



K-ryhmä tutki: Kotitaloudet välttävät ruuan poisheittämistä – muovin käyttö hävikin ehkäisemisessä jakaa mielipiteitä

K-ryhmän tekemän tutkimuksen* mukaan suomalaiset kotitaloudet pyrkivät eri toimin välttämään ruuan poisheittämistä. Silti joka toisessa taloudessa syntyy ruokajätettä viikoittain. Useimmin jäteastiaan päätyvät hedelmät ja vihannekset (55 %). Suuri osa vastaajista (64 %) hyväksyy elintarvikkeiden pakkauksissa muovin käytön, mikäli sen avulla voidaan estää ruoan pilaantumista.

K-ryhmä selvitti kuluttajien suhtautumista ruokahävikkiin 22. - 28. elokuuta K-Kylä tutkimusympäristössä toteutetussa verkkotutkimuksessa. Tutkimukseen vastasi 738 vastaajaa, joista lähes puolet (43 %) kertoi heittävänsä ruokaa roskeen viikoittain. Suurin osa pyrkii välttämään ruuan poisheittämistä ja 84 % on tehnyt toimenpiteitä estääkseen ruokajätteen syntymistä. Joka kymmenes kotitalous (11 %) ei heitä ruokaa roskeen lainkaan.

Useimmiten kuluttajien jäteastiaan päätyvät hedelmät ja vihannekset (55 %) ja toiseksi eniten heitetään pois leipää (48 %). 17 % kotitalouksien ruokahävikistä on maitotuotteita ja 9 % lihaa sekä eineksiä.

Muovin käyttö jakaa kansaa

Vastaajilta kysyttiin myös suhtautumista muovin käyttöön. Suurin osa vastaajista, 64 %, hyväksyy muovin käytön, mikäli sen avulla vähennetään ruoan pilaantumista. Reilu kolmannes (36 %) välttäisi muovin käyttöä kaikissa tapauksissa.

Vastaajat saivat myös vapaamuotoisesti kertoa, mitä he itse olivat tehneet muovin vähentämiseksi. Palautteita tuli yli 400 kappaletta. Keinoja muovin käytön vähentämiseen olivat mm. oman ostoskassin käyttö kaupassa, muovipussien uudelleenkäyttö esim. roskapusseina, ostamisen vähentäminen, muovin pakattujen tuotteiden välttäminen ja muovin kierrättäminen.

Monia keinoja vähentää ruokajätettä

Tutkimukseen vastaajat listasivat tärkeimpiä tekoja estää ruuan poisheittämistä kotona. Suosituimmat keinot olivat jääkaapin sisällön tarkistus ennen kauppaan lähtöä ja ostos/puutelistan laatiminen, ruokien pakastaminen, päiväysvanhenevien tuotteiden käyttäminen ruoanvalmistuksessa sekä tähteiden hyödyntäminen seuraavan päivän ateriasa.

Vastaajat toivoivat kaupalta hävikinhallintatoimenpiteitä. Asiakkaat nostivat kaupan kannalta tärkeimmiksi hävikinhallintakeinoiksi viimeistä käyttöpäivää lähestyvien tuotteiden hintojen alentamisen, vanhenevien tuotteiden keräämisen ”hävikkihyllyksi” ja tuotteiden lahjoittamisen hyväntekeväisyyteen.

K-ryhmä järjestää hävikki-chatin

K-ryhmä on kuudetta kertaa mukana tällä viikolla vietettävässä Hävikki-kiikossa. Keskiviikkona 12.9. järjestämme Twitterissä hävikki-aiheisen keskustelun, johon on kutsuttu keskustelemaan sidosryhmiä ja alan asiantuntijoita.

Hävikki-chattia voi seurata ja siihen voi osallistua aihetunnisteella #hävikkichat sekä K-ryhmän Twitterissä @kryhma <https://twitter.com/kryhma>

K-ryhmän tavoite on minimoida omasta toiminnasta aiheutuva ruokahävikki ja hyödyntää väistämättä jäävä biojäte. Tehokkaimmin hävikkiä vähennetään ennaltaehkäisevin toimin. Tällaisia ovat esimerkiksi valikoiman hallinta, tehokas logistiikka, henkilökunnan koulutus ja pakkausominaisuuksien optimointi. Näiden toimien ohella kaupoissa voidaan alentaa päiväysvanhenevien tuotteiden hintaa sekä tehdä lahjoituksia hyväntekeväisyyteen.

Liite

K-ryhmän Hävikkitutkimus 2018

*) Hävikkitutkimukseen vastasi 738 iältään 18–74 –vuotiasta K-ryhmän asiakasyhteisö Kylän jäsentä 22.–28.8.2018.

Lisätietoja:

Viestintäpäällikkö Kristiina Seppä, K-ryhmä, p. 050 531 8941

K-ruokakaupan asiakastyytyväisyydestä vastaavat K-ruokakauppiat, joiden kanssa Keskon päivittäistavarakauppa toimii ketjuliiketointimallilla. K-ruokakauppojen ketjuja ovat K-Citymarket, K-Supermarket, K-Market ja Neste K. K-ruokakaupat ovat alansa vastuullisimpia maailmassa. Lisäksi vahvuuksia ovat ylivoimaiset tuoreosastot, ammattitaitoinen palvelu, laajimmat valikoimat, suomalaiset tuotteet ja Pirkka.

K – jotta kaupassa olisi kiva käydä.

