monien kestävää kulutusta edistävien hankkeiden ja kampanjoiden kanssa. Näistä esimerkkinä KIERTO – Kiertotaloudesta kasvua -hanke, Suomen Punaisen Ristin Ruokaa ja osallisuutta -hanke, ympäristöministeriön ja maa- ja metsätalousministeriön Rakasta joka murua -viestintäkampanja, Itä-Suomen yliopiston Kestävä Ruokakasvatus ja Ruokahävikkihanke ja 6Aika CircularHoodFood-hanke.



Ruohonjuuritason toimijat Hävikkifoorumissa



Kolmannen sektorin ja julkisen sektorin toimijat, kuten järjestöt ja kunnat ovat keskeisiä puhuttaessa paikallisen tason työstä kuluttajien ruokahävikin vähentämiseksi. Hävikkifoorumiin osallistettiin siksi monipuolisesti erilaisia ruohonjuuritason toimijoita.

Hävikkifoorumissa toteutettavat Hyvästit hävikille! -näyttelyt toteutettiin yhteistyössä Kuluttajaliiton alueellisten paikallisyhdistysten sekä kirjastojen kanssa. Kuluttajaliiton alueellisille yhdistyksille pidettiin myös infotilaisuus ruokahävikistä ja siitä viestimisestä tukeaksemme yhdistysten ruokahävikkiin liittyvää työtä.

Lisäksi Hävikkimessut toteutettiin kaikissa maakunnissa (Ahvenanmaata lukuunottamatta) Maa- ja kotitalousnaisten paikallisten toimijoiden, piirikeskusten, kanssa.

Työpajatoiminnassa toteutettiin erikseen yksi työpaja, jossa tarjottiin tukea juuri paikallisten toimijoiden tekemiseen. Tavoitteena oli tarjota tukea ja ideoita vaikuttavaan ruokahävikki viestintään sekä paikallistoiminnan toteuttamiseen ja kehittämiseen. Työpaja oli tarkoitettu erityisesti toimijoille, jotka haluavat viestiä kotitalouksille ruokahävikistä, järjestää kotitalouksien hävikkiin liittyviä tapahtumia sekä löytää uusia ideoita tekemiseen tai sopivia yhteistyökumppaneita.

Näiden lisäksi kuluttajia tavoiteltiin järjestämällä paikallisia luentoja ja tapahtumia sekä toteuttamalla vaikuttajayhteistöitä sosiaalisessa mediassa.

Vaikuttavaa hävikkiviestintää

Hankkeessa on pyritty vaikuttamaan Suomessa tehtävään ruokahävikkiviestintään tuottamalla monipuolista materiaalia muiden hävikkiviestintää tekevien käyttöön. Valmiiden viestintämateriaalien lisäksi on tuotettu tietopaketteja, joissa on yleisimmät kysymykset vastauksineen ruokahävikkiin liittyen. Tarkoituksena on ollut auttaa hävikkiviestintää tekevien saamaan keskeiset faktat hävikkiviestinnän tueksi.

Oman hävikkiviestinnän ja materiaalien avulla on pyritty kannustamaan kaikkia hävikistä viestiviä tahoja tekemään monipuolista viestintää ja puhumaan hävikistä moniulotteisena ongelmana, joka nivoutuu sosiaalisiin, taloudellisiin, ekologisiin ja eettisiin haasteisiin. Esimerkiksi vuonna 2022 viestinnän pääteemoina olivat ruokakasvatus, ruoan matka sekä luonnonvarat ja resurssiviisuus. Lisäksi viestinnässä reagoitiin ketterästi ajankohtaisiin aiheisiin, kuten ruoan hinnan nousuun ja kotitalouksien varmuusvaraston merkityksen korostumiseen. Vuonna 2022 tehtiin ruokakasvattajien kanssa suosituksia varhaiskasvatuksessa ja kouluissa tehtävään viestintään, jotta hävikkiviestintä olisi parasta mahdollista myös pienille lapsille, jotka vasta harjoittelevat syömistä. Ruokakasvattajien avulla räätälöitiin myös Hävikkiviikon materiaalien lautashävikkiä käsitteleviä kampanjamateriaaleja.

Hankkeen omalla viestinnällä, jaettavien materiaalien sisällöllä ja hävikkiviestinnän suosituksilla on pyritty vaikuttamaan siihen, että vahvistettaisiin kuluttajien mielikuvaa ruokahävikistä pelastettavissa olevana, syömäkelpoisena ruokana – ei jo syntyneenä jätteenä. Ruokahävikkiasian kiinnostavuutta on pyritty lisäämään yhdistämällä ruokahävikiteemaa muihin aiheisiin, kuten energiansäästöön, biojätteen lajitteluun tai laajemmin kestävään kulutukseen tai ruokakuluissa säästämiseen.



Foorumiin osallistuneiden kokemukset hankkeen hyödyistä

Hankkeessa toteutettiin syksyllä 2022 ja loppukevästä 2023 sähköiset anonyymit palautekyselyt foorumiin osallistuneille. Tulosten mukaan foorumiin osallistuneet kokivat hyötynsä mukanaolosta useammasta eri syystä ja olivat hyödyntäneet hankkeessa tuotettua viestintämateriaalia.

Palautekysely, syksy 2022 (n = 26, vastausprosentti 33)

- 62 % oli hyödyntänyt Hävikkifoorumin tarjoamaa viestintämateriaalia.
- Noin 70 % oli kokenut saaneensa hyödyllistä tietoa kuluttajien ruokahävikistä.
- Puolet koki saaneensa ideoita omaan ruokahävikki- viestintään.

"Oletin etukäteen ennen foorumia, että minulla on laajat ja syväiset tiedot ruokahävikistä. Eipä olleetkaan, sain Hävikkifoorumista paljon uutta tuoretta teoria- ja käytännön tietoa, kiitos!" kyselyvastaus 2022

"Saimme teiltä hyvää materiaalia, tukea ja kaiken kaikkiaan hyvää hankkeiden välistä yhteistyötä." kyselyvastaus 2022

Palautekysely, loppukevät 2023 (n = 12, vastausprosentti 10)

Loppukevään kyselyyn saatiin melko vähän vastauksia, mutta tulokset olivat positiivisia.

- Puolet vastaajista koki, että hanke oli lisännyt verkostoitumista muiden ruokahävikin parissa työskentelevien kanssa.
- Kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että hanke antoi heille hyödyllistä tietoa kuluttajien ruokahävikistä.
- 83 % kyselyyn vastanneista oli hyödyntänyt Hävikkifoorumin tarjoamaa viestintämateriaalia.
- 67 % ilmoitti, että hanke auttoi kehittämään kuluttajien ruokahävikkiin liittyviä viestintää, ja yhtä moni koki, että hanke antoi ideoita omaan ruokahävikki- viestintään.

"Kiinnostava ja tarpeellinen näkökulma on ollut ottaa mukaan eri toimijat aktiiviseen keskusteluun (teollisuus, kauppa, jne.)" kyselyvastaus 2023

LIITE 1

LOPPURAPORTTI

12.10.2021

1 (13)



Kuluttajaliitolle

Hävikkiviikko 2021 loppuraportti

Hävikkiviikko haluaa nostaa ruoan arvostusta ja kertoa ruokahävikin vähentämisen tärkeydestä. Hävikkiviikko on järjestetty vuodesta 2013 alkaen, joten kampanja järjestettiin tänä vuonna jo yhdeksättä kertaa. Kampanja näkyi laajasti sosiaalisessa ja perinteisessä mediassa, televisiossa ja radiossa sekä monen eri organisaation toiminnassa ja viestinnässä. Kampanjan järjestää Kuluttaja-lehti.

Tavoitteet ja kohderyhmä






Viikolla 37 (13.–19.9.2021) järjestetyn Hävikkiweekin pääkohderyhmänä olivat kotitaloudet. Tavoitteena oli lisätä kuluttajien ruokahävikkitietoisuutta, nostaa ruokahävikki laajasti näkyville ja kertoa monipuolisesti ruokahävikin vaikutuksista Hävikkiweekin viestintäkanavien kautta. Pyrimme tavoittamaan myös kuluttajia, joille aihepiiri ei ole entuudestaan tuttu.

Sisältömarkkinoinnin keinoin lisäsimme tietoisuutta aihepiiristä ja pyrimme muuttamaan kuluttajien käyttäytymistä paremman ymmärryksen ja konkreettisten vinkkien kautta. Kannustimme kuluttajia tekemään arjessaan pieniä tekoja ruokahävikin vähentämiseksi ja korostimme, ettei hävikin vähentäminen ole vaikeaa.

Kannustimme myös organisaatioita ja elintarvikeketjun toimijoita viestimään ruokahävikistä omilla kanavissaan. Kampanjaan osallistui tänäkin vuonna lukuisia organisaatioita eri aloilta ja hyviä vinkkejä hävikin vähentämiseen jaettiin paljon eri kanavissa.

KULUTTAJA

Business Center Sointu, Vanha maantie 1, 02650 Espoo Finland, p. +358 (0)9 8566 7602
kuluttaja.fi, info@kuluttaja.fi  Kuluttaja  Kuluttajalehti  Kuluttajamedia

LOPPURAPORTTI

12.10.2021

2 (13)



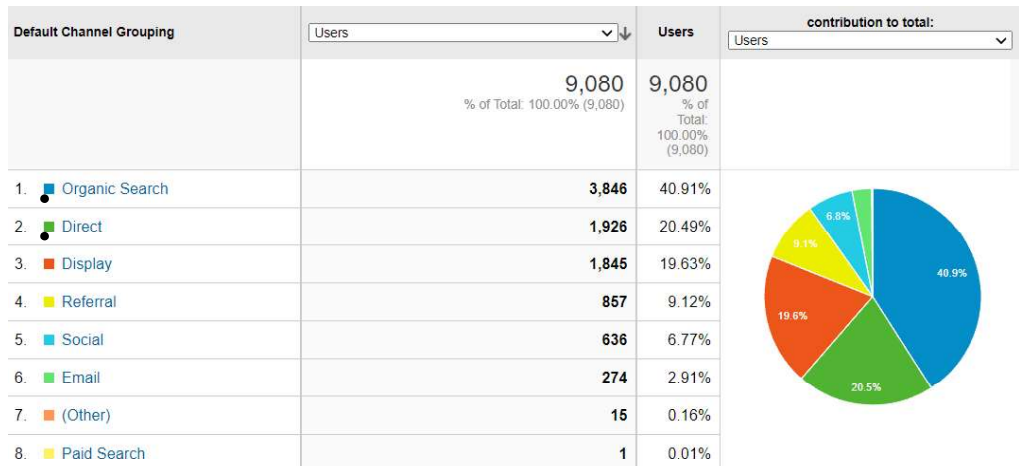
Toimenpiteet

1. Hävikkiviikon koordinointi ja sidosryhmäviestintä

Hävikkiviikon koordinointi sisälsi kampanjaan liittyvän tiedottamisen ja viestinnän eri kanavissa ennen Hävikkiviikkoa ja sen aikana. Toimenpiteiden tavoitteena oli varmistaa kampanjan näkyvyys ja lisätä kuluttajien kiinnostusta osallistua Hävikkiviikkoon. Kampanjan koordinointi ja viestintä toteutettiin suunnitellusti.

- **Hävikkiviikon verkkosivut: havikkiviikko.fi**
 - Sisältöjä ja kampanjamateriaaleja päivitettiin ja tuotettiin lisää. Muutamia aiempien vuosien kampanjamateriaaleja poistettiin vanhentuneiden tietojen vuoksi.

- Alla olevassa kuvassa on esitetty verkkosivujen liikenteen lähteet 1.9.–20.9.2021. Kävijöitä oli kyseisellä aikavälillä yhteensä 9080, joista suurin osa (40,9 %) tuli orgaanisen Google-haun kautta. 20,5 % kävijöistä tuli sivuille suoraan, esimerkiksi kirjoittamalla osoitteen selaimen osoiteriville. 19,6 % kävijöistä saapui display-mainonnan eli Facebook- ja Instagram-mainosten kautta, 9,1 % muilla sivuilla olleiden viittausten kautta, 6,8 % orgaanisten somepostausten kautta ja 2,9 % sähköpostiutiskirjeiden kautta. Kävijämäärä nousi hieman edellisvuodesta, jolloin vastaavalla aikavälillä verkkosivukävijöitä oli 8 644.



LOPPURAPORTTI

12.10.2021

3 (13)



- **Hävikkiviikon sosiaalisen median kanavat: Facebook, Instagram, Twitter**
 - Somekanavissa julkaistiin kampanjamateriaaleja, ruokahävikkitietoa, vinkkejä ruokahävikin vähentämiseen ja kannustettiin ihmisiä osallistumaan keskusteluun. Tarkoitus oli tuottaa somesisältöjä Luonnonvarakeskuksen selvityksen pohjalta, mutta selvityksen viivästymisen vuoksi niitä ei voitu tehdä.
 - Somekanavat aktivoitiin hyvissä ajoin, jotta yleisö saatiin kiinnostumaan temasta ja algoritmia ruokittua jo ennen varsinaista kampanjaviikkoa. Postauksia tiivistettiin lähes päivittäiseksi jo elokuussa. Suurin osa somepostauksista sisälsi arkisia ja konkreettisia vinkkejä ruokahävikin vähentämiseen.

- Alla olevassa kuvassa on esitetty Facebook-julkaisujen kattavuus 20.8.–20.9.2021. Kattavuus on niiden ihmisten lukumäärä, jotka ovat nähneet sivun julkaisuja ainakin kerran. Parhaimmillaan olemme tavoittaneet yli 68 000 henkilöä päivässä (4.9.2021). Sosiaalisen median hallintapalvelu Hootsuiten mukaan 20.8.–20.9. tavoitimme Facebook-postauksilla yhteensä peräti 682 203 ihmistä, joista suurin osa tuli maksetun mainonnan avulla. Edellisvuoteen verrattuna kasvu oli merkittävää, sillä 20.8.–20.9.2020 Facebook-postausten kattavuus oli 168 230. Tänä vuonna panostimme kattavuustavoitteella toteutettuun maksettuun mainontaan ja myös alla oleva kuvaaja osoittaa, että maksettu mainonta on Facebookissa tärkeää julkaisujen näkyvyyden lisäämiseksi.



LOPPURAPORTTI

12.10.2021

4 (13)



- Hävikkiviikolle 2021 perustettiin oma Facebook-tapahtuma, jossa oli mukana yhteensä 3252 käyttäjää. Tapahtuman tavoitavuus oli 101 922 henkilöä.
- Instagram-postauksilla tavoitimme 20.8.–20.9.2021 Hootsuiten mukaan orgaanisesti 13 582 henkilöä ja näyttökertoja tuli 14 783. Instagramin oman analytiikan mukaan tavoitimme orgaanisilla ja mainostetuilla sisällöillä yhteensä 37 911 käyttäjää ja näyttökertoja kertyi 95 518.
- Twitterissä omat twiitimme saivat 20.8.–20.9.2021 yhteensä 20 700 näyttökertaa. Lisäksi Twitterissä #hävikkiviikko nousi Pinnalla-palvelun viraalipilveen ja kyseisellä hashtagilla merkittyjen twiittien tavoitavuus kampanjaviikon aikana oli peräti 617 673 henkilöä. Suurin aktiivisuus oli maanantaina.

	Twiiitit ↕	Twiiittaajat ↕	Tavoittavuus ↕
# hävikkiweek	425 (n. 2 / hlö)	244	617 673

- Maksettu mainonta Facebookissa ja Instagramissa
 - Autoboost 23.8.2021–18.9.2021
 - Budjetti 40 €/pv
 - Tavoitteena Facebook-julkaisujen kattavuus
 - Jokaista postausta mainostettiin automaattisesti
 - Tulokset: kattavuus 148 103, näyttökerrat 805 779
 - Mainonta oli todella suuressa osassa Facebook-postausten näkyvyyden lisäämisessä
 - Osallistu Hävikkiweekiin -mainokset 1.9.2021–15.9.2021
 - Budjetti 95 €/pv
 - Tavoitteena liikenne verkkosivuille
 - Teimme erilliset mainosjoukot Facebookiin ja Instagramiin
 - Tulokset Facebookissa: kattavuus 92 083, näyttökerrat 240 338, linkin klikkauksia 2 097, CTR 0,87 %, CPC 0,54 €

LOPPURAPORTTI

12.10.2021

5 (13)



- Tulokset Instagramissa: kattavuus 33 685, näyttökerrat 54 773, linkin klikkauksia 403, CTR 0,74 %, CPC 0,61 €
- Mainokset toimivat paremmin Facebookissa, joten algoritmi allokoi Facebookiin myös suuremman osuuden budjetista.
- Facebook-tapahtuman mainostus 23.8.2021–17.9.2021
 - Budjetti 35 €/pv
 - Tavoitteena tapahtumavastaukset
 - Tulokset: 3036 tapahtumavastausta, tuloskohtainen hinta 0,29 €, kattavuus 91 764, näyttökerrat 372 056, CTR 0,65 %, CPC 0,37 €
- **Uutiskirjeet**

- Otimme ensimmäistä kertaa käyttöön uutiskirjeautomaatiot. Kun henkilö tilaa Hävikkiviikon uutiskirjeen, hänelle lähtee automaattisesti kiitos uutiskirjeen tilaamisesta ja tietoa kampanjasta. Elo-syyskuussa lähetimme lisäksi 6 muuta uutiskirjettä.
- Uutiskirjeissä kerrottiin kampanjasta, osallistumisen eri tavoista, materiaaleista jne. Lisäksi uutiskirjeissä oli ruokahävikkipaketteja ja -vinkkejä.

2. Hävikkiviikon verkkosivujen ylläpito ja kehitys

Hävikkiviikon verkkosivujen osalta ei ilmennyt isompia kehitystarpeita, vaan sivustolla toteutettiin vain pieniä bugikorjauksia.

3. Mainostoimistopalvelut ja vaikuttajayhteistyö

Videot

Teetimme 4 videota, joista yksi sisälsi ruokahävikkipakettia, yksi reseptin ja kaksi videota koostettiin erilaisista hävikkivinkeistä. Videoiden budjetti oli 3950 € alv 0 %.

Faktavideoita ei voitu lopulta käyttää Luonnonvarakeskuksen uusien tutkimustulosten julkaisun takia, sillä videolla esiintyjä puhui vanhoista ruokahävikkiluvuista eikä videon

LOPPURAPORTTI

12.10.2021

6 (13)



muokkaaminen olisi ollut siksi mahdollista. 3 muuta videota julkaistiin Facebookissa ja Instagramin Reels-osiossa elo-syyskuussa.

Facebookissa videoiden kattavuus oli 7 200–16 400, joka on alhaisempi kuin kuvapostauksilla keskimäärin. Instagram Reels -videoiden kattavuus oli noin 1300–1600, joka vastaa parhaiten toimineiden feed-postausten kattavuuslukuja. Instagramin algoritmi suosii Reelsejä, joka voi selittää niiden toimivuutta.

Koska kattavuus jäi Facebookissa muita sisältöjä alhaisemmaksi, onkin syytä miettiä, ovatko videot jatkossa budjetin käytön kannalta järkeviä, sillä kuvapostauksia saa toteutettua huomattavasti edullisemmin. Jos videoita teetetään lisää, voisimme kokeilla tehdä todella lyhyitä, esimerkiksi noin 10 sekunnin pätkiä. Nyt tehdyt videot olivat sen verran pidempiä (noin 30 sekuntia), että ne olisivat voineet toimia paremmin YouTubessa. Hävikkiviikon YouTube-tiliin ei kuitenkaan päästy käsiksi, kun tili on vanhan Kuluttajaliiton

aikaisen tunnuksen takana.

Vaikuttajayhteistyö

Toteutimme Hävikkiviikolla ensimmäistä kertaa vaikuttajayhteistyön. Valitsimme mukaan kolme vaikuttajaa: Satu Koivisto, Emili Kumpuniemi ja Hilla Stenlund. Yhteistyö sisälsi kaikilla blogipostauksen, Instagram feed -postauksen ja Instagram Storyt. Vaikuttajayhteistyön lopullinen kokonaisbudjetti oli 4350 € alv 0 %.

Vaikuttajayhteistyö 1: Satu Koivisto

Satu kysyi maanantaina 13.9. Instagram-seuraajiltaan (@satu_koivisto), mille raaka-aineelle tai tuotteelle on vaikea keksiä käyttöä ja ideoi niille täsmävinkkejä maanantain ja tiistain aikana. Instagram Story -kokonaisuus sisälsi lopulta peräti 36 klippiä ja se oli todella suosittu. Näyttökerrat: 3672–4866, tavoitetut tilit 3672–4795. Storyista klikattiin @havikkiviikko-tägäystä vain yksittäisiä kertoja.

Satu sai seuraajiltaan myös kiitosta hyvistä sisällöistä:

“Kiitos tästä superarvokkaasta vinkkikavalkadista!”

“Tämä oli tosi kiva, sain monta ideaa. Näitä lisää <3”

LOPPURAPORTTI



12.10.2021

7 (13)

Instagram Feed -postauksia kokonaisuuteen kuului kaksi. Maanantaina 13.9. Satu ohjasi lukijoita Instagram Storyyn kysymään hävikkiongelmistaan. Torstaina 16.9. puolestaan hän kiitti lukijoita kysymyksistä ja ohjasi lukemaan blogista koostetut hävikkivinkit. Maanantain IG-postaus keräsi 6881 näyttökertaa, tavoitettujen tilien määrä oli 5752, tykkäyksiä 242, kommentteja 3 ja tallennuksia 4. Torstain IG-postaus keräsi 4842 näyttökertaa, tavoitettuja tilejä 4816, tykkäyksiä 141, kommentteja 2 ja tallennuksia 1.

Blogipostaus hävikkivinkeistä (<https://satukoivisto.fi/havikkivinkki>) julkaistiin torstaina 16.9.2021 ja se keräsi 16.9.–27.9. välisenä aikana 746 sivukatselua. Uniikkeja kävijöitä oli 646. Keskimääräinen sivulla vietetty aika oli 4 minuuttia 4 sekuntia. Blogipostaus nousee Googlessa hakutulosten ensimmäiselle sivulle hävikkivinkki-hakusanalla. Hävikkiviikon Google Analyticsin mukaan Sadun blogipostauksesta klikattiin Hävikkiviikon verkkosivuille kaksi kertaa.

Vaikuttajayhteistyö 2: Emili Kumpuniemi

Emili julkaisi tiistaina 14.9. blogissaan reseptin hävikin vähentäjän kasviscurryyn ja jakoi myös postauksessa vinkkejä hävikin vähentämiseen (<https://emilikumpuniemi.fi/arjenpelastajat/havikin-vahentajan-kasviscurry>). Blogipostaus keräsi kahdessa viikossa (14.9.–27.9.) 520 sivukatselua ja 484 uniikkia kävijää. Hävikkiviikon Google Analyticsin mukaan Emilin blogipostauksesta klikattiin Hävikkiviikon verkkosivuille kaksi kertaa.

Instagram feed -postauksessa (@emilikumpuniemi) Emili kertoi Hävikkiviikosta ja ohjasi blogipostauksen pariin. Postaus keräsi 14 188 näyttökertaa, tavoitettujen tilien määrä oli 11 208, tykkäyksiä 954, kommentteja 10 ja tallennuksia 21.

Instagram Story -kokonaisuus sisälsi 24 klippiä, joissa Emili jutteli ruokahävikistä, Hävikkiviikosta ja antoi vinkkejä hävikin vähentämiseen. Lisäksi hän ohjasi blogipostauksen pariin. Näyttökerrat ja tavoitetut tilit: 5291–6740. Storyista klikattiin @havikkiviikko-tägäystä vain yksittäisiä kertoja.

Lisäksi Emili kysyi storyissaan myös seuraajiltaan, mitä ajatuksia aihe heissä herätti. Vastaus oli positiivinen ja seuraajat kertoivat Emilin sisältöjen saaneen heidät myös ajattelemaan omaa käyttäytymistään:

LOPPURAPORTTI

12.10.2021

8 (13)



"Tärkeä muistutus, entistä enemmän haluaa kiinnittää huomiota hävikin vähenemiseen."

"Tää sai ajattelemaan ja aion yrittää jatkossa olla tarkempi hävikin kanssa!"

"Tärkeä aihe. Puhut asian niin yksinkertaisesti auki, että todella tulee sellainen olo, että we can do this!"

"Valtavan tärkeä aihe, kiitos et oot mukana! Sun sanoilla on monille paljon painoarvoa."

"En ole koskaan ollut hirveän kiinnostunut kierrättämisestä, ruokahävikistä yms. ionka takia en ole tehnyt niiden eteen lähes mitään. Nämä stoorit kuitenkin

herättivät inspiraation ja fiiliksen, että tämä asia koskee juuri MINUA. Aion jatkossa ja jo ihan tänään alkaa kiinnittämään huomiota ruokahävikin vähentämiseen ja siihen, että saan pienilläkin asioilla tehtyä muutoksia."

Vaikuttajayhteistyö 3: Hilla Stenlund

Hilla julkaisi keskiviikkona 15.9. blogipostauksen, jossa hän kertoo lapsiperheen ruokahävikin syistä ja jakoi 7 vinkkiä hävikin vähentämiseen (<https://www.hillastenlund.com/2021/09/7-vinkkia-lapsiperheen-ruokahavikin-vahentamiseen>). Blogipostaus keräsi 15.9.–27.9. 663 sivukatselua ja 628 uniikkia kävijää. Keskimääräinen postauksen luku-aika oli 2 minuuttia 57 sekuntia. Google Analyticsin mukaan Hillan blogipostauksesta klikattiin Hävikkiviikon verkkosivuille kahdeksan kertaa.

Instagram feed -postauksessa (@hillasblog) Hilla kertoi Hävikkiviikosta, ruokahävikistä ja ohjasi blogipostauksen pariin. Instagram-postaus keräsi 11 791 näyttökertaa, tavoitettujen tilien määrä oli 10 123, tykkäyksiä 418, kommentteja 10 ja tallennuksia 5.

Instagram Story -kokonaisuus sisälsi 18 klippiä, joissa Hilla jutteli ruokahävikistä, Hävikkiviikosta ja antoi vinkkejä lapsiperheen ruokahävikin vähentämiseen. Lisäksi hän ohjasi blogipostauksen pariin. Näyttökerrat ja tavoitetut tilit: 3847–4565. Storyista klikattiin @havikkiviikko-tägäystä vain yksittäisiä kertoja.

LOPPURAPORTTI

12.10.2021

9 (13)



Yhteenveto vaikuttajayhteistyöstä

Yhtenä kampanjan tavoitteena oli tavoittaa sellaisia kuluttajia, joille ruokahävikki aihepiirinä ei ole entuudestaan tuttu. Tähän tavoitteeseen vastattiin erityisesti vaikuttajayhteistyöllä, jonka kautta tavoitettiin todennäköisesti paljon sellaisia ihmisiä, jotka eivät muuten olisi kohdanneet Hävikkiviikon sisältöjä. Vaikuttajayhteistyön avulla voidaan siis laajentaa kampanjan kohderyhmää ja saada myös aikaan muutosta ihmisten käyttäytymisessä. Etenkin Instagram Storyissa vaikuttajan oma persoona tulee hyvin esiin ja niissä vaikutusmahdollisuudet voivat olla parhaimmat, kuten voidaan päätellä etenkin Emilille tulleista viesteistä.

Blogipostausten lukijamäärät jäivät kaikilla melko alhaisiksi. Ioten jatkossa pelkät

Instagram-yhteistyöt voisivat tuoda paremmin vastinetta rahalle. Toisaalta blogipostaukset jäävät elämään ja hyvän SEO-optimoinnin myötä ne saattavat saavuttaa vielä suuria lukijamääriä ja tavoittaa uusia ihmisiä pitkänkin ajan päästä. Esimerkiksi Satu Koiviston blogipostaus nousee Googlessa hakutulosten ensimmäiselle sivulle hävikkivinkki-hakusanalla, joten se todennäköisesti tavoittaa uusia lukijoita vielä pitkänkin ajan päästä.

Näiden yhteistöiden suunnittelu toteutettiin ilman vaikuttaja- tai viestintätoimiston apua. Tällöin saadaan vaikuttaja kiinnitettyä kampanjaan hieman halvemmalla, mutta toimistosta voisi olla hyötyä yhteistyön suunnittelussa ja se voisi myös tehostaa yhteydenpitoa vaikuttajien kanssa. Jos vaikuttajayhteistöitä toteutetaan tulevaisuudessa, vaikuttajatoimiston mukaan ottamista voisi harkita.

Medianäkyvyys

Toimituksellinen media

Hävikkiviikkoa ja ruokahävikkiä käsiteltiin laajasti eri medioissa syyskuun aikana. Retrieverin mediaseurannan mukaan 1.9.–20.9.2021 välisenä aikana Hävikkiviikko-aiheisia artikkeleita julkaistiin televisiossa, radiossa, painetuissa lehdissä ja verkkomedioissa yhteensä 589. Medianäkyvyys painottui Hävikkiviikolle.

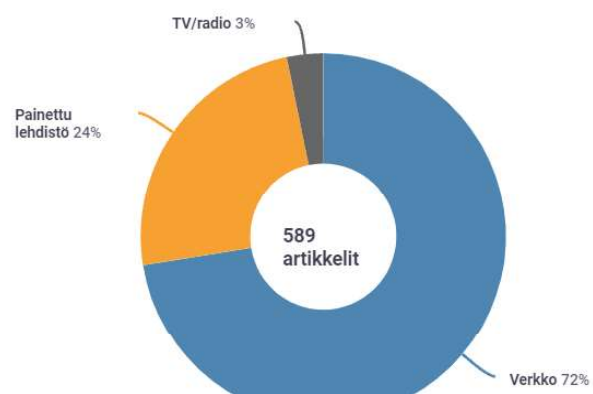
LOPPURAPORTTI

12.10.2021

10 (13)

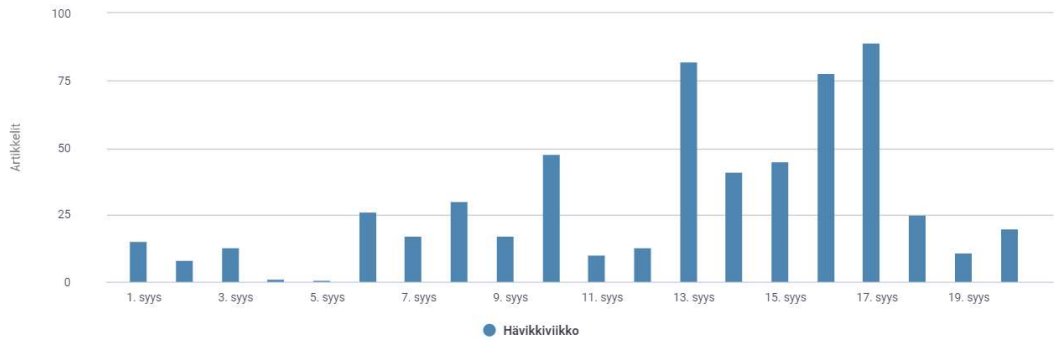


Medianäkyvyys mediakanavittain, yhteensä 589: Hävikkiviikko



Medianäkyvyys lähteittäin 1.9.-20.9.2021 (toimitukselliset mediat)

Medianäkyvyys tietyllä aikavälillä, yhteensä 589 artikkeleita: Hävikkiviikko



Medianäkyvyys eri päivinä 1.9.-20.9.2021 (toimitukselliset mediat)

LOPPURAPORTTI

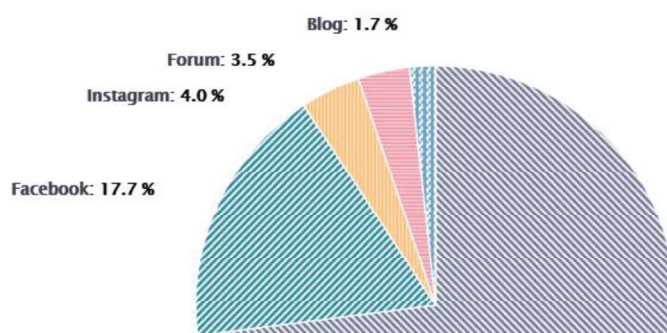
12.10.2021

11 (13)



Sosiaalinen media

Sosiaalisessa mediassa keskustelu oli vilkasta. Retrieverin mediaseurannan mukaan suurin osa osumista tuli Twitteristä.





Twitter: 73.0 %

Medianäkyvyyden jakautuminen sosiaalisen median kanavissa 1.9.-20.9.2021

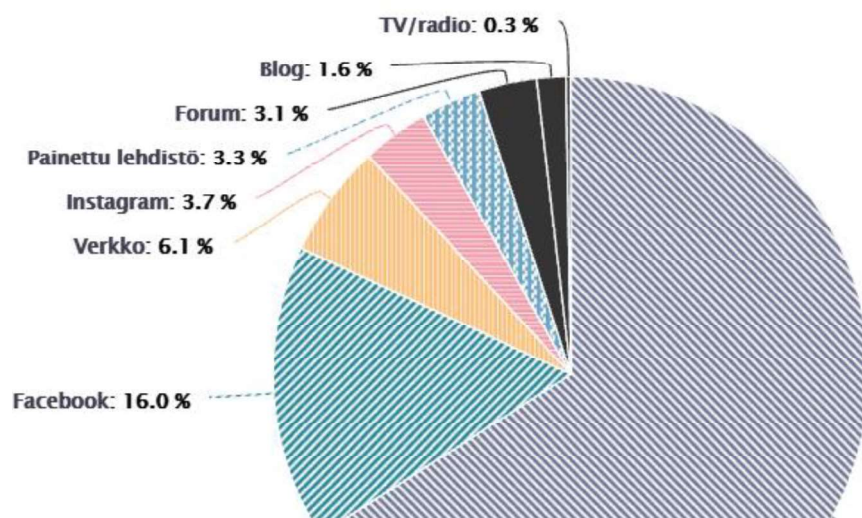
Yhteenveto medianäkyvyydestä

Seuraava kuvaaja osoittaa, että sosiaalinen media on Hävikkiviikon näkyvyyden kannalta tärkeimmässä osassa. Hävikkiviikon ajankohta erottuu osumien määrässä selvästi.

LOPPURAPORTTI

12.10.2021

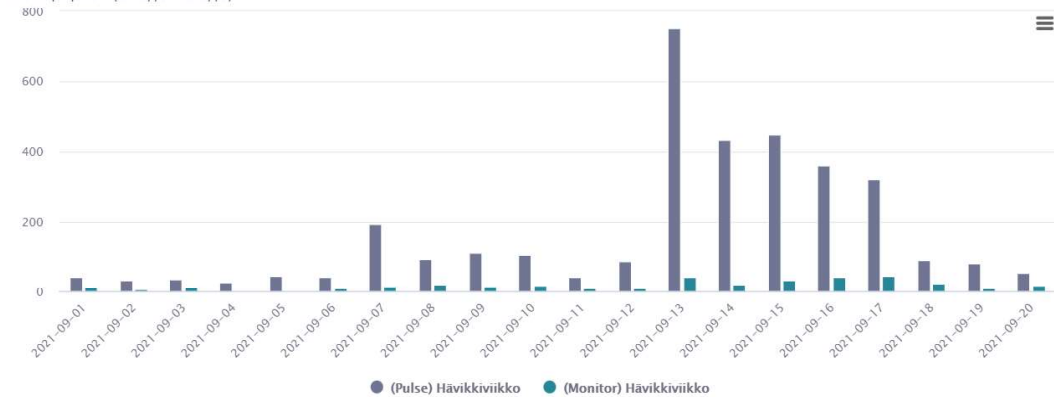
12 (13)



Medianäkyvyyden jakautuminen kanavittain 1.9.-20.9.2021

OSUMIEN MÄÄRÄ TARKASTELUAJANJAKSOLLA, PER PROFIILI

Muu ajanjakso (01 syys - 20 syys)



Mediaosumien määrä 1.9.-20.9.2021. Pulse-osumat ovat sosiaalisen median osumia ja Monitor-osumat toimituksellisia medioita.

LOPPURAPORTTI

12.10.2021

13 (13)



Hävikkiviikko-kampanjan yhteenveto

Hävikkiviikko 2021 onnistui tavoitteiden mukaisesti ja kaikki toimenpiteet toteutettiin suunnitellusti. Hävikkiviikko herätti tänäkin vuonna runsaasti keskustelua ja kampanjalle saavutettiin hyvä medianäkyvyys. Organisaatiot ja yksityishenkilöt tekivät omaa sisältöä, ilmaisivat mielipiteitään ja toimivat keskustelunaloittajina. Keskustelun pohjalta on hyvä käydä läpi kampanjan kehityssuuntia.

Espoo 12.10.2021

Kuluttajamedia ry (Kuluttaja-lehti)

Annika Heino

Viestintä- ja markkinointikoordinaattori

p. 040 661 5013

annika.heino@kuluttaja.fi

Mika Kesseli
Toimitusjohtaja
p. 040 059 4944
mika.kesseli@kuluttaja.fi

LIITE 2

Kuluttajaliitolle

Hävikkiweekki 2022 loppu

Hävikkiweekki haluaa nostaa ruoan arvostus- ja vähentämisen tärkeydestä. Hävikkiweekki on ollut niin suosittu, että jotta voimme jatkuttaa kampanjaa, järjestettiin tänä vuonna joulukuun 2022 aikana Hävikkiweekki. Hävikkiweekkiä järjestää Kuluttaja-lehti.

Tavoitteet ja kohderyhmä

Ruokahävikkiä syntyy ruokaketjun kaikissa

LOPPURAPORTTI

25.10.2022
1 (12)



raportti

sta ja kertoa ruokahävikin
n järjestetty vuodesta 2013 alkaen,
kymmenettä kertaa. Kampanjan



vaiheissa, mutta kaikkein eniten kotitalouksissa.

Viikolla 37 (12.–18.9.2022) järjestetyn Hävikin
ruokahävikkitietoisuutta. Halusimme herätellä
arvostukseen ja ruokahävikkiin. Sisältömar
pyrimme muuttamaan kuluttajien käyttäytym
konkreettisten vinkkien kautta.

Kannustimme myös organisaatioita ja elintarvikkeiden
kanavissaan. Kampanjaan osallistui tänäkin
kaikista osista. Organisaatiot kertoivat kana
jakoivat hyviä vinkkejä hävikin vähentämiseksi
sosiaalisesta mediasta tunnisteella #hävikki

viikön päätavoitteena oli lisätä kuluttajien
ihmisiä pohtimaan omaa suhdettaan ruokaan, ruoan
keinoihin lisäsimme tietoisuutta aihepiiristä ja
asenteita paremman ymmärryksen ja

elintarvikeketjun toimijoita viestimään ruokahävikistä omista
vuonna lukuisia organisaatioita elintarvikeketjun
avissaan omista keinoistaan vähentää ruokahävikkiä ja
teen. Organisaatioiden tekemiä sisältöjä löytyy runsaasti
viikko.

Toimenpiteet

1. Hävikkiviikon koordinointi ja sisältö

Hävikkiviikon koordinointi sisälsi k...
kanavissa ennen Hävikkiviikkoa ja...
kampanjan näkyvyys ja lisätä kulu...
Hävikkiviikkoon. Kampanjan koor...

- **Hävikkiviikon verkkosivut:**

- Sisältöjä ja kampanj...
esimerkiksi muutam...
Muutamia aiempie...

LOPPURAPORTTI

25.10.2022

2 (12)



dosryhmäviestintä

ampanjaan liittyvän tiedottamisen ja viestinnän eri
a sen aikana. Toimenpiteiden tavoitteena oli varmistaa
ttajien ja organisaatioiden kiinnostusta osallistua
dinointi ja viestintä toteutettiin suunnitellusti.

havikkiviikko.fi

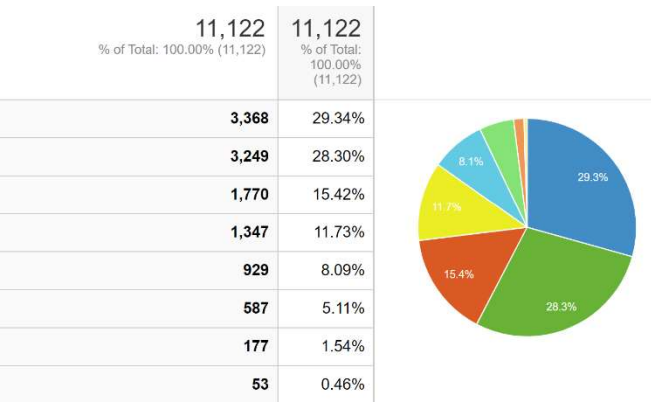
amateriaaleja päivitettiin ja tuotettiin lisää. Toteutimme
an ruokakasvatukseen liittyvän kampanjamateriaalin.
vuosien kampanjamateriaaleja poistettiin

- Alla olevassa kuvassa on nähtävissä verkkosivuston kävijämuutokset 1.9.–20.9.2022. Kävijämuutosten suurin osa tuli orgaanisista hakutuloksista maksullisen Google AdWordsin lisäksi suoraan verkkosivuille (direct). Lähes 12 % kävijämuutoksista tuli Instagram-mainosten ja sosiaalisen median kanavien viittausten kautta (social) ja sähköpostin kautta edellisvuodesta, jolloin kävijämuutokset olivat

1.	Organic Search
2.	Paid Search
3.	Direct
4.	Display
5.	Referral
6.	Social
7.	Email
8.	(Other)

...jen vuoksi.

...sa on esitetty verkkosivujen liikenteen lähteet
...kävijöitä oli kyseisellä aikavälillä yhteensä 11 122, joista
...naisen Google-haun kautta (organic search) ja
...mainonnan kautta (paid search). Noin 15 % kävijöistä
...esimerkiksi kirjoittamalla osoitteen selaimen osoiteriville
...kävijöistä saapui display-mainonnan eli Facebook- ja
...n kautta (display). Liikennettä saatiin myös muilla sivuilla
...kautta (referral), orgaanisten somepostausten kautta
...tutustuskirjeiden kautta (email). Kävijämäärä nousi
...in vastaavalla aikavälillä verkkosivukävijöitä oli 9080.



- **Hävikkiviikon sosiaalisen m**

- Aloimme julkaista so
viikossa. Somekana
ruokahävikistä ja vin
kannustettiin osallist
Hyödynsimme sisält
ajurit kuluttajien ruok
hankkeessa tuotetui

- Alla olevassa kuvassa
1.8.–20.9.2022. Katt
i

LOPPURAPORTTI



25.10.2022

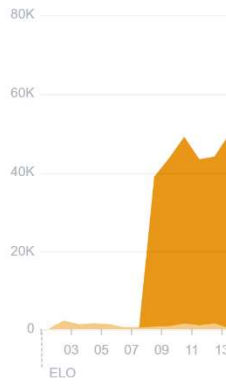
3 (12)

Median kanavat: Facebook, Instagram, Twitter

omepostauksia heti elokuun alusta alkaen viitenä päivänä
vissa julkaistiin kampanjamateriaaleja, tietoa
kkejä ruokahävikin vähentämiseen. Lisäksi ihmisiä
umaan keskusteluun ja jakamaan omia vinkkejään.
öjen suunnittelussa Luken selvityksen tuloksia (Esteet ja
kahävikin vähentämisessä), ja viestimme myös
sta opetusmateriaaleista ja webinaarista.

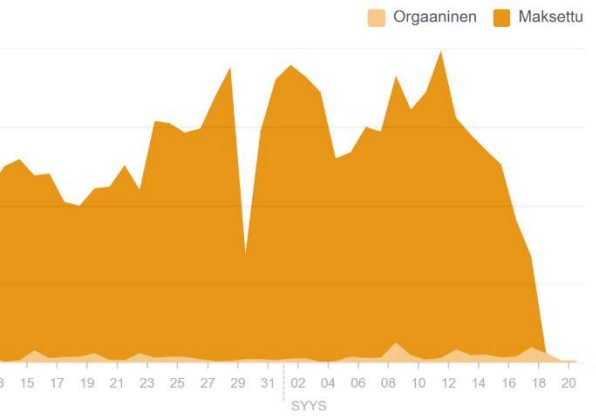
sa on esitetty Facebook-julkaisujen kattavuus
avuus on niiden ihmisten lukumäärä, jotka ovat nähneet

sivun julkaisuja aina
postausta. Facebook
tavoittaneet yli 78 000
maksettu mainonta
lisäämiseksi. Makse
mediabudjettia kosk



- Hävikkiviikolle 2022
yhteensä 4028 käyttö
tapahtumasta). Tapa

kin kerran. Julkaisimme kyseisellä aikavälillä 36 FB-
kin kävijätietojen mukaan olemme parhaimmillaan
00 henkilöä päivässä (11.9.2022). Kuvaaja osoittaa, että
on Facebookissa todella tärkeää julkaisujen näkyvyyden
tun mainonnan tuloksista kerromme lisää raportin
evassa osiossa.



perustettiin oma Facebook-tapahtuma, jossa oli mukana
äijää (klikannut osallistuvansa tai olevansa kiinnostunut
tapahtuman tavoitavuus oli 232 116 henkilöä.

- Instagramissa julkaisimme tavoitimme orgaanis tavoitavuus nousi vi
- Twitterissä julkaisimme 17 827 näyttökertaa noin 700:lla (-4 %).

- **Uutiskirjeet**

- Hävikkiviikon uutiskirjeen tilaajalle tietoa kampanjasta. kampaniaan liittyvis

LOPPURAPORTTI



25.10.2022

4 (12)

simme aikavälillä 1.8.–20.9.2022 36 postausta, joilla
esti yhteensä 24 400 käyttäjää. Instagramin orgaaninen
iime vuodesta noin 4700 henkilöllä (+24 %).

me 1.8.–20.9.2022 33 postausta, jotka saivat yhteensä
. Viime vuoteen verrattuna twiittien näyttökerrat laskivat

rjeen tilaamisesta käynnistyy automaatio, jossa
lähtee automaattisesti kiitos uutiskirjeen tilaamisesta ja
Lähetimme lisäksi 4 muuta uutiskirjettä, joissa kerrottiin
ä ajankohtaisista asioista. osallistumisen eri tavoista.

2. Kuluttajan artikkelit

Kuluttaja.fi:ssä ja Kuluttaja-lehden käsittelevä artikkeli ”Kurkku ja tomaatti-eri-lokeroihin). Lisäksi Ku hävikki käytännöistä: <https://kuluttajatiedonhankinnasta>.

3. Hävikkiviikon verkkosivujen tek

Hävikkiviikon verkkosivuille tehtiin

4. Vaikuttajayhteistyöt

Podcast-sisältöyhteistyö: After

Toteutimme yhdessä Afterwork-podcastin tarinakokonaisuuden ja Instagramin ruoan arvostus ja ruokahävikin vä

numerossa 6/2022 julkaistiin kasvien säilyvyyttä
haatti eri lokeroihin” ([## **nninen ylläpito ja kehitys**](https://kuluttaja.fi/artikkelit/kurkku-ja-
kuluttaja.fissä julkaistiin artikkeli ravintoloiden
aja.fi/artikkelit/ravintoloissa-havikkityo-lahtee-</p></div><div data-bbox=)

pieniä sivuston ylläpitoon liittyviä päivityksiä.

work

podcastin kanssa podcastin sisältöjakson, Instagram-
feed-julkaisun. Sisältöjen teemana oli ruokasuhte,
hentäminen vinkkejä jakaen. Afterwork-podcastissa on

kolme juontajaa, joiden erilaiset elämäntarinoita ja keskustelukulmia. Ennen jakson muiden kaupallisten sisältöjen keskittämistä, seuraajilta hävikkivinkkejä, joita ja

Podcast-jakso ja Instagram-sisältö. Jakson voi kuunnella esimerkiksi <https://open.spotify.com/episode/0>

Podcast-jakso sai 12.9.–9.10.2022. muiden kaupallisten sisältöjen keskittämistä, jaksosta, 79 % kuunteli 2/4 jaksosta keskitasoa kaupallisissa yhteistöissä pysyvästi kuunneltavaksi jakelualueella kampania-ajan jälkeenkin.

LOPPURAPORTTI



25.10.2022

5 (12)

lämämtilanteet saivat aikaan mielenkiintoisia
nauhoitusta Afterworkin Instagram-tilillä pyydettiin
ettiin podcast-jaksossa ja Instagram-tarinoissa.

öt (@afterworkpodcast) julkaistiin 12.9.2022.

Spotifysta:

[0dKbqErMtLD67szZDLMnNb?si=e19290c2dbb94a76](https://open.spotify.com/track/0dKbqErMtLD67szZDLMnNb?si=e19290c2dbb94a76).

2 yhteensä 5525 kuuntelukertaa, joka ylitti Afterworkin
skiarvon. Jakso kesti 1 h 8 min. 89 % kuunteli 1/4
ta ja 69 % kuunteli 3/4 jaksosta. Jakson pito on
ssä. Podcast-jaksolla on pitkä häntä ja se tulee jäämään
ustoille. Sen pariin tullaan siis vielä löytämään pitkään

Afterwork-podcastin Instagram-tili
Instagram feed-julkaisu tavoitti 22
Instagram-tarinoiden kokonaisuus
1114 henkilöä ja viimeisen klipin t

Hävikkiwiikon yhteistyöjakso sai m
Afterwork-podcastin tekijöistä, ja h
Instagram-tilillään, jolla on noin 47

Afterwork sai seuraajiltaan runsaa
Aihe on koettu seuraajien parissa
yhteistyössä löydettiin siis hyvä br
kohderyhmää Hävikkiwiikon viestil

Muut vaikuttajayhteistyöt

Tarkoituksena oli toteuttaa podcas
vaikuttajayhteistyö kuitenkin joudu
vaikuttaja ei toimittanut sovittuja m

llä on noin 4000 seuraajaa. Yhteistyöjaksoon liittyvä
79 käyttäjää. Julkaisu sai 142 tykkäystä ja 3 kommenttia.
sisälsi 12 klippiä. Ensimmäisen tarinan tavoitavuus oli
avoitavuus 759 henkilöä.

työs ansaittua näkyvyyttä. Jenni Rotonen on yksi
hän jakoi Afterworkin Instagram-tarinan omalla
7 000 seuraajaa.

asti palautetta hyvistä vinkeistä hävikin vähentämiseksi.
tärkeäksi ja se on herättänyt keskustelua. Tässä
rand match, ja Afterworkin seuraajissa oli juuri oikeaa
le.

stin lisäksi kolme muuta vaikuttajayhteistyötä. Yksi
ttiin perumaan aivan Hävikkiviikon kynnyksellä, kun
ateriaaleja. Tämän vuoksi osa vaikuttajayhteistyöhön

budjetoidusta rahasta siirrettiin me
sovitusti.

Vaikuttajayhteistyö 1: Nakit ja n

Päivin kanssa toteutettiin Instagra
seuraaajaa. Yhteistyö sisälsi feed-j

Maanantaina 12.9. Päivi julkaisi 1
samastuttavat. Tarinoissa Päivi es
hävikkiä ja pohti, miten hävikkiä v
kotoa pois muuttaneet nuoret, jotk
Tällä on vaikutusta myös Päivin ru
Tarinoissa Päivi myös kysyi seura

LOPPURAPORTTI

25.10.2022

6 (12)



mediabudjettiin. Kaksi vaikuttajayhteistyötä toteutui

mutsi / Päivi Sappinen

m-yhteistyö @nakitjamutsi-tilillä, jolla on noin 9500
ulkaisun ja tarinat kahtena päivänä.

7 Instagram-tarinaa. Sisällöistä haluttiin tehdä aidot ja
sitteli, mistä heidän perheessään tyypillisesti tulee
oisi vähentää. Yhtenä näkökulmana oli myös hiljattain
ka kaipaavat neuvoja ruoanlaittoon ja ruoan säilyvyyteen.
uokasuunnitteluun, kun osa lapsista ei asu enää kotona.
aiiltaan. miten he suhtautuvat ruokahävikkiin. mistä

ruoista hävikkiä yleensä tulee ja m
Maanantain ensimmäinen tarina t

Tiistaina 13.9. Päivi jakoi Instagram
julkaistiin tiistaina 10. Suurin osa s
määrää ja kokee, että petrattavaa
tähteitä, leipää, banaania, juuston
suunnitelmallisuus, pakastaminen
Tiistain ensimmäinen tarina tavoit

Instagram feed-postaus julkaistiin
yleisimmistä ruokahävikkeistä sekä
vähentämisestä. Instagram-julkais
5140 käyttäjää ja sai 5443 näyttök
tykkäykset, kommentit ja kuvatalle
omia hävikkivinkkejään.

Vaikuttajayhteistyö 2: Pullahiire

Tarun kanssa toteutettiin yhteistyö
Instagram-tarinat ja Facebook-jaos

millaisia vinkkejä seuraajilla on hävikin vähentämiseen.
avoitti 2609 henkilöä ja viimeinen tarina 2088 henkilöä.

m-tarinoissaan seuraajilta tulleita kommentteja. Tarinoita
seuraajista vastasi pyrkivänsä vähentämään hävikin
sillä saralla vielä löytyy. Usein hävikkiin päätyy erilaisia
kannikoita ja kahvia. Vinkeissä tuli esille muun muassa
ja jämien hyödyntäminen leivonnassa ja ruoanlaitossa.
ti 2257 henkilöä ja kymmenes tarina 1994 henkilöä.

maanantaina 12.9. Postauksessa Päivi kertoi perheensä
jako tietoa Hävikkiviikosta ja ruokahävikin
su tavoitti kahden viikon tilastointiaikana (12.9.–26.9.)
kertaa. Sitoutumisia tuli yhteensä 269 tililtä sisältäen
entamiset. Moni jakoi postauksen kommenttikentässä

en leivontanurkka / Taru Vihavainen

ö, joka sisälsi blogipostauksen, Instagram-postauksen,
n.

Taru suunnitteli reseptin suolaiseen
14.9. (<https://pullahiiri.com/havikki>)
hyödynnetään tähteenä jäänyt pe
kasviksia vihanneslokerosta löytyy
ruokahävikin vähentämiseen.

Kasvispiirakkapiirakkaresepti sai k
kävi lukemassa 5762 yksittäistä lu
ja linkki myös blogin etusivulla. Ko
yli 45 000 yksittäistä kävijää, joten
tiedon Hävikkiviikosta menemättä
keskimääräinen lukuaika oli tilasto
luettavaksi myös tilastointiajan jäl

LOPPURAPORTTI

25.10.2022

7 (12)



en kasvispiirakkaan, jonka resepti julkaistiin blogissa [Hävikki- ja hävikkiviikon-suolainen-kasvispiirakka](#)). Piirakkapohjaan runamuusi ja täytettä voi soveltaa sen mukaan, millaisia y jo valmiiksi. Blogipostaus sisälsi myös vinkkejä

blogissa 14.9.–27.9.2022 6223 näyttökertaa ja reseptin kirjaa. Tämän lisäksi blogipostauksesta on ollut maininta kokonaisuudessaan blogissa vieraili kahden viikon aikana n myös etusivulla käyneet vierailijat ovat voineet nähdä varsinaiseen reseptiin. Hävikki- ja hävikkiviikon blogipostauksen iintiaikana 4 min 39 s. Blogipäivitys jää blogiin keen. Ioten se on helposti löydettävissä myös iatkossa.

Tarun Instagram-tilillä @pullahiire julkaisu sisälsi kuvakarusellissa ka Instagram-julkaisu sai 6969 näyttö Instagram-tiliä. Sitoutumisia tuli yh sekä kuvataallentamiset.

Instagram-tarinoita julkaistiin yhte valmistamisesta ja osa kuvia valm ruokahävikin vähentämiseen. Ens 1313 henkilöä. Kolmessa tarinassa yhteensä 56 kertaa.

Hävikkiiviikosta ja Hävikkiiviikon ka leivontanurkan Facebook-sivuilla, 1300 näyttökertaa ja 51 tiliä sitout

5. Mediabudjetti

Mediabudjetti käytettiin mainontaa -verkostossa.

leivontanurkka on noin 16 700 seuraajaa. Instagram-
kaksi kuvaa valmiista piirakasta sekä kaksi vaihekuvaa.
kerta ja tavoitti tilastointiaikana 14.9.–27.9.2022 5507
teensä 200 tililtä sisältäen tykkäykset, kommentit, jaot

ensä viisi, joista osa oli vaihekuvia piirakan
iista piirakasta. Tarinoiden puolella jaettiin vinkkejä
immäinen tarina tavoitti 1690 henkilöä ja viides tarina
a oli linkki blogipostaukseen, ja linkkejä klikattiin

svispiirakkareseptistä julkaistiin tieto myös Pullahiiren
joka sisälsi myös linkin blogijulkaisuun. Päivitys sai reilut
ui päivitykseen.

an Facebookissa, Instagramissa ja Google Display

- Autoboost 8.8.–17.9.2022
 - Tavoitteena Facebook-mainostettiin automaattisesti. Mainonta oli todella tehokasta.
 - Tulokset: kattavuus 79 500. painotti jakelussa Facebookin postauksia.
 - Sosiaalisen median mainosten tulo maksetun mainonnan kuluksi lähes tuplaantui, sillä postauksien kattavuus mainostusaika tuo

LOPPURAPORTTI



25.10.2022

8 (12)

ok-julkaisujen kattavuus. Jokaista Facebook-postausta
taattisesti Hävikkiviikon Facebook- ja Instagram-tileillä.
suudessa osassa postausten näkyvyyden lisäämisessä.
248 530, näyttökerrat 1 620 853, CPM 0,90 €. Algoritmi
acebookia ja Instagramin osuus kattavuudesta oli noin

hallintapalvelu Hootsuiten mukaan 1.8.–20.9. tavoitimme
lla yhteensä peräti 1 361 155 ihmistä, joista suurin osa
nnan avulla. Edellisvuoteen verrattuna tavoitavuus
ä vuosi sitten vastaavalla ajanjaksolla Facebook-
s oli 692 053. Kasvu osoittaa, että pidempi
paremmat tulokset. Tänä vuonna postauksia alettiin

julkaista heti elokuun
mainontaa tehtiin ka
autoboost oli päällä
tänä ja viime vuonna

- Autoboostin Instagramin kokonais
Instagramin kokonais
tavoitimme kaikilla o
135 598 käyttäjää ja
raportoinnissa käyte
Instagramin tavoittav
121 400 henkilöä. M
pidemmällä aikavälillä

- Osallistu Hävikkiviikkoon -ma
 - Tavoitteena liikenne
 - Teimme erilliset mai
 - Tulokset Facebookis
klikkauksia 1503, CT
 - Tulokset Instagramis
97 099, linkin klikkau

alusta alkaen viisi kertaa viikossa ja autoboot-
ksi viikkoa pidempään kuin vuosi sitten. Viime vuonna
23.8.–18.9. Kun verrataan kyseistä 27 päivän ajanjaksoa
a, tavoitavuus kasvoi noin 79 000:lla (+11 %).
am-sijoittelulla oli positiivisia vaikutuksia myös
stavoittavuuteen. Instagramin oman analytiikan mukaan
rgaanisilla ja mainostetuilla sisällöillä 1.8–20.9.2022
näyttökertoja kertyi 503 318. Viime vuonna
ttiin kuukauden aikaväliä 20.8.–20.9.2021, jolloin
vuus oli 37 911. Nyt tavoitimme samalla aikavälillä peräti
yös Instagramissa mainostus ja algoritmin oppiminen
lä mahdollistavat siis huomattavasti paremmat tulokset.

inokset 23.8.–15.9.2022

Hävikiviikon verkkosivuille.

inokset Facebookiin ja Instagramiin.

ssa: kattavuus 79 986, näyttökerrat 237 546, linkin

TR 0,93 %, CPM 4,30 €.

ssa: kattavuus 47 145, näyttökerrat

uksia 539, CTR 0,75 %, CPM 4,04 €.

- Mainokset toimivat p
Facebookiin myös s

- Facebook-tapahtuman maino
 - Tavoitteena tapahtu
 - Tulokset: 3047 tapa
 - CTR 0,66 %, CPM 3

- Google Display -mainokset 2:
 - Tavoitteena liikenne
 - Tulokset: 7678 klikk
 - Googlen Display -ve
 - liikennettä verkkosiv

LOPPURAPORTTI



25.10.2022

9 (12)

paremmin Facebookissa, joten algoritmi alloko
uuremman osuuden budjetista.

stus 23.8.–15.9.2022

mavastaukset.

ntumavastausta, kattavuus 93 523, näyttökerrat 325 497,
3,25 €.

3.8.–16.9.2022

Hävikiviikon verkkosivuille.

austa, 406 788 näyttökertaa, CTR 1,89 %, CPM 1,68 €.

rkostosta saatiin siis todella hyvin näyttökertoja ja
uille.

Analytiikkaa tarkastellessa on hyvä huomioida, että eri alustoille tulee usein muutoksia, mikä tässä raportissa mainonnan tuloksien vertaamista viime vuoteen verrattuna ja yksityisyysasetusten muutokset ovat harvinaista seuranta.

Medianäkyvyys

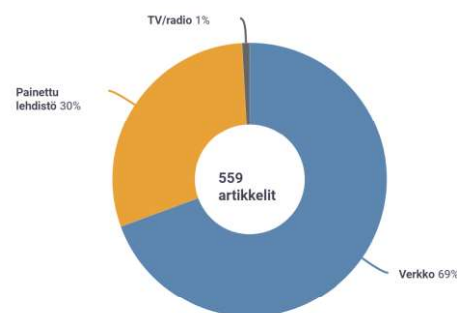
Toimituksellinen media

Hävikkiweekkia ja ruokahävikkiä käsiteltiin laajasti mediaseurannan mukaan 1.9.–20.9.2022 v. televisiossa/radiossa, painetuissa lehdissä ja medianäkyvyys kasvoi.

da, että mainosalustojen luvut ovat aina arvioita. Lisäksi
ä tapauksessa voi vaikeuttaa Facebook- ja Instagram-
öteen. Meta on esimerkiksi päivittänyt attribuutiomalleja
nkaloittaneet mainosalustojen evästeisiin perustuvaa

ajasti eri medioissa syyskuun aikana. Retrieverin
älisenä aikana ruokahävikkiäiheisiä artikkeleita julkaistiin
ja verkkomedioissa yhteensä 559. Hävikkiviikon aikana

Medianäkyvyys mediakanavittain, yhteensä 559: Hävikkiiviikko



Medianäkyvyys lähteittäin 1.9.–20.9.2021 (Medianäkyvyys tietyllä aikavälillä, yhteensä 559 artikkelia: Hävikkiiviikko)

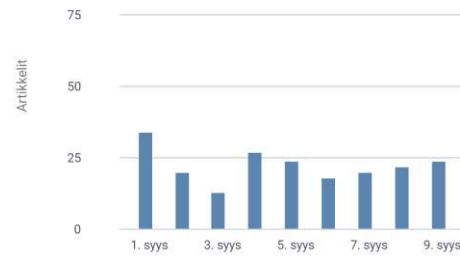
LOPPURAPORTTI

25.10.2022

10 (12)



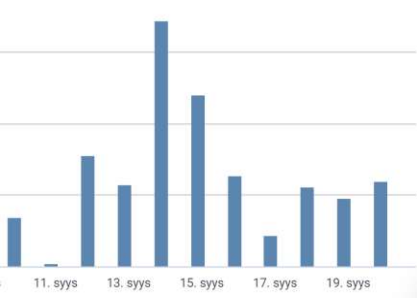
-
- Verkko
 - Painettu lehdistö
 - TV/radio



Medianäkyvyys eri päivinä 1.9.–20.9.2022

Sosiaalinen media

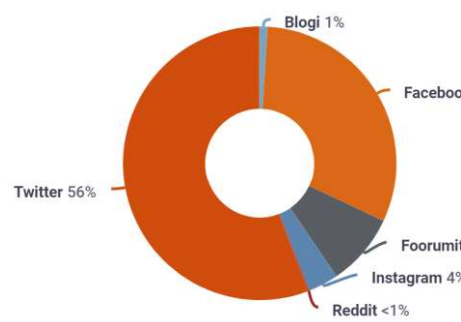
Sosiaalisessa mediassa keskustelu oli vilkasta. 1.9.–20.9.2022 sosiaalisen median osumia tuli Twitteristä.



(toimitukselliset mediat)

asta. Retrieverin mediaseurannan mukaan

kertyi yhteensä 3 271. Yli puolet osumista (1825 kpl)



Medianäkyvyyden jakautuminen sosiaalisessa

LOPPURAPORTTI

25.10.2022

11 (12)



k 31%

: 9%

6

n median kanavissa 1.9.–20.9.2022

Hävikkiweek-kampanjan yhteenveto

Hävikkiweek 2022 onnistui tavoitteiden mukaisesti. Kampanjan aikana käytiin paljon keskustelua, kampanjan tavoitavuus nousi merkittävästi ja medianäkyvyys kasvoi.

Espoo 25.10.2022

Kuluttajamedia ry (Kuluttaja-lehti)

Annika Heino
Viestintä- ja markkinointikoordinaattori
p. 040 661 5013, annika.heino@kuluttaja.fi

LOPPURAPORTTI



25.10.2022

12 (12)

veto

käisessä. Hävikkiviikko herätti tänäkin vuonna runsaasti
viime vuodesta ja kampanjalle saavutettiin hyvä

Mika Kesseli

Toimitusjohtaja

p. 040 059 4944, mika.kesseli@kuluttaja.fi

LIITE 3: Hankemateriaalilistaus

Näytteet hankemateriaaleista ovat joko kuvana liitteen sivuilla 4–6 tai suorana linkkinä verkossa olevaan materiaaliin.

1. Ota hävikki haltuun -vinkkilista (suomeksi ja ruotsiksi)
2. Kotitalouksien ruokahävikki tuoteryhmittäin -infograafi (suomeksi ja ruotsiksi)
3. Ruokahävikin jakautuminen koko ruokaketjussa -infograafi (suomeksi ja ruotsiksi)
4. Hävikin vähentäjän muistilista (suomeksi ja ruotsiksi)
5. Avoin viestintämateriaalikansio (13 kpl hävikkifaktaa, ja 12 kpl vinkkiä kuvineen someen sekä kuvagalleria 18 kuvaa)
<https://www.dropbox.com/scl/fo/f1owtvcvjol2zqoldw7e9l/h?dl=0&rlkey=cmbdcccylpd-wlyje3l45agiirm>
6. Tietopaketti kotitalouksien ruokahävikistä
https://www.dropbox.com/s/yrob2x65icslpec/h%C3%A4vikkifoorumi_tietopaketti_kotitalouksien_ruokah%C3%A4vikist%C3%A4.pdf?dl=0
7. Ruokahävikin UKK
<https://www.kuluttajaliitto.fi/materiaalit/usein-kysytyt-kysymykset-ruokahavikki/>
8. Luonnonvarakeskuksen ja Valintamuotoilijoiden toteuttama Esteet ja ajurit kuluttajien ruokahävikin vähentämisessä -kirjallisuusselvitys
<https://jukuri.luke.fi/handle/10024/548050>
9. Jääkaapit järjestykseen Hävikkifoorumin kanssa -video
https://www.youtube.com/watch?v=X_Tozi2759g&feature=youtu.be
10. Kalvosarja ruokahävikistä Saa syödä -sivuille
<https://www.saasyoda.fi/kalvosarja-ruokah%C3%A4vikist%C3%A4>
11. Joulunajan ruokalista (6 kpl)
<https://www.kuluttajaliitto.fi/materiaalit/joulunajan-reseptiikkaa/>
12. Kuinka kuoria valkosipuli sekunneissa? -somevideo
<https://www.instagram.com/reel/CdqTPD6rdIP/>
13. Säilytä erikseen -somevideo
<https://www.instagram.com/reel/Cd-4UIYOHV2/>
14. Yrttivideo
<https://www.instagram.com/reel/CeQ83vDroAt/>
15. Jäikö kahvia pannuun? -somevideo
<https://www.instagram.com/reel/Cfq88qxlFkg/>
16. Hävikistä herkuksi -somevideo
<https://www.instagram.com/reel/Cg4PfQoPC5T/>
17. Aktivistimummojen viisauksia -videot (6 kpl)
<https://www.instagram.com/reel/CihScoPNyai/>
18. Aktivistimormors tips mot matsvinn -videot (2 kpl)
<https://www.instagram.com/reel/CiaOQ5etfFZ/>
19. Järjestetään jääkaappi -video
<https://www.instagram.com/reel/Crk6CnJPZvF/>

20. Astetta fiksumpi joulumenu
<https://www.kuluttajaliitto.fi/astetta-fiksumpi-joulumenu/>
21. Kymmenen vuotta hävikin vähentämistä! Tapahtumia ja toimia menneiltä vuosilta -hävikkivideo
https://www.youtube.com/watch?v=tOD2VQuhiZM&ab_channel=Kuluttajaliittory
22. Kaikki käyttöön! Chef Ylöjärven 7 helppoa hävikkiruokareseptiä -reseptivihkonen
https://www.kuluttajaliitto.fi/uploads/2022/09/bcd45a06-kaikki_kayttoon_chef_ylojarvi_web.pdf
23. Kestävästi arjessa: Typpikuormaa ruokahävikistä -podcast-jakso
<https://www.buzzsprout.com/1790268/9173695-typpikuormaa-ruokahavikista>
24. Kestävästi arjessa: Ruokaa suuhun, mihinkäs muuhun? -podcast-jakso
<https://www.buzzsprout.com/1790268/8658648-ruokaa-suuhun-mihinkas-muuhun>
25. Kestävästi arjessa: Rahana bioroskiin -podcast-jakso
<https://www.supla.fi/episode/eg367e25-2e8c-5807-9aeg-b407b5b6428d>
26. Mikael Sundberg: Onks se mahdollista..?!
https://www.youtube.com/watch?v=kPljxC8NTLw&t=123s&ab_channel=mikirotta
27. Mikael Sundberg: Koira keittiössä
https://www.youtube.com/watch?v=uJV6iGS-cJE&t=290s&ab_channel=mikirotta
28. Mikael Sundberg: Näin teet TORTILLAPIZZAA
<https://www.tiktok.com/@sundbergmikael/video/7173288372151143685>
29. Mikael Sundberg: Mitä tehdä jo melkein kokonaan tummuneille banaaneille?
<https://www.tiktok.com/@sundbergmikael/video/7153980202937371910>
30. Taklataan yhdessä ruokahävikki! -opas ruoka-avun asiakkaille
31. Ota hävikki haltuun! -magneetit
32. Kaksi pöytäkolmiota
- 33a Tussitaikureiden suomenkielinen ruokahävikkivideo:
Älä tuhlaa ruokaa — Ota ruokahävikki haltuun!
<https://youtu.be/UgAyhqQZtlo>
- 33b Tussitaikureiden ruotsinkielinen ruokahävikkivideo:
Slösa inte mat, ta itu med matsvinnet!
https://youtu.be/Ss7YBfR_kcY
34. Selkokielineen opas ruokahävikistä
35. Suositukset ja hyvät käytänteet kuluttajan ruokahävikin vähentämiseksi -raportti
36. Eetu Pesonen: Uunifetapasta
<https://www.instagram.com/p/CtjIFxopdOi/>
37. Eetu Pesonen: Kolmen viikon salaatti
<https://www.instagram.com/p/CuCJw7Orjrw/>
38. Marttaliitto: Marttaillan malli:
<https://www.martat.fi/yhdistyskanava/toiminta/vahemman-ruokahavikkia/>
39. Marttaliitto: Ruokaresepti raaka-aineiden suhteita -periaatteella
<https://www.martat.fi/reseptit/havikkiwokki/>
40. Marttaliitto: Ruokaresepti raaka-aineiden suhteita -periaatteella
<https://www.martat.fi/reseptit/havikkikeitto/>

41. Marttaliitto: Hävikkivinkit julkaisuissa (esimerkki) Kaaliraaste, julkaisussa
https://issuu.com/martat-lehti/docs/kasviskeitiosta_kaikille_issuu
42. Marttaliitto: Martat-lehden hävikkiaiheinen ruokajuttu (5/21):
https://issuu.com/martat-lehti/docs/martat_5_2021_issuu
43. Marttaliitto: Martat-lehden hävikkiaiheinen ruokajuttu
(1/23) https://issuu.com/martat-lehti/docs/martat_1-23_issuu
44. Marttaliitto: Hävikintaklaajat-kurssi:
<https://moodle.mmg.fi/martat/course/view.php?id=582>
45. Kestävästi arjessa: Taklataan ruokahävikki -podcast-jakso
<https://www.buzzsprout.com/1790268/13104960-taklataan-ruokahavikki>

1. OSTA HÄVIKKI HALTUUN!

- 1 Suunnittele viikon ruokalista etukäteen.
- 2 Tarkista jääkaapin sisältö ennen kauppaan menoa.
- 3 Käytä kauppalistaa ja osta vain tarpeeseen.
- 4 Tarkista tuotteiden päiväysmerkinnät kaupassa.
- 5 Opettele päiväysmerkintöjen erot.
- 6 Arvioi ruoan todellinen menekki ja käytä mittoja.
- 7 Opettele oikeat säilytyslämpötilat.
- 8 Järjestä ruoat siten, että käytät ensin vanhenevat pois ensimmäisenä.
- 9 Pidä kerran viikossa jääkaapin inventaariopäivä.
- 10 Opettele pakastamaan tähteeksi jääneet tai vanhenevat ruoat.
- 11 Hyödynnä netistä löytyviä materiaaleja kotitaloustaitojen kerryttämiseen ja luovaan ruoanlaittoon.

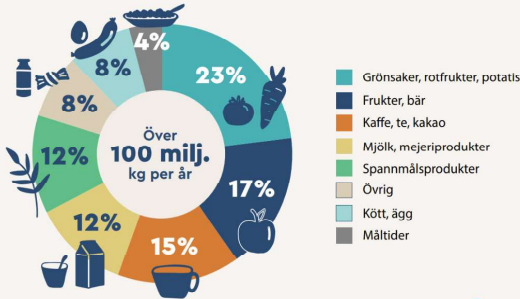
HÄVIKKI
FOORUMI

TACKLA MATSVINN!

- 1 Planera veckans matsedel i förväg.
- 2 Kolla kylskåpets innehåll innan du går till affären.
- 3 Använd en inköpslista och köp bara det som du behövs.
- 4 Kolla datum på livsmedlen i affären.
- 5 Lär dig skillnaden på bäst före-datum och sista förbrukningsdag.
- 6 Uppskatta den faktiska åtgången och använd dig av mått vid matlagningen.
- 7 Lär dig de korrekta förvaringstemperaturerna.
- 8 Ställ maten så att du först använder den mat som går ut först.
- 9 Gör en inventering av ditt kylskåp en gång i veckan.
- 10 Lär dig hur du fryser matrester samt mat med korta bäst före-datum.
- 11 Utnyttja material som finns tillgängligt på nätet för kreativ matlagning och för att förbättra dina hushållsfärdigheter.

HÄVIKKI
FOORUMI

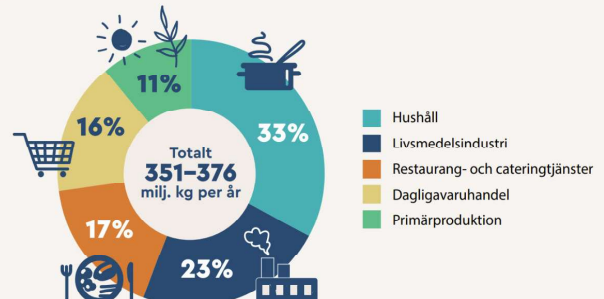
2 Hushålls matsvinn efter produktgrupper



Källmaterial: Naturresursinstitutet: Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 49/2021

HÄVIKKI
FOORUMI

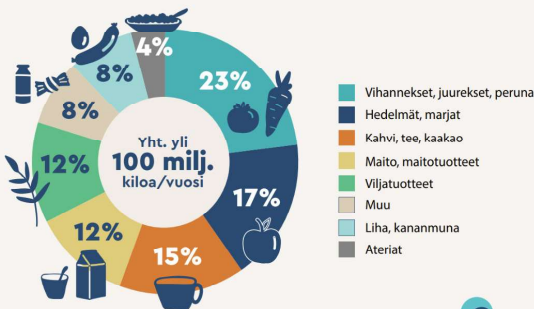
3 Distribution av matsvinn i matkedjan



Källmaterial: Naturresursinstitutet: Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 49/2021

HÄVIKKI
FOORUMI

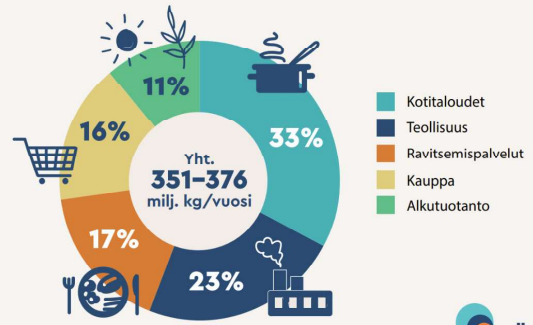
Kotitalouksien ruokahävikki tuoteryhmittäin



Lähde: Luonnonvarakeskus: Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 49/2021

HÄVIKKI
FOORUMI

Ruokahävikin jakautuminen koko ruokaketjussa



Lähde: Luonnonvarakeskus: Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 49/2021

HÄVIKKI
FOORUMI

4.

Hävikin vähentäjän muistilista

- Järjestelen keittiön kaapit, jääkaappi mukaan lukien, säännöllisesti.
- Katson jääkaapin käyttöohjeista tai netistä eri elintarvikkeille sopivimmat säilytyspaikat ja lämpötilat.
- Tarkistan aina välillä jääkaapin lämpötilan.
- Siivoan jääkaapin sen ollessa melko tyhjä ennen seuraavaa isompaa kauppareissua.
- Kurkistan vihanneslaatikkoon ja varmistan, että laatikossa olevat vihannekset ja juurekset ovat yhä tuoreita.
- Jos vihannekset ja juurekset näyttävät nuupahtaneilta, ideoin niistä ruokaa, kuten wokkia, piirakan, uunikasviksia tai laatikon.
- Keskustelen omien lasteni tai lähipiirini lapsien kanssa siitä, mistä ruoka tulee.
- Suunnittelen useamman päivän ruokalistan ennakkoon.
- Tarkistan kuiva-ainekaapin ja jääkaapin sisällöt ennen kauppaan lähtöä.
- Käytän kauppalistaa.
- Teen tähteistä ruokaa ja pidän säännöllisesti jämäruokapäivän.
- Käytän hyödykseni netin reseptihakuja, jos en keksi kaapeissa olevista ruoka-aineista kokattavaa.
- En heitä ruokaa pois ennen kuin olen arvioinut ruoan syömäkelpoisuuden aisteillani, vaikka parasta ennen -päiväys olisi ehtinyt vanhenemaan.



En checklista för minskat matsvinn

- Jag sorterar regelbundet mina köksskåp och mitt kylskåp.
- Jag kontrollerar den lämpligaste platsen och temperaturen för olika livsmedel med hjälp av kylskåpets bruksanvisning eller på webben.
- Jag kontrollerar regelbundet temperaturen i kylskåpet.
- När kylskåpet blir tämligen tomt städar jag det.
- Jag kollar regelbundet in i grönsakslådan i kylskåpet och kollar att grönsakerna och rotfrukterna i lådan ännu är färska.
- När jag lagar mat använder jag också grönsaker och rotfrukter som inte är helt färska.
- Jag pratar med mina barn eller med barn i min umgängeskrets om var maten kommer ifrån.
- Jag planerar matseteln för flera dagar i förväg.
- Jag kollar i skafferierna och i kylskåpet innan jag handlar mat.
- Jag använder en inköpslista.
- Jag återbrukar matrester och lagar mat på rester en gång i veckan.
- Jag utnyttjar recept på webben om jag inte kan hitta på något att laga av maten i skåpen.
- Även om bäst före-datum har passerat slänger jag inte mat förrän jag har bedömt matens ätbarhet med mina sinnen.



30.



Tacklataas yhdessä ruokahävikki!

31.

OTA HÄVIKKI HALTUUN!

1. Tarkista jääkaapin sisältö ennen kauppaan lähtemistä.
2. Käytä kauppalistaa.
3. Asioi kaupassa kylläisenä.
4. Opettele päiväysmerkintöjen erot.
5. Tarkista tuotteiden päiväysmerkinnät kaupassa.
6. Järjestele ruoat kaappeihin niin, että käytät ensin vanhenevat ensin pois.
7. Pakasta tähteeksi jäänyt tai pian vanheneva ruoka.
8. Käy jääkaapin sisältö läpi kerran viikossa.
9. Järjestele ja siisti kuivakaappi kerran kuukaudessa.
10. Tee ruoantähteistä uutta ruokaa.



32.

Ota lautaselle vain sen verran kuin jaksat syödä. Näin vähennät ruokahävikkiä.

Pienetkin teot ovat tärkeitä!

Vinkki toimii myös kotona.



Jokainen meistä heittää kotona noin 23 kiloa ruokaa roskiin joka vuosi.

Liian hyvää hukattavaksi.

Lisätietoa ja hävikkivinkkejä: havikkiviikko.fi

HÄVIKKIFOORUMI

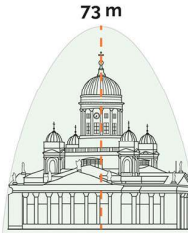
Maa- ja metsätalousministeriö

KULUTTAJALIITTO
KONSUMENTFÖRBUNDET



Ota lautaselle vain sen verran kuin jaksat syödä. Näin vähennät ruokahävikkiä.

Pienetkin teot ovat tärkeitä!



73 m

Suomessa vuoden aikana syntyvällä ruokahävillä peittäisi Helsingin tuomiokirkon.

Lähde: Fiksuruoka.fi



Liian hyvää hukattavaksi.

Lisätietoa ja hävikkivinkkejä: havikkiviikko.fi

HÄVIKKIFOORUMI

Maa- ja metsätalousministeriö

KULUTTAJALIITTO
KONSUMENTFÖRBUNDET

34.

HÄVIKKI-
VIIKKO



Älä heitä ruokaa roskiin

Opas ruokahävikin vähentämiseen. Lyhyesti ja selkeästi.

KULUTTAJALIITTO
KONSUMENTFÖRBUNDET

HÄVIKKI
FOORUMI

SELKO

35.

Suosituks
ja hyvät
käytänteet
kuluttajan
ruokahävikin
vähentämiseksi

17.5.2023

KULUTTAJALIITTO
KONSUMENTFÖRBUNDET

HÄVIKKI
FOORUMI

Maa- ja metsätalousministeriö

LIITE 4: Hävikkifoorumi-hankkeen 2020–2023 tapahtumalistaus

	Tapahtuman nimi	Pvm	Paikka	Osallistujat (live + etä)	Tallenteen katsontakerrat	Kuvaus
1	Infotilaisuus hävikistä Helsingin kuvataidekoulun oppilaille	27.10.2021	Etä tapahtuma	11		Hävikkifoorumi piti Helsingin kuvataidekoulun oppilaille infotilaisuuden ruokahävikistä alustuksena koululaisten omien ruokahävikkiä käsittelevien taideteosten toteuttamiseksi hankkeen marraskuun kutsuvierastilaisuuteen.
2	Infotilaisuus hävikistä Helsingin kuvataidekoulun oppilaille	28.10.2021	Etä tapahtuma	11		Hävikkifoorumi piti Helsingin kuvataidekoulun oppilaille infotilaisuuden ruokahävikistä alustuksena koululaisten omien ruokahävikkiä käsittelevien taideteosten toteuttamiseksi hankkeen marraskuun kutsuvierastilaisuuteen.
3	Työpaja Saa syödä -sivuston kehittämisestä	28.1.2021	Etä tapahtuma	8		Työpajassa kartoitettiin kumppaneiden ideoita, ajatuksia ja toiveita koskien Motivan Saa syödä-sivuston kehittämistä sekä sovittiin yhteisestä visiosta. Työpajan fasilitoi valintamuotoilutoimiston asiantuntija Markus Kanerva.
4	Ilmastoareenassa ruokahävikiteemalla	20.–21.8.2021.	Iin kunta	250		Toripaikka ja paneelikeskustelu kestävästä kuluttamisesta ja ruokahävikistä. Toteutettu yhteistyössä Pohjois-Pohjanmaan Kuluttajien kanssa.
5	Ruokahävikki: kuluttajakäyttäytymisen muutoksen esteet ja ajurit –uuden selvityksen julkaisu tilaisuus 16.9.2021	16.9.2021	Etä tapahtuma	125	90	Hävikki viikon webinaari, jossa julkaistiin Luonnonvarakeskuksen ja Valintamuotoilijoiden toteuttaman uunituoreen ruokahävikkilisäselvityksen keskeiset tulokset. Lisäksi käytiin paneelikeskustelu siitä, miten ruokahävikin vähentämistyötä tulisi kehittää edelleen, jotta pääsisimme asetettuun tavoitteeseen puollittaa kotitalouksien ruokahävikki vuoteen 2030 mennessä.

6	Kutsuvierastilaisuus ja hävikki-illallinen Ritarihuoneella	24.11.2021	Helsinki	20	Kutsuvierastilaisuus Ritarihuoneella kokosi yhteen hävikki-toimijoita verkostoitumaan, nauttimaan hävikkirokokaravintola Loopin loihittamaa illallista sekä inspiroitumaan nuorten tekemästä ruokahävikkitaitteesta.
7	Verkkokaupan hävikkiratkaisut -työpaja 1	27.10.2021	Etä tapahtuma	11	Työpajajasssa pureuduttiin ruoan verkkokaupan ympäristöön ja sen mahdollisuuksiin tukea kotitalouksia hävikin vähentämisessä. Ensimmäisessä pajassa keskityttiin erityisesti ruoan verkkokaupan hävikkiratkaisujen sekä niihin liittyvien haasteiden ja hyötyjen pohdintaan. Työpajat 1-6 fasiloiti Osa-nan Tanja Korvenmaa ja alustajana toimivat Hävikkiforumin hankkeen koordinaattoriin lisäksi ruokahävikkiselvityksen toteuttajat Luonnonvarakeskuksen tutkija Inkeri Riipi sekä Valintamuotoilijoiden perustajajäsenen ja käyttäytymistaloustieteen asiantuntija Marika Poutiainen.
8	Verkkokaupan hävikkiratkaisut -työpaja 2	26.1.2022	Etä tapahtuma	9	Työpajajasssa pureuduttiin ruoan verkkokaupan ympäristöön ja sen mahdollisuuksiin tukea kotitalouksia hävikin vähentämisessä. Työpajassa jatkojalostettiin ensimmäisessä työpajassa esiin nostettuja ideoita ja ajatuksia konkreettisimmiksi ratkaisuuksi.
9	Mitä kuuluu, Hävikkiforumi? Faktoja ruokahävikistä	16.2.2022	Etä tapahtuma	17	Infotilaisuus Kuluttajaliiton kuluttajayhdistyksille Hävikkiforumi-hankeesta sekä tietoisku kuluttajien ruokahävikkiin liittyen. Tilaisuudessa myös keskustelua kuluttajayhdistysten osallistumismahdollisuuksista Hävikkiforumissa.
10	Puolitaan ruokahävikki -webinaari	8.3.2022	Etä tapahtuma	60	Marttaliiton järjestämä webinaari on osa Hävikkiforumi-hanketta. Asiantuntijoina hankekoordinaattori Jenni Vainioranta Kuluttajaliitosta, tutkija Inkeri Riipi Luonnonvarakeskuksesta sekä tutkija Kaisa Torkkeli Helsingin yliopistosta.
11	Miten tuupata kuluttajia kohti pienempää hävikkiä? -työpaja 1	16.3.2022	Etä tapahtuma	16	Työpajassa ideoitiin keinoja, joilla vaikuttaa kotitalouksissa syntyvään hävikkiin jo silloin, kun kuluttaja on asioimassa ruokakaupassa. Aihetta lähestytään käyttäytymistieteellisen lähestymistavan sekä erilaisten kuluttajatyypien kautta. Ratkaisuja etsitään myös tuote- ja pakkaussuunnittelusta.
12	Kohti konkreettisia hävikkiratkaisuja -työpaja 2	13.4.2022	Etä tapahtuma	13	Työpajassa jatkojalostettiin maaliskuun työpajassa nousseita ideoita eteenpäin kohti konkretiaa.

13	Ruoka rosikksessa	20.4.2022	Hanko/ hybridi	24	Hangon pääkirjastolla hybridinä toteutettu yhteisluento Rosk'n rollin kanssa. Asiantuntijoina Kuluttajaliiton Hävikki-foorumi-hankkeen koordinaattori Jenni Vainioranta sekä Rosk'n rollin ympäristökouluttaja Linnea Skogberg.
14	Yhdessä ruokahävikkiä vastaan!	27.4.2022	Salo	35	Tilaisuudessa kuultiin ruokahävikistä niin kuluttajan, kaupan, kuin ravitsemuspalveluiden näkökulmasta. Toteutettu yhteistyössä Kuluttajaliitto, Salon Eläkkeensaajat ry ja Varsinais-Suomen Kuluttajat ry.
15	Hävikki haltuun kotona -työpaja	4.5.2022	Etätapahutuma	13	Työpajassa koottiin yhteen ratkaisuja, joiden avulla kuluttajat voivat muokata omien keittiöidensä ympäristöä hävikin vähentämisen kannalta optimaaliseksi sekä pohtia keinoja, joiden avulla kuluttajat voivat muuttaa rutiinejaan suuntaan, joka tukee hävikin vähentämistä. Esimerkiksi pohdittiin millaisia uusia teknologisia, sosiaalisia tai säilytykseen liittyviä ratkaisuja tulisi luoda kodin ympäristöön, jotta hävikki vähemsi tehokkaammin?
16	Tulevaisuuden hävikkiratkaisut -työpaja	14.6.2022	Etätapahutuma	13	Tulevaisuuden hävikkiratkaisut -työpajaan visioitiin erilaisen ruokahävikkiratkaisujen tarvetta vaihtoehtoisissa tulevaisuudessa. Millaisena ruokahävikki näyttäytyy näissä erilaisissa ruokavisioidissa, ja miten erilaiset toimijat, tuottajat, teollisuus ja kauppa voivat tukea kuluttajia hävikin vähentämisessä? Millaisia teknologisia ratkaisuja tarvitaan hävikin taklaamiseen tulevaisuuden kodeissa? Ratkaisujen ideoimista siivittämissä erilaisiin ruokavisiioihin perehtynyt Luonnonvarakeskuksen tulevaisuudentutkija Vilja Varho.
17	Ruokahävikki kuriin ja biojätteen lajittelu kuntoon – näyttely kirjastoissa	12.4-29.5.2022	Hanko, Tammi-saari ja Inkoo		Hävikkifoorumi, Eteläkärjen Kuluttajat ry sekä Rosk'n Roll kampanjoivat yhdessä, jotta kuluttajat saisivat tarvittavaa tietoa ja tukea oman toimintansa muuttamiseksi. Yhteisnäyttely oli esillä Hangon pääkirjastossa 12.4.–28.4., Tammisaaren kirjastossa 3.–15.5. ja Inkoon kirjastossa 17.5.–29.5. välisen ajan.
18	Hävikkiminimissut Silvasniemessä	6.9.2022	Savonlinna	400	Maa- ja kotitalousnaiset kattoivat ruokahävikkipöydän sekä jakoivat konkreettisia vinkkejä kotitalouksien ruokahävikin vähentämiseksi. Ruokahävikkipöydän kattaus kuvasti puhuttelevasti yhden kuluttajan vuotuista hävikin määrää. Tilaisuuteen osallistuivat kaikki oli Savonlinnan koulujen 4lk ja heidän opettajat sekä osan vanhemmat. Tapahutuman toteuttajina Etelä-Savon maa- ja kotitalousnaiset, sekä Hävikkifoorumi-hanke.

19	Täysi Kymppi! – Hävikkiratkaus nyt ja tulevaisuudessa-webinaari	14.9.2022	Etä tapahtuma	270	487	Webinaarissa tuotiin julki elintarvikeketjun eri toimijoiden uraauettavaa työtä ruokahävikin minimoimiseksi sekä elintarvikkealan materiaalihokkuuden sitoumuksen ensimmäisen kauden tulokset. Tilaisuudessa oli laaja joukko ruokaketjun eri toimijoita esittelemässä toimiaan ja saavutettuja tavoitteita hävikin vähentämisessä. Läpileikkaavana teemana oli tavat, joilla eri toimijat voivat tukea kuluttajia kohti pienempää hävikkiä. Tilaisuuden paneelissa keskusteltiin kotitalouksille suunnatuista tulevaisuuden ruokahävikkiratkaisuista.
20	Ratinan ruokahävikkitapahtuma K-Supermarketissa	17.9.2022	Ratina	240		Hävikkifoorumi, K-ryhmä sekä ruokamaailman uusi some-tähti Anton Holma järjestivät yhteistyössä ruokahävikkitapahtuman Ratinan K-Supermarketissa Hävikkiiviikon lauantaina. Tapahtumassa Holma loihti kaupan hävikkiraaka-aineista herkullisia maistiaisista sekä jatoi parhaita vinkkejään hävikin vähentämiseksi.
21	Hävikkiminimessut Hilman lähiruokatori-tapahtumassa	27.8.2022	Kalajoella	100		Messut toteutettiin Kalajoen Hiekkasärkät Hilman torilla, jossa vietettiin Hilman lähiruokatori-tapahtumaa. Maa- ja kotitalousnaiset kattoivat ruokahävikkipöydän, jokoivat hävikki-kasviksista tehtyä smoothieta sekä konkreettisia vinkkejä kotitalouksien ruokahävikin vähentämiseksi. Ruokahävikkipöydän kattaus kuvasti puhuttelevasti yhden kuluttajan vuotuista hävikin määrää. Tapahtuman toteuttajina Keski-Pohjanmaan maa- ja kotitalousnaiset, sekä Hävikkiforumi-hanke.
22	Hävikkiminimessut Helsingin Keskuskirjasto Oodissa	16.9.2022	Helsinki	300		Maa- ja kotitalousnaiset kattoivat ruokahävikkipöydän Keskuskirjasto Oodin Popup-pisteen (klo 12-15), jossa he jokoivat hävikkibanaanista tehtyä smoothieta sekä konkreettisia vinkkejä kotitalouksien ruokahävikin vähentämiseksi. Ruokahävikkipöydän kattaus kuvasti puhuttelevasti yhden kuluttajan vuotuista hävikin määrää. Tapahtuman toteuttajina Eteä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset, sekä Hävikkiforumi-hanke.
23	Hävikkiminimessut kauppakeskus Ratinassa	17.9.2022	Ratina	200		Maa- ja kotitalousnaiset kattoivat ruokahävikkipöydän, jokoivat hävikkikasviksista tehtyä smoothieta sekä konkreettisia vinkkejä kotitalouksien ruokahävikin vähentämiseksi. Ruokahävikkipöydän kattaus kuvasti puhuttelevasti yhden kuluttajan vuotuista hävikin määrää. Tapahtuman toteuttajina Eteä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset, sekä Hävikkiforumi. Tapahtuma-aika klo 12-15.

24	Hävikkiminimissut Wemmi – Ween maan viljaa -tapahtumassa	17.9.2022	Jyväskylä	200	Maa- ja kotitalousnaiset kattoivat ruokahävikkipöydän, jakoivat hävikkikasviksista tehtyä smoothieta sekä konkreettisia vinkkejä kotilouksien ruokahävikin vähentämiseksi. Ruokahävikkipöydän kattaus kuvasti puhuttelevasti yhden kuluttajan vuotuisista hävikin määriä. Tapahtuman toteuttajina Keski-Suomen maa- ja kotitalousnaiset sekä Hävikkiforumi. Tapahtuma-aika klo 11–15.
25	Hävikkiminimissut Lasten maatalousnäyttelyssä Jalasjärvellä	17.9.2022	Jalasjärvi	500	Maa- ja kotitalousnaiset kattoivat ruokahävikkipöydän, jakoivat leipäpuuroa (kuiva ruisleipä liotettuna ja keitetynä puolukan ja sokerin kanssa puuroksi) sekä konkreettisia vinkkejä kotilouksien ruokahävikin vähentämiseksi. Ruokahävikkipöydän kattaus kuvasti puhuttelevasti yhden kuluttajan vuotuisista hävikin määriä. Tapahtuman toteuttajina Etelä-Pohjanmaan maa- ja kotitalousnaiset sekä Hävikkiforumi. Tapahtuma-aika klo 10–16.
26	Kymenlaakson kestävä kehityksen viikon Pieni jälki -tapahtuma 1.10. Kumpuunustalo Hilmassa	1.10.2022	Hamina	0	Haminan Kumppanuustalo Hilmassa keskusteltiin ruokahävikistä ja ihmeteltiin hävikkipöydän äärellä, kuinka paljon yksi kuluttaja heittää ruokaa hukkaan vuodessa. Ruokahävikki-messupiste toteutettiin osana Kymenlaakson kestävä kehityksen Pieni jälki -tapahtumaa Kumppanuustalo Hilmassa puolisessa kabinetissa 1.10.2022 klo 11–15. Hävikkipöytä pitämässä Kuluttajaliiton alueellinen yhdistys, Kaakonkulman Kuluttajat sekä Hävikkiforumi-hanke.
27	Eväitä ruokahävikin vähentämiseen -työpaja	30.11.2022	Etä tapahtuma	24	Työpajassa annettiin paikallisille toimijoille eväitä toimivaan ruokahävikki- viestintään sekä tukea ja hyviä käytäntöjä paikallistoiminnan toteuttamiseksi ja kehittämiseksi. Työpaja oli tarkoitettu erityisesti toimijoille, jotka haluavat viestiä kotitalouksille ruokahävikistä, järjestää kotitalouksien hävikkiin liittyviä tapahtumia sekä löytää uusia ideoita tai sopivia yhteistyökumppaneita.
28	Hyvästit hävikille! -näyttely Harjavallassa	13.–26.2.2023	Harjavalta	60,00	Hyvästit hävikille! -näyttely herätteli pohtimaan omaa ruokahävikkiä ja jakoi parhaat vinkit kotikeittiöiden hävikin vähentämiseen. Näyttely toteutettiin yhteistyössä Satakunnan Kuluttajat ry:n kanssa.

29	Hyvästit hävikille! -näyttely Vaasassa	18.-31.3.2023.	Vaasa	5406	Kaksikielinen (ruotsi ja suomi) Hyvästit hävikille! -näyttely herätteli pohtimaan omaa ruokahävikkiä ja jakoi parhaat vinkit kotikeittiöiden hävikin vähentämiseen. Näyttely toteutettiin yhteistyössä Merenkurkun Kuluttajat ry:n ja Vaasan kaupunginkirjaston kanssa.
30	Luento: taklaa ruokahävikki – säästä rahaa ja luontoa	14.3.2023	Vaasa	21	Luennoilla kuultiin ruokahävikistä niin kuluttajan, kaupan, kuin ruoka-avun näkökulmasta. Luennoilla opittiin muun muassa, miten ruokahävikki näkyy päivittäistavara-kaupan toiminnassa ja minkälaisilla keinoilla kotona voi vähentää arjessa syntyvää ruokahävikkiä – ja siten säästää rahaa. Luento toteutettiin yhteistyössä Merenkurkun Kuluttajat ry:n ja Vaasan kaupunginkirjaston kanssa.
31	Hyvästit hävikille! -näyttely Pomarkussa	28.2.-27.3.2023	Pomarkku		Hyvästit hävikille! -näyttely herätteli pohtimaan omaa ruokahävikkiä ja jakoi parhaat vinkit kotikeittiöiden hävikin vähentämiseen. Näyttely toteutettiin yhteistyössä Satakunnan Kuluttajat ry:n kanssa.
32	Hyvästit hävikille! -näyttely Lahdessa	17.4. - 28.4. 2023	Lahti	18987,00	Hyvästit hävikille! -näyttely herätteli pohtimaan omaa ruokahävikkiä ja jakoi parhaat vinkit kotikeittiöiden hävikin vähentämiseen. Näyttely toteutettiin yhteistyössä Päijät-Hämeen Kuluttajat ry:n kanssa.
33	Minimessut Rovaniemellä	15.4.2023	Rovaniemi	270	Hävikkiminimessut osana Rovaniemellä lapsiperheille suunnattua tapahtumaa kauppa-keskus Revontulussa la 15.4. klo 11-17. Tapahtuman toteuttajina Pohjois-Pohjanmaan maa- ja kotitalousnaiset sekä Hävikkiforumi. Kaikille vapaa tapahtuma.
34	Einolän kevätkarnevaali: ruokaa ja tukea arkeesi	10.5.2023	Huitinen	130	Einolän kevätkarnevaaleilla 10.5.2023 klo 10–14 tapahtumassa tarjottiin erityisesti ruoka-avun piirissä oleville, mutta kaikille muillekin kiinnostuneille, lämmintä ruokaa sekä konkreettista käytännön tukea ja vinkkiä arkeen – niin ruoanlaittoon, soteaiheisiin kuin terveyteen liittyen. Tapahtuma toteutettiin yhteistyössä Suomen Punaisen Ristin Ruokaa ja osallisuutta -hankkeen ja Länsi-Suomen Maa- ja kotitalousnaisten kanssa.
35	Hyvästit hävikille! -näyttely Raisiossa	3.-13.5.2023	Raisio		Hyvästit hävikille! -näyttely herätteli pohtimaan omaa ruokahävikkiä ja jakoi parhaat vinkit kotikeittiöiden hävikin vähentämiseen. Näyttely toteutettiin yhteistyössä Varsinais-Suomen Kuluttajat ry:n ja Raision kaupunginkirjaston kanssa.

36	Hyvästit hävikille! -näyttely Paimiossa	17.5.-31.5.2023	Paimio	147	Hyvästit hävikille! -näyttely herätteli pohtimaan omaa ruokahävikkiä ja jakoi parhaat vinkit kotikeittiöiden hävikin vähentämiseen. Näyttely toteutettiin yhteistyössä Varsinais-Suomen Kuluttajat ry:n ja Paimion kaupunginkirjaston kanssa.
37	Minimessut Kukkolan tilalla	13.5.23023	Joensuu	300	Joensuussa Kukkolan tilalla minimessut osana kevättapahtumaa lauantaina 13.5 klo 10-14. Ruokahävikkiviestintä tavoitti noin 300 henkilöä.
38	Minimessut Oulussa	24.5.2023	Oulu	170	Hävikkiminimessut Oulussa osana KiertotalousAreenaa. Messupisteeseen toteuttajina Pohjois-Pohjanmaan maa- ja kotitalousnaiset sekä Hävikkiforumi. Kaikille vapaa tapahtuma. Kävijöitä messupisteellä oli noin 170, laaja-alaisesti kiertotalouden toimijoita eri aloilta. Paljon ammatillaisia niin yrityksistä kuin erilaisista organisaatioista ja kunnista sekä lisäksi perus- ja ammattikoulun opiskelijoita ja oppilaita.
39	Ruoka roskiksessa –luento Karjaalla	24.5.2023	Karjaa	10	Luennoilla kuullaan keskeiset faktat ja vinkit ruokahävikkiä ja biojätteen lajittelua koskien. Luennon asiantuntijoina Kuluttajaliiton Hävikkiforumi-hankkeen koordinaattori Jenni Väinörinta sekä Rosk`n rollin Rosk`n Rollin Kierrätyskoutsit Natalia Teikola. Luento toteutetaan yhteistyössä Kuluttajaliiton, Rosk`n Rollin, Eteläkärjen Kuluttajien ja Raaseporin kaupungin (Karjaan kirjaston) kanssa.
40	Kalaholman koulun tapahtuma	28.5.2023	Pori	500	Hävikkipöytä on esillä Kalaholman koulun vanhempiyhdistyksen Keväthuilina-tapahtumassa. Tapahtumaa ovat toteuttamassa Satakunnan Kuluttajat ja Mannerheimin lastensuojeluliitto ry. Osallistujina oli paljon lapsiperheitä ja ruokahävikki kiinnostajia ja herätti keskustelua osallistujissa.
41	Hyvästit hävikille! -näyttely Turussa	2.6.-2.7. 2023	Turku	9000	Hyvästit hävikille! -näyttely herättelee pohtimaan omaa ruokahävikkiä ja jakoi parhaat vinkit kotikeittiöiden hävikin vähentämiseen. Näyttely toteutetaan yhteistyössä Varsinais-Suomen Kuluttajat ry:n ja Turun kaupungin pääkirjaston kanssa.
42	Hyvästit hävikille! -näyttely Jyväskylässä	5.-16.6.2023	Jyväskylä	450	Hyvästit hävikille! -näyttely herätteli pohtimaan omaa ruokahävikkiä ja jakoi parhaat vinkit kotikeittiöiden hävikin vähentämiseen. Näyttely toteutetaan yhteistyössä Keski-Suomen Kuluttajat ry:n ja Jyväskylän Lähialo Kortteli Klubin kanssa.

43	Ruokahävikkinäyttelyn avajaiset Jyväskylässä	5.6.2023	Jyväskylä	10	Lähtalo Kortteli Klubin Hyvästit hävikille! -näyttelyn avajaisissa hankekoordinaattori Vainioranta kertoo keskeiset ja kiinnostavat faktat hävikistä; mitä ruokahävikki on, miksi ruokaa heitetään roskiin ja miksi ruokahävikkiä on tärkeää vähentää. Lisäksi jaetaan vinkit, joiden avulla säästyy rahaa ja ympäristöä. Näyttelyn avajaiset toteutetaan yhteistyössä Keski-Suomen Kuluttajat ry:n ja Jyväskylän Lähtalo Kortteli Klubin kanssa.
44	Loppuseminaari	7.6.2023	Helsinki	40	Hankkeen loppuseminaarissa esiteltiin hankkeen keskeiset opit sekä keskusteltiin kansallisten ruokahävikkitoitimien tulevaisuudesta.
45	Minimessut Turun kauppatorilla	7.6.2023	Turku	183	Hävikkiminimessut Turun kauppatorilla 7. kesäkuuta klo 10-13 osana Turun ruokaviikkoa lapsiperhepäivänä. Messupisteellä ruokahävikkipöytä sekä ruokahuokka paikalla. Messupisteellä kävi paljon lapsiperheitä ja päiväkotiryhmiä.

VIERAILUT MESSUILLA TAI TOISTEN ORGANISAATIOIDEN TOTEUTTAMILLA LUENNOILLA

46	Pirkan Opiston Valitse ja vähennä! Vastuullisen kuluttamisen ilta	22.9.2021	Etä tapahtuma	18	98	Tapahtumassa kuultiin Zero Waste: jäähyväiset jätteille -kirjan kirjoittajan, Otso Sillanaukeen, sekä Kuluttajaliiton Hävikkiforumin asiantuntijan Jenni Vainiorannan puheenvuoroja siitä, miten jokainen kuluttaja voi vaikuttaa valintoihinsa ja osallistua jätekuorman keventämiseen. Tapahtuman järjestäjänä toimivat Pirkan opisto, Nokian kaupungin ympäristösuojeluksikko, Nokian kaupunginkirjasto ja Kuluttajaliitto.
----	---	-----------	---------------	----	----	--

47	Tähteellistä asiaa hävikistä	15.9.2022	Espoo /hybrid	55	Tilaisuudessa opittiin kuluttajien hävikistä, suomalaisista hävikkitutkimuksista, jätelain uudistuksesta, ammattikeittiöiden hävikkikokeiluista ja hävikkihankkeista sekä ilmastovivasta ruokailusta. Tapahtuma on osa Kestävän kasvun kehitysympäristöjen toteutuspolkuprojektia (KETO).
48	Green Key -ympäristö-ohjelma: Teoriat käytäntöön: Kaikki mukaan ruokahävikkiä torjumaan!	27.9.2022	Etä tapahtuma	36	Ravitsemuspalveluiden hävikkiin ja sen ratkaisuihin keskittyvän koulutuksen järjestäjänä Green Key -ympäristöohjelma. Tilaisuudessa asiantuntija Vainioranta kertoi kokemuksia kuluttajavies-tinnästä ruokahävikin torjunnassa, ja siitä mikä toimii ja mikä ei. Koulutusta kuuntelemassa erityisesti matkailuyrityksiä, joista valtaosa hotelleja.
49	Ruokatiendon Kestävä ruoka -koulutus	3.11.2022	Etä tapahtuma	19	Luento oli osa Ruokatiето Yhdistyksen toteuttamaa ja Opetushallituksen rahoittamaa Kestävä ruoka pöytä -tiedennys-koulutushanketta, jonka tavoitteena vahvistaa opettajien ja kasvattajien ruokakasvatustasaamista sekä tietämystä suomalaisesta ruokajärjestelmästä. Hankekoordinaattori jakoi luennolla vinkkejä ruokahävikkiteeman käsitteilyyn ja viestimiseen kouluympäristössä.
50	Ruokakeskiviikko: Kuluttajien ruokahävikki - mitä tiedämme siitä ja miten taklata se?	16.11.2022	Etä tapahtuma	10	Maaseutumuseo Sarkan toteuttama kaikille avoin yleisötilaisuus kuluttajille ruokahävikistä ja Hävikkifoorumista.
51	Kestävän elämäntavan messut	4.2.2023	Järvenpää	200	Hävikkifoorumi ja Keski-Uudenmaan Kuluttajat olivat yhteistyössä Kestävän elämäntavan messuilla.
52	Hävikkifoorumi mukana KIERTO FEST Future -messuilla	25.4.2023	Tampere	500	Hävikkifoorumi oli mukana KIERTO FEST Future -messuilla 25.4.2023 klo 13-18 Tampere-talon Sorsapuistosalissa. Tapahtumassa oli runsaasti nähtävää ja koettavaa kaikille kiertotaloudesta ja kestävästä elämäntavasta kiinnostuneille. Hävikkifoorumin messupiste avasi messuvieraiden silmät kodeissamme asuvalle ruokahävikkiongelmalle ja jakoi myös parhaat vinkit arjen hävikin vähentämiseen. Lisäksi hankekoordinaattori Vainioranta puhui messulavalla laajemmin kuluttajan roolista kiertotaloudesta. Messuvieraita 1630, josta valtaosa nuoria.

LIITE 5: Foorumiverkosto

Biovaaka Oy
Dodo ry
Ekokumppanit Oy
Eteläkärjen Kuluttajat ry
Etelä-Karjalan Jätehuolto Oy
Fazer Group
Fiksu Ruoka Oy (Fiksuruoka.fi)
Findus Finland Oy
Forum Virium Helsinki
From Waste to Taste ry
HKScan Finland Oy
HSY
HSY:n Ilmastoinfo
Horizon 2020 – CITIES2030 -hanke (Lahti Living Lab)
Hukka AI
InnaGrow
Jyväskylän kestävä kehitys JAPA ry
Järvenpään kaupunki
Jättekukko Oy
Kaviaarista arkeen
Karjaan Sos. Dem. ry
Keru-yhteisöjääkaappi ry
Keski-Uudenmaan Kuluttajat ry
Kesko
Kestävä Ruokakasvatus ja Ruokahävikkihanke (Itä-Suomen yliopisto)
Kiertokaari Oy
Kiertokapula Oy
Kitsain
KomeroFood Oy
Kotien Puolesta Keskusliitto ry
Kymenlaakson Jäte Oy
Lakeuden Etappi
LivsVinn
Lidl Suomi
Merenkurkun Kuluttajat ry – Kvarkens Konsumenter rf
Minna Mustonen
Mutti S.P.A.

Naiset puhuu rahasta
Nuorisoasuntoliitto ry
Nuorisotyö ilmastotoivon rakentajana -hanke (Mikkelin nuorisopalvelut)
Nurmon yläaste
One4all Finland
Package Testing and Research Oy
Paulig Oy
Pidä Lappi Siistinä ry
Pieniä ekologisia tekoja
Päijät-Hämeen Kuluttajat ry
@paiviil (vaikuttaja Instagramissa)
ResQ Club Oy
Ruohonjuuri
Ruokasektorin koordinaatiohanke (Turun yliopiston Brahea-keskus)
Ruoka-apu.fi (Kirkkopalvelut ry)
Ruokakasvatusyhdistys Ruukku ry
Ruokatieto Yhdistys ry
Seinäjoen ammattikorkeakoulu
Stadin safka
Stadin asukastalo Oulunkylän seurahuone
Suomen Punainen Risti
Suomen Biokierto ja Biokaasu ry
Suomen Monikkoperheet ry
Suomen Nestlé
Suomen Pakkausyhdistys ry
Stormossen
Tampereen ev. lut. seurakuntayhtymä
Troa NY
Turun yliopiston ylioppilaskunta
Vaasan Oy
Vaasan yliopisto
Vantaan Yhteinen pöytä
Varsinais-Suomen Kuluttajat ry
Wastebusters Finland tutkimusryhmä (Tampereen yliopisto)
Wacky Mind Oy
WeFood
Yrttiaitta Saarento
Ylikylän peruskoulu